**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  14 Mart 2017

**Toplantı Sayısı :** 258

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2016/309**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Dünyanın en hızlı mobil internetinde en hızlının en hızlısı Turkcell 4.5G hazır”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; *“Dünyanın en hızlı mobil internetinde en hızlının en hızlısı Turkcell 4.5G hazır. Peki siz hazır mısınız? Henüz değilseniz 8MP kamerası, geniş ekranıyla 4.5G uyumlu LG G4 Beat tam size göre. Üstelik eski telefonunu getirenlere 400TL ve üzeri indirimle. Henüz değilseniz mükemmel fotoğraf kalitesi ve şık tasarımlı 4.5G uyumlu Samsung Galaxy A3 2016 serisini şimdi alın, ilk 3 ay taksit ödemeyin”* şeklinde ifadelere, ayrıca altyazıda; *“(...)* *4.5G'den baz istasyonlarından servis alıp, uyumlu SIM kart ve cihaz kullanılarak 1 Nisan 2016 itibariyle yararlanılabilir. 4.5G'de üst bağlantı hızı 375 Mbps olup, kapsama alanına, baz istasyonuna, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, cihaza, bağlanılan siteye, uzaklığa göre değişebilir. Cihaz 150MBPS desteklidir. Detaylar turkcell.com.tr"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda, BTK ihalesinde alınan en yüksek hız ve kapasite kullanım hakkına bağlı olarak *“Dünyanın en hızlı internetinde en hızlının en hızlısı Turkcell 4.5G hazır”* ifadelerine yer verildiği, spesifik olarak bir hız değerinden bahsedilmediği, 4.5G teknolojisi kapsamında ulaşılabilecek en yüksek hızın 375 Mbps olduğu ve bu en yüksek hız değerine ulaşabilmenin birçok değişkene bağlı olduğu bilgisine altyazıda açıkça yer verildiği, tanıtımı yapılan cihazların 4.5G’yi desteklemesinin reklamın bütünlüğü açısından yeterli olduğu, reklamda cihazların en yüksek bağlantı hızını desteklediğine dair bir ifade yer almadığı 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: 2016/4091**

**Şikayet Edilen:** **Sinema Televizyon Yayıncılık ve Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sinematv.com.tr](http://www.sinematv.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*SinemaTV izlemek için birçok nedeniniz var!”*  başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.sinematv.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\258%20rk\www.sinematv.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Kaliteli! Türkiye'nin* ***en geniş*** *HD kanal seçeneği 6 HD kanal. Sinema TV bugün 6'sı HD 10 kanalla yayın yapıyor. Ve istikrarlı! Tam söylediğimiz saatte, gecikmeden başlayan filmler”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.sinematv.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\258%20rk\www.sinematv.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Kaliteli! Türkiye'nin* ***en geniş*** *HD kanal seçeneği 6 HD kanal. SinemaTV bugün 6'sı HD 10 kanalla yayın yapıyor.”* ifadesine yer verildiği ancak en geniş HD kanal seçeneği ifadesinin gerçeği yansıtmadığı ve ispatlanamadığı, dolayısıyla 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, reklam veren **Sinema Televizyon Yayıncılık ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2016/4106**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*%20 indirimle yolculuğunuz uber olsun” ve “UberXL araçlarında her ay ilk kullanımınız indirimli”*  başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.07.2016

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

**Tespitler:** [www.turkcell.com.tr/platinum/ayricaliklar](http://www.turkcell.com.tr/platinum/ayricaliklar) adresli internet sitesinde *“Konforlu UberXL araçlarında her ay ilk kullanımınız indirimli” ve “%20 indirimle yolculuğunuz Uber olsun”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.turkcell.com.tr/platinum/ayricaliklar](http://www.turkcell.com.tr/platinum/ayricaliklar) adresli internet sitesinde *“Konforlu UberXL araçlarında her ay ilk kullanımınız indirimli” ve “%20 indirimle yolculuğunuz uber olsun”* ifadelerine yer verildiği, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.’nin reklamların doğru ve dürüst olmasının yanı sıra kampanya koşullarının yerine getirilmesi halinde ana vaadin ifa edilmesi hususunda da “reklam veren” ve “mecra kuruluşu” olarak Reklam Mevzuatı kapsamında yükümlü olduğu, ancak inceleme konusu reklamlarda tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve mevzuata aykırı bir durumun bulunmadığı, diğer taraftan, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.’nin, usulüne uygun kurulmuş ve tescil edilmiş bir ticari şirketin vergi ve taşıma gibi farklı birçok mevzuattan kaynaklanan yasal yükümlülüklerini yerine getirip getirmediği hakkında yeterli bilgiye sahip olmasının beklenemeyeceği, bu kapsamda Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.’nin kampanya ortağını seçerken ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde özen yükümlülüğünü yerine getirmediğinden bahsedilemeyeceği, açıklanan gerekçeler ile inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2016/4336**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.4nokta5g.com/hd-gorusme.html](http://www.4nokta5g.com/hd-gorusme.html) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.4nokta5g.com/hd-gorusme.html](http://www.4nokta5g.com/hd-gorusme.html) adresli internet sitesinde; *“Türk Telekom Fiber Gücü sayesinde HD+ görüşme ile telefon görüşmelerinde HD kalitesi ilk kez Türk Telekom’da” i*fadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.4nokta5g.com/hd-gorusme.html](file:///D:\Users\33451814414\Documents\258%20rk\www.4nokta5g.com\hd-gorusme.html) adresli internet sitesinde; *“Türk Telekom Fiber Gücü Sayesinde HD+ Görüşme ile Telefon Görüşmelerinde HD Kalitesi İlk Kez Türk Telekom'da”*  ifadesine yer verildiği, ancak söz konusu ses ve video ile HD kalitesinde görüşmenin 4.5G teknolojisi ile mümkün olduğu ve 4.5G hizmetinin 1 Nisan 2016 tarihi itibariyle tüm operatörler tarafından sunulmaya başlandığı, bu hizmete yönelik tanıtımların da diğer operatör tarafından aynı tarihte yayınlandığı, dolayısıyla *“İlk kez Türk Telekom'da”* ifadesinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu 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, reklam 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.

**5)**

**Dosya No: 2017/410**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Türkiye’nin en hızlı interneti Turkcell’in*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2017

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

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; *“Racon abi duydun mu haberi? Milyonlar Ookla hız testi yapmış, Türkiye'nin en hızlı interneti Turkcell'inki çıkmış. Yalnız bir husus dikkatimi çekti Zeki. Bunun gibi iddialı reklamlarda hep alttan bir yazı akar. Hani testi şurada yaptık da şu kadar yüz kişiyle yaptık da… Ama bu reklamlarda bakıyorum yok. Çünkü bu testi direkt vatandaşın kendisi yapmış. Üstelik öyle birkaç yüz kişi değil milyonlarca kişi! Anladım racon stayla, altyazı yok, bıdı bıdı yok, gerçekler var. İnternet hızında birincilik Turkcell'in! Güle güle kullan Türkiye!"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda bahsi geçen hız testinin BTK kriterlerine uygun, bilimsel bir test olmadığı, ortalama tüketici nezdinde Ookla'nın internet hız ölçümünde mutlak otorite olduğu şeklinde bir algı yaratıldığı, *"Türkiye'nin en hızlısı"* ifadesinin kullanılabilmesi için testin kapsama alanı içinde tüm lokasyonlarda gerçekleştirilmiş olması gerektiği ve internet hizmetinin hızının ölçülmesinde BTK tarafından onaylanan yöntemlerin kullanılması ve reklamda yer verilen *"Türkiye'nin en hızlı interneti Turkcell'in"* ifadesinin bu yöntemlerden biri ile akredite bağımsız araştırma kuruluşlarından alınan bir belge ile kanıtlanması gerektiği halde (kıyaslama içeren saha testleri ile) firmanız tarafından başka bir belge sunulmadığı, ayrıca *"milyonlarca kişi"* tarafından yapıldığı iddia edilen Ookla hız testinde testi yapan kişilerin sayısının ayrı ayrı tutulmadığı, dolayısıyla milyonlarca kişi ifadesinin yanıltıcı olduğu ve söz konusu hız testinin nasıl, hangi parametreler (kaç bölge/şehirde, kaç kişi, nüfus aralığı vb) üzerinden yapıldığına yönelik reklamlarda herhangi bir bilgiye yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu reklamın tüketicileri yanıltıcı, yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, diğer taraftan, *"Bunun gibi iddialı reklamlarda hep alttan bir yazı akar. Hani testi şurada yaptık da şu kadar yüz kişiyle yaptık da ama bu reklamlarda bakıyorum yok.(...)altyazı yok, bıdı bıdı yok, gerçekler var."* ifadeleri ile piyasadaki tüm reklam veren firmaların reklam yapma yöntemlerinin kötülendiği, rakip operatörlerin hedef alınarak itibarsızlaştırıldığı, 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, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2016/332**

**Şikayet Edilen:** [**www.teknoce.com**](http://www.teknoce.com)

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

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

**7)**

**Dosya No: 2016/1577**

**Şikayet Edilen: T Medya Yatırım San. ve Tic. A.Ş., Star Medya Yayıncılık A.Ş., Yeni Şafak Gazetecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Akşam, Star ve Yeni Şafak isimli gazetelerin 14.07.2016 tarihli nüshalarında yer alan sırasıyla *“Çeteden Hem Kürtaj Hem Şantaj”*, *“Kürtaj Haplarıyla Vurgun ve Şantaj”* ve *“Yasaklı İlaçla Çirkin Tuzak”* başlıklı haberler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Yapılan incelemede; Akşam, Star ve Yeni Şafak isimli gazetelerin 14.07.2016 tarihli nüshalarında yer alan sırasıyla *“Çeteden Hem Kürtaj Hem Şantaj”, “Kürtaj Haplarıyla Vurgun ve Şantaj”* ve *“Yasaklı İlaçla Çirkin Tuzak”* başlıklı haberlerde, İstanbul’da bir ecza deposuna emniyet güçlerince yapılan baskın sonucu yasadışı satıldığı tespit edilen “Cytotec” isimli hapların ele geçirilerek el konulmasına ilişkin haberlere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Çeteden Hem Kürtaj Hem Şantaj”, “Kürtaj Haplarıyla Vurgun ve Şantaj”* ve *“Yasaklı İlaçla Çirkin Tuzak”* başlıklı haberlerde, İstanbul’da bir ecza deposuna emniyet güçlerince yapılan baskın sonucu yasadışı satıldığı tespit edilen “Cytotec” isimli hapların ele geçirilerek el konulmasına ilişkin haberlere yer verildiği, söz konusu haberlerde, reklam yapma iradesinin varlığına dair somut herhangi bir bulgunun mevcut olmadığı, dolayısıyla inceleme konusu haberlerin örtülü reklam yönüyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2016/4385**

**Şikayet Edilen: Dibay Basın Yayın Gazetecilik Matbaacılık San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bursahaber.com](http://www.bursahaber.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Hızlı şekilde zayıflama akasya tozu ile mümkündür”* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi: 06**.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bursahaber.com](http://www.bursahaber.com) adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Hızlı şekilde zayıflama akasya tozu ile mümkündür”* başlıklı yazı içerisinde; *“Kullanan kişiler için etkili çözümler üreten akasya tozu zayıflama durumlarında oldukça etkilidir!* *Kullanan kişiler için etkili çözümler üreten akasya tozu zayıflama durumlarında oldukça etkilidir! Özel olarak satın alınma durumları web üzerinden dikkat çeken akasya tozu ile ilgili yorumları takip etmek gerekebilir! Bu süreç içerisinde web siteleri için akasya tozu kullanımı hakkında bilgilendirici yorumlar ön plana çıkabilir! Karşınızda olan diğer ürünlere nazaran etkisini bilimsel açıdan garanti seviyelere taşımış olan bir ürün olan akasya tozu için sitelerde ki düşünceler çok önemlidir! Kadınların ilk tercihi akasya tozu olmakta ve sizin için akasya tozu mucizesi sürekli olarak ön plana çıkmıştır. Kadınların kilo sorunları için kesinlikle önerilen akasya tozu ürünü bilimsel açıdan rahatlıkla dikkat çeken diğer ürünlere nazaran etkili ve hayat içerisinde çok değerli olabilmektedir. Bu etkiler sayesinde kilo verme düşüncesini olumlu yönde etkileyen akasya tozu özel olmaktadır. Satın alınma olaylarında internet sitelerinden takibi yapılan akasya tozu için instagram çok büyük bir yardımcı olabilmektedir. Kolay ve etkili zayıflama Bilimsel açıdan çok dikkat çeken akasya tozu nedir gerçekten de harikalar yaratmış durumda birçok kişi için ilerici noktalara ulaşabilmiştir! Bu etkileri ve kilo verdirici özelliği sayesinde akasya tozu hayatınızda önemli görülüyor. Başarılı diğer ürünlere nazaran etkili görülecek olan akasya tozu için bilimse ifadeler uzmanlar tarafından yapılmaktadır! Kolay bir biçimde satın alınma olayına gelen akasya tozu ile ilgili belirli ifadeleri web siteleri üzerinden takip etmek gerçekten kolaylık sağlıyor. Son zamanların en önemli ve süreklilik arz eden noktaları da karşınızda olabilecek diğer ürünleri çok öteye ulaştıracak olan akasya tozu başarılı bir üründür! Bu ürünle ilgili yorumların yapıcı şekilde karşılıkları olabilir. Gerçekten de gerekli olabileceği ortada olan akasya tozu için bilimsel ifadeler dışında kullanıcı yorumları da tozun ne şekilde kullanılacağı hakkında ayrıntılı bilgiler vermektedir. Bu etkiler sayesinde akasya tozu insanları kesin olarak etkilemekte ve sizler bu şekilde mutlu olmaktasınız! Kadınlar için akasya tozu Kilo sorunuyla alakalı olarak bilgilendirici ifadeleri web üzerinden takip edebilmek için akasya tozu gerçekten de harikalar yaratmakta ve sizin için akasya tozu kullanım olayını başarılı seviyelere ulaştırmıştır! Belli bir noktada ve başarılı adımlar sayesinde kadınlar ve erkekler için gerçek kullanımı ön plana çıkardığı için akasya tozu belli bir noktada sizleri beklemektedir. Artık satın alan kişiler için özel yorumlarında yapıldığı bilinmektedir. Bu yorumlar özel olarak kullanıcı sayısında özel görülüyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazı içerisinde **“Akasya Tozu”** adlı gıda takviyesine ve özelliklerine ilişkin övgü içeren ifadelere yer verilmesi suretiyle anılan ürünün satın alınmasının teşvik edilerek örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle, anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 6/1, 6/3, 6/4; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Dibay Basın Yayın Gazetecilik Matbaacılık San. Tic. A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**9)**

**Dosya No: 2017/72**

**Şikayet Edilen: Vakıfbank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vakifkart.com.tr](http://www.vakifkart.com.tr) adresli internet sitesinde yayımlanan *“Gittigidiyor.com’da 50TL Worldpuan”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.vakifkart.com.tr/kampanyalar/241-gittigidiyorcomda-50TL-worldpuan](http://www.vakifkart.com.tr/kampanyalar/241-gittigidiyorcomda-50TL-worldpuan) adresli internet sitesinde; *“Gittigidiyor.com’da 50TL Worldpuan”* başlıklı reklamlarda; *“1-15 Kasım 2016 tarihleri arasında gittigidiyor.com’dan tek seferde yapacağınız 500TL ve üzeri alışverişlerinize 25TL, 1000TL üzeri alışverişlerinize 50TL, 2000TL üzerine alışverişlerinize ise 1000TL worldpuan hediye edilecektir. Kazanılan worldpuanlar 21 Aralık 2016 tarihine kadar bireysel ve kullanıma açık kredi kartına yüklenecektir. Worldpuanların son kullanma tarihi 2 Ocak 2017'dir. Kullanılmayan worldpuanlar 3 Ocak 2017 itibari ile geri alınacaktır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vakifkart.com.tr/kampanyalar/241-gitti gidiyorcomda- 50TL- worldpuan](http://www.vakifkart.com.tr/kampanyalar/241-gitti%20gidiyorcomda-%2050TL-%20worldpuan) adresli internet sitesinde *“Gittigidiyor.com'da 50TL Worldpuan”* başlıklı reklamlarda; *“1-15 Kasım 2016 tarihleri arasında gittigidiyor.com'dan tek seferde yapacağnınz 500TL ve üzeri alışverişinize 25TL, 1000TLve üzeri alışverişinize 50TL, 2.000TL ve üzeri alışverişinize ise 100TL worldpuan hediye edilecektir. Kazanılan worldpuanlar 21 Aralık 2016 tarihine kadar bireysel ve kullanıma açık kredi kartına yüklenecektir. Worldpuanların son kullanma tarihi 2 Ocak 2017'dir. Kullanılmayan worldpuanlar 3 Ocak 2017 itibari ile geri alınacaktır.”* ifadelerine yer verildiği ancak uygulamada söz konusu worldpuanların 21 Kasım tarihine kadar yüklendiği ve 3 Aralık 2016 tarihi itibariyle silindiği, böylece tüketicilerin eksik/yanlış bilgilendirildiği, dolayısıyla tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2016/3434**

**Şikayet Edilen: Türkiye İş Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.isbank.com.tr](http://www.isbank.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“İşCep UBER Fırsat Kampanyası”*** başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2016-15.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.isbank.com.tr](http://www.isbank.com.tr) adresli internet sitesinin 24.11.2016 tarihli görünümünde yer alan *“İşCep UBER Fırsat Kampanyası”* başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; *“İşCep’ten size özel fırsat: Uber ile ilk defa yapacağınız yolculuğunuzda 40 TL indirim! ​İşCep’te 1 Temmuz – 15 Ağustos 2016 tarihleri arasında geçerli olan fırsat kampanyası ile Uber’e kaydolan yeni kullanıcıların Maximum Kart veya Maximiles ile yapacakları ilk yolculuklarında anında 40 TL indirim fırsatı sunuluyor.(…)”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.isbank.com.tr](http://www.isbank.com.tr) adresli internet sitesinin 24.11.2016 tarihli görünümünde yer alan *“İşCep UBER Fırsat Kampanyası”* başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; *“İşCep’ten size özel fırsat: Uber ile ilk defa yapacağınız yolculuğunuzda 40 TL indirim! ​İşCep’te 1 Temmuz – 15 Ağustos 2016 tarihleri arasında geçerli olan fırsat kampanyası ile Uber’e kaydolan yeni kullanıcıların Maximum Kart veya Maximiles ile yapacakları ilk yolculuklarında anında 40 TL indirim fırsatı sunuluyor.(…)”* ifadelerinin yer aldığı, T. İş Bankası A.Ş.’nin reklamların doğru ve dürüst olmasının yanı sıra kampanya koşullarının yerine getirilmesi halinde ana vaadin ifa edilmesi hususunda da “reklam veren” ve “mecra kuruluşu” olarak Reklam Mevzuatı kapsamında yükümlü olduğu, bu anlamda inceleme konusu reklamlarda tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve mevzuata aykırı bir durumun bulunmadığı, diğer taraftan, T. İş Bankası A.Ş.’nin, usulüne uygun kurulmuş ve tescil edilmiş bir ticari şirketin faaliyetini sürdürdüğü esnada, vergi ve taşıma gibi farklı birçok mevzuattan kaynaklanan yasal yükümlülüklerinin hepsini yerine getirip getirmediği hakkında yeterli ve gerekli bilgiye sahip olmasının beklenmesinin de bir şirketin diğer şirket hakkındaki bütün ticari bilgilere sahip olmasının mümkün olmaması nedeniyle makul olmadığı, bu kapsamda T. İş Bankası A.Ş.’nin kampanya ortağını seçerken ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde özen yükümlülüğünü yerine getirmediğinden bahsedilemeyeceği, açıklanan gerekçeler ile inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**11)**

**Dosya No: 2016/2828**

**Şikayet Edilen: Farmasi Enternasyonal Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com), [www.gazetevatan.com](http://www.gazetevatan.com), [www.facebook.com/farmasimarketi](http://www.facebook.com/farmasimarketi), [www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc\_ref=SEARCH%fref=nf](http://www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc_ref=SEARCH%25fref=nf) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2016, 21.10.2016, 11.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gazetevatan.com](http://www.gazetevatan.com) adresli internet sitesinde 02.10.2016 tarihinde yayımlanan tanıtımlarda; *“Avon, Amway, Oriflame gibi doğrudan pazarlama devlerine kafa tutan Farmasi, 6’ncı yılında Türkiye doğrudan satış pazarında 150 milyon liralık ciroya ulaştı. 500 bin kişilik dev satış ordusu ile Farmasi 2017’de herkesi geçip lider olmanın hesaplarını yapıyor. İstanbul Ömerli’de 60 bin metrekarelik alanda kozmetik, cilt bakım, temizlik ve sağlık ürünleri imal ederek 123 ülkeye ihracat yapmayı başaran Farmasi, 2010 yılında girdiği doğrudan satış kanalı ile rakiplerinin korkulu rüyası olmuşa benziyor. Farmasi Genel Müdür Yardımcısı Devrim Hamaratlar 2010 yılından bu yana içinde oldukları doğrudan satış kanalındaki yılsonu finansal sonuçlarını tahtaya yazdığında ne yalan söyleyeyim ilk başta ‘Sallıyor ya da hata yapıyor, yanlış hatırlıyor’ dedim kendi kendime. 15 Temmuz darbe girişimi pek çok sektörde durgunluğa yol açarken, Farmasi’nin yüzde 100 yerli sermayeli bir şirket olması ilginç bir sonuç ortaya çıkarmış. Devrim Hamaratlar durumu “Rakiplerimizin yabancı olması ve darbe girişimi sonrası, bu işin arkasında bazı güçlerin olduğuna dair oluşan kanı bize fayda sağladı. Rakiplerimizin ürünlerini satan danışmanlardan pek çoğu bize geçiş yapmak için müracat etti. Niye diye sorduğumuzda ‘Kocam ‘bırak şu Amerikan firmasının ürününü satmayı, satacaksan Türk firmanın ürününü sat’ diyor” diye yanıtlar aldık. Helal belgemiz de var. Bu tarihten sonra ekstra rüzgarı arkamıza aldık” sözleri ile özetledi.”* şeklinde, [www.facebook.com/farmasimarketi](http://www.facebook.com/farmasimarketi), [www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc\_ref=SEARCH%fref=nf](http://www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc_ref=SEARCH%25fref=nf) adresli internet sitelerinde *“Farması Hayvanlar Uzerınde Test Yapmaz… Dünyada her yıl milyarlarca hayvan, deneylerde kesilip biçiliyor, ısıtılıyor, donduruluyor, zehirleniyor, aç bırakılıyor, parçalanıyor, depresyona sokuluyor, ruh hastası yapılıyor... Bağımlılık yapan ilaçlara, kostik kimyasallara, iyonlaştırıcı radyasyona, kimyasal ve biyolojik silahlara, elektrik şokuna, açlık ve susuzluğa, psikolojik işkenceye maruz kalan hayvanlar acı ve işkence içinde katlediliyorlar. Nivea, Avon, Oriflame, Yvesh Rocher, Mac, L'oreal gibi markalar yıllarca hayvanlar üzerinde deney yapmadıklarını söyledi, oysa hepsi Çin pazarına girmek için hayvan üzerinde deneyleri yapıyor. Hayvanlara yapılan bu zulme artık seyirci kalmayalım. Bu yüzden deney yapmayan markaları ve de el yapımı ürünleri tercih edin. Deney yapılmış bütün ürünler kimyasaldır sağlığınıza zararlıdır. Sağlığınız için deneysiz ve kansız ürünleri tercih edin.”* şeklinde, [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Kepekli Saçlar için Şampuan”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Dr C Tuna Kepek Önleyici Şampuan, kepeğe karşı etkin çözüm sunuyor! Climbazole ve Isırgan Otu ile zenginleştirilen formül, saç ve saç derisini derinlemesine temizlerken, aynı zamanda saç derisinin bakımını üstlenir. Kaşıntı ve dökülmeleri kontrol altına almaya ve düzenle kullanımda gözle görülür kepeği önlemeye yardımcı olur.”* şeklinde, ***“Yüz Beyazlatıcı Krem”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Lekeli ciltler için geliştirilmiş yüz kremi, içerisindeki özel aktifler sayesinde cilde gözle görülür düzeyde beyazlık kazandırır. Cildi güneşin zararlı etkilerine karşı koruyarak buna bağlı leke oluşumunu minimize eder. Multivitamin kompleksi cildinizin temel ihtiyaçlarını karşılayarak ışıltılı bir görünüm kazandırır. Uzun süreli ve düzenli kullanımda leke görünümünü azaltmaya yardımcıdır.”* şeklinde, ***“Phytokeratine Keratinli Saç Bakım Kremi”*** isimli ürüne ilişkin olarak*“Saçı derinlemesine nemlendirirken, saç yüzeyini onarır, pürüzsüzleştirir ve sağlıklı parlak bir görünüme kavuşturur.”* şeklinde, ***“İki Kat Etkili Biberli Masaj Jeli”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Baharatlı içeriği sayesinde kan dolaşımını stimüle eder. Fenoloik asit sayesinde antiseptik etkiye sahiptir.”* şeklinde, ***“Isıtıcı Masaj Jeli”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Sırt bacak ağrıları, Uykusuzluk, hareketsizlik, Adele çekmesi, burkulmalar. Ani hareketler veya burkulmalar sonucunda kaslardaki katılık ve sertlik hissinin azaltılmasına katkıda bulunur.”* şeklinde, ***“Eurofresh Big Kids 7 Yaş Üzeri Kalsiyumlu Diş Macunu”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Big Kids Diş Macunu zengin mineral içeriği ile remineralizasyon sürecini desteklemek için özel olarak formüle edilmiştir. Remineralizasyon, diş minesini güçlendiren en önemli yollardan biridir.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gazetevatan.com](http://www.gazetevatan.com) adresli internet sitesinde 02.10.2016 tarihinde yayımlanan tanıtımlarda *“Avon, Amway, Oriflame gibi doğrudan pazarlama devlerine kafa tutan Farmasi, 6’ncı yılında Türkiye doğrudan satış pazarında 150 milyon liralık ciroya ulaştı. 500 bin kişilik dev satış ordusu ile Farmasi 2017’de herkesi geçip lider olmanın hesaplarını yapıyor. İstanbul Ömerli’de 60 bin metrekarelik alanda kozmetik, cilt bakım, temizlik ve sağlık ürünleri imal ederek 123 ülkeye ihracat yapmayı başaran Farmasi, 2010 yılında girdiği doğrudan satış kanalı ile rakiplerinin korkulu rüyası olmuşa benziyor. Farmasi Genel Müdür Yardımcısı Devrim Hamaratlar 2010 yılından bu yana içinde oldukları doğrudan satış kanalındaki yıl sonu finansal sonuçlarını tahtaya yazdığında ne yalan söyleyeyim ilk başta ‘Sallıyor ya da hata yapıyor, yanlış hatırlıyor’ dedim kendi kendime.”* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen firma tarafından tanıtımların yayımlandığı tarihte doğrudan satış için gerekli yetki belgesi olmadan satış yapıldığı,

Diğer taraftan [www.gazetevatan.com](http://www.gazetevatan.com) adresli internet sitesinde; *“15 Temmuz darbe girişimi pek çok sektörde durgunluğa yol açarken, Farmasi’nin yüzde 100 yerli sermayeli bir şirket olması ilginç bir sonuç ortaya çıkarmış. Devrim Hamaratlar durumu “Rakiplerimizin yabancı olması ve darbe girişimi sonrası, bu işin arkasında bazı güçlerin olduğuna dair oluşan kanı bize fayda sağladı. Rakiplerimizin ürünlerini satan danışmanlardan pek çoğu bize geçiş yapmak için müracat etti. Niye diye sorduğumuzda ‘Kocam ‘bırak şu Amerikan firmasının ürününü satmayı, satacaksan Türk firmanın ürününü sat’ diyor” diye yanıtlar aldık. Helal belgemiz de var. Bu tarihten sonra ekstra rüzgarı arkamıza aldık” sözleri ile ö zetledi.”* şeklinde ifadelere ve [www.facebook.com/farmasimarketi](http://www.facebook.com/farmasimarketi), [www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc\_ref=SEARCH%fref=nf](http://www.facebook.com/Farmasi-Kozmetik-Türkiye-180839788991326/?hc_ref=SEARCH%25fref=nf) adresli internet sitelerinde *“Farmasi Hayvanlar Uzerınde Test Yapmaz… Dünyada her yıl milyarlarca hayvan, deneylerde kesilip biçiliyor, ısıtılıyor, donduruluyor, zehirleniyor, aç bırakılıyor, parçalanıyor, depresyona sokuluyor, ruh hastası yapılıyor... Bağımlılık yapan ilaçlara, kostik kimyasallara, iyonlaştırıcı radyasyona, kimyasal ve biyolojik silahlara, elektrik şokuna, açlık ve susuzluğa, psikolojik işkenceye maruz kalan hayvanlar acı ve işkence içinde katlediliyorlar. Nivea, Avon, Oriflame, Yvesh Rocher, Mac, L'oreal gibi markalar yıllarca hayvanlar üzerinde deney yapmadıklarını söyledi, oysa hepsi Çin pazarına girmek için hayvan üzerinde deneyleri yapıyor. Hayvanlara yapılan bu zulme artık seyirci kalmayalım. Bu yüzden deney yapmayan markaları ve de el yapımı ürünleri tercih edin. Deney yapılmış bütün ürünler kimyasaldır sağlığınıza zararlıdır. Sağlığınız için deneysiz ve kansız ürünleri tercih edin.”* şeklinde ifadelere yer verilerek benzer hizmeti sunan firmaların kötülendiği, dolayısıyla benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açıldığı,

Bununla birlikte, [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Kepekli Saçlar için Şampuan”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Dr C Tuna Kepek Önleyici Şampuan, kepeğe karşı etkin çözüm sunuyor! Climbazole ve Isırgan Otu ile zenginleştirilen formül, saç ve saç derisini derinlemesine temizlerken, aynı zamanda saç derisinin bakımını üstlenir. Kaşıntı ve dökülmeleri kontrol altına almaya ve düzenle kullanımda gözle görülür kepeği önlemeye yardımcı olur.”* şeklinde, ***“Yüz Beyazlatıcı Krem”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Lekeli ciltler için geliştirilmiş yüz kremi, içerisindeki özel aktifler sayesinde cilde gözle görülür düzeyde beyazlık kazandırır. Cildi güneşin zararlı etkilerine karşı koruyarak buna bağlı leke oluşumunu minimize eder. Multivitamin kompleksi cildinizin temel ihtiyaçlarını karşılayarak ışıltılı bir görünüm kazandırır. Uzun süreli ve düzenli kullanımda leke görünümünü azaltmaya yardımcıdır.”* şeklinde, ***“Phytokeratine Keratinli Saç Bakım Kremi”*** isimli ürüne ilişkin olarak*“Saçı derinlemesine nemlendirirken, saç yüzeyini onarır, pürüzsüzleştirir ve sağlıklı parlak bir görünüme kavuşturur.”* şeklindedoğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gereken ispata muhtaç ifadelerin kullanıldığı; ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı;

Anılan internet sitesinde, ***“İki Kat Etkili Biberli Masaj Jeli”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Baharatlı içeriği sayesinde kan dolaşımını stimüle eder. Fenoloik asit sayesinde antiseptik etkiye sahiptir.”* şeklinde, ***“Isıtıcı Masaj Jeli”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Sırt bacak ağrıları, Uykusuzluk, hareketsizlik, Adele çekmesi, burkulmalar. Ani hareketler veya burkulmalar sonucunda kaslardaki katılık ve sertlik hissinin azaltılmasına katkıda bulunur.”* şeklinde, ***“Eurofresh Big Kids 7 Yaş Üzeri Kalsiyumlu Diş Macunu”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Big Kids Diş Macunu zengin mineral içeriği ile remineralizasyon sürecini desteklemek için özel olarak formüle edilmiştir. Remineralizasyon, diş minesini güçlendiren en önemli yollardan biridir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmeler Yönetmeliğinin 19 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2017/587**

**Şikayet Edilen: Kaplan Group San. ve Tic. Ltd. Şti. (Emrah KAPLAN)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2016 ve 05.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eczanemizde.com.tr](http://www.eczanemizde.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Haccer Günlük Bakım Kremi”***isimli ürüne ilişkin olarak, *“Haccer Krem İçeriği: At Kuyruğu otu özütü  Bitki, içerdiği bol miktarda silisik asitsayesinde, cilde yeni bir esneklik kazandırır. İrin toplayansivilcelerin tedavisinde kullanılabilecek en etkili dezenfekte ilacıdır. Diüretik etki yanında saç dökülmeleri ve çabuk kırılan tırnaklarda iyileştirici etki göstermektedir. Dahilen, romatizma ve statik ödemlerin boşaltılması, idrar yolları ve idrar torbasının yıkanmasında kullanılır, ayrıca tıbbi çayların ve bitkisel ilaçların bileşiminde yer alır.”* ifadelerine, ***“Humic Kepek Şampuanı”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Antifungal özelliği ve içeriğindeki humic acid'in antimikrobiyal, antiviral etkisi ile kepeği 2-3 yıkamada sonlandırır ve yeniden oluşumunu önler.”* ifadelerine ve ***“Humic Akne Kremi”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“O/W/O EMÜLSİYON sistemi sayesinde, yüksek emilim hızıyla cilt altında etkinlik gösterirken, çok kısa sürede akne tedavisini sağlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ***“Haccer Günlük Bakım Kremi”***isimli ürüne ilişkin olarak *“Haccer Krem İçeriği: At Kuyruğu otu özütü  Bitki, içerdiği bol miktarda silisik asitsayesinde, cilde yeni bir esneklik kazandırır. İrin toplayansivilcelerin tedavisinde kullanılabilecek en etkili dezenfekte ilacıdır. Diüretik etki yanında saç dökülmeleri ve çabuk kırılan tırnaklarda iyileştirici etki göstermektedir. Dahilen, romatizma ve statik ödemlerin boşaltılması, idrar yolları ve idrar torbasının yıkanmasında kullanılır, ayrıca tıbbi çayların ve bitkisel ilaçların bileşiminde yer alır.”* ifadelerine, ***“Humic Kepek Şampuanı”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“Antifungal özelliği ve içeriğindeki humic acid'in antimikrobiyal, antiviral etkisi ile kepeği 2-3 yıkamada sonlandırır ve yeniden oluşumunu önler.”* ifadelerine ve ***“Humic Akne Kremi”*** isimli ürüne ilişkin olarak *“O/W/O EMÜLSİYON sistemi sayesinde, yüksek emilim hızıyla cilt altında etkinlik gösterirken, çok kısa sürede akne tedavisini sağlar.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bunlara ek olarak, [www.eczanemizde.com.tr](http://www.eczanemizde.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kaplan Group San. ve Tic. Ltd. Şti. (Emrah KAPLAN)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2016/542**

**Şikayet Edilen: Yeşilanne Ekolojik Temizlik ve Kozmetik Ürünler İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Instagram hesabı ile [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) ve <http://yesilanneyim.blogspot.com.tr> adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif kozmetik ve temizlik ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2016 ve Ağustos 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mart 2016 ve Ağustos 2016 döneminde [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) ve <http://yesilanneyim.blogspot.com.tr> adresli internet sitelerinde yer alan **“Deterjanlardaki Enzimler Dost mu Düşman mı?”** başlıklı kısımda *“Sevgili Yeşil Anneler, Babalar... Son zamanlarda tüm çamaşır deterjanları reklamlarda bir enzim teknolojisi modası görüyorsunuzdur (…) Deterjandaki aktif maddeler (kostik maddeler) yağı çıkardığı için yağ enzimleri ekstra maliyet yaratması sebebi ile şu günlerde pek kullanılmamaktadır. Toz deterjan enzimleri katı halde sıvı deterjan enzimleri sıvı haldedir. Asıl Önemli Soru? "Bu enzimler durulama bittiğinde suyla beraber gidiyorlar mı? "Yoksa çamaşırlarda, bulaşıklarda, bardaklarda kalıp bizim midemizdeki, derimizdeki, vücudumuzdaki proteinleri mi parçalamaya başlıyorlar? Tabii ki ikinci ihtimal çok daha yüksek. Bu yüzden derinizde kaşıntı yapıyorlar. Aslında kaşıntı bir nevi ağrıdır ve deriniz yanlış giden bir şey olduğunu böylece size haber veriyor. Bu yüzden midemizde ağrı, asit fazlalığı, reflü oluşuyor. Enzim, Kostik, Amonyak, Sülfür, Klor ve Fosfat gibi kimyasallar size, ailenize, sevdiklerinize, dünyamıza, denizlerimize, balıklarımıza zarar veriyor. Sağlığımız ve dünyamız için doğal, organik ürünler kullanmak en iyi seçenek…”* ifadelerine, **“Eviniz Çocuklarınızın Sağlıklı Olması için Yeterince Temiz mi?”** başlıklı kısımda *“Sevgili Yeşil Anneler, Babalar... Neden temizlik yaparız? Kirlerden, tozlardan, mikroplardan kurtulmak, dolayısı ile de hasta olmamak için değil mi? Hiç kirli kalmıyoruz, sürekli yerleri siliyoruz, toz alıyoruz, bulaşık ve çamaşır yıkıyoruz, ellerimizi yıkıyoruz ama yine de hasta oluyoruz. Temizsek neden hastayız? Acaba aslında temiz değil miyiz? İşte kışın aylarında ve camları kapayıp, daha fazla evimizde oturduğumuz bu günlerde, bu soru büyük önem kazanıyor. Evimiz gerçekten temiz mi değil mi? Eğer kimyasal deterjanlar kullanıyorsanız, elinizi kimyasal ve hatta antibakteriyel sabun ile yıkıyorsanız, vücudunuzu sürekli kirletiyor, zararlı kimyasalları vücudunuzda depoluyorsunuz demektir! Hepimiz temizliği hasta olmak için değil hastalıktan korunmak için yapmıyor muyuz? Ancak deterjanlarda kullanılan kimyasallar vücudumuzda birikiyor ve bize zarar veriyor. Evimizin havasını kirletiyor. Özellikle deterjanlarda ve sıvı sabunlarda kullanılan kimyasalların neden olduğu kanser, kalp-damar rahatsızlıkları, temizliğin kirli yüzünü bize bir kez daha hatırlatıyor (…) Anneler, lütfen sizleri temizlik hastası yapan kirli deterjanların reklamlarına kanmayın, inanmayın. Anneannelerimiz su ve sabun ile temizlik yaptılar, pisler miydi? Atalarımız temiz değil miydi? Bembeyaz, mikropsuz temizlik, mis gibi kokular yalanlarına kanmayın!! Ailenizi, çocuklarınızı düşünün. Onlara ne kadar çok zarar verdiğinizi farkedin. Deterjanların baş hammaddesi fosfat. Kanserojen bir madde, hem ailemize zarar veriyor hem dünyamıza, denizlerimize, içme sularımıza! Bu nedenle birçok Avrupa ülkesinde ve ABD’de kimyasal yerine doğal deterjanlar üretiliyor ve bu ülkelerde fosfat kullanılması yasaklanmış bulunuyor. Oysa Türkiye’de üretilen deterjanlarda ki fosfat oranı gereken miktarın da çok üzerinde seyrediyor. Bunun sebebini de açıklarken diyorlar ki: “Türk kadınının önceliği; lekesiz temizlik ve beyazlık, bu da ancak fosfat ile olur!". Ucuz, zararlı kimyasallarla, fosfatla, klorla, asitle yapılan deterjanlar, reklamlarda çocuklar kullanılarak, çocuklar alet edilerek tonlarca satılıyor. Tabii asıl amaç çok kar elde etmek, çünkü doğal temizleyicilerin maliyeti çok yüksek! (…) Deterjanın geçmişi 100 yıl yoktur. Yani anneannelerimiz zamanında deterjan yoktu. Peki pisler miydi? Eskiden ne hastalık türü bu kadar çoktu, ne de kanser denilen illet vardı. Sabun su ile birlikte kullanılırdı. Evet şimdi evimizde olan yüksek teknolojili bulaşık ve çamaşır makinalarında sabun kullanmak ve iyi sonuç almak mümkün değil! Ama ailenizin, çocuklarınızın sağlığı için doğal deterjanlar kullanabilirsiniz. Eviniz gerçek temizliğe ulaşır, ne ailenize ne de dünyaya zarar vermez. Fosfat ise hem bizi hem çevreyi öldürüyor! Lütfen bugün evinizdeki tüm kimyasal ürünleri çöpe atın. Yeni bir başlangıç yapın. Temiz ve sağlıklı evinizde, aileniz ile mutlu bir yaşam sizlerin olsun”* ifadelerine ve firmanıza ait ***“yesilanne”*** adlı Instagram hesabı üzerinden yayınlanan tanıtımlarda; *“Organik Fırın Temizliği Nasıl Yapılmalı? Günlük yaşamda kullandığımız ürünler 55 bin’in üzerinde kimyasal çeşidi içeriyor ve her yıl bunlara binin üzerinde yenisi ekleniyor. Birçoğu ise yeterince test edilmeden ve belirli bir mevzuata tabi olmadan piyasaya sürülüyor. Bu ürünlerin büyük kısmı doğrudan kanalizasyona akıp sonunda da su sistemlerimize karışıyor. Sözünü ettiğimiz kimyasallar, sonunda vücudumuzda depolanıyor ve zehirli olma düzeyine ulaştığında çeşitli hastalıklara yol açıyor. Kronik yorgunluk sendromu, alerjiler, karaciğer sorunları, lenf kanseri gibi (…) Özellikle fırın temizleyiciler, yüksek oranda asit ve amonyak içeriyor. Sprey olanları ise daha kolay nüfuz etmesi için küçük parçacıklar halinde, sizin ciğerlerinize daha kolayca işliyor böylece.. Ne kadar temizleseniz de fırında kalıyor ve yiyeceklerinize nufuz ediyor. Evet, yağ çözmek için mutlaka asit gerekiyor ama bunun kimyasal olması gerekmiyor. Doğal yöntemlerle, limon ve karbonatla da temizleyebilirsiniz. Mom's Green Bitkisel Yağ Çözücü 'de portakal yağı kullanıyoruz. Hem mis gibi bir portakal kokusu hem de pırıl pırıl temizlik sağlıyor. Doğal bir madde, kimyasal bir alkol, fenol veya amonyak gibi buharlaşarak içinize dolmaz. Mesela bir gül kokladığınızda burnunuz da bu kokuyu alırsınız, ama fırın temizleyici ya da çamaşır suyu kokladığınız da bu genzinize ve ciğerlerinize direk gidiyor (…) Toz sabunlar çamaşır makinenizi bozabilir! Marketlerde makineler için uygun hale getirildiği iddia edilen toz sabun matik deterjanlar satılmakta. İçeriğine baktığınızda %30’u sabun ve gerisi optik beyazlatıcı, sentetik parfüm köpük kesici ve dolgu maddelerinden oluşmaktadır. İçindeki maddeler ve sabun 30 dereceden sıcak sularda bile zor çözülerek sıvı hale geçmektedir. Toz deterjanın çözülemeyen kısmı hem çamaşırların üzerinde iz bırakır ve hem de makinenizin çalışan parçalarında birikerek makinenizi tıkamaya başlar. Özellikle çamaşır makinesinin pis sularını atan çamaşır makinesi pompası tıkanır, tamburu dönmez hale gelebilir ve makineniz bozulabilir. Üstelik sabunla beraber kirler makinenizde birikir. Siz çamaşırlarınızı temizlediğinizi zannederken kirler tekrardan çamaşırlarınıza geri bulaior. Optik beyazlatıcılar bu kusurları görmenizi engeller. Ancak çamaşırınız kuruduğunda bu lekelerin farkına varabilirsiniz. Kendinizin ve makinenizin sağlığı için en iyisi Moms Green Babys Green Organik Sıvı Çamaşır Deterjanları tercih edin (…) Ailemizin ve kendimizin sağlığı için tüm kimyasal deterjanları evimizden uzaklaştıralım! Evinizin gerçek temizliğe ulaşması için Mom’s Green Bitkisel Temizlik Ürünlerimizi kullanabilirsiniz”,* **“Mom’s Green Ecologic Bitkisel Temizleyiciler”** başlıklı kısımda yer verilen; *“Anne Sevgisi Kadar Doğal" Mom's Green Organik Deterjanlarımız, ailenize zarar vermeyen bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Parfüm, Boya, SLS, Paraben, Fosfat, Klor, Amonyak gibi zararlı kimyasallar içermez. Mom's Green, yüksek performanslı formülü ile tüm evinizi gerçek temizliğe kavuşturur. Ürünlerimiz, Eco Garantie ve The Vegan Society Organik Sertifikalarına sahiptir” (…) “Tüm ailenize ve doğaya zarar vermeyen organik sertifikalı içeriklerle üretilmiştir. %100 bitkisel aktifler içeren yüksek performanslı formülü sayesinde tüm ailenizin çamaşırlarındaki inatçı kir ve lekeleri soldurmadan çıkartır. Ürün özellikleri: Optik ağartıcı içermez. Su bazlı formülü sayesinde düşük dereceli sularda bile kolayca çözünür, kolayca durulanır. Zararlı kimyasal kalıntı bırakmaz. Çamaşırlarınızın sertleşmesini engeller, doğal bir yumuşaklık sağlar”* ifadelerine, **“Organik Çamaşır Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan**“Mom’s Green Ecologic Bitkisel Çamaşır Suyu, Organik Çiçek Özlü Bitkisel Çamaşır Temizleyici, Organik Çiçek Özlü Bitkisel Çamaşır Yumuşatıcı, Organik Çiçek Özlü Bitkisel Sıvı Sabun, Organik Lavantalı Çamaşır Temizleyici, Organik Lavantalı Bitkisel Çamaşır Yumuşatıcı, Bitkisel Çamaşır Suyu / Leke Çıkarıcı”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Organik sertifikalı aktifler içeren özel formülü ile, tüm aileniz için banyo ce lavaboda güvenle kullanabileceğiniz bitkisel el sabunudur. Tüm aileye ve doğaya zarar vermeyen %100 bitkisel aktiflerle üretilmiştir. Kolay durulanır. Zararlı kimyasal kalıntı bırakmaz. Ellerinizi kurutmaz, bakımlı ve yumuşacık olmasını sağlayarak hoş bir koku bırakır. The Vegan Society Sertifikalarına sahiptir. Alkol içermez. Formaldehit ve fosfat içermez. Hindistan cevizi, buğday ve patatesten elde edilen ham maddeler içermektedir. İçeriğindeki aktifler Ecocert tarafından onaylanmıştır.”* ifadelerine, **Organik Bebek Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan**“Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Temizleyici, Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Yumuşatıcı, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici, Organik Aloe Veralı Bebek Saç ve Vücut Şampuanı – Göz Yakmayan, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Pişik Kremi, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici,”** isimli ürünlerin tanıtımında yer verilen, “*Bebeğinizin hassas cildine zarar vermeyen organik sertifikalı bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Eco Garantie ve The Vegan Society Organik Sertifikalarına sahiptir. KOKUSUZDUR. Doğal hammaddeler içeren yüksek performanslı formülü, bebeğinizin çamaşırlarında oluşabilecek mama, süt, meyve gibi inatçı kir ve lekeleri soldurmadan çıkartır. Su bazlı saf formülü ile düşük dereceli yıkamalarda bile kolayca çözünür, kolayca durulanır. Bebeğinizin sağlığına zararlı olabilecek SLES, Paraben, Silikon, Parfüm, Boya gibi kimyasallar içermez, kolay durulanır. Çamaşırlarınızın sertleşmesini engeller, doğal bir yumuşaklık sağlar (…) İçeriğindeki organik aloe vera, mersin suyu ve portakal yağı ile bebeğinizin saçını ve cildini tahriş etmeden temizler. Saçlarını nemlendirerek, yumuşacık olmasını sağlar. Bebeğinizin saçında konak oluşumunu engellemeye yardımcı olur. Bebeğinizin hassas cildine uygun pH’a sahiptir.”* ifadelerine, **“Organik Bulaşık Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan **“Organik Portakallı Mutfak Temizleyici Sprey/Yağ Çözücü, Organik Lavantalı Sıvı Sabun, Organik Kokusuz Temizlik Jeli,”** isimli tanıtımlarda yer verilen; *“Sıradan yağ çözücüler gibi, zararlı kimyasal kokusu ile nefesinizi tıkamaz. Tüm ailenize ve doğaya zarar vermeyen bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Temizlenen yüzeylerde zararlı kimyasal kalıntı bırakmaz. Ana ham maddesi portakal özünden elde edilen doğal yağdır. Ana ham maddesi portakal yağıdır. Alkol içermez. Formaldehit ve fosfat içermez. Hindistan cevizi, palmiye, buğday ve patatesten elde edilen ham maddeler içermektedir”* ifadelerine, [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) adresli internet sitesinde **“Mom's Green Organik Cilt Bakımı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Organik aloe vera ve mersin suyunun antioksidan etkisi ile saçınızı besler, serbest radikallerden korumaya yardımcı olur”* ifadelerine ve **“Organik Cilt Bakımı”** başlıklı kısımda yer alan **“Organik Aloe Veralı Saç Kremi, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Şampuan”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Saçınıza ve cildinize zarar vermeyen organik sertifikalı bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Bitki ekstraktı yerine saç köküne direkt etki yapan organik bitki hidrosolleri içeren özel formüle sahiptir. Saçınızı temizlerken aynı zamanda saç derinizi nemlendirir, ferahlatır ve tazeler (...) ICEA ve The Vegan Society organik sertifikalarına sahiptir. Sağlığına zararlı olabilecek SLES, Paraben, Silikon, Parfüm, Boya gibi kimyasallar içermez, kolay durulanır”* ifadelerine, **“Organik Aloe Veralı Nemlendirici Duş Jeli, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Yüz Temizleme Köpüğü, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Yüz Bakım Seti, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Vücut Kremi, Organik Aloe Veralı Nemlendirici 2’li Vücut Bakım Seti”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Hassas Cildinize zarar vermeyen organik sertifikalı bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Organik Aloe Vera içeren nemlendirici köpüğü ile cildinizi nazik bir şekilde temizler, arındırır, canlandırır. Hoş kokusu ile rahatlamanızı sağlar. Organik mersin suyunun antiseptik özelliği sayesinde terleme problemini doğal yollarla çözmeye yardımcı olur. Hassas ve alerjik bünyeli cilt tipleri için kullanıma uygundur. ICEA ve The Vegan Society organik sertifikalarına sahiptir. Sağlığına zararlı olabilecek SLES, Paraben, Silikon, Sentetik Parfüm, Boya gibi kimyasallar içermez, kolay durulanır.”* ifadelerine, **“Organik Yüzey Temizleyiciler”** başlıklı kısımda yer alan**“Organik Lavantalı Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici, Organik Portakallı Banyo WC Temizleyici / Kireç Sökücü, Bitkisel Bulaşık Makinesi Jel Temizleyici, Organik Portakallı Bulaşık Temizleyici”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Tüm ailenize ve doğaya zarar vermeyen içeriklerle üretilmiştir. Bitki özlü, doğal ham maddeler içeren özel formülü ile tüm silinebilir ve ahşap yüzeyleri çizmeden temizler, parlaklık sağlar. İçeriğindeki organik lavanta ile temizlenen yüzeyleri mis gibi kokutur. Sizi rahatlatır. Eco Garantie ve Vegan Sertifikalıdır. Alkol içermez. Formaldehit ve fosfat içermez. Hindistan cevizi, buğday ve patatesten elde edilen ham maddeler içermektedir. Asit içermeyen, iz ve leke bırakmayan formülü sayesinde Granit, Mermer, Fayans, Seramik, Laminant, Cam ve Tezgâh gibi tüm silinebilir yüzeylerde güvenle kullanabilirsiniz. Mobilyalarınızın tozunu alabilirsiniz. Durulama ve kurulama gerektirmez. Zararlı kimyasal kalıntı bırakmaz. Her türlü sinmiş kötü kokuyu yok ederek, içeriğindeki organik lavanta ile hoş bir koku bırakır. Nötr Ph’ sı seviyesi ile çevre ve cilt dostudur.”* ifadelerinin, **“Organik Bulaşık Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan **“Organik Portakallı Mutfak Temizleyici Sprey/Yağ Çözücü, Organik Lavantalı Sıvı Sabun, Organik Kokusuz Temizlik Jeli,”** isimli tanıtımlarda yer verilen; *“Tüm ailenize ve doğaya zarar vermeyen bitkisel içeriklerle üretilmiştir. Temizlenen yüzeylerde zararlı kimyasal kalıntı bırakmaz. Ana ham maddesi portakal özünden elde edilen doğal yağdır. Ana ham maddesi portakal yağıdır. Alkol içermez. Formaldehit ve fosfat içermez. Hindistan cevizi, palmiye, buğday ve patatesten elde edilen ham maddeler içermektedir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) ve <http://yesilanneyim.blogspot.com.tr> adresli internet sitelerinin Mart 2016 dönemindeki görünümlerinde yer alan **“Deterjanlardaki Enzimler Dost mu Düşman mı?”** başlıklı kısımda *“Sevgili Yeşil Anneler, Babalar... Bu enzimler durulama bittiğinde suyla beraber gidiyorlar mı? "Yoksa çamaşırlarda, bulaşıklarda, bardaklarda kalıp bizim midemizdeki, derimizdeki, vücudumuzdaki proteinleri mi parçalamaya başlıyorlar? Tabii ki ikinci ihtimal çok daha yüksek. Bu yüzden derinizde kaşıntı yapıyorlar. Aslında kaşıntı bir nevi ağrıdır ve deriniz yanlış giden bir şey olduğunu böylece size haber veriyor. Bu yüzden midemizde ağrı, asit fazlalığı, reflü oluşuyor…”* ifadelerine, **“Eviniz Çocuklarınızın Sağlıklı Olması için Yeterince Temiz mi?”** başlıklı kısımda *“Sevgili Yeşil Anneler, Babalar... Eğer kimyasal deterjanlar kullanıyorsanız, elinizi kimyasal ve hatta antibakteriyel sabun ile yıkıyorsanız, vücudunuzu sürekli kirletiyor, zararlı kimyasalları vücudunuzda depoluyorsunuz demektir! Hepimiz temizliği hasta olmak için değil hastalıktan korunmak için yapmıyor muyuz? Ancak deterjanlarda kullanılan kimyasallar vücudumuzda birikiyor ve bize zarar veriyor. Evimizin havasını kirletiyor. Özellikle deterjanlarda ve sıvı sabunlarda kullanılan kimyasalların neden olduğu kanser, kalp-damar rahatsızlıkları, temizliğin kirli yüzünü bize bir kez daha hatırlatıyor (…) Anneler, lütfen sizleri temizlik hastası yapan kirli deterjanların reklamlarına kanmayın, inanmayın. Anneannelerimiz su ve sabun ile temizlik yaptılar, pisler miydi? (…) Bembeyaz, mikropsuz temizlik, mis gibi kokular yalanlarına kanmayın! Lütfen bugün evinizdeki tüm kimyasal ürünleri çöpe atın. Yeni bir başlangıç yapın (...) ”* ifadelerine ve firmanıza ait ***“yesilanne”*** adlı Instagram hesabı üzerinden yayınlanan tanıtımlarda; *“Organik Fırın Temizliği Nasıl Yapılmalı? Özellikle fırın temizleyiciler, yüksek oranda asit ve amonyak içeriyor. Sprey olanları ise daha kolay nüfuz etmesi için küçük parçacıklar halinde, sizin ciğerlerinize daha kolayca işliyor böylece.. Ne kadar temizleseniz de fırında kalıyor ve yiyeceklerinize nufuz ediyor. . Mom's Green Bitkisel Yağ Çözücü 'de portakal yağı kullanıyoruz. Hem mis gibi bir portakal kokusu hem de pırıl pırıl temizlik sağlıyor. (…) Toz sabunlar çamaşır makinenizi bozabilir! Marketlerde makineler için uygun hale getirildiği iddia edilen toz sabun matik deterjanlar satılmakta. İçeriğine baktığınızda %30’u sabun ve gerisi optik beyazlatıcı, sentetik parfüm köpük kesici ve dolgu maddelerinden oluşmaktadır. İçindeki maddeler ve sabun 30 dereceden sıcak sularda bile zor çözülerek sıvı hale geçmektedir. Toz deterjanın çözülemeyen kısmı hem çamaşırların üzerinde iz bırakır ve hem de makinenizin çalışan parçalarında birikerek makinenizi tıkamaya başlar. Özellikle çamaşır makinesinin pis sularını atan çamaşır makinesi pompası tıkanır, tamburu dönmez hale gelebilir ve makineniz bozulabilir. Üstelik sabunla beraber kirler makinenizde birikir. Siz çamaşırlarınızı temizlediğinizi zannederken kirler tekrardan çamaşırlarınıza geri bulaşır. Optik beyazlatıcılar bu kusurları görmenizi engeller. Ancak çamaşırınız kuruduğunda bu lekelerin farkına varabilirsiniz. Kendinizin ve makinenizin sağlığı için en iyisi Moms Green Babys Green Organik Sıvı Çamaşır Deterjanları tercih edin (…)* ***Ailemizin ve kendimizin sağlığı için tüm kimyasal deterjanları evimizden uzaklaştıralım! Evimizin gerçek temizliğe ulaşması için Mom’s Green Bitkisel Temizlik Ürünlerimizi kullanabilirsiniz****”,* Ağustos 2016 dönemindeki görünümünde, **“Organik Bulaşık Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan **“Organik Portakallı Mutfak Temizleyici Sprey/Yağ Çözücü, Organik Lavantalı Sıvı Sabun, Organik Kokusuz Temizlik Jeli,”** isimli tanıtımlarda yer verilen; ***“Sıradan yağ çözücüler gibi, zararlı kimyasal kokusu ile nefesinizi tıkamaz”***ifadeleri ile rakip ürünler kötülenerek karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Diğer taraftan, [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) adresli internet sitesinin Ağustos 2016 dönemindeki görünümünde yer alan **“Mom's Green Organik Cilt Bakımı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Organik aloe vera ve mersin suyunun antioksidan etkisi ile saçınızı besler, serbest radikallerden korumaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Organik Aloe Veralı Nemlendirici Duş Jeli, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Yüz Temizleme Köpüğü, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Yüz Bakım Seti, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Vücut Kremi, Organik Aloe Veralı Nemlendirici 2’li Vücut Bakım Seti”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Organik mersin suyunun antiseptik özelliği sayesinde terleme problemini doğal yollarla çözmeye yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Temizleyici, Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Yumuşatıcı, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici, Organik Aloe Veralı Bebek Saç ve Vücut Şampuanı – Göz Yakmayan, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Pişik Kremi, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici,”** isimli ürünlerin tanıtımında, “*Bebeğinizin saçında konak oluşumunu engellemeye yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, [www.yesilanne.com](http://www.yesilanne.com) adresli internet sitesinin Ağustos 2016 dönemindeki görünümünde, **“Mom’s Green Ecologic Bitkisel Temizleyiciler”** başlıklı kısmında ve **“Organik Bebek Deterjanları”** başlıklı kısımda yer alan**“Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Temizleyici, Organik Kokusuz Bebek Çamaşır Yumuşatıcı, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici, Organik Aloe Veralı Bebek Saç ve Vücut Şampuanı – Göz Yakmayan, Organik Aloe Veralı Nemlendirici Pişik Kremi, Organik Kokusuz Biberon Temizleyici,”** isimli ürünlerin tanıtımında yer verilen; *“Ürün özellikleri: Optik ağartıcı içermez. Su bazlı formülü sayesinde düşük dereceli sularda bile kolayca çözünür, kolayca durulanır.”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8 inci, 9 uncu, 10 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**14)**

**Dosya No: 2016/2618**

**Şikayet Edilen: Vissplus Tüketim Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Vissmate Doğal Sıvı Arap Sabunu”*** isimli ürüne ilişkin [www.vissmate.com.tr](http://www.vissmate.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim – Kasım 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Ekim-Kasım 2016 dönemindefirma tarafından muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait Youtube hesabında yayınlanan **“Vissmate Silikonlu Temizleyici”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda ana vaat olarak; “*Arap bacıya sorduk. –Bana sormayacaksın da kime soracaksın yavrucuğum. Arap sabunu bizden sorulur. Temizliğin en doğal hali. Kokusu da mis gibi. Sıvı hale getirmişler, şişeye de koymuşlar. Al evin her yerinde kullan. Doğal olarak Vissmate Sıvı Arap Sabunu. Temizlikse, Vissmate.”* şeklinde, durağan yazıda, ***“Temizliğin En Doğal Hali”*** ve ***“Bildiğiniz Arap Sabunu – Beyaz Sabun Kokulu”*** şeklinde ve ürün ambalajı ve www.vissmate.com.tr adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; *“Temizlik gücünü bitkisel özlerden alan Vissmate Sıvı Arap Sabunu, doğal sabun bazlı özel formülü ile temizliğin en doğal halini sizlere sunuyor. Doğallığının yanı sıra yüksek temizlik gücü sayesinde de inatçı ve zorlu lekeleri kolayca temizleyen Vissmate Sıvı Arap Sabunu, evinizde tüm yüzeylerin temizliğinde kullanılabilen sağlıklı ve doğa dostu bir üründür. Her tip temizlik işinde güvenle kullanabileceğiniz Vissmate Sıvı Arap Sabunu kullanıldığı yüzeylerde iz ve yapışkanlık bırakmadan ışıl ışıl parlaklık sağlar. Nostaljik temizliğin vazgeçilmezi yoğun beyaz sabun kokusu ile de size evinizde gün boyu ferahlığın keyfini sürmek kalır. YÜZEY & YER TEMİZLİĞİNDE YEPYENİ BİR HAREKET! Aradığınız doğal ve etkili temizlik için Vissmate Sıvı Arap Sabunu doğal yapısıyla sizin ailenizin en güvendiği temizlik ürünü olacak. Ahşap, fayans, doğal taş gibi her türlü zeminde rahatça kullanabileceğiniz Vissmate Sıvı Arap Sabunu suda hızla çözünerek, köpürür. Özellikle ahşap yüzeyleri temizlemenin yanı sıra bakımını da yapar, parlatır. Ayrıca, kapı ve duvarlarda göz kamaştıran sonuçlar çıkartan Vissmate Sıvı Arap Sabunu mis gibi beyaz sabun kokusu ve parlaklığı ile temizliği tesciller. HALI & KOLTUK TEMİZLİĞİ ARTIK ÇOK KOLAY! Halı ve koltuk yüzlerinin temizliği hep düşündürür. Vissmate Sıvı Arap Sabunu ile derinlemesine temizlik şimdi çok kolay ve zahmetsiz! Halılardaki derin kirler Vissmate Sıvı Arap Sabunu katılmış su ile yıkanıp durulanırsa hem daha çabuk temizlenir, hem de renkleri canlanır. Ayrıca, koltuk yüzeylerinin yapısına zarar vermeden, renklerini soldurmadan hızlıca temizler. Koltuklarınızın tertemiz, yumuşacık ve pırıl pırıl olacağını göreceksiniz. Özellikle emekleyen bebekler ve alerjisi olanlar için Vissmate Sıvı Arap Sabunu harika bir doğal çözüm. MUTFAKLAR HEM MİS GİBİ HEM DE TERTEMİZ! Mutfak, evin merkezidir. Mutfağınızda ocak, fırın, aspiratör, tezgâh, evye, dolap içleri ve kapakları, buzdolabı temizliği yanında elde bulaşık temizliğinde de Vissmate Sıvı Arap Sabunu doğallıktan vazgeçemeyen kadınların en büyük yardımcısı olacak. Soğuk suda bile çok hızlı çözülen ve köpüren Vissmate Sıvı Arap Sabunu pratik kullanım sunar. Çaydanlık ve tencere gibi parlatılması zahmetli bulaşıklarınızda mükemmel parlaklık elde edersiniz. Özellikle, bebek malzemelerinin temizliğinde doğal formülü ile annelerin vazgeçilmezi olacak. BANYO TEMİZLİĞİNDE DOĞALLIK & GÜÇ SİZDE! Banyonuzda klozet, küvet, duşakabin, ayna ve lavabolarda bildiğiniz Vissmate temizlik gücü ve doğallık bir araya geliyor! Banyosunu doğal yollarla temizlemeye özen gösteren kadınların rüyasını gerçeğe dönüştüren Vissmate Sıvı Arap Sabununu direkt yüzeye veya nemli bez veya sünger yardımıyla zorlu kirlere uygulanır, lekelere son verir. PENCERE TEMİZLİĞİNDE LEKELERE KARŞI ETKİLİ ÇÖZÜM! Pencere çerçevelerinizi silerken Vissmate Sıvı Arap Sabununu süngere alıp ovarsanız lekelerin hızlıca çıktığını göreceksiniz. Lekesiz sonuç için camlarınızı Vissmate Sıvı Arap Sabunu ile temizledikten sonra iyice durulamanızı öneriyoruz. ÇAMAŞIRLARINIZ HİÇ BU KADAR TEMİZ & SAF OLMAMIŞTI! Çamaşırlarınızda inatçı lekelerde doğrudan veya sulandırılarak kullanabileceğiniz Vissmate Sıvı Arap Sabunu mükemmel beyazlık ve temizlik sağlar. Özellikle beyaz çamaşırlarda lekelerin üzerine 1 kapak Vissmate Sıvı Arap Sabunu döküp yarım saat beklettikten sonra makineye atarsanız yıkama sonrası bembeyaz çamaşırlarla karşılaşacaksınız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.vissmate.com.tr](http://www.vissmate.com.tr) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde yer alan *“Ayrıca, koltuk yüzeylerinin yapısına zarar vermeden, renklerini soldurmadan hızlıca temizler (…)Çaydanlık ve tencere gibi parlatılması zahmetli bulaşıklarınızda mükemmel parlaklık elde edersiniz (…) Özellikle emekleyen bebekler ve alerjisi olanlar için Vissmate Sıvı Arap Sabunu harika bir doğal çözüm. Özellikle, bebek malzemelerinin temizliğinde doğal formülü ile annelerin vazgeçilmezi olacak (…) ÇAMAŞIRLARINIZ HİÇ BU KADAR TEMİZ & SAF OLMAMIŞTI!” (…)”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vissplus Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/2619**

**Şikayet Edilen: Vissplus Tüketim Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Vissmate Silikonlu Temizleyici”*** isimli ürüne ilişkin [www.vissmate.com.tr](http://www.vissmate.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim – Kasım 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Ekim-Kasım 2016 dönemindefirma tarafından muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait Youtube hesabında yayınlanan **“Vissmate Silikonlu Temizleyici”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda ana vaat olarak; ***“Camlarda su lekesi oluyormuş. Çok da fıs. Mobilyalar aşırı toz oluyormuş. Hıh, çok da fıs. Musluklar hemen matlaşıyormuş. Aman çok da fıs. Vissmate silikonlu sprey. Suyu, tozu, kiri iter, koruması kalır. Temizlikse, Vissmate”*** şeklinde, durağan yazıda, ***“Kalıcı temizlik teknolojisi”*** şeklinde ve ürün ambalajı ile [www.vissmate.com.tr](http://www.vissmate.com.tr) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; *“Su Lekelerine ve Tozlanmaya Son! Vissmate Silikonlu Temizleyici ile siz de mükemmel, ışıl ışıl yüzeyler yaratın. Uzun süreli kalıcı temizlik\* ile tanışın! Vissmate Silikonlu Temizleyici ile su lekeleri ve çabuk tozlanma tarihe karışıyor! Geliştirilmiş üstün formüllü Vissmate Silikonlu Temizleyici su itici ve antistatik özelliği sayesinde bir film tabakası gibi yüzeyi örterek suyun yüzeyden akıp gitmesini sağlar, yeniden kirlenmeyi ve tozlanmayı geciktirir. Vissmate Silikonlu Temizleyici, yüzeylerde kirlerin oluşumunun önüne geçerek evlerin temiz kalma süresini olabildiğince uzatıyor. Kirlerle, tozlarla, su lekeleriyle savaşma, onları önle! MUSLUK & LAVABO & DUŞAKABİN & FAYANSLAR: Suyun içerisindeki kireç, yüzeylerde damlacıkların ve izlerin oluşmasına neden olur. Vissmate Silikonlu Temizleyici kullanıldığı yüzeyde özel film tabakası oluşturarak suyun yüzeyden akıp gitmesini sağlar. Böylece, sudaki kireç ve diğer kirler yüzeye tutunamaz. İçeriğindeki silikonun parlatma etkisiyle yüzeyleri mükemmel parlatır. CAM & PENCERE & AYNA: Silikon katkılı Vissmate, su damlalarını yüzeyden kaydırır, su lekelerinin oluşumunu engeller. Antistatik özelliği ile tozu iter, kirlenmeyi ve tozlanmayı geciktirir. İçeriğindeki silikonun buharı itme özelliği sayesinde yüzeyde buhar oluşumunu ve buğulanmayı engeller. MOBİLYA & AHŞAP YÜZEYLER: Vissmate Silikonlu Temizleyici, pH’ı nötr olduğundan mobilya gibi tüm hassas ahşap yüzeylerin temizliğinde kullanılır. İçeriğindeki silikonun parlatma gücüyle cila etkisinde mükemmel parlaklık sağlar. Tozu iterek yeniden tozlanmayı geciktirir. Silikonlu yapısı sayesinde yüzeyde koruyucu bir tabaka oluşturarak çizilme ve yıpranmayı önler. Mobilyalarınızın cila ömrünü uzatır. ANKASTRE & ÇELİK & METAL YÜZEYLER: Vissmate Silikonlu Temizleyici, ankastre ocak, fırın, davlumbaz, buzdolabı gibi metal yüzeylerde günlük kir ve lekeleri temizler, cila etkisiyle parlaklık verir. Kir ve lekelerin yeniden yüzeye yapışmasını önler, buhar oluşumunu engeller. CAM AVİZE & KRİSTAL: Silikon katkılı Vissmate, cam avize ve kristallerde yeniden tozlanmayı ve kirlenmeyi geciktirir. Işıl ışıl parlaklık sağlar. ARABA İÇİ & DIŞI: Vissmate Silikonlu Temizleyici, arabanızın dış yüzeyini ince bir koruyucu film ile kaplar. Hem çizilmeleri önler hem de güneşten yayılan UV ışınlarından korur. Arabanızın içinde bulunan plastik ve vinil yüzeyleri, dışında ise cam yüzeyleri ve kaportayı mükemmel temizler, cila etkisinde parlatır. Arabanızın silecek suyu haznesinin yarısına Vissmate Silikonlu Temizleyici, yarısına silecek suyu koyarak kullanabilirsiniz. Bu sayede, arabanızın camından su ve yağmur damlaların akıp gittiğini göreceksiniz. Uzun süreli kalıcı temizlik\* ile tanışın! \*Düzenli kullanımla birlikte, içerdiği silikon sayesinde uygulandığı yüzeyde mikro ince bir tabaka oluşturarak kirin, tozun, su ve kireç lekelerinin tutunmasını önler. Yapılan temizliğin daha uzun süreli kalmasını sağlar. (Diğer benzer yüzey temizleyicilere göre.). Hijyenik Silikonlu temizleyici”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin olarak reklam veren tarafından Bayer Kimya Temizlik Hijyen ve Kozmetik Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.’de yaptırılan ve Bakanlığımıza sunulan bilimsel çalışmaların reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak kanıtlandığı, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2016/4063**

**Vissplus Tüketim Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.** tarafından [www.vissmate.com.tr](http://www.vissmate.com.tr) adresli internet sitesinde yayımlanan **“Vissmate Ultra Yoğun Kıvamlı Çamaşır Suyu”** isimli ürüne yönelik tanıtımlar ile ilgili yapılan görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2016/299**

**Şikayet Edilen: Laboratoire Bioderma İstanbul Kozmetik San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bioderma.com.tr](http://www.bioderma.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Atoderm”*** serisi altında yer alan ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

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

**Tespitler:** [www.bioderma.com.tr](http://www.bioderma.com.tr/) adresli internet sitesinde ***“*Atoderm*”*** başlığı altında tüm ürünlere yönelik olarak; ***“Çok Kuru ve Atopik Cilt - Atoderm serisi, BIODERMA tarafından çok kuru ve atopik ciltler için geliştirilen bir seridir. Atoderm nem ve lipid eksikliği yaşayan ciltlerin hidrolipik tabakasınnın biyolojik ve kalıcı olarak yapılanmasına destek olur”*** ifadelerine, **“Atoderm Shower Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin tolerans seviyesinin yükseltilmesine yardımcı olur. Hassas ve kuru ciltler için sabun ve koruyucu katkı maddesi içermeyen temizleyici jel. Kuru ve hassas ciltler. Hassas ve kuru cilt temizliği için uygundur. İçerisindeki aktif ajanlar sayesinde cildin doğal dokusunu koruyarak temizlemeyi hedefler.”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Bar”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Komedojenik değildir. Cildin kuruluğunun ilerlemesine sebep olan mikroorganizmalarin yayılmasının engellenmesine yardımcıdır””* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Shower Oil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kuru, hassas ve atopik cilt. İçeriğindeki Skin Barrier Therapy patenti, çok kuru ve atopik ciltlerin iritasyona sebep olan bakterilerden korunmasına yardımcı olur. Nemlendirici, lipid yenileyici ve yatıştırıcı. 24 saat nemlendirme ve duşta başlayan anında konfor. Kuru, hassas ve atopik cilt. 24 saat nemlendirme. Besleyici. Anti-irritation. Nemlendirici, lipid yenileyici ve yatıştırıcı Kremsi ve kuru yağ doku, çok hafif ve hassas parfümlü köpük. En hassas ciltlere dahi uygun olarak tasarlanmıştır. 1 ay kullanım sonunda ciltteki nem oranı %39 oranında artmıştır. İçeriğindeki Skin Barrier Therapy patenti, çok kuru ve atopik ciltlerin iritasyona sebep olan bakterilerden korunmasına yardımcı olur.%22 lipid yenileyici ve nemlendirici içeren özel formulasyonu ile cildi derinlemesine beslerken, gerginlik hissinin giderilmesine ve cildin dış strese karşı korunmasına destek olur. Çok hafif ve hassas parfümlü köpüğü; en hassas ciltlere dahi uygun olarak tasarlanmıştır. Hipoalerjeniktir Yüksek cilt ve göz çevresi toleransına sahiptir Gözleri yakmaz Paraben içermez Sabun içermez.* Renklendirici içermez. *Skin Barrier Therapy patenti, çok kuru ve atopik ciltlerin iritasyona sebep olan bakterilerden korunmasına yardımcı olur”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm PP Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ve atopik hassas ciltler. Arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel) cilt kuruluğunu arttıran iritanların ve mikroorganizmaların yayılmasına karşı mücadele eder. Atoderm PP Gel moussant, rahatsızlık ve tahriş hissini yatıştırır ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlendirilmesine yardımcı olur.* *Çok kuru veya atopik ciltler için ultra zengin yatıştırıcı ve temizleyici jel. Arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel) cilt kuruluğunu arttıran iritanların ve mikroorganizmaların yayılmasına karşı mücadele eder. Atoderm PP Gel moussant, rahatsızlık ve tahriş hissini yatıştırır ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlendirilmesine yardımcı olur. Zengin yıkama bazı, cilt dengesine özen gösterir ve mükemmel tolerans. Ciltteki rahatsızlık hissini ve iritasyonu engellemeyi hedefler. Cilt bariyerini biyolojik olarak güçlendirmeye yardımcı olur. DAF kompleksi sayesinde cildin tolerans seviyesinin yükselmesine yardımcı olur. Cilt dengesine zarar vermeden temizlemeyi amaçlar. Parfümsüz formül. Paraben içermez. Sabun içermez. Hipoalerjenik. Arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel) cilt kuruluğunu arttıran iritanların ve mikroorganizmaların yayılmasına karşı mücadele eder”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Intensive Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kurudan atopiğe hassas ciltler. Atoderm Intensive Foaming Gel ciltteki irritasyon ve rahatsızlık hissiyatını gidermeye ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlenmesine yardımcı olur. Alerjenlerin cilde tutunması ve çoğalmasını önlemeye destek olur. Çok kuru ve atopik ciltler için ultra zengin yatıştırıcı ve temizleyici jel. Çok kurudan atopiğe hassas ciltler. Atoderm Intensive Foaming Gel ciltteki irritasyon ve rahatsızlık hissiyatını gidermeye ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlenmesine yardımcı olur. Ciltteki rahatsızlık hissi ve iritasyonun yatışmasına yardımcı olur. Cilt bariyerinin güçlenmesine yardımcı olur Alerjenlerin cilde tutunması ve çoğalmasını önlemeye destek olur Cildin tolerans seviyesinin yükseltmeyi hedefler Sabun içermez Paraben içermez.* *Hipoalerjeniktir”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Besleyici ve yeniden yapılandırıcı bileşenleri sayesinde Atoderm Crème cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcıdır ve böylelikle iritanların penetrasyonunu durdurmaya yardımcı olur. İçerisindeki aktif ajanlar sayesinde cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcı olur. Tahriş edici ajanların cilde girişinin engellenmesine yardımcı olur. Kuru veya çok kuru cilde sahip yetişkin, çocuk ve bebekler için nemlendirici, koruyucu ve besleyici bakım kremi. Besleyici ve yeniden yapılandırıcı bileşenleri sayesinde Atoderm Crème cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcıdır ve böylelikle iritanların penetrasyonunu durdurmaya yardımcı olur. İçerisindeki aktif ajanlar sayesinde cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcı olur. Tahriş edici ajanların cilde girişinin engellenmesine yardımcı olur. Cildin tolerans seviyesinin yükseltilmesine yardımcı olur. Cildin nemlendirilmesine, dayanıklılık ve yumuşaklık kazanmasına destek olur”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm PP Balm”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ciltler için yatıştırıcı, onarıcı, hidrolipidik filmin yenilenmesine yardımcı bakım kremi. Écodéfensine® patentli kompleksi, cildin ekosistemini düzenlemeye ve biyolojik dengesini korumaya yardımcı olur. Dış etkenlere bağlı strese karşı cilt bariyerini onarmayı ve güçlendirmeyi amaçlar. Atoderm PP Baume, sayesinde tahriş ve kaşıntı hissini kalıcı olarak yatıştırmaya yardımcı olur. Tahriş ve kaşıntının giderilmesine yardımcı olur. Cilt bariyerinin onarılmasına yardımcı olur.**Ecodefensine® patenti ile cildin ekosisteminin dengelenmesine ve dengesinin korunmasına yardımcı olur. Çok kuru ciltler için yatıştırıcı, onarıcı, hidrolipidik filmin yenilenmesine yardımcı bakım kremi. Atoderm PP Baume şiddetli ve tekrarlayan cilt kuruluğunu önlemeye yardımcı olur. DAF kompleksi ile cilt toleransını arttırmayı amaçlar. Parfümsüz formül Paraben içermez Hipoalerjenik. “D.A.F. kompleksi sayesinde cildin tolerans seviyesini yükseltmeye destek olur. İçerisindeki nemlendirici ve besleyici ajanlar ile dudakların onarımına yardımcı olur. Çatlamış, kurumuş ve zarar görmüş dudaklar için, onarıcı, besleyici ve yumuşatıcı balm. Hasar görmüş kuru ve çatlak dudaklar. D.A.F. kompleksi sayesinde cildin tolerans seviyesini yükseltmeye destek olur. İçerisindeki nemlendirici ve besleyici ajanlar ile dudakların onarımına yardımcı olur. Hasar gören dudakları yoğun olarak onarmayı ve beslemeyi amaçlar. Zengin dokusu ile dudakları nemlendirmeyi, rahatlatmayı ve yumuşatmayı amaçlar. Cilt toleransının arttırılmasına yardımcı olur.”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Préventive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Atopik olma riski yüksek, çok kuru yeni doğan, bebek ve çocuk cildi için besleyici krem. Potansiyel olarak atopik ve çok kuru ciltler. Atoderm Préventive, doğumdan itibaren çok kuru karaktere sahip cildin atopik cilde dönüşme verimini engellemeye yardımcı besleyici bakım kremidir.\*Lipigenium® özel kompleksi, ciltte doğal olarak bulunan fakat cilt kuruluğu olan çocuklarda eksik olan temel yağ asitlerinin (omega-3 ve -6) ile biolipidlerin (seramidler) yeniden yapılandırılmasıyla elde edilmiştir. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğun artmasına neden olan etmenlerden staphylococcus aureus'un tutunmasını önlenmesine diğer bir taraftan da alerjenlerin yayılmasını engellemeye yardımcı olur.\* Prematüre bebekler haricinde, yenidoğanlar üzerinde kullanılabilir. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildi güçlendirmeye ve korumaya destek olur.Bakterilerin cilde tutunmasını engellemeye destek olur. Atopik olma riski yüksek, çok kuru yeni doğan, bebek ve çocuk cildi için besleyici krem. Potansiyel olarak atopik ve çok kuru ciltler. Atoderm Préventive, doğumdan itibaren çok kuru karaktere sahip cildin atopik cilde dönüşme verimini engellemeye yardımcı besleyici bakım kremidir.\* Lipigenium® özel kompleksi, ciltte doğal olarak bulunan fakat cilt kuruluğu olan çocuklarda eksik olan temel yağ asitlerinin (omega-3 ve -6) ile biolipidlerin (seramidler) yeniden yapılandırılmasıyla elde edilmiştir. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğun artmasına neden olan etmenlerden staphylococcus aureus'un tutunmasını önlenmesine diğer bir taraftan da alerjenlerin yayılmasını engellemeye yardımcı olur. \* Prematüre bebekler haricinde, yenidoğanlar üzerinde kullanılabilir. Doğuştan gelen cilt kuruluğunun dengelenmesine yardımcı olur. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildi güçlendirmeye ve korumaya destek olur. Bakterilerin cilde tutunmasını engellemeye destek olur. Hipoalerjenik Özel kesin formülasyon bildirgesine göre formüle edilmiştir Yeni doğan bebeklerde kullanılabilir. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğun artmasına neden olan etmenlerden staphylococcus aureus'un tutunmasını önlenmesine diğer bir taraftan da alerjenlerin yayılmasını engellemeye yardımcı olur. Bakterilerin cilde tutunmasını engellemeye destek olur”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Intensive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ve atopik cilde sahip bebek, çocuk ve yetişkinler için yatıştırmaya, arındırmaya ve cilt konforunu yeniden kurmaya yardımcı bakım kremi. Atoderm Intensive, kaşıntı karşıtı dermatolojik aktif bileşen PEA sayesinde kaşıntıyı hızla durdurmaya yardımcı olur ve kaşıma isteğini azaltılmasına da destek olur. Yatıştırıcı ve arındırıcı bileşenlerle zenginleştirilmiş olan ürün tahrişin giderilmesine yardımcı olur.Atoderm Intensive, epidermiste doğal olarak bulunan biolipidlerden oluşan özel Lipigenium® kompleksi sayesinde cilt bariyerini yenilemeye destek olur.Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğu ağırlaştıran faktörlerden olan staphylococcus aureus adhezyonunu ve yayılmasını, ayrıca alerjenlerin penetrasyonunu sınırlandırmaya yardımcı olur. Kaşıntı ve tahrişin yatıştırılmasını hedefler. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur. Cilt toleransının arttırılmasına yardımcı olur. Komedojenik değildir. Çok kuru ve atopik cilde sahip bebek, çocuk ve yetişkinler için yatıştırmaya, arındırmaya ve cilt konforunu yeniden kurmaya yardımcı bakım kremi. Günlük olarak ve dermokortikoidlerle birlikte kulanılmak üzere atopik ciltler için. Atoderm Intensive, kaşıntı karşıtı dermatolojik aktif bileşen PEA sayesinde kaşıntıyı hızla durdurmaya yardımcı olur ve kaşıma isteğini azaltılmasına da destek olur. Yatıştırıcı ve arındırıcı bileşenlerle zenginleştirilmiş olan ürün tahrişin giderilmesine yardımcı olur. Atoderm Intensive, epidermiste doğal olarak bulunan biolipidlerden oluşan özel Lipigenium® kompleksi sayesinde cilt bariyerini yenilemeye destek olur. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğu ağırlaştıran faktörlerden olan staphylococcus aureus adhezyonunu ve yayılmasını, ayrıca alerjenlerin penetrasyonunu sınırlandırmaya yardımcı olur. Kaşıntı ve tahrişin yatıştırılmasını hedefler. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur. Çocuk ve yetişkinlerin kullanımına uygundur. Cilt toleransının arttırılmasına yardımcı olur. Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur”* ifadelerine,***“Atoderm Nutrition Cream”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt bariyerini yeniden yapılandırmaya yardımcı olur. Komedojenik değildir. Çok kuru ve olgun ciltler için yoğun besleyici bakım kremi. Yüksek besleyici bakım ürünü Atoderm Nutritive, besleyici, onarıcı ve yatıştırıcı özellikleriyle bilinen iki doğal bileşen (shea ve avokado ekstreleri) ve iki nemlendirici bileşen (vazelin, gliserin) içerir. Yağlı olmayan “zengin kremsi” dokusuyla hayli konsantre olan ürünün içindeki bileşenler, Atoderm Nutritive’in cilt suyunu ve lipid dengesini biyolojik olarak geri kazandırmayı ve böylelikle cildin eski konforuna ve esnekliğine hızla kavuşmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Cilt bariyerini yeniden yapılandırmaya yardımcı olur. DAF kompleksiyle cildin tolerans seviyesini artırmaya yardımcı olur. Hipoalerjenik”* ifadelerine,***“Atoderm Lip Stick”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hassas dudakları onarmayı ve korumayı amaçlar. Nemsizliği gidermeyi ve dudakları yatıştırmayı amaçlar. Kuru ve hassas dudaklar için stick formunda koruyucu ve onarıcı bakım. Hassas dudakları onarmayı ve korumayı amaçlar. Nemsizliği gidermeyi ve dudakları yatıştırmayı amaçlar*.” ifadelerine*,* ***““Atoderm Bar”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kuru ile çok kuru ciltler, hassas ve reaktif bölgeler. Atoderm Ultra-rich sabun, cilt kuruluğuyla savaşmak için gliserin ve shea yağı olmak üzere iki nemlendirici ve besleyici etken maddeyi barındırır. Atoderm Ultra-rich sabun cildin doğal fizyolojik dengesine özen göstererek gerginlik hissini önlemeye yardımcı olur. Nazik temizleme tabanı sayesinde cildin doğal dengesini korumaya yardımcı olur. Gerginlik hissinin giderilmesini hedefler. Cildin kuruluğunun ilerlemesine sebep olan mikroorganizmalarin yayılmasının engellenmesine yardımcıdır. Hipoalerjenik”* ifadelerine,***“Atoderm Hand Cream”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Kuru ve yıpranmış eller için besleyici ve onarıcı krem”* ifadelerine,***“Atoderm Intensive”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur. Çok kuru ve atopik cilde sahip bebek, çocuk ve yetişkinler için yatıştırmaya, arındırmaya ve cilt konforunu yeniden kurmaya yardımcı bakım kremi. Günlük olarak ve dermokortikoidlerle birlikte kulanılmak üzere atopik ciltler için. Atoderm Intensive, kaşıntı karşıtı dermatolojik aktif bileşen PEA sayesinde kaşıntıyı hızla durdurmaya yardımcı olur ve kaşıma isteğini azaltılmasına da destek olur. Yatıştırıcı ve arındırıcı bileşenlerle zenginleştirilmiş olan ürün tahrişin giderilmesine yardımcı olur. Atoderm Intensive, epidermiste doğal olarak bulunan biolipidlerden oluşan özel Lipigenium® kompleksi sayesinde cilt bariyerini yenilemeye destek olur. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğu ağırlaştıran faktörlerden olan staphylococcus aureus adhezyonunu ve yayılmasını, ayrıca alerjenlerin penetrasyonunu sınırlandırmaya yardımcı olur. Kaşıntı ve tahrişin yatıştırılmasını hedefler. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur. Çocuk ve yetişkinlerin kullanımına uygundur. Cilt toleransının arttırılmasına yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bioderma.com.tr](http://www.bioderma.com.tr/) adresli internet sitesinde ***“*Atoderm*”*** başlığı altında tüm ürünlere yönelik olarak; ***“Çok Kuru ve Atopik Cilt - Atoderm serisi, BIODERMA tarafından çok kuru ve atopik ciltler için geliştirilen bir seridir. Atoderm nem ve lipid eksikliği yaşayan ciltlerin hidrolipik tabakasınnın biyolojik ve kalıcı olarak yapılanmasına destek olur”*** ifadelerine, **“Atoderm Shower Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin tolerans seviyesinin yükseltilmesine yardımcı olur”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Bar”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Komedojenik değildir”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Shower Oil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kuru, hassas ve* ***atopik cilt.*** *İçeriğindeki Skin Barrier Therapy patenti, çok kuru ve* ***atopik ciltlerin iritasyona sebep olan bakterilerden korunmasına yardımcı olur.*** *Nemlendirici, lipid yenileyici ve yatıştırıcı”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm PP Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ve* ***atopik hassas ciltler.*** *Arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel)* ***cilt kuruluğunu arttıran iritanların ve mikroorganizmaların yayılmasına karşı mücadele eder.*** *Atoderm PP Gel moussant, rahatsızlık ve* ***tahriş hissini yatıştırır ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlendirilmesine yardımcı olur.****”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Intensive Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Çok kurudan atopiğe hassas ciltler.*** *Atoderm Intensive Foaming Gel* ***ciltteki irritasyon ve rahatsızlık hissiyatını gidermeye ve cilt bariyerinin biyolojik olarak güçlenmesine yardımcı olur. Alerjenlerin cilde tutunması ve çoğalmasını önlemeye destek olur****”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Besleyici ve yeniden yapılandırıcı bileşenleri sayesinde Atoderm Crème* ***cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcıdır ve böylelikle iritanların penetrasyonunu durdurmaya yardımcı olur. İçerisindeki aktif ajanlar sayesinde cilt bariyerinin yatıştırılmasına yardımcı olur.*** *Tahriş edici ajanların cilde girişinin engellenmesine yardımcı olur”* ifadelerine*,* ***“*Atoderm PP Balm”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ciltler için yatıştırıcı,* ***onarıcı, hidrolipidik filmin yenilenmesine yardımcı*** *bakım kremi. Écodéfensine® patentli kompleksi, cildin ekosistemini düzenlemeye ve biyolojik dengesini korumaya yardımcı olur.* ***Dış etkenlere bağlı strese karşı cilt bariyerini onarmayı*** *ve güçlendirmeyi amaçlar. Atoderm PP Baume, sayesinde tahriş ve kaşıntı hissini kalıcı olarak yatıştırmaya yardımcı olur.* ***Tahriş ve kaşıntının giderilmesine yardımcı olur.* *Cilt bariyerinin onarılmasına yardımcı olur.*** *Ecodefensine® patenti ile cildin ekosisteminin dengelenmesine ve dengesinin korunmasına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Atoderm Préventive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Atopik olma riski yüksek,*** *çok kuru yeni doğan, bebek ve çocuk cildi için besleyici krem. Potansiyel olarak atopik ve çok kuru ciltler. Atoderm Préventive, doğumdan itibaren çok kuru karaktere sahip cildin* ***atopik cilde dönüşme verimini engellemeye yardımcı*** *besleyici bakım kremidir.\* Lipigenium® özel kompleksi, ciltte doğal olarak bulunan fakat cilt kuruluğu olan çocuklarda eksik olan temel yağ asitlerinin (omega-3 ve -6) ile biolipidlerin (seramidler) yeniden yapılandırılmasıyla elde edilmiştir. Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğun artmasına neden olan etmenlerden staphylococcus aureus'un tutunmasını önlenmesine diğer bir taraftan da* ***alerjenlerin yayılmasını engellemeye yardımcı olur.*** *\* Prematüre bebekler haricinde, yenidoğanlar üzerinde kullanılabilir.* ***Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur.*** *Cildi güçlendirmeye ve korumaya destek olur.* ***Bakterilerin cilde tutunmasını engellemeye destek olur.****” ifadelerine,* ***“Atoderm Intensive”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çok kuru ve* ***atopik cilde sahip*** *bebek, çocuk ve yetişkinler için yatıştırmaya, arındırmaya ve cilt konforunu yeniden kurmaya yardımcı bakım kremi. Atoderm Intensive, kaşıntı karşıtı dermatolojik aktif bileşen PEA sayesinde* ***kaşıntıyı hızla durdurmaya yardımcı olur ve kaşıma isteğini azaltılmasına da destek olur.*** *Yatıştırıcı ve arındırıcı bileşenlerle zenginleştirilmiş olan ürün* ***tahrişin giderilmesine yardımcı olur.*** *Atoderm Intensive, epidermiste doğal olarak bulunan biolipidlerden oluşan özel Lipigenium® kompleksi sayesinde* ***cilt bariyerini yenilemeye destek olur.*** *Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğu ağırlaştıran faktörlerden olan* ***staphylococcus aureus adhezyonunu ve yayılmasını, ayrıca alerjenlerin penetrasyonunu sınırlandırmaya yardımcı olur. Kaşıntı ve tahrişin yatıştırılmasını hedefler. Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik olarak yeniden oluşturmaya yardımcı olur. Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur.*** *Cilt toleransının arttırılmasına yardımcı olur.**Komedojenik değildir”* ifadelerine*,* **“Atoderm Nutrition Cream”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Cilt bariyerini yeniden yapılandırmaya yardımcı olur.*** *Komedojenik değildir”* ifadelerine*,* **“Atoderm Lip Stick”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hassas dudakları onarmayı ve korumayı amaçlar. Nemsizliği gidermeyi ve dudakları yatıştırmayı amaçlar”* ifadelerine*,* **“Atoderm Lip Balm”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“D.A.F. kompleksi sayesinde cildin tolerans seviyesini yükseltmeye destek olur. İçerisindeki nemlendirici ve besleyici ajanlar ile dudakların onarımına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Atoderm İntensive”** isimli ürün ambalajlarında; “ *Anti- enflamasyon, kaşıntı önleyici, cilt bariyerinin bütünlüğünü yeniden sağlar.* ***Filagrin ve seramidlerin yeniden sentezini tetikler. Staphylococcusaureus’un çoğalmasına karşı savaşır.******Sağlıklı cilt bariyerini biyolojik ve kalıcı olarak yeniden kurar. Atakların arasını açar****\*\*\** ***Tahrişi ve kaşıntıyı durdurur. Cilt bariyerini kalıcı olarak yeniden kurar. Kronik enflamasyonu azaltır. Bakteri çoğalması ile savaşır.*** *\* Yaşları 6 ay ile 15 yaş arası değişen 130 atopik dermatit hastası üzerinde gerçekleşen klinik çalışma. \* Hastanın ihtiyacına göre 1 ile 2 uygulama. Klinik çalışma topikal kortikosteroid ve kalsinörin inhibitörleri ile kombine olarak gerçekleştirilmiştir. Atoderm PP Foaming Gel.* ***Atopik ciltler için****…* ***Tahriş edici ajanların giderilmesine*** *bakır sülfat ile yardımcı olur. Cildin kendisi* ***atopik dermatite karşı*** *Bioderma’ya ilham verdi. Atopide yeni yaklaşım.”*ifadelerine, **“Atoderm PP Balm”** isimli ürün ambalajlarında; *“…* ***egzama ataklarının tekrarlanmasına karşı savaşır. Cilt bariyerini onarır ve güçlendirir.*** *Cildin eko sistemini düzenler.* ***Tahrişi ve kaşıntıyı yatıştırır.*** *Atoderm Intensive Foaming Gel…* ***atopik ciltler için.*** *Aktif arındırıcılar içeren Atoderm Intensive Foaming Gel* ***cilt kuruluğunun ilerlemesine neden olan mikro organizmaların ve irite edici ajanların çoğalmasına karşı savaşır.*** *Ciltteki rahatsızlık hissi ve* ***iritasyonu yatıştırır.*** *Skin barrier therapy patenti sayesinde* ***cilt bariyerini biyolojik olarak güçlendirmeye yardımcı olurken, aynı zamanda alerjenlerin (örn: stahpylococcus aureus) cilde tutunmasını ve çoğalmasını önler****.*” şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; **bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelik taşıyan ifadeler olarak değerlendirildiği;** ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı **dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,**

Diğer taraftan, [www.bioderma.com.tr](http://www.bioderma.com.tr/) adresli internet sitesinde **“Atoderm Shower Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Hassas ve kuru ciltler için sabun ve koruyucu katkı maddesi içermeyen temizleyici jel. İçerisindeki aktif ajanlar sayesinde cildin doğal dokusunu koruyarak temizlemeyi hedefler.”* ifadelerinin*,* **“Atoderm Bar”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“… reaktif bölgeler. Atoderm Ultra-rich sabun cildin doğal fizyolojik dengesine özen göstererek gerginlik hissini önlemeye yardımcı olur. Nazik temizleme tabanı sayesinde cildin doğal dengesini korumaya yardımcı olur. Gerginlik hissinin giderilmesini hedefler.”* ifadelerinin*,* **“Atoderm Shower Oil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“%22 lipid yenileyici ve nemlendirici içeren özel formulasyonu ile cildi derinlemesine beslerken, gerginlik hissinin giderilmesine uygun olarak tasarlanmıştır. Paraben içermez. Sabun içermez. Renklendirici içermez.*” ifadelerinin, **“Atoderm PP Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; “*…arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel) Parfümsüz formül.”* ifadelerinin, **“Atoderm Intensive Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“…atopik ciltler için ultra zengin yatıştırıcı ve temizleyici jel.”* ifadelerinin, **“Atoderm Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“…yeniden yapılandırıcı bileşenleri sayesinde…”* ifadelerinin*,* ***“*PP Balm”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“… yatıştırıcı, Atoderm PP Baume şiddetli ve tekrarlayan cilt kuruluğunu önlemeye yardımcı olur. Écodéfensine® patentli kompleksi, cildin ekosistemini düzenlemeye ve biyolojik dengesini korumaya yardımcı olur. Dış etkenlere bağlı strese karşı Ecodefensine® patenti ile cildin ekosisteminin dengelenmesine ve dengesinin korunmasına yardımcı olur. Parfümsüz formül Paraben içermez.”* ifadelerinin*,* ***“*Atoderm Préventive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Atopik olma riski yüksek… Potansiyel olarak atopik ciltler. Atoderm Préventive, doğumdan itibaren besleyici bakım kremidir.\* \* Prematüre bebekler haricinde, yenidoğanlar üzerinde kullanılabilir. Doğuştan gelen cilt kuruluğunun dengelenmesine yardımcı olur. Özel kesin formülasyon bildirgesine göre formüle edilmiştir Yeni doğan bebeklerde kullanılabilir”* ifadelerinin, **“Atoderm Intensive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“… atopik cilde sahip bebek, çocuk ve yetişkinler için yatıştırmaya, arındırmaya ve cilt konforunu yeniden kurmaya yardımcı bakım kremi.”* ifadelerinin, **“Atoderm Nutrition Cream”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; “*Yüksek besleyici bakım ürünü Atoderm Nutritive, besleyici, onarıcı ve yatıştırıcı özellikleriyle bilinen iki doğal bileşen (shea ve avokado ekstreleri) ve iki nemlendirici bileşen (vazelin, gliserin) içerir. Yağlı olmayan “zengin kremsi” dokusuyla hayli konsantre olan ürünün içindeki bileşenler, Atoderm Nutritive’in cilt suyunu ve lipid dengesini biyolojik olarak geri kazandırmayı ve böylelikle cildin eski konforuna ve esnekliğine hızla kavuşmasını sağlamayı amaçlamaktadır.”* ifadelerinin*,* ***“*Atoderm Lip Stick”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“… onarıcı bakım. Hassas dudakları onarmayı amaçlar. (…) dudakları yatıştırmayı amaçlar.”* ifadelerinin*,* ***“*Atoderm Lip Balm”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Çatlamış, kurumuş ve zarar görmüş dudaklar için, onarıcı balm. Hasar görmüş kuru ve çatlak dudaklar. D.A.F. kompleksi sayesinde cildin tolerans seviyesini yükseltmeye destek olur. İçerisindeki nemlendirici ve besleyici ajanlar ile dudakların onarımına yardımcı olur. Hasar gören dudakları yoğun olarak onarmayı amaçlar. Parfümsüz formül”* ifadelerinin*,* **“Atoderm Hand Cream”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Kuru ve yıpranmış eller için onarıcı krem…”* **ifadelerinin ispatına yönelik olarak firma tarafından sunulan araştırma sonuçlarının söz konusu iddiaları ispatlamada yetersiz olduğu,**

Bununla birlikte, ***“*Atoderm Shower Oil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Skin Barrier Therapy patenti, çok kuru ve atopik ciltlerin iritasyona sebep olan bakterilerden korunmasına yardımcı olur”,* **“Atoderm Bar”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cildin kuruluğunun ilerlemesine sebep olan mikroorganizmalarin yayılmasının engellenmesine yardımcıdır”* ***“*Atoderm PP Foaming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Arındırıcı bileşenler ve Vitamin PP ile formüle edilen Atoderm PP Gel moussant (köpüren jel) cilt kuruluğunu arttıran iritanların ve mikroorganizmaların yayılmasına karşı mücadele eder”,* ***“*Atoderm Préventive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Patentli Skin Barrier Therapy® kuruluğun artmasına neden olan etmenlerden staphylococcus aureus'un tutunmasını önlenmesine diğer bir taraftan da alerjenlerin yayılmasını engellemeye yardımcı olur. Bakterilerin cilde tutunmasını engellemeye destek olur”,* ***“*Atoderm Intensive”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cildin kurumasına sebep olan bakterileri yoğunluğunun engellenmesine yardımcı olur”* ifadeleri ile **ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, ancak biyosidal ürünlerin piyasaya arzı ve reklamının yapılabilmesi için Sağlık Bakanlığından alınması gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,**

Ayrıca **“Atoderm İntensive”** isimli ürün ambalajlarında; *“Hediye hijyen ürün - Atoderm PP Foaming Gel hediye”* ifadelerine, **“Atoderm PP Balm”** isimli ürün ambalajlarında; *“Hediye hijyen ürünü – Atoderm Intensive Foaming Gel hediye”* ifadelerine yer verildiği **ancak hediye olarak verilecek ürünlerin piyasa fiyatı hakkında bilgi verilmediği,** dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Biyosaidal Ürünler Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b ve 38 inci maddeleri

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Laboratoire Bioderma İstanbul Kozmetik 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.

**18)**

**Dosya No: 2016/1078**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ariel Baby Sıvı Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

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

**Tespitler: “Ariel Baby Sıvı Çamaşır Deterjanı”** isimli ürüne ilişkin olarak [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr/) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında; *“Ariel bebek deterjanı: Sıvı çamaşır deterjanı bebeğinizin kıyafetleri için özel olarak geliştirildi. Siyahlar, renkliler ve beyazlar için. Hafif Kokuludur. Kalıntı bırakmaz. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Ariel leke-savar kapak fırçalar, lekeleri çıkarır ve deterjanı uygun miktarda kullanmanızı sağlar. 2014 yılında tüketicilerin en çok güvendiği marka !\** Mediacat ve IPSOS'un yaptığı araştırma sonuçlarına göre; Ariel, Türkiye'nin en sevilen deterjanı seçildi\*\*! *\*2014 yılı Brand Spark Türk Tüketici Araştırması Çamaşır Deterjanları kategorisinde. Detaylı bilgi için:* [*www.BrandSparkMostTrusted.com*](http://www.BrandSparkMostTrusted.com/) *\*\*MediaCat ve IPSOS işbirliğiyle Türkiye temsili 2000 kişiyle yapılan “Türkiye’nin Lovemark’lari 2014” araştırması sonuçlarına göre Ariel, Türkiye’nin en sevilen deterjan markası seçilmiştir”* ifadeleri ile firmaya ait Youtube hesabında yayınlanan **“Ariel Baby, Bebeğinizin Hassas Cildi için Geliştirildi! – Ariel”** başlıklı videoda; *“Kıymetli bebeğiniz dünyaya ilk olarak hassas cildiyle temas eder. Bu yüzden onun cildi nazik bir dokunuşa ihtiyaç duyar. Patikten giysilere, örtüden havlulara bebeğinize temas eden ve onu koruyan her şey nazik ve rahat olmalıdır. İşte bu yüzden yeni Ariel Baby neredeyse sadece su ile yıkanmışçasına nazik bir temizlik sağlar”* ifadelerine ve **“Anneler Ariel Baby’yi Anlatıyor! – Ariel”** başlıklı videoda; *“Sizinle bebekler için özel olarak üretilen lekelere karşı güçlü, cilde karşı ise yumuşak ve nazik olan yepyeni bir çamaşır deterjanı hakkında konuşmak istiyorum. Ben bebeğimin kıyafetlerinin tertemiz olmasını isterim ama aynı zamanda bebeğimin cildini de korumalıyım. Bu yüzden dermatolojik olarak test edilen Ariel Baby ile tanıştığım için çok heyecanlıyım”* ifadelerine, ayrıca, tüm mecralarda yayımlanan tanıtımlarda yer alan ***“Antialerjik”, “Hipoalerjenik”*** ve ***“Hassas ciltler için”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Youtube hesabında ***“Ariel Baby Sıvı Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan **“Ariel Baby, Bebeğinizin Hassas Cildi için Geliştirildi! – Ariel”** başlıklı videoda; *“Kıymetli bebeğiniz dünyaya ilk olarak hassas cildiyle temas eder. Bu yüzden onun cildi nazik bir dokunuşa ihtiyaç duyar. Patikten giysilere, örtüden, havlulara bebeğinize temas eden ve onu koruyan her şey nazik ve rahat olmalıdır. İşte bu yüzden yeni* ***Ariel Baby neredeyse sadece su ile yıkanmışçasına nazik bir temizlik sağlar****”* ifadelerine yer verildiği, inceleme konusu reklamlarda,“Ariel Baby Sıvı Çamaşır Deterjanı” isimli temizlik ürünü için ***“Ariel Baby neredeyse sadece su ile yıkanmışçasına nazik bir temizlik sağlar”*** ifadesi kullanılmasına rağmen, **tanıtımı yapılan deterjanın içerisinde çeşitli kimyasal maddeler bulunduğundan söz konusu ürün ile yıkama yapılmasının sadece su ile yıkanmış gibi bir etki bırakacağı yönündeki ifadenin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,**

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8 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**

**19)**

**Dosya No: 2016/1089**

**Şikayet Edilen: Ayşe YAYLACI (212 Med Saç Ekim Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://212med.net> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://212med.com/> adresli internet sitesinin 09.09.2016 tarihli görünümünde, anasayfada ve çeşitli başlıklar altında; *“212 MED Saç ekim merkezimizde profesyonel deneyimli ekibimiz ile son teknoloji cihazlarımız ile hizmet vermekteyiz... 212 MED olarak hizmet anlayışımızın temeli; misafirlerimizin memnuniyeti için kişiye özel çözümleri, hak ettiği saygıyı en iyi şekilde göstererek ve insani değerleri daima ön planda tutarak hizmet vermektir. Misyonumuz bilimsel veriler ışığında, kaliteli, hasta haklarına saygılı, etik bir hizmet anlayışıdır. Farklı bir anlayışla karşılaşacak ve detaylarda bilimsel misyonu göreceksiniz. Her türlü sorunuza hızlı ve doğru yanıtlar alarak aydınlanacak ve alanında uzman saç ekim uzmanlarımız ile daha hızlı sonuca ulaşacaksınız. …Bizi sosyal mecralarda, referansla, internetten, arkadaşınızdan duydunuz ve bize ulaştınız. Doğru karar verdiğinizi ileri ki aşamalarda göreceksiniz... Merak etmeyin sizi ” bir taksiyle gelin” gibi bir ibare kullanmayacağız. Hemen kapıda vip aracımız hizmetinizde… Anlaşmalı hastanemiz tamamen steril bir ortama ve eksiksiz tıbbi cihazlara sahiptir. A+ kaliteli ortamda tedavinizi gerçekleştiriyoruz…”* gibi ifadelere, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine, “Hasta Yorumları” başlığı altında; *“Süper bir saç ekimi oldu. Ekimimi gerçekleştiren ekibe ve benimle çok ilgilenen Cengiz, Güven beye çok teşekkür ederim.", "Saç ektirmek isteyenlere tavsiyem 212Med ekibinden başka yere gitmeyin ben 5 ay önce ektirmiştim çok memnun kaldım Allah razı olsun onlarda aldıkları para helali hoş olsun ellerine sağlık çok güzel. Bu kadar kısa sürede saçlarıma kavuşacağımı beklemiyordum. 212med ekibine çok teşekkür ederim.", "Bir diş doktoru olarak çok yer araştırdım çünkü daha önce eski bir teknikle saç ekimi gerçekleştirmiştim 212Med’de Ayşe hanımının özel ilgili üzerine 212med’e karar verdim ve çok memnum kaldım. Saç ekim uzmanları Cengiz Bey ve Güven Beye çok teşekkür ediyorum ve herkese güvenebilecekleri bir yer olduğu için tavsiye ediyorum.", "Operasyon öncesi ve sonrası ilgi ve alakanızdan dolayı çok teşekkür ederim. Tanıştığımız ilk günden itibaren saçlarım çıkana kadar her evrelerinde yanımda olduğunuz ve günün her saatinde size ulaşabildiğim için gönül rahatlığı ile sizi çevremdeki herkese tavsiye ediyorum.", "Saçlarıma ekim yapılması için gittiğimde Cengiz bey hiçbir şekilde ekimi önermeyip düzenli bir şekilde pr Cengiz bey hiçbir şekilde ekimi önermeyip düzenli bir şekilde prp yaptı ve kendisine güvenerek başladığım tedavide şuan hiç ekim yapılmadan saçlarımın çıktığını ve gürleştiğini görmek beni çok mutlu herekese tavsiye ediyorum paranızı boşa harcamamak için kesinlikle gidip en azından muane olun sizi çok iyi yönlendireceklerdir.", "İstanbul dışından gelip ekim gerçekleştirdim Ayşe Hanıma sonsuz teşekkür ederim ilgi ve alakasından dolayı. Ekimi gerçekleştiren Cengiz ve Güven beye uzun uğraşlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim. Şuan saçlarımdan çok memnunum.", "Güven beyin ilgisinden dolayı çok teşekkür ederim en iyi yöntemi ve nasıl ekileceğini sabırla sonuna kadar anlatıp en uygun bir şekilde saç ekimimi gerçekleştirdi. Hiç sıkılmadan kafama takılan tüm sorulara yanıt verdiği içinde ayrı ayrı teşekkür ederim çok yer gezdiğim için kafam çok karışmıştı şuan salarımdan çok memnunum."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Diğer taraftan anılan kuruluşun isminin “212 Med Saç Ekim Merkezi” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://212med.com/> adresli internet sitesinin 09.09.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun isminin “212 Med Saç Ekim Merkezi” olarak belirtildiği, oysa ilgili mevzuatta bu isimde bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, mevzuat gereği yazılması gereken ismin yazılmaması dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı,

Anasayfada ve çeşitli başlıklar altında; *“212 MED Saç ekim merkezimizde profesyonel deneyimli ekibimiz ile son teknoloji cihazlarımız ile hizmet vermekteyiz... 212 MED olarak hizmet anlayışımızın temeli; misafirlerimizin memnuniyeti için kişiye özel çözümleri, hak ettiği saygıyı en iyi şekilde göstererek ve insani değerleri daima ön planda tutarak hizmet vermektir. Misyonumuz bilimsel veriler ışığında, kaliteli, hasta haklarına saygılı, etik bir hizmet anlayışıdır. Farklı bir anlayışla karşılaşacak ve detaylarda bilimsel misyonu göreceksiniz. Her türlü sorunuza hızlı ve doğru yanıtlar alarak aydınlanacak ve alanında uzman saç ekim uzmanlarımız ile daha hızlı sonuca ulaşacaksınız. …Bizi sosyal mecralarda, referansla, internetten, arkadaşınızdan duydunuz ve bize ulaştınız. Doğru karar verdiğinizi ileri ki aşamalarda göreceksiniz... Merak etmeyin sizi ” bir taksiyle gelin” gibi bir ibare kullanmayacağız. Hemen kapıda vip aracımız hizmetinizde… Anlaşmalı hastanemiz tamamen steril bir ortama ve eksiksiz tıbbi cihazlara sahiptir. A+ kaliteli ortamda tedavinizi gerçekleştiriyoruz…”* gibi ifadelere, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine, “Hasta Yorumları” başlığı altında; *“Süper bir saç ekimi oldu. Ekimimi gerçekleştiren ekibe ve benimle çok ilgilenen Cengiz, Güven beye çok teşekkür ederim.", "Saç ektirmek isteyenlere tavsiyem 212Med ekibinden başka yere gitmeyin ben 5 ay önce ektirmiştim çok memnun kaldım Allah razı olsun onlarda aldıkları para helali hoş olsun ellerine sağlık çok güzel. Bu kadar kısa sürede saçlarıma kavuşacağımı beklemiyordum. 212med ekibine çok teşekkür ederim.", "Bir diş doktoru olarak çok yer araştırdım çünkü daha önce eski bir teknikle saç ekimi gerçekleştirmiştim 212Med’de Ayşe hanımının özel ilgili üzerine 212med’e karar verdim ve çok memnum kaldım. Saç ekim uzmanları Cengiz bey ve Güven beye çok teşekkür ediyorum ve herkese güvenebilecekleri bir yer olduğu için tavsiye ediyorum.", "Operasyon öncesi ve sonrası ilgi ve alakanızdan dolayı çok teşekkür ederim. Tanıştığımız ilk günden itibaren saçlarım çıkana kadar her evrelerinde yanımda olduğunuz ve günün her saatinde size ulaşabildiğim için gönül rahatlığı ile sizi çevremdeki herkese tavsiye ediyorum.", "Saçlarıma ekim yapılması için gittiğimde Cengiz bey hiçbir şekilde ekimi önermeyip düzenli bir şekilde pr Cengiz bey hiçbir şekilde ekimi önermeyip düzenli bir şekilde prp yaptı ve kendisine güvenerek başladığım tedavide şuan hiç ekim yapılmadan saçlarımın çıktığını ve gürleştiğini görmek beni çok mutlu herekese tavsiye ediyorum paranızı boşa harcamamak için kesinlikle gidip en azından muane olun sizi çok iyi yönlendireceklerdir.", "İstanbul dışından gelip ekim gerçekleştirdim Ayşe Hanıma sonsuz teşekkür ederim ilgi ve alakasından dolayı. Ekimi gerçekleştiren Cengiz ve Güven beye uzun uğraşlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim. Şuan saçlarımdan çok memnunum.", "Güven beyin ilgisinden dolayı çok teşekkür ederim en iyi yöntemi ve nasıl ekileceğini sabırla sonuna kadar anlatıp en uygun bir şekilde saç ekimimi gerçekleştirdi. Hiç sıkılmadan kafama takılan tüm sorulara yanıt verdiği içinde ayrı ayrı teşekkür ederim çok yer gezdiğim için kafam çok karışmıştı şuan salarımdan çok memnunum."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Bu ve benzeri ifadeler ve görüntülerin doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan “saç ekimi” işlemine yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, bu tanıtımların anılan şahsın ve kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer hekimler ve sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, “saç ekimi” işleminin bu alanda uzman hekimlerce yapılması gerektiği, anılan kuruluşta hekim bulunmamasına karşın “saç ekimi” işleminin yapıldığı, bu suretle yetki dahilinde olmayan tıbbi işlemler yapılarak; benzer alanda hizmet veren hekimler açısından haksız rekabete yol açıldığı, tüketicilerin yanıltıldığı ve tecrübe ile bilgi eksikliklerinin istismar edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesi,

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

- 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 5/1-ğ, 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 **Ayşe YAYLACI (212 Med Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2016/1376**

**Şikayet Edilen: Süleyman GÖK (Hacamat Enstitüsü)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2016, 25.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hacamatenstitusu.com.tr](http://www.hacamatenstitusu.com.tr) adresli internet sitesinin 18.01.2017 ve 25.01.2017 tarihli görünümünde,

Anılan şahsa ait Hacamat isimli kitabın ve bu tedavi yöntemine ilişkin diğer ürünlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca söz konusu şahıs ve sitede isimleri sayılan birtakım şahıslar tarafından geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine eğitim verildiğinin belirtildiği,

Söz konusu sitede, *“Size en yakın hacamat kursu bir tık ötede…! Ülkenizde şehrinize en yakın kursu seçin 17 ülke 41 şehirde hacamat eğitimi! Enstitümüz 17 ülke 41 şehirde hacamat ve sülük kursları vermektedir. Türkiye’nin ilk kurumsal Hacamat Eğitim Merkezi. Hacamat Enstitüsü ismi yasal olarak tescillenmiş ticari kimliği olan bir kurumdur. Profesyonel ve uzman eğitmen kadrosu! 11 doktor 19 hemşire 6 fizyoterapist uzmanlarımızla dünya geneli profesyonel eğitim! Hacamat Duayeni Süleyman GÖK birikimi! Enstitümüzün tüm Hacamat ve Sülük tedavisi eğitmenlerini bizzat Süleyman GÖK yetiştirmiştir. Bire bir özel Hacamat Eğitmenleri veya İnternetten Uzaktan eğitim… 188 yurtiçi kurs 78 yurtdışı kurs 3889 kursiyerden 3889 uzman yetiştirdik…”,* “Misyonumuz” başlığı altında; *“Hacamat mesleğini öğrenmek isteyenlere Profesyonel Hacamat Eğitimleri düzenlemek, Hacamat mesleğini duyan fakat bir uzmandan dinlemek isteyen grup, cemaat, birlik, esnaflar gibi 50 kişi veya daha fazla organizasyonun yapıldığı ücretsiz geleneksel tıp ve Hacamat seminerleri düzenlemek. Hacamat Mesleğinde standartların gelişmesini sağlamak, Hacamat Mesleğini Uygulayan veya eğitim alan uzmanların eğitimlerinin sürekliliğine yardımcı olmak. Hacamat mesleğini uygularken kullanılacak her türlü malzemenin en iyisini ve en kalitelisini tüketicilerin kullanımına sunmak…”, “Hacamat Dini Bir Vecibe Midir? Kimler Hacamat Yapabilir? (…)* *Peygamber Efendimizin (SAV) sünneti olan hacamat Türkiye’de yasak, İngiltere’de yasal (…) Şimdi sadece hastanelerde doktor tarafından uygulanmasına izin verilen hacamat tedavisini doktorların abdestli olarak hacamat yapıp yapmadığı kontrol edilecek mi? (…)”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin yine 25.01.2017 tarihli görünümünde; “Hacamat Tedavisi %100 YASAL OLUYOR” başlığı altında; *“Hacamatçılar müjde Hacamat Tedavisi %100 yasal oluyor! Hacamat Dernek Başkanı Süleyman GÖK açıklıyor. Saygıdeğer Meslektaşlar; Hacamat Tedavisine gönül verenler; Hiç kimsenin şüphesi olmasın ki hacamat ve sülük tedavisi pek yakında isteyen herkesin yasal olarak eğitimini alıp uygulayabileceği doğal tedavi yöntemleri arasında yerini alacaktır. Öğrenmesi ve uygulaması gayet basit doğal tedavi yöntemleri arasında en faydalısı ve dinimiz islamda sünneti seniye olan hacamat sağlık bakanlığının yeni çıkardığı yasadan dolayı eğitim ve uygulama yetkisi ve izni sadece belirli bir zümrenin tekeline bırakılmıştır. Bu yanlış, adaletsiz ve eksikliklerle dolu yeni geleneksel tıp yasası birçok hacamat uzmanını mağdur etmiştir. Değerli cumhurbaşkanımızdan özel ricamız bu eziyete meslektaşlarımıza ve hacamat mesleğine yapılan bu haksızlığa artık dur demesidir. Hacamat mesleğinin %100 yasal olması için sende kampanya ya katıl! Ayrıca her gelişmiş ülkede devlet vatandaşına uzmanından hizmet almak koşulu ile hasta olsun yada olmasın yıllık belli bir doğal tedavi yöntemlerinin ücretini ödemektedir. Bizde de SGK hacamat uygulamsını karşılayabilir. Milyar dolar harcanarak alınan gereksiz sağlık harcamaları yerine en azından az gelirli vatandaşların Hacamat Eğitimi almış uzmanlardan ücretsiz hacamat seansları alması sağlanabilinir. Hacamat Mesleğine gönül vermiş Meslektaşlarım; Hacamat Derneğine veya Hacamat mesleğinin %100 yasal olması için çalışma yapan derneklere üye olarak sesimizi duyurabiliriz...”* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hacamatenstitusu.com.tr](http://www.hacamatenstitusu.com.tr) adresli internet sitesinin 18.01.2017 ve 25.01.2017 tarihli görünümünde,

Anılan şahsa ait Hacamat isimli kitabın ve bu tedavi yöntemine ilişkin diğer ürünlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca söz konusu şahıs ve sitede isimleri sayılan birtakım şahıslar tarafından geleneksel ve tamamlayıcı tıp üzerine eğitim verildiğinin belirtildiği,

Söz konusu sitede, *“Size en yakın hacamat kursu bir tık ötede…! Ülkenizde şehrinize en yakın kursu seçin 17 ülke 41 şehirde hacamat eğitimi! Enstitümüz 17 ülke 41 şehirde hacamat ve sülük kursları vermektedir. Türkiye’nin ilk kurumsal Hacamat Eğitim Merkezi. Hacamat Enstitüsü ismi yasal olarak tescillenmiş ticari kimliği olan bir kurumdur. Profesyonel ve uzman eğitmen kadrosu! 11 doktor 19 hemşire 6 fizyoterapist uzmanlarımızla dünya geneli profesyonel eğitim! Hacamat Duayeni Süleyman GÖK birikimi! Enstitümüzün tüm Hacamat ve Sülük tedavisi eğitmenlerini bizzat Süleyman GÖK yetiştirmiştir. Bire bir özel Hacamat Eğitmenleri veya İnternetten Uzaktan eğitim… 188 yurtiçi kurs 78 yurtdışı kurs 3889 kursiyerden 3889 uzman yetiştirdik…”,* “Misyonumuz” başlığı altında; *“Hacamat mesleğini öğrenmek isteyenlere Profesyonel Hacamat Eğitimleri düzenlemek, Hacamat mesleğini duyan fakat bir uzmandan dinlemek isteyen grup, cemaat, birlik, esnaflar gibi 50 kişi veya daha fazla organizasyonun yapıldığı ücretsiz geleneksel tıp ve Hacamat seminerleri düzenlemek. Hacamat Mesleğinde standartların gelişmesini sağlamak, Hacamat Mesleğini Uygulayan veya eğitim alan uzmanların eğitimlerinin sürekliliğine yardımcı olmak. Hacamat mesleğini uygularken kullanılacak her türlü malzemenin en iyisini ve en kalitelisini tüketicilerin kullanımına sunmak…”, “Hacamat Dini Bir Vecibe Midir? Kimler Hacamat Yapabilir? (…)* *Peygamber Efendimizin (SAV) sünneti olan hacamat Türkiye’de yasak, İngiltere’de yasal (…) Şimdi sadece hastanelerde doktor tarafından uygulanmasına izin verilen hacamat tedavisini doktorların abdestli olarak hacamat yapıp yapmadığı kontrol edilecek mi? (…)”* gibi birtakım yanıltıcı, bilimsellikten uzak, dini istismar eden ve ilgili mevzuata aykırı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Bilindiği gibi, 27/10/2014 tarih ve 29158 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin;

Tanımlar başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda* ***sertifikası*** *bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve* ***Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez****”* olarak tanımlanmıştır.

“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; *“(1) Uygulamalar,* ***Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde*** *ve ilgili alanda ‘****uygulama sertifikası’ bulunan tabip*** *ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile **geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının** kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceği belirlenmiş;

Ayrıca, anılan Yönetmeliğin Ek-3 üncü bölümünün 5 inci maddesinde; *“Sülük uygulaması… b) Uygulamaya yetkili personel; Sertifikalı tabip ve tabip gözetiminde sağlık meslek mensubu.”,*

8 inci maddesinde ise; *“Kupa uygulaması… b) Uygulamaya yetkili personel; Sertifikalı tabip ve tabip gözetiminde sağlık meslek mensubu. c) Kupa uygulanabilecek durumlar; “Kupa uygulaması aşağıdaki uygulamalar ve ilişkili olabilecek alanlarda tedaviyi destekleyici yöntem olarak kullanılır. Hastalığı ortadan kaldıracağı veya tek başına tedavi edeceği gibi beyanlarda bulunulamaz.”* hükümlerine yer verilmiştir.

Bununla birlikte, 04.02.2014 tarihli ve 28903 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitim Yönetmeliğinin; “Sertifikalı eğitim programı başvuru, yetkilendirme ve açılış işlemleri” başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; *“(1) Sertifikalı eğitim programları, kamu ve özel hukuk tüzel kişileri ile gerçek kişiler tarafından, Bakanlıkça belirlenmiş standartlara uygun olarak yürütülür. (2) Bakanlıkça standardı belirlenmiş alanlarda eğitim programlarının açılma izni ilgili birim tarafından verilir. (3) Bakanlık merkez teşkilatı ve bağlı kuruluşları, diğer kamu tüzel kişiliğini haiz kurum ve kuruluşlar ile il müdürlüğü sertifikalı eğitim programı açmak için başvuruyu ilgili birime, özel hukuk tüzel kişileri ve gerçek kişiler ise ilgili birime bildirilmek üzere il müdürlüğüne yaparlar.”* hükümleri ile sağlık alanında yapılacak olan sertifikalı eğitim programlarının anılan yönetmelik hükümlerine göre yürütülmekte olduğu ifade edilmiştir.

Bu bağlamda “Hacamat Enstitüsü” isimli kuruluşta, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan kupa, sülük, refleksoloji, vb uygulamaların yapıldığı, anılan internet sitesi üzerinden bu uygulamalara yönelik tıbbi amaçlı tanıtıcı bilgilerin verildiği, kupa uygulaması ile ilgili kitap tanıtımının ve satış işleminin yapıldığı, yine ilgili Bakanlıkça yetkilendirilmemiş olunmasına rağmen kupa, sülük ve refleksoloji eğitimleri düzenlendiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması husususun ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin yine 25.01.2017 tarihli görünümünde; “Hacamat Tedavisi %100 YASAL OLUYOR” başlığı altında; *“Hacamatçılar müjde Hacamat Tedavisi %100 yasal oluyor! Hacamat Dernek Başkanı Süleyman GÖK açıklıyor. Saygıdeğer Meslektaşlar; Hacamat Tedavisine gönül verenler; Hiç kimsenin şüphesi olmasın ki hacamat ve sülük tedavisi pek yakında isteyen herkesin yasal olarak eğitimini alıp uygulayabileceği doğal tedavi yöntemleri arasında yerini alacaktır. Öğrenmesi ve uygulaması gayet basit doğal tedavi yöntemleri arasında en faydalısı ve dinimiz islamda sünneti seniye olan hacamat sağlık bakanlığının yeni çıkardığı yasadan dolayı eğitim ve uygulama yetkisi ve izni sadece belirli bir zümrenin tekeline bırakılmıştır. Bu yanlış, adaletsiz ve eksikliklerle dolu yeni geleneksel tıp yasası birçok hacamat uzmanını mağdur etmiştir. Değerli cumhurbaşkanımızdan özel ricamız bu eziyete meslektaşlarımıza ve hacamat mesleğine yapılan bu haksızlığa artık dur demesidir. Hacamat mesleğinin %100 yasal olması için sende kampanya ya katıl! Ayrıca her gelişmiş ülkede devlet vatandaşına uzmanından hizmet almak koşulu ile hasta olsun yada olmasın yıllık belli bir doğal tedavi yöntemlerinin ücretini ödemektedir. Bizde de SGK hacamat uygulamsını karşılayabilir. Milyar dolar harcanarak alınan gereksiz sağlık harcamaları yerine en azından az gelirli vatandaşların Hacamat Eğitimi almış uzmanlardan ücretsiz hacamat seansları alması sağlanabilinir. Hacamat Mesleğine gönül vermiş Meslektaşlarım; Hacamat Derneğine veya Hacamat mesleğinin %100 yasal olması için çalışma yapan derneklere üye olarak sesimizi duyurabiliriz...”* şeklindeki ifadeler ile ilgili mevzuatla sertifikalı hekimlerce yapılması gereken hacamat uygulamasının yakın zamanda hekim olmayan şahıslarca da yapılabileceği şeklinde gerçeği yansıtmayan bilgilerin verildiği ve bu suretle tüketicilerin yanıltılarak bilgi eksikliklerinin istismar edildiği, tüm bu durumların da;

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, 13/1 maddeleri,

-Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliğinin 6/1*,* 6/2, 6/3 maddeleri,

-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,

- 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 **Süleyman GÖK (Hacamat Enstitüsü)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2016/1474**

**Şikayet Edilen: Dr. Önder AKDENİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.onderakdeniz.com](http://www.onderakdeniz.com), [www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz](http://www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz) ve [www.facebook.com/DrOnderAkdeniz](http://www.facebook.com/DrOnderAkdeniz) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.onderakdeniz.com](http://www.onderakdeniz.com) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde; “*Op. Dr. Önder Akdeniz Burun Estetiği (Rinoplasti) Uzmanı. Uzmanlık alanlarım; Ultrasonik Burun Estetiği, Tamponsuz Burun Ameliyatı (Septoplasti), Dinamik Burun Estetiği, Burun Ucu İnceltilmesi ve Düzeltilmesi (Tip Plasti), Kepçe Kulak Estetiği…”* şeklindeki ifadelere yer verildiği,

“Hasta yorumları” başlığı altında; *“Bursa'da birkaç hekime gittiğim halde çare bulmadığım sinüzit rahatsızlığımı tedavi ettiğiniz ve hastalarınıza gösterdiğiniz ilgiden sonsuz teşekkürler... Nazal septum deviasyonu operasyonu geçirdim. Eğer burnunuzdan nefes alıp vermede bir probleminiz var ise doktorunuzun da önerisi ile bu operasyonu atlatmak en doğrusu gibi geliyor. Ben çocukluğumdan beri hep erteledim ama gereksizmiş. Gerçekten daha şimdiden nefes alıp verme kalitem arttı. Doktoruma ilgisi ve tedavimi gerçekleştirdiği için de sonsuz kere teşekkürü borç bilirim… Sevgili doktorum Önder Beye teşekkürlerimi borç bilirim çünkü o ve ekibi sayesinde harika bir rinoplasti ameliyatı geçirdim. Ameliyat sonrasında hiç ağrı hissetmedim. Kendisi çok nazik ellere sahip şüphesiz ve kesinlikle hasta ilişkisi konusunda on numara bir hekim. Mükemmel cerrahlığının yanında harika bir insan dinamik, güler yüzlü, muhteşem insan. Ellerinize sağlık hocam. Gözünüz kapalı kendinizi doktor beye emanet edebilirsiniz. Hocam başarılarınızın devamını dilerim… Bundan 3 ay önce burun estetiği ameliyatı olmaya karar verdim. Önder beye muayene oldum 1 hafta sonrasına gün aldık. Gerçekten çok başarılı bir operasyon geçirdim. Ameliyat esnasında ve sonrasında ne ağrım nede sızım oldu. İşini önemseyerek yapan bir doktor. Herkese tavsiye ediyorum. Önder Bey branşında çok iyi. Allah kendisinden razı olsun. Teşekkür ederim kendisine… Sayenizde yıllardır çektiğim sinüzitten kurtuldum. Sizi gönül rahatlığıyla tüm tanıdıklarıma tavsiye ediyorum. Başarılarınızın devamını dilerim… Önder Bey'i sosyal medya üzerindeki tavsiyelerden buldum. Burun estetik ameliyatı için çok tedirgindim ve aklımda birçok soru vardı. Ancak Önder Bey'in hem sorularımı samimiyetle ve açıklıkla cevaplaması hem de verdiği motivasyonla çok doğru bir karar verdim ve operasyonu gerçekleştirdik. Operasyonun ardından yaklaşık bir 6 ay geçti. Hem süreçten hem de sonuçtan inanılmaz memnunum. Eğer burun estetik ameliyatı yaptırmak gibi bir fikriniz varsa mutlaka Önder Bey ile görüşün. Kendisi hem güleryüzü hem de uzmanlığıyla gerçekten mucize yaratıyor. Kendisine çok teşekkür ediyorum…”* şeklinde hasta yorumlarına ve hastaların tedavi sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

[www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz](http://www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/DrOnderAkdeniz](http://www.facebook.com/DrOnderAkdeniz) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde;

*“En önemli estetik operasyon burun estetiği… Burun ameliyatının ön çalışması en az ameliyat kadar önemlidir. Karar verilen sonucu elde edebilmek çok titiz ve ciddi bir çalışma gerektirir. Anatomik dengeler, özellikle alt, üst çenenin, dişlerin pozisyonu ve dudakların yapısı, burunun kıkırdak yapısı önemlidir. Yüz bütününde burunun yerleşimi incelenir. yüzün ifadesini değiştirin en önemli estetik operasyon burun estetiği… Rinoplasti Günlüğü: Doğal, fonksiyonel, yüzle uyumlu ve havalı…”* gibi ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.onderakdeniz.com](http://www.onderakdeniz.com) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde; “*Op. Dr. Önder Akdeniz Burun Estetiği (Rinoplasti) Uzmanı. Uzmanlık alanlarım; Ultrasonik Burun Estetiği, Tamponsuz Burun Ameliyatı (Septoplasti), Dinamik Burun Estetiği, Burun Ucu İnceltilmesi ve Düzeltilmesi (Tip Plasti), Kepçe Kulak Estetiği…”* şeklindeki ifadelere yer verilerek, “Kulak, Burun, Boğaz Hastalıkları” alanında ihtisası olan şahsın estetik cerrahi işlemlerle ilgili de uzman olduğu algısı oluşturduğu,

“Hasta yorumları” başlığı altında; *“Bursa'da birkaç hekime gittiğim halde çare bulmadığım sinüzit rahatsızlığımı tedavi ettiğiniz ve hastalarınıza gösterdiğiniz ilgiden sonsuz teşekkürler... Nazal septum deviasyonu operasyonu geçirdim. eğer burnunuzdan nefes alıp vermede bir probleminiz var ise doktorunuzun da önerisi ile bu operasyonu atlatmak en doğrusu gibi geliyor. ben çocukluğumdan beri hep erteledim ama gereksizmiş. gerçekten daha şimdiden nefes alıp verme kalitem arttı. Doktoruma ilgisi ve tedavimi gerçekleştirdiği için de sonsuz kere teşekkürü borç bilirim… Sevgili doktorum Önder Beye teşekkürlerimi borç bilirim çünkü o ve ekibi sayesinde harika bir rinoplasti ameliyatı geçirdim. Ameliyat sonrasında hiç ağrı hissetmedim. Kendisi çok nazik ellere sahip şüphesiz ve kesinlikle hasta ilişkisi konusunda on numara bir hekim. Mükemmel cerrahlığının yanında harika bir insan dinamik, güler yüzlü, muhteşem insan. Ellerinize sağlık hocam. Gözünüz kapalı kendinizi doktor beye emanet edebilirsiniz. Hocam başarılarınızın devamını dilerim… Bundan 3 ay önce burun estetiği ameliyatı olmaya karar verdim.Önder beye muayene oldum 1 hafta sonrasına gün aldık. Gerçekten çok başarılı bir operasyon geçirdim. Ameliyat esnasında ve sonrasında ne ağrım nede sızım oldu. İşini önemseyerek yapan bir doktor. Herkese tavsiye ediyorum. Önder bey branşında çok iyi. Allah kendisinden razı olsun. Teşekkür ederim kendisine… Sayenizde yıllardır çektiğim sinüzitten kurtuldum. Sizi gönül rahatlığıyla tüm tanıdıklarıma tavsiye ediyorum. Başarılarınızın devamını dilerim… Önder Bey'i sosyal medya üzerindeki tavsiyelerden buldum. Burun estetik ameliyatı için çok tedirgindim ve aklımda birçok soru vardı. Ancak Önder Bey'in hem sorularımı samimiyetle ve açıklıkla cevaplaması hem de verdiği motivasyonla çok doğru bir karar verdim ve operasyonu gerçekleştirdik. Operasyonun ardından yaklaşık bir 6 ay geçti. Hem süreçten hem de sonuçtan inanılmaz memnunum. Eğer burun estetik ameliyatı yaptırmak gibi bir fikriniz varsa mutlaka Önder Bey ile görüşün. Kendisi hem güleryüzü hem de uzmanlığıyla gerçekten mucize yaratıyor. Kendisine çok teşekkür ediyorum…”* şeklinde anılan şahsı ve tıbbi işlemleri övücü nitelikteki hasta yorumlarına ve hastaların tedavi sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

[www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz](http://www.instagram.com/op.dr.onderakdeniz) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/DrOnderAkdeniz](http://www.facebook.com/DrOnderAkdeniz) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde;

*“En önemli estetik operasyon burun estetiği… Burun ameliyatının ön çalışması en az ameliyat kadar önemlidir. Karar verilen sonucu elde edebilmek çok titiz ve ciddi bir çalışma gerektirir. Anatomik dengeler, özellikle alt, üst çenenin, dişlerin pozisyonu ve dudakların yapısı, burunun kıkırdak yapısı önemlidir. Yüz bütününde burunun yerleşimi incelenir. yüzün ifadesini değiştirin en önemli estetik operasyon burun estetiği… Rinoplasti Günlüğü: Doğal, fonksiyonel, yüzle uyumlu ve havalı…”* gibi ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan söz konusu 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; “burun estetiği, kepçe kulak estetiği” gibi şahsın uzmanlık alanının dışında birtakım tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği, 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”, “Ağız, Yüz ve Çene Cerrahisi” ve “Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi” uzmanlık dallarının farklı ana bilim dalları olarak belirlendiği, “Ağız, Yüz ve Çene Cerrahisi” uzmanlığına sahip olabilmek için 5 yıllık (Kulak-Burun-Boğaz Hastalıkları uzmanları için 2 yıl ve Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi uzmanları için 2 yıl) ayrı bir eğitim alınmasının, “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlığına sahip olabilmek için ise 5 yıllık ayrı bir eğitim alınmasının yasal zorunluluk olduğu, yine anılan Kanunun Ek 14 üncü maddesine göre, “*Tıpta ve diş tabipliğinde ana uzmanlık dalı eğitimlerine, merkezi olarak yapılacak tıpta ve diş tabipliğinde uzmanlık sınavları ile girileceği, yan dal uzmanlık eğitimlerine ve* ***EK-1 sayılı çizelgenin 3 üncü sütununda belirtilen uzmanların ikinci uzmanlık eğitimlerine girişlerin ise merkezi olarak yapılacak yan dal uzmanlık sınavı ile olacağı”,***bu bağlamda şahsın adına söz konusu alanda düzenlenmiş herhangi bir uzmanlık belgesinin Bakanlığımıza sunulmadığı, tüm bu açıklamalar ışığında, inceleme konusu internet sitesinde burun estetiği gibi estetik cerrahi alanında yapılan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8, 10, 24 ve Ek 14 üncü maddeleri,

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

**22)**

**Dosya No: 2016/1475**

**Şikayet Edilen: Dr. Köksal YUCA**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/drkoksalyuca/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/drkoksalyuca/> adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde; *“Burun estetik ameliyatlarında gereksiz kıkırdak çıkarılması burun ucu düşmesinde en sık rastlanan nedendir. Travmalar, burun enfeksiyonları ve burunu tutan çeşitli hastalıklarda da burun destek dokuları bozulabilir ve burun ucu düşebilir. Rinoplastide daha minimal ve destek yapıyı daha az bozan cerrahi tekniklerle bu önemli yapıları koruyabiliyor, şekillendirebiliyor ve hatta gerekirse güçlendirebiliyoruz. Ameliyat esnasında gerekirse kıkırdak desteği, kıkırdak ilerletmeleri, birtakım dikiş uygulamaları gibi bazı cerrahi tekniklerle desteği artırabiliyoruz. Burnunuz düşmesin!!!”* şeklinde ifadelere,

*“Öncesinde, branşında uzman en az beş altı KBB uzmanına giden, teşhis ve tedavi ile ilgili bilgi edinen biri olarak; muayene döneminden ameliyat işlemine, ameliyat sonrasından son kontrollere kadar hastasıyla sanki en yakın dostu, hatta ailesi gibi ilgilenen, gerek mesleki, gerekse de insani olarak tek kelime ile muhteşem biri. Bu vesile ile değerli hocama saygı ve sevgilerimi sunuyorum. İyi ki sizin gibi mesleğini layıkıyla icra eden, bilgi ve birikimini hastasına en uygun şekilde uygulayan hocamla tanışma fırsatım oldu. Tekrar şükranlarımı sunuyorum.”* şeklinde hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.facebook.com/drkoksalyuca/> adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde; *“Burun estetik ameliyatlarında gereksiz kıkırdak çıkarılması burun ucu düşmesinde en sık rastlanan nedendir. Travmalar, burun enfeksiyonları ve burunu tutan çeşitli hastalıklarda da burun destek dokuları bozulabilir ve burun ucu düşebilir. Rinoplastide daha minimal ve destek yapıyı daha az bozan cerrahi tekniklerle bu önemli yapıları koruyabiliyor, şekillendirebiliyor ve hatta gerekirse güçlendirebiliyoruz. Ameliyat esnasında gerekirse kıkırdak desteği, kıkırdak ilerletmeleri, birtakım dikiş uygulamaları gibi bazı cerrahi tekniklerle desteği artırabiliyoruz. Burnunuz düşmesin!!!”* gibi ifadelere,

*“Öncesinde, branşında uzman en az beş altı KBB uzmanına giden, teşhis ve tedavi ile ilgili bilgi edinen biri olarak; muayene döneminden ameliyat işlemine, ameliyat sonrasından son kontrollere kadar hastasıyla sanki en yakın dostu, hatta ailesi gibi ilgilenen, gerek mesleki, gerekse de insani olarak tek kelime ile muhteşem biri. Bu vesile ile değerli hocama saygı ve sevgilerimi sunuyorum. İyi ki sizin gibi mesleğini layıkıyla icra eden, bilgi ve birikimini hastasına en uygun şekilde uygulayan hocamla tanışma fırsatım oldu. Tekrar şükranlarımı sunuyorum.”* şeklinde hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan söz konusu 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; inceleme konusu sitede burun estetiği işlemine yönelik tanıtımlara yer verildiği, 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”, “Ağız, Yüz ve Çene Cerrahisi” ve “Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi” uzmanlık dallarının farklı ana bilim dalları olarak belirlendiği, “Ağız, Yüz ve Çene Cerrahisi” uzmanlığına sahip olabilmek için 5 yıllık (Kulak-Burun-Boğaz Hastalıkları uzmanları için 2 yıl ve Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi uzmanları için 2 yıl) ayrı bir eğitim alınmasının, “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlığına sahip olabilmek için ise 5 yıllık ayrı bir eğitim alınmasının yasal zorunluluk olduğu, yine anılan Kanunun Ek 14 üncü maddesine göre, “*Tıpta ve diş tabipliğinde ana uzmanlık dalı eğitimlerine, merkezi olarak yapılacak tıpta ve diş tabipliğinde uzmanlık sınavları ile girileceği, yan dal uzmanlık eğitimlerine ve* ***EK-1 sayılı çizelgenin 3 üncü sütununda belirtilen uzmanların ikinci uzmanlık eğitimlerine girişlerin ise merkezi olarak yapılacak yan dal uzmanlık sınavı ile olacağı”,***bu bağlamda anılan şahıs adına söz konusu alanda düzenlenmiş herhangi bir uzmanlık belgesinin Bakanlığımıza sunulmadığı, tüm bu açıklamalar ışığında, inceleme konusu internet sitesinde burun estetiği gibi estetik cerrahi alanında yapılan tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8, 10, 24 ve Ek 14 üncü maddeleri.

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2016/1479**

**Şikayet Edilen: Dentusta Ağız ve Diş Sağlığı Tur. İnş. Güz. Hizm. Fot. Tic. Ltd. Şti. (Özel Dentusta Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dentusta.com.tr](http://www.dentusta.com.tr), <https://twitter.com/dentusta>, [www.facebook.com/dentustadisklinigi](http://www.facebook.com/dentustadisklinigi) ve [www.instagram.com/\_dentusta\_](http://www.instagram.com/_dentusta_) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2016, 31.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dentusta.com.tr](http://www.dentusta.com.tr) adresli internet sitesinin 30.01.2017 tarihli görünümünde; anasayfada; *“…Uzun süredir çalışan deneyimli kadromuz Dentusta Diş Kliniği adı altında Kasım 2015’den beri hizmet vermektedir. Batıkent/Çakırlar’da faaliyet göstermekte olan diş kliniğimiz modern zamanın gerektirdiği bir klinik olup, ağız ve diş sağlığı konusunda, uzman hekimlerimiz ile birlikte sizlere en uygun tedavileri sağlayabilmeyi hedeflemekteyiz… Ağız ve diş sağlığı hayati önem taşımaktadır. Kliniğimize gelerek çektireceğiniz bir panoramik film ve doktorlarımız tarafından filminizin incelenmesi ile ilerde oluşabilecek ve geri dönülmesi zor diş sorunlarınıza önlem alınabileceğini unutmayın… Her klinikte bulunan ekipmanlarımız, çağın gerektirdiği son teknoloji ünitler ve ekipmanlardır. Ayrıca panoramik röntgen cihazımız da klinik bünyemizde bulunmaktadır. Bu, siz değerli misafirlerimize ne kolaylık sağlar? Panoramik röntgen için beş dakika harcamanız yeterli olacaktır. Bu işlem için herhangi bir görüntüleme merkezine gitmenize gerek kalmaz.”* gibi söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve “Diş beyazlatma” başlığı altında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/dentustadisklinigi](http://www.facebook.com/dentustadisklinigi) adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde; *“…Hastamızın ağzında hiç dişi yoktur. Alt üst damak kullanmakta olup her gün yapıştırıcılar ile tutuculuğunu sağlamaktadır. Bundan kurtulmak isteyen hastamıza 4 adet implant yerleştirilerek ankerli protez tedavisi uygulanmıştır. Gülüşünün daha estetik olmasının yanı sıra hayatında büyük bir konfor sağlamıştır. Artık yapıştırıcılar ile uğraşmayıp geçmeli protez ile daha keyifli bir yaşam sürmektedir. Yemek yerken, konuşurken çıkma gibi bir derdi yoktur… Dentusta Diş Kliniği Zirkon uygulaması. Muayenenizi olmak için randevunuzu alın, hayata gülerek bakın. Hastamız üst ön dişlerinin görünümünden rahatsız olduğu şikayeti ile geldi. Planlaması yapıldı. Zirkon porselen tedavisi uygulandı…”* şeklinde ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

<https://twitter.com/dentusta_> ve [www.instagram.com/\_dentusta\_](http://www.instagram.com/_dentusta_) adresli internet sitelerinin 31.01.2017 tarihli görünümlerinde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dentusta.com.tr](http://www.dentusta.com.tr) adresli internet sitesinin 30.01.2017 tarihli görünümünde; anasayfada; *“…Uzun süredir çalışan deneyimli kadromuz Dentusta Diş Kliniği adı altında Kasım 2015’den beri hizmet vermektedir. Batıkent/Çakırlar’da faaliyet göstermekte olan diş kliniğimiz modern zamanın gerektirdiği bir klinik olup, ağız ve diş sağlığı konusunda, uzman hekimlerimiz ile birlikte sizlere en uygun tedavileri sağlayabilmeyi hedeflemekteyiz… Ağız ve diş sağlığı hayati önem taşımaktadır. Kliniğimize gelerek çektireceğiniz bir panoramik film ve doktorlarımız tarafından filminizin incelenmesi ile ilerde oluşabilecek ve geri dönülmesi zor diş sorunlarınıza önlem alınabileceğini unutmayın… Her klinikte bulunan ekipmanlarımız, çağın gerektirdiği son teknoloji ünitler ve ekipmanlardır. Ayrıca panoramik röntgen cihazımız da klinik bünyemizde bulunmaktadır. Bu, siz değerli misafirlerimize ne kolaylık sağlar? Panoramik röntgen için beş dakika harcamanız yeterli olacaktır. Bu işlem için herhangi bir görüntüleme merkezine gitmenize gerek kalmaz.”,* gibi söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve “Diş beyazlatma” başlığı altında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/dentustadisklinigi](http://www.facebook.com/dentustadisklinigi) adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde;

*“…Hastamızın ağzında hiç dişi yoktur. Alt üst damak kullanmakta olup her gün yapıştırıcılar ile tutuculuğunu sağlamaktadır. Bundan kurtulmak isteyen hastamıza 4 adet implant yerleştirilerek ankerli protez tedavisi uygulanmıştır. Gülüşünün daha estetik olmasının yanı sıra hayatında büyük bir konfor sağlamıştır. Artık yapıştırıcılar ile uğraşmayıp geçmeli protez ile daha keyifli bir yaşam sürmektedir. Yemek yerken, konuşurken çıkma gibi bir derdi yoktur… Dentusta Diş Kliniği Zirkon uygulaması. Muayenenizi olmak için randevunuzu alın, hayata gülerek bakın. Hastamız üst ön dişlerinin görünümünden rahatsız olduğu şikayeti ile geldi. Planlaması yapıldı. Zirkon porselen tedavisi uygulandı…”* şeklinde ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

<https://twitter.com/dentusta_> ve [www.instagram.com/\_dentusta\_](http://www.instagram.com/_dentusta_) adresli internet sitelerinin 31.01.2017 tarihli görünümlerinde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan söz konusu kuruluşa yönlendirme yapıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı ve reklam niteliğinde değerlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Dentusta Ağız ve Diş Sağlığı Tur. İnş. Güz. Hizm. Fot. Tic. Ltd. Şti. (Özel Dentusta Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2016/3633**

**Şikayet Edilen: Doktor Erol Koç Sağlık Med. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Erol KOÇ)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2016, 03.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.erolkoc.com.tr](http://www.erolkoc.com.tr) adresli internet sitesinin 02.02.2017 ve 03.02.2017 tarihli görünümünde; anasayfada, *“Hyalüronik Asit Dudak Dolgusu, daha dolgun ve hacimli dudaklar, daha belirgin dudak çizgileri… lazer ile dövme silme bazı kararlarınızdan vazgeçmekte özgürsünüz…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik birtakım ifadelere,

[www.facebook.com/drerolkoc](http://www.facebook.com/drerolkoc) ve [www.instagram.com/drerolkoc](http://www.instagram.com/drerolkoc) adresli internet sitelerinin 02.02.2017 tarihli görünümlerinde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve *“Webometrics sıralamasında Bilim insanı listesinde ilk 5 bine girdiğim için akademik kadrosunda yer aldığım fakültem beni kutlamış. Çok memnunum…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.erolkoc.com.tr](http://www.erolkoc.com.tr) adresli internet sitesinin 02.02.2017 ve 03.02.2017 tarihli görünümünde; anasayfada, *“Hyalüronik Asit Dudak Dolgusu, daha dolgun ve hacimli dudaklar, daha belirgin dudak çizgileri… lazer ile dövme silme bazı kararlarınızdan vazgeçmekte özgürsünüz…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı birtakım ifadelere,

[www.facebook.com/drerolkoc](http://www.facebook.com/drerolkoc) ve [www.instagram.com/drerolkoc](http://www.instagram.com/drerolkoc) adresli internet sitelerinin 02.02.2017 tarihli görünümlerinde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve *“Webometrics sıralamasında Bilim insanı listesinde ilk 5 bine girdiğim için akademik kadrosunda yer aldığım fakültem beni kutlamış. Çok memnunum…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla hekimlik mesleğini yürüten söz konusu şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı ve 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 **Doktor Erol Koç Sağlık Med. Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Erol KOÇ)** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2016/416**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Sağlığı Merkezi Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.dunyagoz.com ve www.dunyagozestetik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.dunyagoz.com,www.dunyagozestetik.com) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016, 15.04.2016, 07.10.2016, 03.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.dunyagozestetik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.dunyagozestetik.com) adresli internet sitesinin 07.10.2016 tarihli görünümde; *“Göz çevresi estetiğinde sağlıklı ve doğal sonuçlara ulaşmak istiyorsanız doğru adres Dünyagöz! 1996 yılında hizmet vermeye başlayan Dünyagöz, gözün tüm branşlarında yüzlerce farklı tedavi yöntemiyle 365 gün, 24 saat göz ve göz çevresi sağlığına dair yurt içi ve yurt dışında toplam 18 merkezde, 150 kişilik deneyimli medikal kadrosu ile çağdaş yönetim anlayışıyla ilkeli sağlık hizmeti veriyor...”* ifadeleri ile,

Kuruluşa ait [www.dunyagoz.com](http://www.dunyagoz.com) adresli internet sitesinin 06.04.2016 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Lazerde yeni dönem başlıyor, bıçaksız, ağrısız, narkozsuz, iğnesiz ve tabi ki no touch, all in one.20. yıla özel, iyi görmek herkesin hakkı, ailem göz paketi ile gözleriniz bize emanet.Üniversite öğrencilerine Dünyagöz’den büyük destek, üniversiteli kepinden önce gözlüğünü at.Tam 20 yıldır sadece gözlerinize odaklandık, inanıyoruz ki dünya görmeye değer.Lasik yöntemi,nin mucidi Prof. Dr. Ioannis G. Pallikaris sadede Dünyagöz’de.Türkiye’nin dünyaya açılan gözü, Türkiye’de 18 Avrupa’da 4 farklı nokata; göz sağlığında uluslararası bir marka.”,* “Kurumsal” başlığı altında; *“Yüksek kalite standartları, göz sağlığında yüksek standartta hizmet sunan, alanında uzman bir göz hastanesi.Sağlık turizminşin öncüsü, dünyanın farklı ülkelerinden birçok yabancı hastanın tercihi”,* “Sağlık Turizmi” başlığı altında; *“Her ay ortalama 2.500 yabancı hastanın göz ameliyatını gerçekleştiren ve yılda 40.000'den fazla yabancı hastayı ülkemize getiren Dünyagöz Hastaneler Grubu, Avrupa'da pek çok ülkedeki temsilcilikleriyle ve web sitesi üzerinden sağladığı on-line rezervasyon sistemiyle, yurt dışından gelen hastaların havaalanı-hastane transferlerini gerçekleştirmekte, muayene - tetkik ve ameliyatlarını bir paket halinde sunmaktadır.(…)”,* “Kalite Belgeleri” başlığı altında; *“Dünya çapında geçerliliği olan JCI (Joint Commission International) Kalite Belgesi, ISO 9001 (TUV-SUD) Kalite Belgesi. JCI (Joint Commission International) Akreditasyon Belgesi. Dünyagöz Hastaneler Grubu, hastalarına uluslararası sağlık kalite standartlarında hizmet verdiğini kanıtlayarak, JCI Amerikan Sağlık İdaresi Kalite Komisyonu tarafından, hasta bakım kalitesi ve organizasyon yönetimi doğrultusunda akredite edilerek onurlandırılmıştır.JCI (Joint Commission International) Hakkında:Akreditasyon, sağlık kurumunun önceden belirlenmiş ve yayınlanmış standartlara olan uygunluğunun genellikle bir sivil toplum kuruluşu tarafından değerlendirildiği ve onaylandığı resmi bir süreçtir. JCI, ABD'de yaklaşık 18.000 sağlık kurumunu akredite eden dünyanın en büyük akreditörü JCAHO (Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations)'nun uluslararası alanda faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bölümüdür. Bugün 18 ülkede sadece 72 hastane JCI akreditasyonuna hak kazanmıştır. Dünyagöz Hastaneler Grubu, 17 -18 Temmuz 2006 tarihlerinde JCI yetkilileri tarafından belgelendirme denetimi amacıyla ziyaret edilmiş ve başarılı bir denetim süreci geçirerek akreditasyon belgesi almıştır. Neden JCI Akreditasyon Standartları? Sağlık hizmetleri için oluşturulmuş kalite sistemidir. Hasta bakım kalitesi ve hasta güvenliği ile ilgili süreçlere odaklıdır. Bizzat sağlık hizmeti verenler tarafından oluşturulmuştur. Anlamlı ve uygulanabilir süreçler içermektedir.Hizmet süreçleri bilimsel ve yasal kurallara dayandırılmıştır.İzlenebilir, ölçülebilir ve sürekli gelişmeye açıktır.Kalite seviyesinin yükselmesine katkı sağlar.JCI uluslararası hasta güvenliği hedeflerini her yıl yeniden gözden geçirerek hasta güvenliğini sağlamak amacıyla ve gelişebilecek risklere karşı yeni hedefler oluşturmaktadır. Bu hedefleri akredite ettiği kurumlarla paylaşarak, uygulamaları zorunlu kılmaktadır. JCI standartları sırasıyla hastanın hastaneye girdiği andan çıkışına kadar ve taburcu olduktan sonraki iyileşme sürecini kapsamaktadır. ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi: ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi; müşterinin hatalı hizmet almamasını garanti etmek üzerine odaklanmıştır. Bu amaçla, Kalite Yönetim Sistemi, hizmet ünitelerini sürekli kontrol altında tutarak hataları asgariye indirir. Ayrıca, sistemi etkili şekilde uygulayarak müşteri memnuniyetini sağlamak, sürekli iyileştirme süreçleri geliştirmek, yanlışlıkları veya yanılmaları önlemek için kuruluşların gereksinim duyduğu Kalite Yönetim Sistemi'nin minimum şartlarını belirler. Ayrıca Ekim 2007'de TUV-SUD tarafından gerçekleştirilen ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgelendirme Denetimi sonucunda Dünyagöz Hastanesi, belgelendirme denetimini başarı ile geçerek, TUV-SUD tarafından ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi sertifikasyonunu almaya hak kazanmıştır.”*, “Merkezlerimiz” başlığı altında; *“Gelişmiş sağlık teknolojileri, teknoloji ile uzmankığın bir araya geldiği güvenilir bir göz hastanesi. Dünyagöz farkını yaşayın 5 yıl otel standardındaki akıllı binalarıyla hizmetinizde. Yaygın şube ağı, yeni açılacak 11 şubemizle Dünyagöz size artık daha da yakın”*, “Medikal Teknolojilerimiz” başlığı altında; *“Sağlık teknolojileri, sağlık alanındaki teknolojileriyle kişiye özel tedaviler.365 gün 24 saat kesintisiz tam teşekküllü hizmet. Göze özel ameliyathaneler, hepa filtre kullanılan ve yüksek sterilizasyonlu ameliyathaneler. Teknolojiyle donatılmış akıllı binalar”*, “Doktorlarımız” başlığı altında; *“Gözün tüm branşlarında tedavi, 200 kişilik alanında uzman hekim kadrosu.Dünyagöz Medikal Direktörü, Prof. Dr. Ioannis Pallikaris, lazer tedavisinde kullanılan lasik yönteminin mucidi.Göznün tüm branşlarında tedavi, 200 kişilik alanında uzman hekim kadrosu”*, “Online Destek” başlığı altında; *“Her zaman hizmetinizdeyiz.365 gün 24 saat göz ve göz çevresi sorunlarınıza çözüm sunuyoruz”*, “Göz Testleri” başlığı altında; *“Gelişmiş sağlık teknolojileri, tam donanımlı hastanelerde doğru tedavi Dünyagöz’de”*, “Yatırımcı İlişkileri” başlığı altında; *“Dünyanın tercihi Dünyagöz, her yıl 500 bin muayene ve 90 bin göz ameliyatı gerçekleştiriliyor.Başarıda süreklilik, yaygın şube ağıyla her gün daha da güçleşen bir sağlık devi”*, “Laboratuvar Sonuçları” başlığı altında; *“Güvenilir sonuçlar Dünyagöz’de. Tüm tahlilleriniz için laboratuvar hizmetlerimizden yararlanabilirsiniz. Gelişmiş sağlık teknolojileri, teknoloji ile uzmanlığın bir araya geldiği güvenilir bir göz hastanesi”*, “Genel Göz Muayenesi-Videolar” başlığı altında; *“Sağlığınız bize emanet, tüm birimlerde uzman kadrolar, doğru teşhis ve çözümler Dünyagöz’de.”*, “Hakkımızda” başlığı altında; *“Dünyagöz Hastaneler Grubu:1996 yılında hizmet vermeye başlayan Dünyagöz, gözün tüm branşlarında ve en gelişmiş teknolojilerle sunduğu yüzlerce farklı tedavi yöntemiyle 365 gün, 24 saat göz ve göz çevresi sağlığına dair sorunlara kesin çözüm getiriyor. Ülkemizde branş hastaneciliği ile yeni bir dönem başlatan Dünyagöz Hastaneler Grubu, yurt içi ve yurt dışında toplam 22 merkezinde ilkeli sağlık hizmeti veriyor. Dünyagöz; sürekli yenilenen eksiksiz teknolojisi, öğretim üyesi ve uzman doktorlardan oluşan 200 kişilik deneyimli medikal kadrosu, 2000’e yakın personeli ve çağdaş yönetim anlayışıyla kısa sürede dünyanın sayılı birkaç merkezi arasında yerini almayı başardı. Türkiye çapında İstanbul, Ankara, Antalya, İzmit, Adana, Samsun, Bursa, Erzincan, Sakarya ve Tekirdağ olmak üzere 10 ayrı ilde 18 şube ve yurt dışında Almanya, İngiltere ve Gürcistan'da bulunan 4 ayrı noktada hizmet veren Dünyagöz Hastaneler Grubu, Türkiye’nin Avrupa’daki ilk ve en büyük yatırımını Almanya’nın Frankfurt kentinde gerçekleştirdi. Yatırımlarına aynı hızla devam edecek olup İzmir, Konya ve Gaziantep’te açacağı yeni hastaneleriyle geniş bir coğrafyaya yayılmayı hedefleyen grup, Türkiye’de sağlık turizminin öncülüğünü üstlenerek dünyanın 107 ülkesinden yılda yaklaşık 40 bin hastaya da hizmet veriyor. Misyonumuz: Toplumun her kesimine en yüksek standartlarda göz sağlığı hizmeti sunmak üzere dünyada kabul görmüş son teknoloji ve güncel teşhis ve tedavi yöntemlerini branşlarında yetkin ve uzman kadromuzla yurt içi ve yurt dışı hastanelerimizde uygulamak. Vizyonumuz: Türkiye’de ve yurt dışında, kalite standartlarımızı daima yükselterek; göz sağlığı alanında uzmanlığımızı ve memnuniyet odaklı olma özelliğimizi korumak, marka bilinirliğimizi arttırmak ve yapacağımız bilimsel çalışma-araştırmalar ile global itibar ve referans merkezi olmak. Değerlerimiz: Saygı: Toplumun farklı kesimlerinden olan tüm hastalarımıza saygılı bir şekilde ve eşit standartta hizmet vermek. Duyarlılık: Hasta ve hasta yakınlarına duyarlılık ve empati ile yaklaşarak, en iyi hizmeti sunmak.Güven:Profesyonellik, etik anlayışı ve bireysel sorumlulukların getirdiği yüksek standartlara bağlı kalarak, hastalarımızın bize duydukları güvene her zaman layık olmak.Ekip Çalışması:Tüm çalışanların kuruma katkılarını ve yarattıkları değeri önemsemek.Mükemmellik:Tüm ekibin özenli çalışmaları ve katkılarıyla yüksek kalitede hizmet sunarak en iyi sonucu elde etmek.Yenilik:Kurumumuzdan hizmet alan tüm bireylerin yaşam kalitelerini, ekibimizin yaratıcı fikirleri ve yetenekleriyle daha üst düzeye taşıyarak, yenilikçi anlayışımızın devamlılığını sağlamak.”*, “Katarakt” başlığı altında; *“Katarakt tedavisinde güven. Alanında uzman Dünyagöz ekibi. Sağlığınız bize emanet. Tüm birimlerde uzman kadrolar, doğru teşhis ve çözümler Dünyagöz’de”*, “Katarakt-Videolar” başlığı altında; *“365 gün, 24 saat kesintisiz ve tam teşekküllü hizmet”*, “Lazer ve Göz İçi Lens” başlığı altında; *“Dünyaya merceksiz bakı.Dünyagöz’de sadece 10 dakikada yeni bir haftaya merhaba deyin.Özel lazer tedavileri, hastaya ve göz yapısına uygun teknolojilerle lazerde kalıcı başarı. (…)Dünyagöz Hastaneler Grubu'nda ameliyatlar, uzmanlık alanı lazer ile göz tedavileri olan doktorlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyagöz Hastaneler Grubu'nda yapılan çalışmalara göre, lazer ameliyatı olmak isteyen kişilerin sadece %50'sinin gözleri tedaviye uygun bulunmaktadır. Miyop, hipermetrop ve astigmat gibi kırma kusurlarının Excimer Lazer ile tedavisi; kuralları ve sonuçları belli, güvenilir bir yöntem olarak tıp dünyasındaki yerini almıştır. 1980'li yılların başından itibaren milyonlarca kişi, bu yöntem ile tedavi olarak sosyal ve mesleki yaşantılarında gözlük ve kontakt lens kullanımının yarattığı kısıtlamalardan kurtulmuştur. Tedavinin kullanılmaya başlandığı yıldan itibaren tüm dünyada 31,4 milyondan fazla kişi bu yöntemle tedavi edilmiştir. Lazer tedavisinin doğru şartlar altında, uygun hastalara yapıldığında başarı oranı yaklaşık %98’dir.(…) Lazer tedavisi FDA onaylı, tamamen güvenli bir teknolojidir.”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Lazer Bütçenizi Korur Testi” başlığı altında; *“Lazer bütçenizi korur testi.(…) Sadece bir kere yapılan 10 dakikalık lazer tedavisi ile bir ömür boyu tasarruf edin. Birçok göz hekimi yetişkin bir bireyin her yıl göz muayenesi olmasını ve gözlüklerini yenilemesini önermektedir. Her yıl değiştirdiğimiz gözlük ve lensler biz farkında olmadan para ve zaman kaybına yol açmaktadır. Ortalama bir gözlüğün fiyatı 200 ila 1.500 TL arasındadır. Aynı şekilde, lens kullananlar yıllık en az 400 TL’yi lens ve yan ürünlerine ayırmaktadır. Bu masraflar göz önünde bulundurulduğunda lazerle gözlükten kurtulma tedavileri için harcanan para 1-2 yıl içerisinde geri kazanılmakta ve sonraki yıllarda çok ciddi para tasarrufu sağlamaktadır. 18 yaşında lazer olan bir kişi, hayatı boyunca yaklaşık 21.600 TL tasarruf etmektedir. Lazer ile Zaman Tasarrufu: Lazer tedavileri paranın yanı sıra zamandan da tasarruf sağlıyor. Yapılan araştırmalar lens kullanan bir kişinin yılda 50 saatini lensini takıp çıkarmak temizlemek gibi sebeplerle harcadığını göstermektedir. Günümüzde en değerli varlıklarımızdan olan zamanı bu şekilde boşa harcamak yerine, lazer tedavisi sonrası birçok faydalı konuda değerlendirebilirsiniz. Lazer ile Hayatınızda Neler Değişecek? Gözlük ve lenslerin yarattığı rahatsızlıklardan tamamen kurtulacaksınız. Sabahları veya gece uykunuzdan uyandığınızda saati rahatlıkla görebileceksiniz. Gözlüksüz ve lenssiz doğal görünüm ve görüş elde edeceksiniz. Spor aktivitelerinde rahatlık ve daha yüksek başarı sağlayacaksınız. Rüzgar ve yağmur gibi iklim olaylarından daha az rahatsızlık duyacaksınız. Lensinizin kaybolması, gözlüğünüzün kırılması gibi durumlardan kurtulacaksınızBütün bu avantajlara 10 dakika süren lazer tedavisi ile sahip olabilirsiniz.”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Lazer Tedavi Süreçleri” başlığı altında; *“(…)Daha güvenli bir uygulama sağlar(…)Ancak bu işlem ameliyattan daha kolay bir uygulamadır(…)”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Smile Lazer/Relex” başlığı altında; *“(…)Tedavi edilebilme imkanı sağlayan ileri lazer teknoloji yöntemidir. Darbeye ve basınca maruz kalma riski bulunan sporcu ve meslek grupları için ideal tedavi yöntemidir.(…)”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-İlasik” başlığı altında; *“(…)iLASIK; lazer teknolojisi Intralase Bıçaksız Lazer, kişiye özel tedavi Wavefront ve göz tanıma sisteminin kombinasyonudur. iLASIK tamamen kişiye özeldir. Her şey kişisel görüş kalitesini temel alarak yapılmaktadır. iLASIK tedavisi uygulanan kişiler incelendiğinde 1 yıl sonraki klinik araştırmalar gösteriyor ki; Çalışmaya katılan tüm hastaların %95'ten fazlası sürüş testlerini gözlüksüz ve kontakt lenssiz geçebildi. Hafif ya da yüksek miyopik hastaların %98'i ve çalışmaya katılan tüm hastaların yaklaşık dörtte üçü gözlüksüz ve kontakt lenssiz %100 ya da daha iyi görüşe sahip oldu. Hafif ya da yüksek miyopisi olan hastalar, tedaviden önceki gece görüşleri ile karşılaştırıldığında 4 kat daha fazla memnun kaldılar. iLASIK uygulamasındaki ilk aşama " Kişiye Özel Tedavi Wavescan™" teknolojisini de içeren bazı testler sonucu görüşünüzün karakteristik özeliklerini belirlemektir. Wavescan sistemi görme kusurlarınızın 3 boyutlu haritasını çıkarır. Daha sonra kişiye özel tedavi (Advanced CustomVue™) işlemi ile bu haritadan alınan dijital bilgiler kullanılarak kişiye özel tedavi tasarlanır. Wavefront: Göze bir ışık demetinin gönderilmesi ile retina tabakasında elde edilen görüntünün değerlendirilerek kişiye özel programlanan lazer tedavisinin yapılmasıdır. (…) Lazer tedavisinde, tedavinin her bir göz için özelleştirilmesi başarılı sonuçlar için anahtar niteliğindedir. iDesign gelişmiş Wavefront kılavuzlu sistem her bir gözün kişiye özel olarak tedavi edilmesini sağlar. Wavefront teknolojisi ile kısa sürede 5 farklı ölçüm yapılabilmektedir. Otorefraktometre, keratometre, topografi, aberrometre ve pupilometre cihazlarıyla yapılan 5 farklı ölçüm tek cihazla yapılarak elde edilen verilerle kişiye özel tedavi sunulmaktadır. iDesign Wavefront teknolojisi ile detaylı kornea analizi yapılabilmekte ve gözün kırma kusurları en ince ayrıntısına kadar tespit edilebilmektedir. Yüksek tanımlı sensörü sayesinde gözün optik düzensizliği 5 kat fazla çözünürlükte analiz edilebilmektedir. iLASIK Tedavi Aşamaları: İlk aşamada Wavescan teknolojisi ile kişisel görüş profili hazırlanır.(…) Göze yollanan ışıktan yansıyan bilgiler özel bir kamerayla algılanır. Bu bilgiler lazere gönderilerek planlanan tedavi uygulanır. Kişiye özel tedavi (Advanced CustomVue™) uygulamasının tercih edilme sebeplerinden biri de Wavefront aberometresinde kişiye özel, birebir, üç boyutlu görme haritasının çıkartılabilmesidir.(…)”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Femtosaniye Lazer” başlığı altında; *“Femtosaniye Lazer; miyop, hipermetrop, astigmat gibi kırma kusurlarının refraktif cerrahi ile tedavisinde kullanılan yeni bir lazer teknolojisidir. Femtosaniye, bilgisayar kontrolünde lazerle ameliyatın başarısını etkileyen en önemli aşaması olan korneada ince bir kesi ile kapakçık açılmasıyla (flap) istenilen kalitede ve lazer ışınlarıyla bıçaksız olarak oluşturulmasını sağlar. Kesinin bıçak yerine lazer ışığı ile oluşturulması, riskleri en aza indirmektedir. Femtosaniye lazer kişiye özel kesi oluşturma imkanı vererek ameliyatta elde edilecek başarıyı artırmaktadır. (…)İnce kornea yapısı olanlarda mükemmel sonuç, yüksek başarı, düşük risk, istenilen kalınlıkta flap oluşturma olanağı(…)Lazer tedavisi için bir göze bıçak kullanılarak, diğer göze ise son jenerasyon teknoloji femtosaniye lazer (Intralase) yöntemi ile flap (kapak kesesi) açılan hastaların kontrol edildiği bir çalışmada, femtosaniye lazer (Intralase) uygulaması kullanılan gözdeki görüşün, diğer göze oranla 3 kat daha başarılı olduğu görülmüştür.”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Prk/Lasek” başlığı altında; *“(…)Bu iki yüzey yönteminde son derece güvenli sonuçlar alınmakla birlikte, hastalarda 2 -3 gün süresince yanma, batma, sulanma olabilmektedir.(…)”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Fakik Lens Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Dünyagöz Hastanesi'nde Fakik lens ameliyatı ilgili branş hekimleri tarafından yapılmaktadır.(…)”*, “Lazer ve Göz İçi Lens-Sıkça Sorulan Sorular” başlığı altında; *“(…)göz yapılarının en uygun olduğu ve yüksek başarı sağlayacak lazer tedavi yöntemleri ile tedavi edilir.(…) Lazer tedavisi damla anestezisi altında yapılan ağrısız ve acısız bir göz ameliyatıdır.(…)”*, “Yakın Görme Problemi” başlığı altında; *“Karizmayı çizdirmeyin, yakın gözlüklerinizden kurtulmak için presbiyopi tedavileri Dünyagöz’de”*, “Yakın Görme Problemi-Korneal Inlay Tedavisi” başlığı altında; *“Korneal Inlay (Kamra) tedavisi yaşa bağlı yakın görme problemini tedavi etmek amacıyla geliştirilmiş, pek çok göz hekimi tarafından tercih edilen, güvenilir bir tedavi yöntemidir.(…)”*, “Retina” başlığı altında; *“Görme kalitenizi artırın, hayatı tüm renkleriyle görmek için göz dibi muayenenizi yaptırın”*, “Glokom” başlığı altında; *“Sinsi tehlike glokom, düzenli kontrollerle hayata sağlıklı gözlerle bakın”*, “Çocuk Göz Sağlığı” başlığı altında; *“Sağlıklı bir nesil, erken teşhis ve doğru tedaviyle çocuklarınız geleceğe güvenle baksın”*, “Göz Tembelliği” başlığı altında; *“Neurovision Tedavisi Dünyagöz’de! Göz tembelliğine ameliyatsız, ağrısız, ilaçsız tedavi”*, “Göz Tembelliği- Göz Tembelliği Tedavisi” başlığı altında; *“Erken teşhis edilen göz tembelliğinin tedavisi oldukça basittir.(…) Göz tembelliği tedavisinde ilk 10 yaş tabii ki daha avantajlıdır ve görme artışı daha kolay sağlanır.(…)”*, “Göz Tembelliği- Göz Tembelliği Neurovision” başlığı altında; *“(…)Hasta için yan etkisi yoktur ve herhangi bir risk içermez. Amerikan FDA (Amerikan İlaç ve Gıda İdaresi) onaylı bir yöntemdir. Uygulaması kolaydır ve büyük bir kısmı evde gerçekleştirilir.”*, “Nöro-Oftalmoloji” başlığı altında; *“Sağlığınız bize emanet. Tüm birimlerde uzman kadrolar, doğru teşhis ve çözümler Dünyagöz’de”*, *“Üveit kaderiniz olmasın. Üveit tedavisinde erken tanı ve doğru tedavi ile sağlıklı gözler”*, “Göz Estetiği” başlığı altında; *“Doğal ve sağlıklı görünüm. Rengarenk bir hayata Dünyagöz ile bakın. Işığınız gözlerinizden yayılsın. Göz sağlığı pronlemleriniz için uzman medikal kadro Dünyagöz’de”*, “Göz Estetiği-Protez Göz” başlığı altında; *“(…)Protezler tamamıyla kişiye özel üretilmekte olup gözde yanma, batma, kızarıklık ve kapakta ağrı hissini ortadan kaldırmakla beraber konforlu, estetik ve doğal duracak şekilde uygulanmaktadır. Göz protezi oldukça kaliteli ve oldukça hafif bir malzeme olan akrilik malzemesinden yapılmaktadır. Bu malzeme insan vücuduna uyumlu olmakla birlikte kırılmaz özelliği taşımaktadır. Bu yönleri sayesinde hastaya bir sürü avantaj sağlar.(…)”*, “Kontakt Lens” başlığı altında; *“Kontakt lensle çözüm. Gözünüz lazere uygun değilse çözüm kontakt lenslerde”*, “Kornea Hastalıkları-Kornea Nakli” başlığı altında; *“(…) Gelişmiş ileri göz teknolojisi ve alanında deneyimli uzman doktor kadrosuna sahip Dünyagöz Hastaneler Grubu’nda hastanın kornea hastalığına göre DALK, DSAEK veya DMEK gibi ileri kornea nakilleri rutin olarak yapılmaktadır.(…)”*, “Katarakt-Femtosaniye Lazerle Katarakt” başlığı altında; *“(…)bu şekilde ameliyat narkozsuz, iğnesiz, bıçaksız ve ağrısız olarak gerçekleştirilir.(…) Göz cerrahisinde bir devrim niteliği taşıyan lazerle katarakt tedavisi dönemi başlamıştır. Dünyagöz Hastaneler Grubu'nda uygulanan "Femtosaniye Lazer" teknolojisi katarakt hastalarının aynı operasyonda özel göz içi mercek implantasyonu ile uzak ve yakın görme sorununa çözüm getirmek de mümkündür.(…) Katarakt tedavisinde komplikasyon riskini minimuma indiren ve ameliyat sırasında hastaya yüksek güvenlik ve konfor sağlayan femtosaniye lazerle bıçaksız katarakt tedavisinin diğer bir avantajı da ameliyatın en önemli aşaması olan yapay göz içi merceğinin yerleştiği yuvanın kusursuz olarak hazırlanmasıdır. Bu sayede yeni teknoloji, kataraktın yanı sıra; miyop, hipermetrop ve astigmat gibi kırma kusuru olan hastalara da gelişmiş göz içi mercek yerleştirmesi ile uzak ve yakın gözlüklerine olan bağımlılıklarını azaltma seçeneği sunuyor.”*, “Misafir Görüşleri” başlığı altında; *“Tam donanımlı ve profesyonel sağlık hizmeti, Yılın her günü 24 saat boyunca kesintisiz hizmet”* şeklinde ifadeler ile kuruluşa ve kuruluşta çalışan sağlık mensup mensuplarına yönelik teşekkür, övgü, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 15.04.2016 tarihli görünümünde; *“Lazer ameliyatı güvenilir mi?Lazer ameliyatı 1980’li yıllardan beri uygulanan güvenilir bir tedavidir. Dünyagöz’de 20 yıldır lazer tedavisi başarı ile uygulanmaktadır.(…) Her yıl yenilenen bu masraflar göz önünde bulundurulduğunda lazerle gözlükten kurtulma tedavileri için harcanan para 1-2 yıl içerisinde geri kazanılmakta ve sonraki yıllarda çok ciddi para tasarrufu sağlamaktadır.(…) Lazer ile Hayatınızda Neler Değişecek? Gözlük ve lenslerin yarattığı rahatsızlıklardan tamamen kurtulacaksınız. Sabahları veya gece uykunuzdan uyandığınızda saati rahatlıkla görebileceksiniz. Spor aktivitelerinde rahatlık ve daha yüksek başarı sağlayacaksınız. Denizde ya da havuzda yüzerken etrafı net görebileceksiniz. Rüzgar ve yağmur gibi iklim olaylarından daha az rahatsızlık duyacaksınız. Lensinizin kaybolması, gözlüğünüzün kırılması gibi durumlardan kurtulacaksınız. Gözlüksüz ve lenssiz doğal görünüm ve görüş elde edeceksiniz(…)Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun Medikal Direktörü Prof. Dr. Pallikaris oftalmoloji alanında dünya çapında köklü yeniliklere imza atmıştır. Rekraktif kusurların lazerle tedavisinde kullanılan ve birçok ülkede en çok kullanılan lazer ameliyatlarının başında gelen lasik yönteminin mucidi olarak tanınmaktadır.(…) Lazer ameliyatı olacağınız hastanede nelere dikkat etmelisiniz? Kurumun teknolojik ve hijyenik altyapısı, Hekimin deneyimi ve lazer konusundaki uzmanlığı, Lazer tedavisi ve tetkikleri için gerekli tüm teknolojik altyapının olup olmadığı, Ameliyat önlüklerinden enjektörlere ve ameliyatınız sırasında kullanılan özel ilaçlara kadar tüm tıbbi malzemeler sadece size özel ve tek kullanımlık olması, Gözün tüm branşlarında hizmet verip vermediği(…)Smıle Lazer: Kişiye özel bıçaksız lazer teknolojisi, İnce kornea yapısına uygunluk, Kapalı cerrahi tekniği ile kesisiz operasyon kolaylığı, Kornea biyomekaniğinde üstün koruma, Tek adımda ameliyat, Güvenli iyileşme, 500 kHz ile en hızlı lazer teknolojisi, Doğala en yakın sonuç. iLASIK: Kişiye özel bıçaksız lazer teknolojisi, iDesign/wavefront cihazı ile kişinin kornea topografisine uygun olarak kişiye özel lazer atışları, Korneadan lazerle flep (kapakçık) kaldırılarak uygulama, Eye tracker ile göz hareketlerini kilitleme sistemi.”* şeklinde ifadeler ile,

[www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 03.01.2017 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda; *“Haftalarca beklemeden katarakt ameliyatı için... Hastanelerimizde deneyimli branş doktorlarımız ve en gelişmiş cihaz sistemi ile hizmet vermekteyiz... Gelişmiş ileri göz teknolojisi ve alanında deneyimli uzman doktorlar Dünyagöz'de... Gelişmiş ileri göz teknolojisi ve alanında uzman doktor kadrosuna sahip Dünyagöz Hastaneler Grubu'nda hastanın kornea hastalığına göre... Dünyagöz doktorlarımızdan Op. Dr. Levent Akçay sağ gözü doğuştan gelişmeyen minik Yakup'a başarılı bir operasyonla protez göz tedavisi uyguladı...”* gibiifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Sağlığı Merkezi Sağlık Hizmetleri 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.

**26)**

**Dosya No: 2016/4399**

**Şikayet Edilen:** **Özlem YILDIRIM (Özel Clnc Medilife Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cliniclazer.com](http://www.cliniclazer.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cliniclazer.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.cliniclazer.com) adresli internet sitesinin 17.01.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada ve “Hakkımızda” başlığı altında; *“(…) Kadın ve erkek estetiği hizmetlerinde mükemmeli hedeflemiştir. Kadın ve erkekte estetiğe odaklanan yeni bir anlayışın tasarımcısı, uygulayıcısı ve öncüsü olmak üzere bütünlük ve süreklilik ilkelerini benimsiyoruz. Bilgiye ve teknolojiye sürekli yatırım yapıyor, uluslararası kalite standartlarındaki hizmetlerimizi sürdürüyoruz.”*, “Dr. Mehmet Akgün” başlığı altında; *“(…)Ankara’nın en merkezi yerindeki Özel CLNC Medilife Polikliniğinde (…) ameliyatsız estetik uygulamalarını ileriye taşımıştır. Dolgu ve botoks uygulamalarında en fazla işlem yapan en deneyimli hekimlerden biridir.”*, “Lazer Epilasyon Öncesi ve Sonrası” başlığı altında; *“(…)Epilasyon, gelişen teknolojik ürünlerle birlikte daha kolay ve konforlu bir hale gelmiştir.(...) en etkili epilasyon yöntemlerinden biridir.”*,“Lazer Epilasyon Hangi Bölgelere Uygulanır” başlığı altında; *“(…)güveli bir yöntemdir.(...) Epilasyon, gelişen teknolojik ürünlerle birlikte daha kolay ve konforlu bir hale gelmiştir.(...)en etkili epilasyon yöntemlerinden biridir.”*,“Lazer Epilasyonda Başarı ve Güvenlik” başlığı altında; *“(…) Epilasyon, gelişen teknolojik ürünlerle birlikte daha kolay ve konforlu bir hale gelmiştir.(...) en etkili epilasyon yöntemlerinden biridir.”*,“Acısız Lazer Epilasyon Nedir” başlığı altında; *“(…)Epilasyon, gelişen teknolojik ürünlerle birlikte daha kolay ve konforlu bir hale gelmiştir.(...) en etkili epilasyon yöntemlerinden biridir.”*, “TCA Peeling” başlığı altında; *“(…) Altta çıkan taze deri daha parlak, daha pürüzsüzdür; adeta bebek cildi gibi! Aynaya baktığınızda yüzünüzdeki güzelliği hemen fark edeceksiniz, yüzünüzdeki yorgun ifadenin gitmiş, daha dinlenmiş bir ifade gelmiş olduğunu, cildinizin daha parlak ve daha canlı olduğunu göreceksiniz.(...)”*,“Dolgu” başlığı altında; *“(…) Yüz dolgusu veya dudak dolgusu işlemlerini öğle yemeği tatilinde yaptırıp günlük hayatınıza devam edebilirsiniz. (...) Hızlı ve kolay uygulamanın yanı sıra, yüz dolgusu işlemi görülebilir sonuçların hemen elde edilmesine olanak sağlar. (…) Hyaluronik asit kullanımı güvenli olup tedavi öncesi (…) Yüz dolgusu çok rahat tolere edilebilen bir tedavidir(…)”*,“Botoks Nedir” başlığı altında; *“(…)kırışıklıkları yok etmek amacıyla kozmetik alanında, güvenle kullanılmaktadır.(...)cerrahi olmayan kozmetik uygulamalar içinde en popüleri seçilmiştir.(…) son yıllarda botoksta etkin bir çözüm sağlamaktadır.(…)Bu işlem kısa süreli ve uygulaması oldukça kolaydır.(…)Bu güne kadar yapılan uygulamalar sonucunda, botoksun güvenilir bir uygulama olduğu söylenebilir.”* gibi ifadeler ile,

Kuruluşa ait [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 17.01.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Leke tedavisi ile lekelerinizden kalıcı olarak kurtulmanız mümkün. Dudaklarınız ince ve dudak çevrenizdeki çizgiler belirgin değil mi, sorununuzun çözümü: Dudak dolgusu. Geçmişi geçmişte bırakmaya kararlıysanız sizi kliniğimize bekliyoruz, lazer ile dövme silme işlemi hakında detaylı bilgi almak için:05444252341. Medikal cilt bakımı uygulamamızla sen de cildini sev, Ocak ayına özel indirimli fiyatlarımızdan yararlanmak için hemen bizi arayın. Doğallıktan ödün vermeden de dolgun dudaklara kavuşabilrsiniz. Zamanın olumsuz etkilerinden kurtulmak için neşter altına yatmanıza gerek yok, ameliyatsız estetik uygulamalarımız hakkında detaylı bilgi almak için 05444252341. Güzelliğiniz için ameliyatsız çözümler. Yeni yılda yeni başlangıçlar yaparak istenmeyen tüylerinizden kalıcı olarak kurtulmaya ne dersiniz, cevabınız evet ise %40 indirimli lazer epilasyon kampanyamızı kaçırmayın. Kaybettiklerinizi geri kazanın, saça dolgu enjeksiyonu ile eksikleriniz tamamlansın, saçlarınız yeniden canlansın. Dolguda hiç duyulmamış indirimli fiyatlarla yeni yıla yenilenerek gir, dolguda yeni yıla özel fiyatlar. Makyaj hilelerine ihtiyacınız yok, sadece 10 dakikada hayalinizdeki dolgun dudaklara kavuşabilirsiniz. %40 indirimli lazer epilasyon kampanyamız devam ediyor. Elbette güzeliz, sadece küçük pürüzlerimizi istemiyoruz, burun ucu düşüklüğünü ince dudakları simetri bozukluklarını ve kırışıklıkları istemiyoruz, bu yılbaşı hediyesi bizden, dolgu uygulamaları yaptırdığınızda istediğiniz bölgeye 1 adet dolguda hediye. PRP ile cildiniz ışıldasın. Hep aynı profilden poz vermekten, saçınızı istediğiniz yöne ayıramamaktan sıkıldıysanız burun dolgusu ile tanışmanın tam zamanı. Kuruyan pul pul dökülen cildiniz hydrafacial ile canlı ışıl ışıl bir görünüme kavuşsun, cildinize hydrafacial ile yeniden hayat verin. Poponuz sarkıyor mu ya da fazla mı düz, hiç dert etmeyin çözümü çok basit, popo dolgusu, kusursuzbir popo mümkün”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.cliniclazer.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.cliniclazer.com) adresli internet sitesinde kuruluşun isminin *“Cliniclazer”* olarak belirtildiği, ancak kuruluşun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 29 uncu maddesinde yer alan *“Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz.”* hükmü ile 30 uncu maddesinde yer alan *“Sağlık kuruluşunun tabelasına veya basılı evrakına; ruhsatlarında yer alan mevcut isim ve unvanları veya tescil edilmiş isimlerinin dışındaki diğer isim ve unvanları ile faaliyet izin belgesinde belirtilen uzmanlık dalları haricinde başka uzmanlık dalı yazılamaz.”* hükümleri gereği ayakta teşhis ve tedavi hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacakları açıktır. Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özlem YILDIRIM (Özel Clnc Medilife Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2017/4**

**Şikayet Edilen:** **Ömer Furkan HATİPOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.modamislina.com](http://www.modamislina.com) adresli internet sitesinde satışı yapılan gözlük çerçevelerine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.modamislina.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\GEREKÇELİ%20KARAR\258\258.%20Kurul%20gerekçeli%20karar-çıktı%20alınacak\www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinin 20.01.2017 tarihli görünümünde,“retro gözlük” başlığı altında gözlük çerçevelerinin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılamadığı, bunların dışında kalan cihazların reklamına izin verildiği; dolayısıyla, numaralı kontakt lensler, numaralı gözlük camları ve gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda yapıldığı dikkate alındığında, inceleme konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan ve optik ürün kapsamında olan gözlük çerçevelerinin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 inci maddesi,

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

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

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

**28)**

**Dosya No: 2016/872**

**Şikayet Edilen:** **Ballıpınar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Antalya İlinde özel halk otobüsleri üzerinde bulunan *“Ballıpınar Dental”* ibareli reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Antalya ilinde, özel halk otobüsleri üzerinde *“Ballıpınar Dental”* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Antalya ilinde, özel halk otobüsleri üzerinde yazılı bulunan *“Ballıpınar Dental”* ibaresi ile kuruluşun reklamının yapıldığı, 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 Kanunun 40 ıncı Maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Ballıpınar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **5.812- TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/1387**

**Şikayet Edilen:** **C-Form Sağlık Güzellik Turizm Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Aktüel Alanya isimli dergide yayınlanan ***“Alanya da Gençlik Aşısı İlk Kez C-Form da”*** ibareli reklamlar ve <https://www.facebook.com/pages/C-Form> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, dergi.

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/pages/C-Form> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“*[*C Form Sağlık ve Güzellik Merkezi*](https://www.facebook.com/Cform-Sağlik-Ve-Güzellik-Merkezi-308053942570187/)*”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Alanya’da gençlik aşısı ilk kez ilk kez C-Form’da… Koltuk altı terlemesine son! Botoks ile koltuk altı terlemesine son… Renkli gömlekleri özgürce giyin…”* gibi ifadeler ile doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca kuruluşun Aktüel Alanya Dergisi’nin 15-22 Nisan 2016 tarihli sayısının 93. sayfası ve 25 Nisan-2 Mayıs 2016 tarihli sayısının 94. sayfalarında kuruluşa ait reklamlar yapıldığı ve “*Alanya’da gençlik aşısı ilk kez ilk kez C-Form’da!... Gençlik aşısı kısa bir süreliğine %35 indirimli… C Form Healty & Beauty Salon”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.facebook.com/pages/C-Form> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun *“*[*C Form Sağlık ve Güzellik Merkezi*](https://www.facebook.com/Cform-Sağlik-Ve-Güzellik-Merkezi-308053942570187/)*”* olarak isimlendirildiği,*“Alanya’da gençlik aşısı ilk kez ilk kez C-Form’da…Koltuk altı terlemesine son! Botoks ile koltuk altı terlemesine son… Renkli gömlekleri özgürce giyin…”* gibi ifadelere yer verilmek suretiyle doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca Aktüel Alanya Dergisi’nin 15-22 Nisan 2016 tarihli sayısı 93. ve 25 Nisan-2 Mayıs 2016 tarihli sayısı 94. sayfalarında kuruluşa ait reklamlar yapıldığı ve “*Alanya’da gençlik aşısı ilk kez ilk kez C-Form’da! Gençlik aşısı kısa bir süreliğine %35 indirimli… C Form Healty & Beauty Salon”*, şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **C-Form Sağlık Güzellik Turizm Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamlarla ilgili olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2016/1391**

**Şikayet Edilen:** **Turan UYGUN (Dünya Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.dunyaestetik.com>, <https://www.instagram.com/dunyaestetikguzellik/> ve <https://www.facebook.com/Dunyaestetik> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

internet sitelerinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** <http://www.dunyaestetik.com> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Dünya Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, *“Botoks, Dolgu, Lipoliz bölgesel incelme, PRP mezoterapi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Antalya’nın merkezin de Güzellik ve estetik salonu alanında hizmet vermek üzere açılan merkezimiz, deneyimli personeli ve kaliteli hizmet anlayışı ile hasta memnuniyetini ön planda tutarak fark yaratmayı hedeflemektedir.”* ifadelerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/dunyaestetikguzellik/> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerle fiyat bilgisi de verilerek kampanyalar düzenlendiği, <https://www.facebook.com/Dunyaestetik> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; “*Dünya Estetik ve Güzellik Merkezi… Dünya Estetik & Güzellik Den Görülmemiş Süper Kampanya... Ağda Fiyatına Lazer Epilasyon… Bayanlar için : komple 3 bölge (tüm bacak, özel bölge, koltukaltı ) Erkekler için : 1 büyük 1 küçük bölge (büyük bölge göğüs ve sırt küçük bölge koltukaltı, yanak üstü, ense) Sayfamızı beğenip takip eden süper kampanyalardan haberdar olur... Paket ödemek yerine sözleşme yapıp mecbur kalmak yerine geldikçe ödeyin diye kol altı seans ücreti sadece 19.90 TL Komple : 99 TL Markantalya tramvay durağı önü HSBC bank üstü.. Randevu tel : 323 77 70 0506 477 07 07…Dünya Estetik & Güzellik ile Doğal Güzellik !...* *Çok Yakında Yeni Kampanyalar İle Dünya Estetik & Güzellikte”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.dunyaestetik.com> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Dünya Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, *“Botoks, Dolgu, Lipoliz bölgesel incelme, PRP mezoterapi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Antalya’nın merkezin de Güzellik ve estetik salonu alanında hizmet vermek üzere açılan merkezimiz, deneyimli personeli ve kaliteli hizmet anlayışı ile hasta memnuniyetini ön planda tutarak fark yaratmayı hedeflemektedir.”* ifadelerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/dunyaestetikguzellik/> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerle fiyat bilgisi de verilerek kampanyalar düzenlendiği,

<https://www.facebook.com/Dunyaestetik> adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde yer alan; “*Dünya Estetik ve Güzellik Merkezi… Dünya Estetik & Güzellik Den Görülmemiş Süper Kampanya... Ağda Fiyatına Lazer Epilasyon… Bayanlar için: Komple 3 bölge (tüm bacak, özel bölge, koltukaltı ) Erkekler için: 1 büyük 1 küçük bölge (büyük bölge göğüs ve sırt küçük bölge koltukaltı, yanak üstü, ense) Sayfamızı beğenip takip eden süper kampanyalardan haberdar olur... Paket ödemek yerine sözleşme yapıp mecbur kalmak yerine geldikçe ödeyin diye kol altı seans ücreti sadece 19.90 TL Komple : 99 TL Markantalya tramvay durağı önü HSBC bank üstü.. Randevu tel : 323 77 70 0506 477 07 07…Dünya Estetik & Güzellik ile Doğal Güzellik !...* *Çok Yakında Yeni Kampanyalar İle Dünya Estetik & Güzellikte”* şeklindeki ifadelerintabip 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turan UYGUN (Dünya Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2016/1393**

**Şikayet Edilen:** **Armağan ÇEVİK (Armi Rose Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.grupanya.com/antalya/firsat/armi-rose-beauty-istenmeyen-tuy> ve <https://dugun.com/guzellik-merkezleri/antalya/armi-rose-guzellik-salonu> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.grupanya.com/antalya/firsat/armi-rose-beauty-istenmeyen-tuy> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Armi & Rose Beauty Club”* ve “*Armi Rose Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, söz konusu internet sitesinde; *“Şirinyalı Armi & Rose Beauty Club'ta Kadınlar Ve Erkekler İçin 4 Seans İstenmeyen Tüylerden Kurtulma Uygulaması 450 Tl Yerine 49,90 TL!...* *Armi & Rose Beauty Club'ta istenmeyen tüy sorunu ortadan kalkacak, pürüzsüz bir tene sahip olmanın hafifliğini yaşayacaksınız. Jelsiz, Jiletsiz, Soğuk Hava Üflemeli, Acısız Cilt Sensörü İle Arttırılmış Güvenlik Cilt Yüzeyindeki En İnce Tüyleri Anında Patlatarak Yakar ve Tedavi Bölgesi Pürüzsüz Görünür. Armi Rose Güzellik Merkezi… Armi Rose Güzellik Merkezi'nde İstenmeyen Tüylerden Kurtulmanın Konforunu Yaşayın. Armi Rose Profesyonel Hizmet Anlayışına Sahip Uzman Kadrosuyla Hizmet Veren Bir Merkezdir. Yaptıracağınız Uygulamalarda Hijyen, Modern Cihaz Ve Ekipmanlarla İşlemleriniz Sorunsuz Bir Şekilde Gerçekleştirilecektir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

<https://dugun.com/guzellik-merkezleri/antalya/armi-rose-guzellik-salonu> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; “*Hakkında”* başlığı altında kuruluşun *“Güzellik merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.grupanya.com/antalya/firsat/armi-rose-beauty-istenmeyen-tuy> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Armi & Rose Beauty Club”* ve “*Armi Rose Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, söz konusu internet sitesinde; *“Şirinyalı Armi & Rose Beauty Club'ta Kadınlar Ve Erkekler İçin 4 Seans İstenmeyen Tüylerden Kurtulma Uygulaması 450 Tl Yerine 49,90 Tl!...* *Armi & Rose Beauty Club'ta istenmeyen tüy sorunu ortadan kalkacak, pürüzsüz bir tene sahip olmanın hafifliğini yaşayacaksınız. Jelsiz, Jiletsiz, Soğuk Hava Üflemeli, Acısız Cilt Sensörü İle Arttırılmış Güvenlik Cilt Yüzeyindeki En İnce Tüyleri Anında Patlatarak Yakar ve Tedavi Bölgesi Pürüzsüz Görünür. Armi Rose Güzellik Merkezi…Armi Rose Güzellik Merkezi'nde İstenmeyen Tüylerden Kurtulmanın Konforunu Yaşayın. Armi Rose Profesyonel Hizmet Anlayışına Sahip Uzman Kadrosuyla Hizmet Veren Bir Merkezdir. Yaptıracağınız Uygulamalarda Hijyen, Modern Cihaz Ve Ekipmanlarla İşlemleriniz Sorunsuz Bir Şekilde Gerçekleştirilecektir…”* şeklinde ifadelere yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi bir işlemin tanıtımının yapıldığı, <https://dugun.com/guzellik-merkezleri/antalya/armi-rose-guzellik-salonu> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; “*Hakkında”* başlığı altında kuruluşun *“Güzellik merkezi”* olarak isimlendirildiği, söz konusu 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Armağan ÇEVİK (Armi Rose Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2016/1394**

**Şikayet Edilen:** Antalya Özel Ent Sağ. Hiz. Tur. İnş. Ltd. Şti. (Medi Face Estetik ve Güzellik Salonu)

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.mediface.com.tr> ve <https://www.facebook.com/medifaceguzellik> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait<https://www.mediface.com.tr> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Mediface Estetik ve Güzellik Merkezi”*olarak isimlendirildiği, “Güzellik merkezi” başlığı altında sunulan hizmetler arasında; “Lazer epilasyon, bölgesel incelme, burun estetiği, ağız ve diş sağlığı, medikal estetik, plastik ve estetik cerrahi, saç ekimi”gibi tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“…Mediface Tıp merkezi genişleyen uzman kadrosu ve ileri teknolojiye sahip alt kadrosu ile yüksek standartlarda hizmet vermektedir. Ameliyat ve ameliyat sonu bakım hizmetleri uzman kadrolarca yapılmaktadır. Sağlık ve güzellik hizmetini yurtiçi ve yurt dışı hastalarına güvenli ve konforlu bir şekilde sunmaya devam etmektedir*. *Genişleyen uzman kadrosuyla gücüne güç katan Mediface, deneyimli ekibi, ileri teknolojiye sahip alt yapısı ile dünya standartlarında hizmet veriyor.”,* *“Blog”* başlığı altında; *“Zamanı durdurabilir miyiz? Zamanı durdurmak günümüzde imkansız gibi gözüküyor, ama zamanı durduramazsak bile belli bir süre dondurabiliriz. Bunu operasyonlar dahil çok çeşitli işlemler le yapabiliriz ama en kolay en zahmetsiz en acısız ve de en kısa sürede botoks ile yapabiliriz. Botoks ile kırışıklıklarımızı geçici sürede azaltarak zamanı durdurabilirsiniz, Daha genç daha dinamik daha mutlu görülmenin yolu botoks tan geçer. YAŞ ALIN AMA YAŞLANMAYIN, yani seneler geçsin yaşımız artsın ama yüzümüz yaşlanmasın prensibiyle hareket edersek, bunu sağlamak tamamen kendi elimizde. Cildimize bakarsak kendimize bakarsak seneler geçse de yüzümüzdeki diriliği koruyabiliriz. Alnımızda ya da göz çevremizde oluşan çizgilenmeler botoks toxiniyle azaltılıyor ve yüzümüzde ışıltı ve canlılık oluşuyor. Botoks ile genç görünün, mutlu olun. Yaşlanmaya bağlı olarak yüzümüzde oluşan kırışıklıklardan botoks sayesinde kurtulun. Gelin bugün kendinizi ödüllendirin ve daha mutlu, daha genç daha dinamik bir görüntü için botoks yaptırın. 10 dakikanızı kendinize ayırın.”* ifadelerine, *“Hasta Yorumları”* başlığı altında kuruluşu övücü ifadelere yer verildiği, Kuruluşa ait<https://www.facebook.com/medifaceguzellik> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; *“Lazer epilasyonda en uygun fiyatlar Mediface Estetik Ve Güzellik Merkezi’nde…Lazer epilasyon 8 taksit seans 1500tl… #Mezoterapi ile bölgesel incelme uygulamasında yağ eritici, dolaşım düzenleyici karışımlar enjekte edildiği için yapısı bozulmuş yağ hücrelerini kan dolaşımını düzenleyerek ve lenfatik sistem canlandırarak parçalar. Böylece bölgeyi rahatlatırlar! Mediface Estetik ve Güzellik konforunda, konusunda uzman Estetisyenlerle görüşmek için bizi arayabilirsiniz!... İstenmeyen tüylerinizden kısa sürede güvenle kurtulabilirsiniz... Lazer epilasyondaki bu farkı Mediface Estetik ve Güzellik Merkezi konforunda, bizimle yaşayın... Bilgi ve randevu almak için bizi arayabilirsiniz…0 242 316 7262…”* şeklinde ifadelere ve sunulan hizmetlere ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait<https://www.mediface.com.tr> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Mediface Estetik ve Güzellik Merkezi”*olarak isimlendirildiği, “Güzellik merkezi” başlığı altında sunulan hizmetler arasında; “Lazer epilasyon, bölgesel incelme, burun estetiği, ağız ve diş sağlığı, medikal estetik, plastik ve estetik cerrahi, saç ekimi”gibi tıbbi işlemlerin tanıtımlarını yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“…Mediface Tıp merkezi genişleyen uzman kadrosu ve ileri teknolojiye sahip alt kadrosu ile yüksek standartlarda hizmet vermektedir. Ameliyat ve ameliyat sonu bakım hizmetleri uzman kadrolarca yapılmaktadır. Sağlık ve güzellik hizmetini yurtiçi ve yurt dışı hastalarına güvenli ve konforlu bir şekilde sunmaya devam etmektedir*. *Genişleyen uzman kadrosuyla gücüne güç katan Mediface, deneyimli ekibi, ileri teknolojiye sahip alt yapısı ile dünya standartlarında hizmet veriyor.”,* *“Blog”* başlığı altında; *“Zamanı durdurabilir miyiz? Zamanı durdurmak günümüzde imkansız gibi gözüküyor, ama zamanı durduramazsak bile belli bir süre dondurabiliriz. Bunu operasyonlar dahil çok çeşitli işlemler le yapabiliriz ama en kolay en zahmetsiz en acısız ve de en kısa sürede botoks ile yapabiliriz. Botoks ile kırışıklıklarımızı geçici sürede azaltarak zamanı durdurabilirsiniz, Daha genç daha dinamik daha mutlu görülmenin yolu botoks tan geçer. YAŞ ALIN AMA YAŞLANMAYIN, yani seneler geçsin yaşımız artsın ama yüzümüz yaşlanmasın prensibiyle hareket edersek, bunu sağlamak tamamen kendi elimizde. Cildimize bakarsak kendimize bakarsak seneler geçse de yüzümüzdeki diriliği koruyabiliriz. Alnımızda yada göz çevremizde oluşan çizgilenmeler botoks toxiniyle azaltılıyor ve yüzümüzde ışıltı ve canlılık oluşuyor. Botoks ile genç görünün, mutlu olun. Yaşlanmaya bağlı olarak yüzümüzde oluşan kırışıklıklardan botoks sayesinde kurtulun. Gelin bugün kendinizi ödüllendirin ve daha mutlu, daha genç daha dinamik bir görüntü için botoks yaptırın. 10 dakikanızı kendinize ayırın.”* ifadelerine, *“Hasta Yorumları”* başlığı altında kuruluşu övücü ifadelere yer verildiği,

Kuruluşa ait<https://www.facebook.com/medifaceguzellik> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“Lazer epilasyonda en uygun fiyatlar Mediface Estetik Ve Güzellik Merkezi’nde… Lazer epilasyon 8 taksit seans 1500 TL… Mezoterapi ile bölgesel incelme uygulamasında yağ eritici, dolaşım düzenleyici karışımlar enjekte edildiği için yapısı bozulmuş yağ hücrelerini kan dolaşımını düzenleyerek ve lenfatik sistem canlandırarak parçalar. Böylece bölgeyi rahatlatırlar! Mediface Estetik ve Güzellik konforunda, konusunda uzman Estetisyenlerle görüşmek için bizi arayabilirsiniz! İstenmeyen tüylerinizden kısa sürede güvenle kurtulabilirsiniz... Lazer epilasyondaki bu farkı Mediface Estetik ve Güzellik Merkezi konforunda, bizimle yaşayın... Bilgi ve randevu almak için bizi arayabilirsiniz…0 242 316 7262…”* şeklindeki ifadelerin 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Antalya Özel Ent Sağ. Hiz. Tur. İnş. Ltd. Şti. (Medi Face Estetik ve Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2016/1468**

**Şikayet Edilen:** **Transmed Saç ve Estetik Cerrahi Tıp Merkezi Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.transmed.com.tr](http://www.transmed.com.tr), <http://www.noiklinik.com>, <http://m.milliyet.com.tr/Video/VideoAdvertorial?ID=151&WebsiteID=1> ve <http://kadin.mynet.com/kadintv/uzman/medikal-direktor-dr-melike-kulahci> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.transmed.com.tr](http://www.transmed.com.tr) adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Dünya çapında en son medikal teknoloji…Türkiye’nin saç ekim adresi…Biz ekersek belli olmaz…22 yıllık tecrübemizle yanınızdayız… Her Saç Ekimi Yeni Bir Tasarımdır! 21 yıldır 47 ülkeden 10.000'in üzerinde erkek ziyaretçimize saçlarını geri kazandırdık. Siz de saç ekimi ile zaman kaybetmeden saçlarınızı geri kazanabilirsiniz. Senelerdir kaybedilen her saç telinin değerini bilerek, alanında uzman doktorlarımızın gerçekleştirdiği saç ekimi ile aynadaki mutluluğunuz için çalışıyoruz. Yeni saçınızla şık bir görünüme kavuşarak diğer erkekler gibi siz de yenilenebilirsiniz! Tekrar saçlı bir görünüm kazanmak isterseniz, bizimle iletişime geçerek saç ekimi hakkında bilgi alabilir, uzman doktorlarımızdan randevu alarak size uygulanabilecek saç ekimi yöntemlerini öğrenebilirsiniz.* *Operasyon öncesi ve sonrasında son derece profesyonel bir ekiple karşılaştım. Her şey çok başarılı ve acısızdı. Dokturum Ali Bey ve tüm ekibine teşekkürler.”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Transmed, 1994 Şubat ayında, İstanbul’da Dr. Melike Külahçı tarafından, ileri teknik Saç ve Kozmetik Cerrahi hizmetlerini sunmak üzere uluslararası bir tıp merkezi olarak kuruldu. Saç Nakli ve Saç Tedavileri alanında dünyayla aynı anda en güncel teknikler uygulanmaktadır… Üst seviyede tıbbi hizmet ve bakım standartlarımız sağladığımız güvenin kaynağı 18 yıla dayanan deneyim ve tavizsiz etik anlayışımızdır… Güven… Medikal misafirlerimize tavsiye ettiğimiz ve sunduğumuz tüm tıbbi çalışmalarda, etik anlayışımıza sadık kalarak sadece onların sağlıklarını düşünerek yön gösterir ve yaptığımız tüm uygulamaların güvenilirliğini garanti ederiz.* *Yenilikçilik… Sunduğumuz tüm tıbbi uygulamalarımızda dünya standartlarında, çağdaş ve yeni medikal teknolojik uygulamaları kullanmayı ilke edindik…”,* *“Kurucumuzun Mesajı”* başlığı altında; *“… Saç ekimi girişimi FUE yöntemi ile ve her hastada yeniden geliştirilen bir tasarımla kliniğimizde uygulanmaktadır. Siz de saçlarınıza yeniden kavuşmak veya var olan saçınızı destekletmek istiyorsanız kliniğimizde yalnız uzman doktorların yaptığı bir muayene ile doğru aday olup olmadığınızı öğrenebilirsiniz…”,* *“Ar-Ge Projeleri”* başlığı altında; *“…Transmed saç cerrahisi alanında en yenilikçi uygulamaların gerçekleştirilmesi için temel bilgiler sağlayan kurumsal ve deneysel esasları değerlendirmek ve geliştirmek için sürekli araştırmalar yapıyor. Saç nakli konusunda dünya liderleri ve bilim adamları ile ortak amaçla, saç kaybına çare bulunmasına yardımcı olmak için yeni bilgileri ortaya çıkarıyor, uyguluyor ve yayıyor…”,* *“Tarihçe”* başlığı altında; *“2013…Transmed Klinik sonsuz hasta memnuniyeti ile hizmet vermeye devam etmektedir.”,* *“Doktorlarımız”* başlığı altında; *“Tecrübeli ve alanında uzman medikal kadromuzla 1994 yılından beri medikal estetik ve estetik cerrahi konularında medikal misafirlerimizin mutluluğu ve sağlığı için çalışıyoruz…”,* *“Uzm. Dr. Melike Külahçı”* başlığı altında; *“…1994 senesinde Türkiye’ye dönmesiyle, medikal misafirlerinin aynadaki mutluluğu için çalışan Transmed Saç Ekimi ve Kozmetik Cerrahi Kliniği’ni kurdu. Dr. Melike Külahçı son 25 senedir, saç ekimi alanında yaklaşık 10 bin başarılı operasyon gerçekleştirmiş, 20’den fazla doktor ve 100’ün üzerinde hemşireye bu konuda eğitimler vermiş, saç dökülmesiyle ilgili çığır açan konularda prestijli konferanslar düzenlemiş, dünya çapında 100’ün üzerinde konferansa hem konuşmacı hem de yönetici olarak katılmış, dünya genelinde beğeni toplayan medikal makaleler yazmış ve ISHRS; Uluslararası Saç Restorasyon Cerrahisi Derneği’nde görev alan ilk ve tek Türk hekim olmuştur…”,*

*“Estetik ve Medikal Cerrahi-Noi Clınic”* başlığında ulaşılan<http://www.noiklinik.com> adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Noiclinic…Simply be you…Noi Clinic, medikal estetik ve estetik cerrahi konularında hizmet veren tam donanımlı bir estetik cerrahi ve tıp merkezidir.”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“…Uluslararası bir tıp merkezi olan Noi Clinic Estetik ve Medikal Cerrahi konularında dünyayla aynı anda en güncel teknikleri uygulamaktadır…”,* *“Botoks” başlığı altında; “Botoks, dolgu, lazer tedavileri, cilt bakımı ve daha birçok yöntemle doğal güzelliğinizi ortaya çıkarıyoruz…”,* *“Liposhaping”* başlığı altında; *“Burun, göğüs, yüz ve vücut estetiği cerrahisinde uzman medikal kadromuzla emin ellerdesiniz…Yaz tatili öncesi istediğiniz bedene 15 dakikada kavuşun…”,* *“Diş Uygulamaları”* başlığı altında; *“…Amacımız; sağlıklı dişlerle kişinin kendine has, doğal ve güzel bir gülüş kazanmasıdır. Kliniğimizde, gelişen teknolojinin diş hekimliğine kattığı tüm olanaklar kullanılmakta olup, hızlı güvenilir ve estetik tedavi seçenekleri sunulmaktadır…”,*

“Google Adwords” sistemi vasıtasıyla [www.google.com](http://www.google.com)adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde *“transmed.com.tr-transmed saç ekimi-Dr.Melike Külahçı ile…0212 281 13 00… Ayrıcalıklı hissedin… Yaşam kalitenizi bizimle yükseltin…”,*

<http://m.milliyet.com.tr/Video/VideoAdvertorial?ID=151&WebsiteID=1> adresli internet sitesinin 08.02.2016 tarihinde yayınlanan *“Transmed, Avrupa’nın önde gelen saç ekim merkezi”* başlıklı reklamda, kuruluşun tanıtımlarının yapıldığı, Ayrıca Dr. Melike KÜLAHÇI isimli şahsın uzmanlık alanı olmadığı halde *“cerrah, saç ekim cerrahı”* unvanlarıyla tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.transmed.com.tr](http://www.transmed.com.tr) adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Dünya çapında en son medikal teknoloji… Türkiye’nin saç ekim adresi… Biz ekersek belli olmaz… 22 yıllık tecrübemizle yanınızdayız… Her Saç Ekimi Yeni Bir Tasarımdır! 21 yıldır 47 ülkeden 10.000 'in üzerinde erkek ziyaretçimize saçlarını geri kazandırdık. Siz de saç ekimi ile zaman kaybetmeden saçlarınızı geri kazanabilirsiniz. Senelerdir kaybedilen her saç telinin değerini bilerek, alanında uzman doktorlarımızın gerçekleştirdiği saç ekimi ile aynadaki mutluluğunuz için çalışıyoruz. Yeni saçınızla şık bir görünüme kavuşarak diğer erkekler gibi siz de yenilenebilirsiniz! Tekrar saçlı bir görünüm kazanmak isterseniz, bizimle iletişime geçerek saç ekimi hakkında bilgi alabilir, uzman doktorlarımızdan randevu alarak size uygulanabilecek saç ekimi yöntemlerini öğrenebilirsiniz.* *Operasyon öncesi ve sonrasında son derece profesyonel bir ekiple karşılaştım. Her şey çok başarılı ve acısızdı. Dokturum Ali Bey ve tüm ekibine teşekkürler.”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Transmed, 1994 Şubat ayında, İstanbul’da Dr. Melike Külahçı tarafından, ileri teknik Saç ve Kozmetik Cerrahi hizmetlerini sunmak üzere uluslararası bir tıp merkezi olarak kuruldu. Saç Nakli ve Saç Tedavileri alanında dünyayla aynı anda en güncel teknikler uygulanmaktadır… Üst seviyede tıbbi hizmet ve bakım standartlarımız sağladığımız güvenin kaynağı 18 yıla dayanan deneyim ve tavizsiz etik anlayışımızdır… Güven… Medikal misafirlerimize tavsiye ettiğimiz ve sunduğumuz tüm tıbbi çalışmalarda, etik anlayışımıza sadık kalarak sadece onların sağlıklarını düşünerek yön gösterir ve yaptığımız tüm uygulamaların güvenilirliğini garanti ederiz.* *Yenilikçilik… Sunduğumuz tüm tıbbi uygulamalarımızda dünya standartlarında, çağdaş ve yeni medikal teknolojik uygulamaları kullanmayı ilke edindik…”,* *“Kurucumuzun Mesajı”* başlığı altında; *“…Saç ekimi girişimi FUE yöntemi ile ve her hastada yeniden geliştirilen bir tasarımla kliniğimizde uygulanmaktadır. Siz de saçlarınıza yeniden kavuşmak veya var olan saçınızı destekletmek istiyorsanız kliniğimizde yalnız uzman doktorların yaptığı bir muayene ile doğru aday olup olmadığınızı öğrenebilirsiniz…”,* *“Ar-Ge Projeleri”* başlığı altında; *“…Transmed saç cerrahisi alanında en yenilikçi uygulamaların gerçekleştirilmesi için temel bilgiler sağlayan kurumsal ve deneysel esasları değerlendirmek ve geliştirmek için sürekli araştırmalar yapıyor. Saç nakli konusunda dünya liderleri ve bilim adamları ile ortak amaçla, saç kaybına çare bulunmasına yardımcı olmak için yeni bilgileri ortaya çıkarıyor, uyguluyor ve yayıyor…”,* *“Tarihçe”* başlığı altında; *“2013…Transmed Klinik sonsuz hasta memnuniyeti ile hizmet vermeye devam etmektedir.”,* *“Doktorlarımız”* başlığı altında; *“Tecrübeli ve alanında uzman medikal kadromuzla 1994 yılından beri medikal estetik ve estetik cerrahi konularında medikal misafirlerimizin mutluluğu ve sağlığı için çalışıyoruz…”,* *“Uzm. Dr. Melike Külahçı”* başlığı altında; *“…1994 senesinde Türkiye’ye dönmesiyle, medikal misafirlerinin aynadaki mutluluğu için çalışan Transmed Saç Ekimi ve Kozmetik Cerrahi Kliniği’ni kurdu. Dr. Melike Külahçı son 25 senedir, saç ekimi alanında yaklaşık 10 bin başarılı operasyon gerçekleştirmiş, 20’den fazla doktor ve 100’ün üzerinde hemşireye bu konuda eğitimler vermiş, saç dökülmesiyle ilgili çığır açan konularda prestijli konferanslar düzenlemiş, dünya çapında 100’ün üzerinde konferansa hem konuşmacı hem de yönetici olarak katılmış, dünya genelinde beğeni toplayan medikal makaleler yazmış ve ISHRS; Uluslararası Saç Restorasyon Cerrahisi Derneği’nde görev alan ilk ve tek Türk hekim olmuştur…”,*

*“Estetik ve Medikal Cerrahi-Noi Clinic”* başlığı altında,<http://www.noiklinik.com> adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Noiclinic…Simply be you…Noi Clinic, medikal estetik ve estetik cerrahi konularında hizmet veren tam donanımlı bir estetik cerrahi ve tıp merkezidir.”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“…Uluslararası bir tıp merkezi olan Noi Clinic Estetik ve Medikal Cerrahi konularında dünyayla aynı anda en güncel teknikleri uygulamaktadır…”,* *“Botoks” başlığı altında; “Botoks, dolgu, lazer tedavileri, cilt bakımı ve daha birçok yöntemle doğal güzelliğinizi ortaya çıkarıyoruz…”,* *“Liposhaping”* başlığı altında; *“Burun, göğüs, yüz ve vücut estetiği cerrahisinde uzman medikal kadromuzla emin ellerdesiniz…Yaz tatili öncesi istediğiniz bedene 15 dakikada kavuşun…”,* *“Diş Uygulamaları”* başlığı altında; *“…Amacımız; sağlıklı dişlerle kişinin kendine has, doğal ve güzel bir gülüş kazanmasıdır. Kliniğimizde, gelişen teknolojinin diş hekimliğine kattığı tüm olanaklar kullanılmakta olup, hızlı güvenilir ve estetik tedavi seçenekleri sunulmaktadır…”,*

“Google Adwords” sistemi vasıtasıyla [www.google.com](http://www.google.com)adresli internet sitesinin 02.02.2017 tarihli görünümünde; *“Transmed.com.tr-transmed saç ekimi-Dr.Melike Külahçı ile…0212 281 13 00… Ayrıcalıklı hissedin… Yaşam kalitenizi bizimle yükseltin…”,* <http://m.milliyet.com.tr/Video/VideoAdvertorial?ID=151&WebsiteID=1> adresli internet sitesinin 08.02.2016 tarihinde yayınlanan *“Transmed, Avrupa’nın önde gelen saç ekim merkezi”* başlıklı reklamda, kuruluşun tanıtımlarının yapıldığı, Ayrıca Dr. Melike KÜLAHÇI isimli şahsın, uzmanlık alanı olmadığı halde *“cerrah, saç ekim cerrahı”* unvanlarıyla tanıtımlarının yapıldığı, söz konusu tanıtımların 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 8, 10 ve 24 üncü maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren Transmed Saç ve Estetik Cerrahi Tıp Merkezi Tic. A.Ş hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2016/1514**

**Şikayet Edilen:** Ballıpınar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi

**Şikayet Edilen Reklam:** : *"Opet kartınıza özel... 3 ay süreyle %20 indirim fırsatı"* ibareli kısa mesaj.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Opet kart müşterilerine; *“Değerli müşterimiz, Opet kartıyla Özel Ballıpınar Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği’nde 3 ay süreyle %20 indirim fırsatı! Son faydalanma tarihi 20.07.2016 Adres: Çağlayan Mahallesi Barınaklar Bulvarı No:78 Lara Muratpaşa /ANTALYA. İletişim bilgileriniz veri tabanımızda kayıtlıdır. SMS almak istemiyorsanız Opet yazıp 5653’e ücretsiz gönderebilirsiniz.4446738 Mersis No: 3511547699444790.”* ibaresiyle gönderilen kısa mesaj ile kuruluşun düzenlediği bir kampanya ile ilgili tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Opet kart müşterilerine; *“Değerli müşterimiz, Opet kartıyla Özel Ballıpınar Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği’nde 3 ay süreyle %20 indirim fırsatı! Son faydalanma tarihi 20.07.2016 Adres: Çağlayan Mahallesi Barınaklar Bulvarı No:78 Lara Muratpaşa /ANTALYA. İletişim bilgileriniz veri tabanımızda kayıtlıdır. SMS almak istemiyorsanız Opet yazıp 5653’e ücretsiz gönderebilirsiniz. 4446738 Mersis No: 3511547699444790.”* ibareleriyle gönderilen kısa mesajın 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 Kanunun 40 ıncı Maddesi,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Ballıpınar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2016/1578**

**Şikayet Edilen:** **Aksel Sağlıklı Güzellik Hizmetleri Ltd. Şti. (Monalisa Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.monalisasaglikliguzellik.com/> ve <https://www.facebook.com/monalisaglik/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.monalisasaglikliguzellik.com/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Monalisa Sağlıklı Güzellik Merkezleri”* olarak isimlendirildiği ve inceleme konusu internet sitesinin adresinin “[*www.monalisasaglikliguzellik.com*](http://www.monalisasaglikliguzellik.com)*”* şeklinde olduğu, söz konusu internet sitesinde; *“Leke Tedavisi, Epilasyon, Bölgesel incelme, Dövme silme, Lazerle selülit tedavisi, Çatlak tedavisi…”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca <https://www.facebook.com/monalisaglik/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“İstenmeyen tüylerden arınma…990TL…Sizin Belirlediniz 3 bölge Epilasyon sadece 99 TL …Zayıflama / İncelme…100-500 TL …Sizin istediğiniz herhangi bir bölge incelme programı 5 yada 10 seans… Kampanya!!! Monalisa Sağlıklı Güzellik…700 TL”* gibi tıbbi işlemlerle ilgili fiyat bilgisi de verilerek tanıtımların yapıldığı, *“Değerlendirmeler”* başlığı altında; *“En güzel sonuçlar için monalisa sağlıklı güzellik. Herşey için çok teşekkür ederim…”* gibi kuruluşunuzu övücü değerlendirmelere yer verildiği, *“Monalisa Sağlıklı Güzellik, kalıcı güzellikte lider… Bölgesel İncelme Ve Zayıflama Devrim… CRYO lipoliz RF-Cavitasyon…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.monalisasaglikliguzellik.com/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Monalisa Sağlıklı Güzellik Merkezleri”* olarak isimlendirildiği ve inceleme konusu internet sitesinin adresinin “[*www.monalisasaglikliguzellik.com*](http://www.monalisasaglikliguzellik.com)*”* şeklinde olduğu, söz konusu internet sitesinde; *“Leke Tedavisi, Epilasyon, Bölgesel incelme, Dövme silme, Lazerle selülit tedavisi, Çatlak tedavisi…”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca <https://www.facebook.com/monalisaglik/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“İstenmeyen tüylerden arınma…990TL…Sizin Belirlediniz 3 bölge Epilasyon sadece 99 TL …Zayıflama / İncelme…100-500 TL …Sizin istediğiniz herhangi bir bölge incelme programı 5 yada 10 seans… Kampanya!!! Monalisa Sağlıklı Güzellik…700 TL”* gibi tıbbi işlemlerle ilgili fiyat bilgisi de verilerek tanıtımların yapıldığı, *“Değerlendirmeler”* başlığı altında; *“En güzel sonuçlar için monalisa sağlıklı güzellik. Herşey için çok teşekkür ederim…”* gibi kuruluşunuzu övücü değerlendirmelere yer verildiği, *“Monalisa Sağlıklı Güzellik, kalıcı güzellikte lider… Bölgesel İncelme ve Zayıflama Devrim… CRYO lipoliz RF-Cavitasyon…”* ifadelerine yer verildiği,söz konusu 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aksel Sağlıklı Güzellik Hizmetleri Ltd. Şti. (Monalisa Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2016/1609**

**Şikayet Edilen:** **Nova Dental ve Medikal Hizmetler Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.novaizmir.net](http://www.novaizmir.net) adresli internet sitesinden yönlendirme yapılarak ulaşılan [www.novadental.com.tr](http://www.novadental.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.novaizmir.net](http://www.novaizmir.net) adresinden yönlendirme yapılarak da ulaşılan <http://www.novadental.com.tr/> adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Sağlıklı dişler, neşeli gülüşler... Profesyonel ve Kaliteli Hizmet…”,* “Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği - Tanıtım Filmi”videosunda; *“…Tecrübemize güvenin…”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Profesyonel ve Kaliteli Hizmet Nova’da…”* ifadelerine yer verildiği, Ayrıca *“Google”* arama motorunda kuruluşun; *“Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği – Nova Diş İzmir – Sağlıklı Gülüşler”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.novaizmir.net](http://www.novaizmir.net) adresinden yönlendirme yapılarak da ulaşılan <http://www.novadental.com.tr/> adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Sağlıklı dişler, neşeli gülüşler... Profesyonel ve Kaliteli Hizmet…”,* “Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği - Tanıtım Filmi” videosunda; *“…Tecrübemize güvenin…”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Profesyonel ve Kaliteli Hizmet Nova’da…”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca *“Google”* arama motoru vasıtasıyla erişilen; *“Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği – Nova Diş İzmir – Sağlıklı Gülüşler”* gibi tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2016/2612**

**Şikayet Edilen:** **İdeal Sağlık Hizmetleri - Melih HİMMETOĞLU (Özel A Plus Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:**  <http://www.apluspoliklinik.com>, <https://www.facebook.com/AplusLazer/>, <https://www.instagram.com/apluspoliklinik/> ve <https://twitter.com/apluslazer> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun *“A Plus Lazer Estetik”* olarak isimlendirildiği, <http://www.apluspoliklinik.com> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; kuruluşun kullandığı lazer epilasyon cihazlarının tanıtımlarına ve görsellerine yer verildiği, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“A Plus Lazer Estetik, İstanbul'da Caddebostan, Kartal, Pendik ve Kadıköy bölgelerinde 2004 yılında hizmet vermeye başlayan ve açılışından itibaren kendini her gün yenilemeyi misyon edinen ekibi ile, ilkelerine dayalı çalışma prensibi ile yoluna kararlılıkla devam etmektedir… Toplam Kalite Yönetiminden ödün vermeden, sürekli meslek içi eğitimle kendini yenileyen ve iyi yetişmiş bir insan gücü ile desteklenen kliniğimiz gelişmiş teknolojik ekipmanları ve uzman kadrosu ile çağdaş tıbbın estetik, sağlık, lazer ve zayıflama dalında en kaliteli sağlık hizmetini polikliniklerimizde sunmaktadır.”,* *“Doktorlarımız”* başlığı altında; *“Sektördeki yenilik ve gelişmeleri yurtdışı ve yurtiçi tüm kongre ve seminerlere katılarak sizin adınıza takip etmektedir. Ayrıca Aile Hekimi ve "Sağlık Koçu" olan Dr. Füzun Erdoğan ŞAHAN, hastalarına günlük yaşamda sağlıklı ve iyi olmanın seçimler ve davranışlarla nasıl sağlanabileceğini, öğrendiklerini yaşam biçimi olarak benimseyip uygulamalarının önemini ve etkisini anlatmaktadır…”,*

<https://www.facebook.com/AplusLazer/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“Çiller ve kahverengi yaşlılık lekelerine lazer tedavisi ile veda edebiliriz…Aplus bir hizmet için size kliniğimize bekliyoruz…Güzellik ve moda blogger'ı Buket Hanım'a (@pukfashion) smoothshapes lazerli selülit tedavisi uyguladık. Selülitleriniz için kalıcı çözüm arıyorsanız 0539 781 70 70'ten bizimle iletişime geçebilirsiniz…”,*

<https://www.instagram.com/apluspoliklinik/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; “*Çiller ve kahverengi yaşlılık lekelerine lazer tedavisi ile veda edebiliriz…Biraz gerilmek size iyi gelecek…”*

<https://twitter.com/apluslazer> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“@AplusLazer…Lazer Lipo; FDA onaylı bu yöntem vücutta diyet ve sporla atılamayan yağların yakılmasına yardımcı olan uygulamadır…@AplusLazer…Bölgesel yağlardan kurtulmak için Lipoliz yöntemi hakkında bilgi alabilirsiniz. Detaylı bilgi için:0216 356 1006…@AplusLazer…Merkezimizde lazer epilasyon ile istenmeyen tüylerden kurtulabilir ve dilediğiniz pürüzsüz bir cilde sahip olabilirsiniz…”* gibi ifadelere yer verildiği, ayrıca *“Lazer epilasyon”* uygulaması ile ilgili fiyat bilgisi de verilerek kampanya düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun *“A Plus Lazer Estetik”* olarak isimlendirildiği, <http://www.apluspoliklinik.com> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; kuruluşun kullandığı lazer epilasyon cihazlarının tanıtımlarına ve görsellerine yer verildiği, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“A Plus Lazer Estetik, İstanbul'da Caddebostan, Kartal, Pendik ve Kadıköy bölgelerinde 2004 yılında hizmet vermeye başlayan ve açılışından itibaren kendini her gün yenilemeyi misyon edinen ekibi ile, ilkelerine dayalı çalışma prensibi ile yoluna kararlılıkla devam etmektedir…Toplam Kalite Yönetiminden ödün vermeden, sürekli meslek içi eğitimle kendini yenileyen ve iyi yetişmiş bir insan gücü ile desteklenen kliniğimiz gelişmiş teknolojik ekipmanları ve uzman kadrosu ile çağdaş tıbbın estetik, sağlık, lazer ve zayıflama dalında en kaliteli sağlık hizmetini polikliniklerimizde sunmaktadır.”,* *“Doktorlarımız”* başlığı altında; *“Sektördeki yenilik ve gelişmeleri yurtdışı ve yurtiçi tüm kongre ve seminerlere katılarak sizin adınıza takip etmektedir. Ayrıca Aile Hekimi ve "Sağlık Koçu" olan Dr.Füzun Erdoğan ŞAHAN hastalarına günlük yaşamda sağlıklı ve iyi olmanın seçimler ve davranışlarla nasıl sağlanabileceğini, öğrendiklerini yaşam biçimi olarak benimseyip uygulamalarının önemini ve etkisini anlatmaktadır…”,*

<https://www.facebook.com/AplusLazer/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“Çiller ve kahverengi yaşlılık lekelerine lazer tedavisi ile veda edebiliriz…Aplus bir hizmet için size kliniğimize bekliyoruz…Güzellik ve moda blogger'ı Buket Hanım'a (@pukfashion) smoothshapes lazerli selülit tedavisi uyguladık. Selülitleriniz için kalıcı çözüm arıyorsanız 0539 781 70 70'ten bizimle iletişime geçebilirsiniz…”,*

<https://www.instagram.com/apluspoliklinik/> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; “*Çiller ve kahverengi yaşlılık lekelerine lazer tedavisi ile veda edebiliriz… Biraz gerilmek size iyi gelecek…”*

<https://twitter.com/apluslazer> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“@AplusLazer… Lazer Lipo; FDA onaylı bu yöntem vücutta diyet ve sporla atılamayan yağların yakılmasına yardımcı olan uygulamadır… @AplusLazer… Bölgesel yağlardan kurtulmak için Lipoliz yöntemi hakkında bilgi alabilirsiniz. Detaylı bilgi için: 0216 356 1006… @AplusLazer…Merkezimizde lazer epilasyon ile istenmeyen tüylerden kurtulabilir ve dilediğiniz pürüzsüz bir cilde sahip olabilirsiniz…”* gibi ifadelere yer verildiği, ayrıca *“Lazer epilasyon”* uygulaması ile ilgili fiyat bilgisi de verilerek kampanya düzenlendiği, söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İdeal Sağlık Hizmetleri - Melih HİMMETOĞLU (Özel A Plus Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2016/212**

**Şikayet Edilen: Tayf Bilişim Elektronik Ev Aletleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde ve bazı internet sitelerinde muhtelif *tıbbi cihazlara* ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde, **“Umraniyeshop”** satıcı adı altında, “*Omron PRO NE-C900 Compair Kompresörlü Nebulizatör, Mesitaş BR-CN118 Kompresörlü Nebulizatör, Starmax Em F400 Kompresörlü Nebulizatör, Omron NE-C28- Kompresörlü Nebulizatör”* gibi geri ödeme kapsamında bulunan tıbbi cihazlara yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde, **“Umraniyeshop”** satıcı adı altında, “*Omron PRO NE-C900 Compair Kompresörlü Nebulizatör, Mesitaş BR-CN118 Kompresörlü Nebulizatör, Starmax Em F400 Kompresörlü Nebulizatör, Omron NE-C28- Kompresörlü Nebulizatör”* gibi geri ödeme kapsamında bulunan tıbbi cihazlara yönelik tanıtımlara yer verildiği, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine göre, münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların, internet dahil halka açık yayın yapılan her türlü medya ve iletişim ortamında program, film, dizi film, haber ve benzeri yollarla doğrudan veya dolaylı olarak topluma reklamının yasak olduğu, bu nedenle inceleme konusu internet sitelerinde yayınlanan tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımların,

-Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Tayf Bilişim Elektronik Ev Aletleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2016/216**

**Şikayet Edilen: Göksun ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde ve bazı internet sitelerinde muhtelif *tıbbi cihazlara* ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde **“Friendhealthcenter”** satıcı adı altında, tıbbi cihaz kategorisinde bulunan ve geri ödeme kapsamında olan cihazların, *“Omron C802 Compair Basic Kompakt Nebulizatör; başlangıç seviyesi nebulizatör hava kaynaklı alerjiler ve çevresel kirleticilerin neden olduğu hafif solunum problemlerini düşük maliyete giderir. Basic elverişlilik için üretilmiştir, ilacı basitçe verir.”* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı, söz konusu internet sitesinde “*yorum yap*” başlığı altında yer alan; *“süper; çok memnun kaldım kesinlikle tek kelimeyle harika çok fazla işimizi görüyor. Herkese tavsiye ederim. Fiyat olarak da gayet iyi, çok kullanışlı, bebeğimiz sayesinde sağlığına kavuşacak inşallah”* şeklinde övücü ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com)adresli internet sitesinde **“Friendhealthcenter”** satıcı adı altında, tıbbi cihaz kategorisinde bulunan ve geri ödeme kapsamında olan cihazların, *“Omron C802 Compair Basic Kompakt Nebulizatör; başlangıç seviyesi nebulizatör hava kaynaklı alerjiler ve çevresel kirleticilerin neden olduğu hafif solunum problemlerini düşük maliyete giderir. Basic elverişlilik için üretilmiştir, ilacı basitçe verir.”* şeklinde ifadelerle tanıtımının yapıldığı, söz konusu internet sitesinde *“yorum yap”* başlığı altında yer alan; *“süper; çok memnun kaldım kesinlikle tek kelimeyle harika çok fazla işimizi görüyor. Herkese tavsiye ederim. Fiyat olarak da gayet iyi, çok kullanışlı, bebeğimiz sayesinde sağlığına kavuşacak inşallah”* şeklinde övücü ifadelere yer verildiği, bu bağlamda, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine göre, münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların, internet dahil halka açık yayın yapılan her türlü medya ve iletişim ortamında program, film, dizi film, haber ve benzeri yollarla doğrudan veya dolaylı olarak topluma reklamının yasak olduğu göz önünde bulundurularak, inceleme konusu internet sitelerinde yayınlanan tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımların,

-Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Göksun ÖZTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2013/1396**

**Şikayet Edilen: Burcu Duygu ERGÜN (Dermahealth Güzellik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://dermahealth.tr.gg> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İlgili şahsa ait <http://dermahealth.tr.gg> adresli internet sitesinin 26.12.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“****Dermahealth Güzellik Merkezi”*** olarak isimlendirildiği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında *“Kimyasal Peeling ve Leke Tedavisi, Kök Hücre Bakımı, Akne Tedavisi, Lazer Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının sayıldığı,*“Açılışa özel %30 indirim!”* başlığı altında; *“Son Teknoloji Ütüleme Sistemi, Acısız Tüm Vücut Lazer 1300 TL, Komple Göğüs Sırt: 1800TL, Lazer Epilasyonda Tüm Vücut Kampanyası”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik fiyatlar verilerek kampanyaların düzenlendiği, anasayfada; *“Pamuktan prenses mi olur? Prenses dediğin taş gibi olur!.. 02429661028… Güzelliğinizi yeniden keşfedin… Kadınsı güzelliğin; istenmeyen tüylerle birlikte olması mümkün değildir.”,“Lazer epilasyon”* başlığı altında; “*Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yoludur. Tüm vücut lazer epilasyon, paket uygulamalar, bölgesel uygulamalar, lazer epilasyon pürüzsüz güzelliğe kavuşun.”*, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Gelişen dünyaya bakıldığında sağlıklı ve genç kalmanın önemi görülmektedir. Bu önemi göz önüne alan alt yapısını ve dünyadaki teknolojik yenilikleri takip eden yönetimi ile Dermahealth Güzellik  Merkezi hayatınızı kolaylaştıracak hizmetler vermektedir. Dermahealth Güzellik Merkezi sizlerden gelen öneri ve şikayetleri birer ödül olarak görmektedir. Farklı ve kaliteli hizmetten yana olan Dermahealth Güzellik Merkezi konularında uzman kadrosu ile misafirlerine ayrıcalıklı hizmet vermenin haklı gururunu yaşamaktadır.”*şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **:** İnceleme konusu <http://dermahealth.tr.gg> adresli internet sitesinin 26.12.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“****Dermahealth Güzellik Merkezi”*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” biçiminde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında *“Kimyasal Peeling ve Leke Tedavisi, Kök Hücre Bakımı, Akne Tedavisi, Lazer Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,*“Açılışa özel %30 indirim!”* başlığı altında; *“Son Teknoloji Ütüleme Sistemi, Acısız Tüm Vücut Lazer 1300 TL, Komple Göğüs Sırt: 1800TL, Lazer Epilasyonda Tüm Vücut Kampanyası”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik fiyatlar verilerek kampanyaların düzenlendiği, anasayfada; *“Pamuktan prenses mi olur? Prenses dediğin taş gibi olur!..02429661028… Güzelliğinizi yeniden keşfedin… Kadınsı güzelliğin; istenmeyen tüylerle birlikte olması mümkün değildir.”, “Lazer epilasyon”* başlığı altında; “*Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yoludur. Tüm vücut lazer epilasyon, paket uygulamalar, bölgesel uygulamalar, lazer epilasyon pürüzsüz güzelliğe kavuşun.”*, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Gelişen dünyaya bakıldığında sağlıklı ve genç kalmanın önemi görülmektedir. Bu önemi göz önüne alan alt yapısını ve dünyadaki teknolojik yenilikleri takip eden yönetimi ile Dermahealth Güzellik  Merkezi hayatınızı kolaylaştıracak hizmetler vermektedir. Dermahealth Güzellik Merkezi sizlerden gelen öneri ve şikayetleri birer ödül olarak görmektedir. Farklı ve kaliteli hizmetten yana olan Dermahealth Güzellik Merkezi konularında uzman kadrosu ile misafirlerine ayrıcalıklı hizmet vermenin haklı gururunu yaşamaktadır.”*şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Burcu Duygu ERGÜN** (Dermahealth Güzellik) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2016/1397**

**Şikayet Edilen: Elif Yeşilkaya Güzellik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından[www.facebook.com/elifyesilkayagüzelliksalonu](http://www.facebook.com/elifyesilkayagüzelliksalonu) adresli internet sayfasında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa tarafından[www.facebook.com/elifyesilkayagüzelliksalonu](http://www.facebook.com/elifyesilkayagüzelliksalonu) adresli internet sitesinin 26.12.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; Kuruluşun ***“Elif Yeşilkaya Güzellik Merkezi”*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” biçiminde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, inceleme konusu internet sitesinde;*“#karbonpeeling #uygulaması #yeniyıla#özel indirimli fiyatla 100 TL, #iğneli mezoterapimiz, 8 Mart dünya akdınlar günü kampanyasını kaçırmayın! Rejuvinasyon cilt yenileme 80 TL yerine 50 TL! Yanında 1 seans Lenf drenaj ve pasif Jimnastik HEDİYE!,#kırısıklıkacma #leketedavisi# aknetedavisi #elifyesilkaya #guzellikmerkezi #antalya, #ameliyatsızyüzgerme ağrısız iğnesiz gençleşmek artık çok kolay! Birinci ayda %25 ikinci ayda %50 üçüncü ayda %75 kırışıklıklara ve yaşlanmaya son verin!#elifyesilkaya #guzellikmerkezi farkıyla yaşlanmayı 10 yıl geciktirebilmek çok kolay. Yeni yıla yeni bir siz olarak başlayın. Bu fırsatı kaçırmayın. İstenmeyen tüyler?”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve bu işlemlere yönelik fiyatlar verilerek kampanyaların düzenlendiği,*“Hikayemiz”* başlığı altında; *“Elif Yeşilaya Güzellik Salonu Güzel olmanın her şeyden önce sağlıklı olmakla mümkün olduğuna inananlar için uzun süren araştırmalar neticesinde Antalya’da yaşamına başladı. Temel ilkesi kaliteden ödün vermeden dünyanın en ileri teknolojilerini takip ederek ve yine dünyanın en önde gelen ürünlerini kullanarak kesin neticelere ulaşmaktır. Uzman kadrosu ile koşulsuz memnuniyet ilkesiyle hareket emektedir. Kelimenin tam anlamıyla sıradan değil butik hizmet vermektedir.”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile,* ***tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler*** *güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında**ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır. Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının kuruluşlarını "merkez"olarak nitelendirmesi yasaklanmıştır.Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2016/1402**

**Şikayet Edilen: Sinem ATASOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından[www.facebook.com/sinematasoy78/](http://www.facebook.com/sinematasoy78/)adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.facebook.com/sinematasoy78/](http://www.facebook.com/sinematasoy78/)adresli internet sitesinin 30.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun ***“Sinem Güzellik”*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, söz konusu internet sitesinde; *“Saf oksijen masajı cilt alerjisi, egzama, acılı cilt ve güneş ışını özellikle sigara içen ciltlerde semptomlarını tedavi eder. Saf oksijen maskesi %98 saflıkta oksijen solunum sistemi rahatsızlıkları, migren, uykusuzluk, sindirim sistemi bozuklukları, diyabet, yaralar, bağışıklık eksiklikleri, yaşlanma etkileri, kan dolaşımı sorunları, kırışıklık, lipid dengesizliği, cilt koyulaşması ve benzeri sorunların çözümüne yardımcı olur... Koyun plasenta maskesi leke, kırışıklık, elastiyet kaybı tedavilerinde... Patentli moleküller, zengin botanik içerikler, antioksidanlar, yosun (marin) özler ve vitaminlerden oluşur. Cildi gençleştirme, cildi sıkılaştırma,* ***leke tedavisi, kırışıklık tedavisi.*** *Radyo frekans acısız, ağrısız, iğnesiz ve ameliyatsız genç görünmenin yolu artık yüzünüzü ütületmekten geçiyor radyo frekans* ***tedavilerinde****; uygun kontrollü elektrik akımlarının cilt ve cilt altı dokularında oluşturduğu ısınmadan yaralanarak ve özellikle kan dolaşımını artırarak, dokuda olumlu değişiklikler elde ediyoruz.* ***Bu tedavide amacımız****; cilde zarar vermeyecek kadar yüksek bir ısıyla cildi yanmış gibi hissettirerek iyileşme mekanizmasını harekete geçirmektir. Sonuç termostimülasyon yoluyla cildin doğal olarak yenilenmesidir.* ***Böylelikle hücre sayısı artar****, kolajen ve elastin dokusu yenilenir. Zaman içinde porlar küçülür, elastikiyet artar, ciltteki yenilenmeden dolayı lekelenmeler bile azalır, yani cilt kalitesi artar. Önemli olan şey doğru kişiye, doğru uygulama şekliyle, destekleyici tedavilerle doğru kombinasyonlar yaparak daha iyi sonuçlar elde edebilmektir. Dermapen, dermaroller, iğnesiz mezoterapi, radyofrekans, kimyasal peeling, leke tedavisi, kılcal damar tedavisi, akne tedavisi... El üstü leke tedavisi kimyasal peeling uygulaması… Kök hücre.”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, hastaların tıbbi işlem öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği ve birtakım kozmetik uygulamaların hastalıkların tedavisinde uygulanabileceği imasının oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **:** İnceleme konusu [www.facebook.com/sinematasoy78/](http://www.facebook.com/sinematasoy78/)adresli internet sitesinin 30.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun ***“Sinem Güzellik”*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin açıkça yazılmaması sebebiyle kuruluşun türü hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, söz konusu internet sitesinde; *“Saf oksijen masajı cilt alerjisi, egzama, acılı cilt ve güneş ışını özellikle sigara içen ciltlerde semptomlarını tedavi eder. Saf oksijen maskesi %98 saflıkta oksijen solunum sistemi rahatsızlıkları, migren, uykusuzluk, sindirim sistemi bozuklukları, diyabet, yaralar, bağışıklık eksiklikleri, yaşlanma etkileri, kan dolaşımı sorunları, kırışıklık, lipid dengesizliği, cilt koyulaşması ve benzeri sorunların çözümüne yardımcı olur... Koyun plasenta maskesi leke, kırışıklık, elastiyet kaybı tedavilerinde... Patentli moleküller, zengin botanik içerikler, antioksidanlar, yosun (marin) özler ve vitaminlerden oluşur. Cildi gençleştirme, cildi sıkılaştırma,* ***leke tedavisi, kırışıklık tedavisi.*** *Radyo frekans acısız, ağrısız, iğnesiz ve ameliyatsız genç görünmenin yolu artık yüzünüzü ütületmekten geçiyor radyo frekans* ***tedavilerinde****; uygun kontrollü elektrik akımlarının cilt ve cilt altı dokularında oluşturduğu ısınmadan yaralanarak ve özellikle kan dolaşımını artırarak, dokuda olumlu değişiklikler elde ediyoruz.* ***Bu tedavide amacımız****; cilde zarar vermeyecek kadar yüksek bir ısıyla cildi yanmış gibi hissettirerek iyileşme mekanizmasını harekete geçirmektir. Sonuç termostimülasyon yoluyla cildin doğal olarak yenilenmesidir.* ***Böylelikle hücre sayısı artar****, kolajen ve elastin dokusu yenilenir. Zaman içinde porlar küçülür, elastikiyet artar, ciltteki yenilenmeden dolayı lekelenmeler bile azalır, yani cilt kalitesi artar. Önemli olan şey doğru kişiye, doğru uygulama şekliyle, destekleyici tedavilerle doğru kombinasyonlar yaparak daha iyi sonuçlar elde edebilmektir. Dermapen, dermaroller, iğnesiz mezoterapi, radyofrekans, kimyasal peeling, leke tedavisi, kılcal damar tedavisi, akne tedavisi... El üstü leke tedavisi kimyasal peeling uygulaması… Kök hücre.”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, hastaların tıbbi işlem öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği ve birtakım kozmetik uygulamaların hastalıkların tedavisinde uygulanabileceği imasının oluşturulduğu görülmektedir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**43)**

**Dosya No: 2016/3144**

**Şikayet Edilen: Taylan Medikal ve Dağıtım Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.v-pillsgold.com](http://www.v-pillsgold.com) adresli internet sitesinde **“V-Pills Gold”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.v-pillsgold.com](http://www.v-pillsgold.com) adresli internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“V-Pills Gold – Bildiğiniz gibi V-Pills’in yıllardır bilinen olağanüstü formülü, dünyanın en gelişmiş teknolojisine ve bilim adamlarına sahip Amerikan Eyefive Inc. firması tarafından geliştirilmiştir ve cinsellikte devrim yaratacak formülü ile V-Pills GOLD ortaya çıkmıştır. Amerikadan ithal formülü, geliştirilerek V-Pills GOLD olarak Türkiye de satışa sunulmuştur. V-Pills Gold tamamen en taze bitkisel bileşenlerden oluşmaktadır. Amerika dan ithal yeni formüllü V-Pills GOLD bitkilerin en verimli dönemlerinde toplanarak üretilmektedir; yani tamamen aktif ve taze bileşenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle dünya çapındaki en iyi üreticilerle çalışmaktayız. Aslında yaptığımız şey ürünümüzün kalitesini korumak ve işlevlerini garanti etmektir.* ***Yeni V-Pills GOLD içeriğindeki olağanüstü formülü sayesinde cinsel isteksizlik, enerji eksikliği, fiziksel yorgunluk gibi problemlerinizi giderdiği gibi penise kan pompalayarak o bölgenin genişlemesine ve büyümesine yardımcı olur.*** *Diğer benzeri ürünler V-Pills GOLD mukayese dahi edilemez; Çünkü V-Pills GOLD’un formülü, dünyanın en gelişmiş tekniklerine ve bilgilerine sahip Amerikan Eyefive Inc. firması tarafından geliştirilmiş ve son 10 yıldır başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere tüm dünyada farmakolojik etkisiyle cinsellikte devrim yaratmıştır…”* 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 bir ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı ve firma tarafından reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, 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 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, “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar dışındaki sağlık beyanları” başlıklı 16 ncı maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesinin üçüncü fıkrası hükümlerine,

- 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 **Taylan Medikal ve Dağıtım Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2016/3640**

**Şikayet Edilen: Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Little Caesars pizza restoran zinciri ile Little Caesars markalı pizzaların tanıtımına yönelik olarak ***“Neden Little Caesars Daha Lezzetli?”*** sloganı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler**: Firma tarafından 2016 yılı Ekim ayı içinde İstanbul Zincirlikuyu semtinde açık hava reklam panolarında yayınlanan reklamda; ***“Neden Little Caesars daha lezzetli? Çünkü, haftalık değil, günlük hamur. Konserve değil, taze domates, Sıradan peynir değil, mozzarella.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 2016 yılı Ekim ayı içinde İstanbul Zincirlikuyu semtinde açık hava reklam panolarında yayınlanan reklamda; ***“Neden Little Caesars daha lezzetli? Çünkü, haftalık değil, günlük hamur. Konserve değil, taze domates, Sıradan peynir değil, mozzarella.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, bu itibarla, söz konusu reklamda, Little Caesars pizzalarında haftalık hamur yerine günlük hamur, konserve yerine taze domates ve sıradan peynir yerine mozzarella peyniri kullanıldığı iddiası ile Little Caesars restoranları tarafından üretilen pizzaların daha lezzetli olduğu şeklinde bir mesaj verildiği, ***“Neden Little Caesars daha lezzetli?”*** şeklindeki sloganın piyasada faaliyet gösteren diğer pizza restoranları ve pizza ürünlerine yönelik dolaylı yoldan yapılan bir karşılaştırmayı içerdiği ve söz konusu ifade ile Little Caesars pizzalarının diğer pizzalara kıyasla daha lezzetli olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesi kapsamında, karşılaştırmalı reklamlara, ilgili reklamın aldatıcı ve yanıltıcı olmaması, haksız rekabete yol açmaması, nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan iddiaların bilimsel test, rapor veya belgelerle ispatlanması ve rakiplerin fikri ve sınai mülkiyet haklarının, ticaret unvanının, işletme adının, diğer ayırt edici işaretlerinin, **mallarının**, hizmetlerinin, faaliyetlerinin veya diğer özelliklerinin kötülenmemesi veya itibarsızlaştırılmaması gibi koşullar altında izin verildiği; bu bağlamda, inceleme konusu reklamda rakip firmaların pizza üretiminde haftalık hamur, taze domates yerine konserve domates ve sıradan peynirler kullandığı şeklinde bir imada bulunularak rakip firma ürünlerinin kötülendiği, dolayısıyla söz konusu mevzuat düzenlemesi dikkate alındığında, inceleme konusu reklamın karşılaştırmalı reklamlara tanınmış sınırların dışına çıkarak mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bu hususlara ek olarak, ***“Neden Little Caesars daha lezzetli? Çünkü, haftalık değil, günlük hamur. Konserve değil, taze domates, Sıradan peynir değil, mozzarella.”*** ifadesini içeren reklamda daha kaliteli malzemeler kullanıldığına ilişkin iddiayı destekler nitelikte ispatlayıcı bilgilere yer verilmediği, ayrıca firma tarafından da **tanıtımıyapılan pizza ürünlerinin üretiminde günlük taze hamur, taze domates ve mozarella kullanıldığınıçeşitli yöntemlerle ispatlayacak herhangi bir bilgi veya belge sunulmadığı,**

Dolayısıyla inceleme konusu reklamın;

- 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; 8/1; 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 **Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri Turizm San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **5.812 TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2016/904**

**Şikayet Edilen: Taylan SARIKAYA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.geciktiricisprey.online](http://www.musele.net) adresli internet sitesinin 09.02.2017 tarihli görünümünde;**Musele**adlı gıda takviyesine yönelik olarak*,* Viaxi Forvette “Natural Alternative Formen” 2 Kapsul isimli ürüne yönelik olarak; *“****Zingiber Officinale (Zencefil)*** *Zencefil vücudun ısısını artırarak hem kadında hem de erkekte uyarıcı etki yapar. Aynı zamanda erkeklerde uzun süreli ereksiyon sağlar. Bitki yüksek zink oranı sayesinde erkeklik hormonu testosteron miktarını artırır ve cinsel dürtüyü kuvvetlendirir. Ereksiyon esnasında kan akışının düzenli olmasını sağlayarak sperm sayısının ve hareketliliğinin önemli ölçüde artmasına yardımcı olur.* ***Çakşır Kökü (Radix Ferulae Meifoliae)*** *Etkili bir afrodizyak olan bu bitki, cinsel gücü ve isteği arttırıcı özelliklerinden dolayı cinsel isteksizlik tedavisi için faydalıdır. Aynı zamanda sperm sayısını ve hareketliliğini de arttırıcı etkilere sahiptir. Sinirleri rahatlatır,  kasları kuvvetlendirir ve kas ağrılarını gidermeye yardımcı olur.* ***Ginkgo Biloba (Mabet Ağacı)*** *Besin takviyesi olarak bilinen Ginkgo Biloba’nın en önemli özelliği cinsel istek artıcı olmasıdır. Strese bağlı hafızayı ve zihinsel düşünmeyi kuvvetlendirerek fiziksel dayanıklılığı arttırır.Ginkgo yapraklarının ekstresi (özü) flavonoid glükozidleri, ginkgolidler ve bilobalid içermektedir. Ginkgo Biloba, beyin ve hafıza dostu olmasıyla da tanınır ve yaprakları antioksidan özelliklere sahiptir.” Magna RX isimli ürüne yönelik olarak “Yapılan araştırmalarda Türkiye de 5 milyon erkek cinsel sağlık problemleri yaşamaktadırlar. Magna rx bu aşamada siz erkeklere göre üretilmiş çok özel ve etkili bir ürün.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürülüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 inci maddesi

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7’2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2 ve 13/3 maddeleri;

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı 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, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2016/947**

**Şikayet Edilen: Şengüller Gıda Turizm Elektronik Sağlık Tekstil İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sehrazataktarbaharat.com](http://www.musele.net) adresli internet sitesinin 02.03.2016 tarihli görünümünde;**Akdem Sinameki Çayı** isimli ürüne yönelik olarak; *“Bağırsakların su emilimini engelleyerek sulu ve yumuşak dışkılamayı sağlayan, çok etkili bir müshilolan sinemaki idrar söktürür ve kabızlık giderir. Bağırsak kurtlarını düşürmeye yardımcı olur. Damarları açar sinirleri gevşetici özelliği ile sakinleştirir ve ağrıları hafifletir.”* **Dermosoft Çörek Otu Yağı isimli** ürüne yönelik olarak *“Çörek otu yağının faydaları: Mikrop, virüs ve mantarlara karşı öldürücü tesire sahiptir. İfraz boşaltıcı ve solunum borusunu genişleticidir. Kansere karşı koruyucu etkisi vardır. Kan şekerini düzenler. . Cinsel gücü arttırıcı özelliği vardır. Vücuttaki zehirleri süzerek atar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-Mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin(29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete.) 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 42/1, 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, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddeleri;

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı 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, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şengüller Gıda Turizm Elektronik Sağlık Tekstil İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2016/3950**

**Şikayet Edilen: Tolga YEŞİLYURT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.geciktiricispreyeczane.net](http://www.geciktiricispreyeczane.net) adresli internet sitesinin 24.06.2016 tarihli görünümünde, ürünlerin *“Geciktirici Sprey”* gibi ifadelerle isimlendirildiği ayrıca site içerisinde “E” logosuna yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda ürünlerin “Geciktirici Sprey” gibi kozmetik tanımını aşan ifadelerle isimlendirildiği ayrıca site içerisinde “E” logosuna yer verilerek tanıtımı yapılan ürünlerin eczane tarafından satışa sunulduğu algısının oluşturulduğu; dolayısıyla, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüketicilerin aldatıldığı ve yanıltıldığı, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 11/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tolga YEŞİLYURT** 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.

**48)**

**Dosya No: 2016/465**

**Şikayet Edilen:** **Mega-Farma İlaç Ve Kozmetik Sanayi Tic. Paz. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, [www.mega-farma.com.tr](http://www.mega-farma.com.tr) adresli internet sitesinin 12.02.2016 tarihli görünümünde; *“Merkezi sinir sistemi üzerine sakinleştirici etkidedir. Ayrıca spazm çözücü ve uykusuzluğa karşı yardımcı olduğu bilinen bir bitkidir. Passiflora ekstresinin, sinirleri yatıştırdığı, stres, gerginlik, endişe ve üzüntü hallerinin giderilmesinde yardımcı olduğu bilinmektedir.”* şeklinde ifadeler kullanılarak mevzuata aykırı tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Pasiflora” adlı ürüne yönelik olarak [www.mega-farma.com.tr](http://www.mega-farma.com.tr) adlı sitede endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve Yemde İzlenebilirlik ve Etiketleme, Sunum ve Reklam ile Tüketici Haklarının Korunması” başlıklı 24. Maddesinin 3. Bendi,

-Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2, 42/5, 42/5-b maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mega-Farma İlaç Ve Kozmetik Sanayi Tic. Paz. Ltd. Şti.** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2016/965**

**Şikayet Edilen:**  **Arketip Akademi (Lütfiye Özlem ŞAHİN)**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://www.hayatimdegisti.com> adresli internet sitesinde yer alan “Solea” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://www.hayatimdegisti.com> adresli internet sitesinin 06.12.2016 tarihli görünümünde; ***“Solea, içeriğindeki turunç çiçeği ekstresi sayesinde vücudun doğal olarak toksinlerden arındırılmasına ve kilo verilmesine yardımcı olan; aynı zamanda formülasyonundaki antioksidanlarla serbest radikallerin oluşmasını engelleyen bir üründür. Formülündeki Gotu Kola özellikle bacaklardaki kan akımını arttırmaktadır. Bu amaçla varis, selülit gibi sorunlara karşı koruyucu olarak ve bacaklardaki yetersiz kan akımını arttırmak amacıyla kullanılmaktadır. Artichoke ise idrar söktürücü etkisiyle vücuttaki ödemi söker.”*** şeklinde ifadeler yer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Solea” adlı ürüne yönelik olarak <http://www.hayatimdegisti.com> adlı sitede endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu 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,

-Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2, 42/5, 42/5-b maddeleri,

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Arketip Akademi (Lütfiye Özlem ŞAHİN)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2016/3798**

**Şikayet Edilen: MMS Makine İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “Kansere Çözüm Vidatox” adlı sosyal medya hesabı üzerinden ***“Vidatox”*** adlı ürüne ilişkin 28.10.2016 tarihinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “**Kansere Çözüm Vidatox**” adlı sosyal medya hesabı üzerinden ***“Vidatox”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“****Küba’nın mucize kanser ilacı olan Vidatox****’un Türkiye distribütörlüğünü MMS Makine olarak 18.01.2016’da almış* bulunmaktayız*. Bu ilanda ilacımızı biraz da olsa harika anlatmış Teşekkürler Hürriyet Gazetesi”* şeklinde ifadelere ve Hürriyet Gazetesi’nde yer alan *“İnsanlığa en büyük hediye Küba’dan mı geliyor?”* başlıklı yazıya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “**Kansere Çözüm Vidatox**” adlı sosyal medya hesabı üzerinden ***“Vidatox”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“****Küba’nın mucize kanser ilacı olan Vidatox****’un Türkiye distribütörlüğünü MMS Makine olarak 18.01.2016’da almış bulunmaktayız. Bu ilanda ilacımızı biraz da olsa harika anlatmış Teşekkürler Hürriyet Gazetesi”* şeklinde ifadelere ve Hürriyet Gazetesinde yer alan *“İnsanlığa en büyük hediye Küba’dan mı geliyor?”* başlıklı yazıya yer verildiği;

İnceleme konusu sosyal medya hesabına ait kullanıcı adında ve bu hesap üzerinde yapılan tanıtımlarda, ***“Vidatox”*** adlı ürünün kanser hastalığının tedavisinde etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların tanıtımı yapılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, diğer taraftan ürünlerle ilişkilendirilen sağlık faydalarının da bilimsel verilerle kanıtlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla anılan tanıtımların;

**-** Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 ve 6 ncı maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin, 6/1, 6/2, 6/3, 6/4; 40/1; 42/1 ve 42/2 maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 5/1-b; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **MMS Makine İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2016/2529**

**Şikayet Edilen:** **Atabey KILINÇ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.beyhanecza.com](http://www.beyhanecza.com) adresli internet sitesinin 06.01.2017 tarihli görünümünde; *“****Remixin Tablet:*** *Menopozda Sıcak Basmasına Son Verir. Doğal ve Yan Etkisizdir. Klinik araştırmalar ile etkinliği kanıtlanan, REMIXIN Tablet, menopozda sıcak basmasını %85 oranında giderir. REMIXIN Tablet'in belirlenmiş hiçbir yan etkisinin olmaması, menopozdaki sıcak basması semptomlarında güvenle kullanımını sağlamaktadır. Menopozda Sıcak Basması, Terleme, Uykusuzluk, Deprosyon Hali ve Huzursuzluğun Giderilmesinde Etkili Ve Güvenlidir…* ***Neo Baby Gripe Mixture ( Gripe Water ) 150 ml (Neo Bebek Gaz Sancısı Karışımı):*** *Gaz sancısı çeken bebekler için. Dereotu yağı ve zencefil tentürü, bağırsak gazlarına bağlı karın ağrısının giderilmesinde yardımcı ürünlerdir. Sodyum bikarbonat midedeki fazla asidi azaltır. Bebeklerde, emziren annelerde ve yetişkinlerde gaz sancısı ve karın ağrısı belirtilerinin giderilmesinde yardımcıdır.* ***Enerpeel Hands 15 Flakon:*** *Eller için özel tasarlanmış peeling solüsyonudur. Laktik asid (nötralizasyon sonrasında da) ve kojik asid aşırı melanin üretimini baskılar ve leke açıcı etki sunar. TCA ve Laktik asid, kojik asidin cilde geçişini artırır, melanin üretimini baskılayıcı etkiyi hızlandırır. Endikasyonları:**Ellerde ortaya çıkan aktnik hasar, Hiperpigmente lezyonları, kaba cilt yapısını hedefler. Cildin hacmini ve tonusunu artırır.* ***Elancyl Cellu Reverse - Selülite karşı inceltici jel 2li paket:*** *Özellikle karın bölgesi için sıkılaşmaya ve incelmeye yardımcı krem-jel. Mide ve karın bölgesi için incelmeye yardım eden etki. Bel ve karın bölgesi için incelmeye ve karın bölgesini şekillendirmeye yardımcı olur. Kahverengi alg ekstresinden elde edilen şekillenmeye yardımcı aktif, cilt üzerinde elastik ince bir ağ oluşturur ve HMC ile cildin şekil almasına ve canlanmasına yardımcı olur. Böylece karın bölgesi şekil alır…”* 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 veya kozmetik ürün* niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” veya “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 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 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 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2016/2590**

**Şikayet Edilen: Badem Grup İnşaat Petrokimya Tar. Hay. Gıda Gel. Oto Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2016 ve 18.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kuntkinoa.com](http://www.kuntkinoa.com) adresli internet sitesinin 18.01.2016 tarihli görünümünde*; “Kilo vermenize yardımcı olur. Lif kaynağı. Hazımsızlığı önler. Sağlıklı formda kalmanızı sağlar”* şeklinde ve yine aynı sitenin 15.08.2016 tarihli görünümünde; *“****Sindirim:*** *Kinoa diğer tahıllardan yaklaşık 2 kat daha fazla besin lifi içerir. Beslenme uzmanları besin lifi bakımından yetersiz beslenmenin yarattığı en büyük sorun olan kabızlığa karşı kinoa öneriyor. Besin lifi aynı zamanda diyabet hastalarında kan şekerinin kontrolüne yardımcı oluyor. Kabızlığın tetiklediği bir diğer sorun olan hemoroide karşı daha fazla kinoa tüketerek önlem alabilirsiniz.* ***Demir:*** *Demir minerali bakımından zengin olan kinoa, demir eksikliği anemisi için uygulanan beslenme programlarına eklenebilir. Hüzrelere taşınan oksijen miktarında önemli bir rolü olan demir minerali aynı zamanda beyin sağlığı ve zihin açıklığı içinde kritik role sahiptir. Vüzut sıcaklığının korunması ve vücudun enerji üretimi demirin metabolizmada kullanıldığı diğer alanlar arasında yer almaktadır.* ***Riboflavin:*** *B2 (ribofilavin) içeren kinoa beyin ve kas hücrelerinde enerji metabolizmasına katkıda bulunarak vücudun enerji üretimini destekler ve halsizliğe iyi gelir. Migren: Kinoada yüksek miktarda bulunan magnezyum mineralinin damarları rahatlatan etkisi vardır ve bu özelliği ile kronik migrene karşı önerilen yiyecekler arasındadır. Magnezyum minerali aynı zamanda tip 2 diyabet hastalarında etkili bir kan şekeri kontrolü sağlar. Antioksidan: Bir antioksidan olan manganez vücudun enerji üretimi sırasında oluşan hücre hasarına karşı koruma sağlar. Kinoa antioksidan etkisiyle, başta kırmızı kan hücreleri olmak üzere tüm hücreleri serbest radikallerin olumsuz etkilerine karşı korumaya yardımcı olur.* ***Kolesterol:*** *Yapılan araştırmalar düzenli olarak kinoa yemenin total kolesterolü düşürürken HDL (iyi kolesterol) oranını koruduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca kinoada bulunan bazı bileşenler damarları iltihaplı hastalıklara karşı korumaktadır.”* 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 gıdaların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “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 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 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 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, 15/b 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Badem Grup İnşaat Petrokimya Tar. Hay. Gıda Gel. Oto Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2016/3403**

**Şikayet Edilen: Güzel Ada Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.guzelgida.com](http://www.guzelgida.com) adresli internet sitesinin 19.10.2016 tarihli görünümünde*; “Kinoada bulunan lif kabızlığa, demir ise kansızlık için önemli desteklerdir. Kalsiyumun kemik ve dişleri güçlendirdiği hepimiz ve tüm bilimsel araştırmalar söylemektedir. İçerdiği süperoksit dismutaz enziminin yaşlanmayı geciktirici destek olduğu ve cildi yıpranmaya karşı koruduğu üzerine çalışmalar vardır. Chia tohumu su ile karıştırılıp fiziksel ektivitelerden önce veya fiziksel aktivite sırasında tüketildiğinde jel yapısı mide ve karonhidrat arasında bariyer görevi görür ve midede bulunan sindirim enzimleri karbonhidratları parçalayarak şekerle kaplamasına yardımcı olur yani karbonhidratların parçalanmasını yavaşlatarak şeker düşmesi dediğimiz durumun gerçekleşmesine yardımcı olur bu da sporculara uzun süre fiziksel aktivite de bulunmaları için destek sağlar. Chia tohumu yüksek miktarda antioksidan içerir. İçeriğinde bulunan yüksek lif miktarı sayesinde bol miktarda su tutarakdoygunluk hissi verir ve yiyeceklerin emilimini yavaşlamasına yardımcı olur. Bunun yanında karbonhidrat yağ ve kalori vermeden size enerji verir. Bütün bu özellikleri sayesinde kilo vermeye çalışırken sizi büyük oranda destekler. Chia tohumu vücutta oluşan karbonhidrat ve şekeri dengelemeye yardımcı olur. Hangi şekilde yenmiş olurlarsa olsun midede bir bariyer oluşturarak şekerin damarlar tarafından emilimini azalmasına yardımcı olur, şekerin damarlara girişini yavaşlamasına yardımcı olarak kandaki diyabet ve gulikoz seviyesini normal seviyede tutulmasına yardımcı olduğuna dair bilimsel çalışmalar vardır…”* 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 gıdaların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “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 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 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 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, 15/b 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2016/3407**

**Şikayet Edilen: Kiva Han Gıda İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://baristasepeti.com> isimli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://baristasepeti.com> adresli internet sitesinin 12.01.2017 tarihli görünümünde*; “****Kiva Han Aromalı Yeşil Kahve Öğütülmüş:*** *Yeşil kahvenin faydaları nelerdir? İçeriğindeki kafein ve klorojenik asit sayesinde, yağ yakımını hızlandırır ve zayıflatır, Bazal metabolizmayı hızlandırır. Kalori yakımını hızlandırır ve kilo verme sağlar. Çok yüksek antioksidan etkiye sahiptir, serbest radikallerin zararlı etkilerini önler. Enerji verir, yorgunluğa ve halsizliğe iyi gelir. Şeker hastalığı riskini azaltıcı etkisi vardır. Hipertansiyon üzerinde iyileştirici etkisi vardır.* ***Kiva Han %100 Doğal Keçiboynuzlu Türk Kahvesi****: Keçiboynuzunun Yararları:**En önemli özelliği nefes darlığına karşı oldukça etkili olmasıdır, bu etkin madde hemen hemen başka hiçbir bitkide bulunmamaktadır. Keçiboynuzu, insanlığın korkulu rüyası akciğer kanserini yüksek oranında önleme gücüne sahiptir. Fosfor ve kalsiyum bakımından zengindir. Bu nedenle osteoporoz rahatsızlığı olanlara kalsiyum ihtiyaçlarının karşılanmasında çok iyi bir destekleyicidir. İçindeki E vitamini sayesinde cilde, öksürüğe, gribe, kemik erimesine ve kansızlığa iyi gelir. Keçiboynuzu kalsiyum bakımından çok zengindir. Ağrı kesici, alerjiye karşı, astıma karşı, bakteri yok edici, bronşite karşı, karaciğeri toksinden arındırıcı, serbest radikalleri yok edici, bağışıklık sistemini güçlendirici, mikroplara karşı, antiseptik, kansere karşı koruyucu, ishale ve kabızlığa karşı ve bronş genişletici özellikleri vardır. Yüksek doğal şekerler, zengin mineraller (özellikle çinko) ve vitaminler (A,B, B2, B3, D) içeren yapısı sayesinde doğal güç ve besin kaynağıdır. İktidarsızlığa karşı mükemmel bir çözümdür; aynı zamanda sperm sayısını arttıran özelliğe de sahiptir. Hafızayı güçlendirici özelliği vardır.* ***Kiva Han %100 Doğal Kakuleli Türk Kahvesi:*** *Kakulenin Yararları: Olgunlaşmadan toplanan kakule bitkisinin tohumlarından elde edilen kakule, içerisinde barındırdığı etken maddeler ve mineraller sayesinde birçok faydaya sahiptir. Kakulenin bilinen en büyük faydası mide rahatsızlıklarına iyi gelmesidir. Mideyi çalıştırarak sindirimi kolaylaştırır, bağırsaklarda oluşan gazı söker. Mide gazı dolayısı ile meydana gelen kalp rahatsızlığını önler. Migrene iyi gelir. Bol idrar söktürür. Kakule çok güçlü bir antiseptiktir. Ses açıcı özelliği vardır, ses tellerini güçlendirir. Zihni uyarır ve zinde tutar.* ***Kiva Han %100 Doğal Ginsengli Türk Kahvesi:*** *Ginsengin Yararları: Bağışıklık sistemini güçlendirir ve vücut direncini arttırır. Yorgunluk ve bitkinlik halini azaltır, zindelik verir. Zihni açar ve hafızayı kuvvetlendirir. Erkeklerde cinsel arzuyu ve üretkenliğini arttırır. Kalp ve damar sağlığı üzerinde olumlu etkileri vardır. Toksik maddeleri dışarı atarak karaciğer sağlığını korur, hücrelerin yenilenmesini kolaylaştırır. Stresi azaltıcı ve hatta tamamen yok edici etkileri vardır. Kandaki şeker, lipit ve kolesterol seviyesini düşürür. Anemiye (kansızlık) olumlu etkileri olduğu yönünde araştırmalar mevcuttur. Radyoterapinin yan etkilerini azaltır ve tümör gelişimini önlemeye yardımcı olur. Sağlıklı kan hücreleri üretir ve kan basıncını düzenler. Vücut sıvılarını yeniler susuzluğu giderir. Sindirim sistemini düzenler. Vücuttaki toksinleri atar ve şişlikleri önler. Grip riskini %31 oranında düşür.”* 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 gıdaların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “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 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 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 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, 15/b 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2016/3409**

**Şikayet Edilen: Antik Kuruyemiş Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.antikkuruyemis.com](http://www.antikkuruyemis.com) adresli internet sitesinin 09.01.2017 tarihli görünümünde*; “****Yeşil Kahve Öğütülmüş Toz****:* *Yeşil kahve ile kilo vermeye başlayın. Hücrelerinizden toksinleri atmaya yardımcıdır. Kalorinizi daha hızlı yakmaya yardımcıdır. Uyarıcı özelliği ile zinde ve açık tutar. İşlem görmemiş saf ve doğal yeşil kahve. Yeşil kahvenin faydaları nelerdir? İnsan sağlığı için birçok yararı olan ve bunun yanında sağlıklı zayflamayada yardım eden yeşil kahve Türkiye’de yeni bir içecek sayılır... Bildiğimiz diğer kahvelere göre en büyük farkı hiç kavrulmamış olan bu kahvenin faydaları nelerdir? İçeriğindeki kafein ve klorojenik asit sayesinde, yağ yakımını hızlandırır ve zayıflatır, Bazal metabolizmayı hızlandırır. Kalori yakımını hızlandırır ve kilo verme sağlar. Çok yüksek antioksidan etkiye sahiptir, serbest radikallerin zararlı etkilerini önler. Enerji verir, yorgunluğa ve halsizliğe iyi gelir. Şeker hastalığı riskini azaltıcı etkisi vardır. Hipertansiyon üzerinde iyileştirici etkisi vardır. Yeşil Kahve Nasıl Zayıflatır? Yeşil Kahve üzerine birçok araştırma ve incelemeler yapılmıştır. Zayıflamanızda çok büyük etkisi olan yeşil kahve birçok diyetisyen tarafından tavsiye edilmektedir. Zayıflamaya yönelik yaptığınız spor ve diyete gerek kalmadan zayıflamanızda çok etkilidir. Medikal ürünler gibi kimyasallar ile metabolizmanızı bozup zarar vermez. Bu bakımdan güvenlidir. Rahatsız etmeyen hoş bir tada sahip olduğundan günlük kullanıma uygun bir yapıdadır ve güvenle kullanılabilir.* ***Menengiç Kahvesi****: Daha çok yurdun doğusunda yetışen menengıçten yapılan kahve, bünyesınde bırçok vıtamın ve mıneral bulunduruyor. kafeınsız bu kahve, aynı zamanda kanser ve yaşlanmaya karşı da vücudu koruyor... Gaziantep Üniversitesi (GAÜN) Gıda Mühendisliği Öğretim Üyesi Prof. Dr. Fahrettin Göğüş, Türkiye'nin batı, güney ve güneydoğu kesimlerinde daha çok dağlık ve kırsal alanlarda doğal olarak yetişen menengiç meyvesininden (yabani fıstık) elde edilen kahvenin, insan sağlığı için yararlı olduğunu ve kafein içermediğini söyledi. Prof. Dr. Fahrettin Göğüş, yaptığı açıklamada, menengiç kahvesinin bileşiminde E ve B vitaminleri ile sodyum, potasyum, fosfor, kalsiyum, demir, magnezyum, çinko, bakır, mangan, selenyum, kadminyum gibi önemli mineral ve elementler bulunduğunu, aynı zamanda protein, yağ, besinsel lif, doymamış yağ asitleri ve mineral maddeler açısından da son derece faydalı bitki olduğuna dikkati çekti... Egzama, Astım, İshale de İyi Geliyor. Botanikçi Herbalist İlhan Aslanyürek ise çerez ve şekerleme endüstrisinde de kullanılan menengicin halk arasında egzema, astım, ishal, sarılık, mide ağrısı gibi sağlık sorunlarının tedavisinde de kullanıldığını belirtti. Günümüzde en yaygın kahve türü olarak karşımıza çıkan menengiç kahvesinin nefes darlığı, solunum yolları, ses teli, hazım problemleri gibi pek çok hastalığın tedavisinde etkin olarak kullanıldığını anlatan Arslanyürek, şu bilgileri verdi: Kansere ve Yaşlanmaya Karşı Koruyucu''Menengiç kahvesinin faydalarına baktığımızda kronik mide rahatsızlıklarını ve midedeki ağrıları geçirir. Akciğer iltihaplarını temizler. Menengiçin septik özelliği vardır. Nefes darlığına, bronşite, balgama, öksürüğe karşı faydalıdır. Ses tellerine iyi gelir. Yaraların iyileşmesini hızlandırır. Ayak terlemelerini keser. Ağız kokusunu giderir. Saçların daha canlı ve gür olmasını sağlar. İdrar söktürür ve böbrek kumların dökülmesini sağlar. Böbrek ve safra kesesi taşlarını düşürür. İnce bağırsakta glikoz emilimini azaltır ve kan şekerinin yükselmesini önler. Vücudun her alanındaki kan akışını hızlandırır. Kalbi kuvvetlendirir. Beden ve zihni kuvvetlendirir. B,C,E vitaminleri bakamından zengindir. Ağız salyasının kesilmesini sağlar. Dalak için yararlıdır. Türk kahvesine göre daha yumuşak bir tada sahip olan menengiç kahvesinin, antioksidan ve fenolik bileşenleri sayesinde vücudu kansere ve yaşlanmaya karşı koruyucu etkiye sahiptir.''* ***Kara Üzüm Özü:*** *Karaüzüm özü pekmezi kanserden korur. Kansızlığı giderir. Demir eksikliğini önler. Cinsel gücü arttırır. Beyne faydalıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Kalp sağlığına iyi gelir. Anne sütünü arttırıcı özelliği bulunmaktadır. Cilt sağlığına faydası vardır. Cildi güzelleştirir.* ***Medine Sugai Hurma:*** *Sugai hurma şeker oranı düşük olduğu için özellikle şeker hastalarının tercih ettiği hurma çeşididir. Sugi hurma bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücuda enerji ve dinçlik verir. Sugai hurmanın stresi önleyici etkisi vardır. Doğum yapan kadınlar için faydalıdır. Damar sertliği ve kolesterole iyi gelir. Sugai hurma karaciğere faydalı olan B1 ve B2 vitaminlerince zengindir. Sugai hurma, lifli yiyecek grubundadır ve diyet listelerine uygundur. Duyma zorluklarına karşı etkilidir. Safra taşı oluşumunda ve tedavisinde yardımcı görev görür. Hamile kadınların süt oranını arttırır. Hurma çekirdeği dişlerle ezilerek çiğnenir ya da su ile kaynatılıp içilirse böbrek ve safra taşlarına iyi gelir.”* 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 gıdaların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “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 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 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 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, 15 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2016/3664**

**Şikayet Edilen: Yörpaş Yöresel Yiyecekler Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Komagene markalı etsiz çiğköfte ambalajında yer alan “Enerjisi bol - kalorisi az” ifadesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya aitKomagene markalı etsiz çiğköfte ambalajında *“Enerjisi bol kalorisi az çiğ köfte”* şeklinde bir ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Komagene markalı etsiz çiğköfte ambalajında *“Enerjisi bol kalorisi az çiğ köfte”* şeklinde çelişkili ifadeye yer verilerek tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliğinin istismar edildiği, zira “kalori” nin bir enerji birimi olduğu, dolayısıyla bol enerjili bir gıdanın kalorisinin de yüksek olacağı açıkken kullanılan bu ifadeyle tüketicilerin yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların;

- 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 6 ncı maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**57)**

**Dosya No: 2016/4018**

**Şikayet Edilen: Neva Gıda Maddeleri ve Baskı Malz. San. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 29.12.2016 tarihli görünümünde*; “Kayısı çekirdeği yağı: Antioksidan özelliği ile cildi besler, kırışıklıklar ve yaşlanmaya karşı yıpranmaları engeller. Çörek otu yağının bazı faydaları: Beynin %60’ı yağ ve bu yağın %30’u omega-3’den meydana gelir. Çörekotu yağı beyinin yapısını oluşması ve düzenli çalışmasında katkı sağlar. Çörekotu yağları sinir hücrelerinin zar yapılarının sıhhatli gelişmesini ve hücre solunumundaki denge olumlu yönde etkiler. Çörekotunun merkezi sinir sistemi üzerine etkileri ile çocuklarda gelişim bozukluklarının önlenmesinde yardımcı olur. Çörekotu antioksidan etkisiyle bağışıklık sistemini güçlendirerek ve dengede tutarak hastalıklara yatkınlığı ortadan kaldırır… Soğuk Pres Kayısı Çekirdeği Yağı: Antioksidan özelliği ile cildi besler, kırışıklıklar ve yaşlanmaya karşı yıpranmaları engeller: Kayısı çekirdeği yapısında cildi besleyici antioksidan özelliği olan vitamin ve mineraller ihtiva eder. Cildi yağlandırmadan yumuşatıp, pürüzsüz bir görünüm sağlar: Kalsiyum, Magnezyum, Selenyum gibi mineraller ve iz elementler açısından da oldukça zengin bir kaynak olup özellikle kuru ciltlerin doğal bir canlılık ve parlaklık kazanmasını sağlar. Bununla birlikte ciltte yağlanma yapmaz, sadece cildi pürüzsüleştirerek dengeler.* *Akneleri temizler: Kayısı çekirdeği yağı cilde derinlemesine nüfuz eden bir baz yağ olarak bileşimi sayesinde aknelerin temizlenmesinde yardımcıdır. Yanık ve cilt sorunlarının tedavisinde yardımcıdır… Soğuk Pres Badem Yağının Faydaları: Vitamin, mineral ve yağ asitleri açısından çok zengindir. Bakır, demir, çinko, kalsiyum, potasyum, fosfor, magnezyum, A, B, C, E Vitaminleri, Omega-3 ve Omega-9 yağ asitleri ihtiva eder. Kalp ve damar dostudur, kan dolaşımını arttırır. Kötü kolesterol seviyesinin düşürülmesine yardımcıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Yaşlanma etkilerine karşı koruyucudur. Cilde canlı ve genç bir görünüm kazandırır. Hamilelik sonrası gibi aşırı kilo kayıplarının ardından cilt çatlaklarının giderilmesi için besleyici ve onarıcıdır. Hem sinir hem de sindirim sistemi üzerinde olumlu etkileri vardır. Soğuk Pres Üzüm Çekirdeği Yağı: Kalp ve Damar Hastalıklarından Korunmaya Yardımcıdır. Güçlü Antioksidan Özelliği ile Kanser Riskini Azaltmaya Yardımcıdır. Yaralanma ya da ameliyat sonrasında masaj yoluyla uygulanması ödem ve şişlik riski azaltır, yanık, iltihap ve diğer yaraların hızlı iyileşmesine yardımcı olur… Soğuk Pres Ayçiçek Yağı: Bağışıklık sistemini korur. Kalp ve damar hastalıklarına karşı koruyucudur. Tansiyon, kan dolaşımı ve kolesterolü düzenler. Diyabetli hastaların insülin ihtiyacını azaltır… Keten Tohumu Yağı: Kalp hastalıklarına karşı koruyucu; yüksek kolesterol, trigliserid ve tansiyonu düşürücü etkiye sahiptir. Mide-bağırsak sorunlarında düzenleyici özelliğe sahiptir. Öksürükte ve gastrit gibi mide sorunlarında da olumlu etkisi gözlenmistir. Omega-3, vitamin B-12 ve lifler açısından zengin olması, hücreleri genç tutarak yaslanmayı geciktirici bir etki sağlar…”* şeklinde,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com)adresli internet sitesinin 29.12.2016 tarihli görünümünde*; “Soğuk Pres Kayısı Çekirdeği Yağı: Antioksidan özelliği ile cildi besler, kırışıklıklar ve yaşlanmaya karşı yıpranmaları engeller. Kayısı çekirdeği yapısında cildi besleyici antioksidan özelliği olan vitamin ve mineraller ihtiva eder. · Selülite karşı bitkisel bir alternatif: Kayısı çekirdeği yağı zayıflamaya doğrudan bir katkı da bulunmasa bölgesel zayıflama için tamamlayıcı ve yardımcıdır. Selülitli bölge üzerine uygulanarak tedaviye bitkisel olarak katkıda bulunur. · Yanık ve cilt sorunlarının tedavisinde yardımcıdır: Egzama ya da deri iltihabı gibi diğer cilt sorunlarında derideki yanma, kaşıntı ve tahriş hissini azaltıp tedaviye yardımcı olur. · Solunum sistemine olumlu etkiler yapar: Öksürük, astım, bronşit gibi solunum sistemi ile ilgili hastalıkların tedavisinde kullanımı özellikle geleneksel Çin tıbbında görülmektedir… Soğuk Pres Badem Yağının Faydaları: Vitamin, mineral ve yağ asitleri açısından çok zengindir. Bakır, demir, çinko, kalsiyum, potasyum, fosfor, magnezyum, A, B, C, E Vitaminleri, Omega-3 ve Omega-9 yağ asitleri ihtiva eder. Kalp ve damar dostudur, kan dolaşımını arttırır. Kötü kolesterol seviyesinin düşürülmesine yardımcıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Yaşlanma etkilerine karşı koruyucudur. Cilde canlı ve genç bir görünüm kazandırır. Hamilelik sonrası gibi aşırı kilo kayıplarının ardından cilt çatlaklarının giderilmesi için besleyici ve onarıcıdır. Hem sinir hem de sindirim sistemi üzerinde olumlu etkileri vardır. Soğuk Pres Üzüm Çekirdeği Yağı: Kalp ve Damar Hastalıklarından Korunmaya Yardımcıdır. Yapılan klinik çalışmalar üzüm çekirdeği yağının yapısı nedeniyle “kötü kolesterol” olarak bilinen LDL’yi düşürücü ve “iyi kolesterol” olarak bilinen HDL’yi yükseltici etkisi olduğunu göstermektedir. Böylelikle, kan pıhtılaşmasının ve damar tıkanıklığının önlenmesine yardımcı olarak kalp sağlığımızı korur. Yüksek tansiyona neden olan önemli unsurlardan biri kan damarlarının zamanla zarar görmesidir. Üzüm çekirdeği yağında bulunan antioksidanlar kan damarlarını koruyarak yüksek tansiyon sorununun ortaya çıkmasına engel olabilir. Güçlü Antioksidan Özelliği ile Kanser Riskini Azaltmaya Yardımcıdır. Yaralanma ya da ameliyat sonrasında masaj yoluyla uygulanması ödem ve şişlik riski azaltır, yanık, iltihap ve diğer yaraların hızlı iyileşmesine yardımcı olur. Ayçiçek Yağı: Bağışıklık sistemini korur. Kalp ve damar hastalıklarına karşı koruyucudur. · Tansiyon, kan dolaşımı ve kolesterolü düzenler. · Diyabetli hastaların insülin ihtiyacını azaltır. · Karaciğeri güçlendirir. · Beynin gelişimi ve çocukların sağlıklı büyümesi için gereklidir. · Katarakt ve Alzheimer riskini azaltır. · Cildin nemini koruyarak, daha genç görünmesini sağlar…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* veya *kozmetik ürün* niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 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 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 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, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2016/710**

**Şikayet Edilen: Kasım ÇELEBİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.resmisitesi.net/lipomagnet](http://www.resmisitesi.net/lipomagnet)adresli internet sitesinde yer alan ***“Lipo Magnet”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.resmisitesi.net/lipomagnet](http://www.resmisitesi.net/lipomagnet) adresli internet sitesinin 01.11.2016 tarihli görünümünde; *“Seda Akgül Lipo Magnet öneriyor!(…) Ünlü sunucu Seda Akgül zayıflama programında doğru beslenme ve sporun yanında Lipo Magnet ürünümüzü kullanmıştır. Lipo Magnet içerdiği formülasyon sayesinde kilo kontrolünde yardımcı olan efervesan tablettir. (…) Kısmetse Olur sunucusu Seda Akgül öneriyor!(…) Doğal içeriği sayesinde kilo vermeye yardımcı olmaktadır. Yağlı yiyecekler. Yemeklerden önce ya da sonra aldığınız zaman yağlı yiyeceklerin kana karışmadan atılımını sağlamaya yardımcı olmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca anılan internet sitesinde ilgili firmaya **“2012 Tüketici Kalite Ödülü”** adı altında ödül verildiği şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde ilgili firmaya **“2012 Tüketici Kalite Ödülü”** adı altında ödül verildiği şeklinde tanıtım yapıldığı, ancak bu ödüllerin hangi firmaya, hangi kuruluş tarafından, hangi kriterlere göre, hangi veriler baz alınarak ve kaç firma arasında değerlendirme yapılarak verildiğinin belirtilmediği, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d 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 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, 9 ve 13 üncü 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 **Kasım ÇELEBİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2016/722**

**Şikayet Edilen: Fitpack Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://fitpacksiparis.com> ve [www.fitpack.com.tr](http://www.fitpack.com.tr) adresli internet siteleri ve firmaya ait facebook hesapları ile muhtelif blog sitelerinde yer alan ***“Fitpack”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2016, 09.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fitpacksiparis.com](http://www.fitpacksiparis.com) ve [www.fitpack.com](http://www.fitpackresmisitesi.com).tr adresli internet sitelerinin 09.01.2017 tarihli görünümünde yer alan **“Kullanıcı Yorumları”** başlığına tıklandığında firmaya ait [www.facebook.com/groups/fitpackdiyeti/](http://www.facebook.com/groups/fitpackdiyeti/) adresli internet sayfasına yönlendirme yapıldığı, anılan internet sayfasının 09.01.2017 tarihli görünümünde; ***“(…)Hülya Sayin Özer- 39. Günüm ilk hedefime ulaştım çok şükür 87,2-79,5… Pelin Ercan- 2 haftadır fitpack kullanıyorum detoksla 86dan 83,9 oldum sonra yeniyldaki kaçamaklarım için tekrar detoks yaptım bu sefer84,3 oldum (…) 1 haftalik detox sonucu 80 kg dan 74,30 inildi başlasın normal diyet (…)”*** vefirmaya ait [www.facebook.com/Fitpack](http://www.facebook.com/Fitpack) adresli internet sayfasının 09.01.2017 tarihli görünümünde; ***“Fitpack - Ben de başlayalı 1 hafta oldu ve 5 kilo birden gitti (…)”*** şeklinde ifadelere yer verilirken,

[www.ibrahimfirat.net](http://www.ibrahimfirat.net) adresli internet sitesinin 02.11.2016 tarihli görünümünde; *“Fitpack İle 6 Ayda 19 Kilo Verdim… Zamanımızda en büyük sıkıntılardan biride aşırı kilolu olmak (…) Birçok araştırma yaparak nasıl sağlıklı şekilde bu aşırı kilolardan kurtulurum diye bazı diyetlere başladım ancak pek çaresi olmadı genel olarak bir kaç kilo verilse bile tam olarak istediğim eski zamanımdaki kiloma kavuşamadım. Ve beni gerçekten çok mutlu eden fitpack ürünü ile tanıştım. İlk başlarda tereddütlerim olsa bile kullanan kişiler ile iletişim kurarak net bir bilgi aldım ve kısa zamanda tahmin edilemez ve inanılmayacak şekilde kilolar verildiğini duydum. Bundan dolayı kullanmaya başladım 6 ay boyunca kullandım ve her geçen gün kilolarımın azaldığını fark edebiliyordum. Artık aynalarla barışmış bir şekilde hayatıma devam ediyorum ve iş hayatımda da oldukça keyifli geçmektedir. Kısa zamanda gereksiz kilolarımdan kurtulmamdan dolayı sizlere bu anımı anlatmak için kısa bir yazı yazmayı uygun gördüm. ”*,

[www.seleninevcilikhayati.com](http://www.seleninevcilikhayati.com) adresli internet sitesinin 02.11.2016 tarihli görünümünde; *“Fitpack Diyetim…Herkese Merhaba.1 haftadır, instagram ve sosyal medya hesaplarımı takip edenler bilir, diyetteydim. Yeni tanıştığım ve zayıflamaya yardımcı bir ürün ile elveda kilolar dedim. Hedef, -8 kg. diyerek başladım, Fitpack'e 67.2 ile başladım, şuan 64 kiloyum. 1 Haftada toplam, 3 kilo verdim.1 haftada 3 kilo vermiş olmanın mutluluğunu yaşıyorum. :) Ayrıca gözle görülür bir incelme var, vücudumda. Bade'den dolayı spor yapamıyorum ama, yine de vücudum gayet toparlanmış bir şekilde. Yani, gerçekten kontrollü ve düzgün inceldim. En çok da basenler ve göbek gitti. E, daha ne olsun.”,*

[www.mavimtrak.com](http://www.mavimtrak.com) adresli internet sitesinin 02.11.2016 tarihli görünümünde; *“Fitpack Sayesinde Bir Ayda 4 Kilo Verdim. Bugün sizlere nasıl kısa süreler içerisinde kilo verdiğimi detayları ile anlatacağım. Özellikle yaş aralığı fark etmeksizin kullanabileceğiniz kalorisi azaltılmış ürün sayesinde, artık etkili bir şekilde tabi ki düzenli olarak kilo vermeniz mümkün olacaktır. (…) Tabi ki Fitpack kullanmadan önce, çeşitli diyetler yapmıştım ancak bu diyetler ile üç ay içerisinde sadece 3 kilo vermiştim. İşte burada Fitpack kullanmaya başladıktan sonra, sadece 16 günde, tam olarak 4 kilo vermiştim. Bende sizlere nasıl zayıfladığımı anlatmak ve daha doğru Fitpack ürününün ne kadar etkili olduğundan bahsetmek için, böyle bir yazı yazmaya karar vermiştim. Ürünü almak için öncelikli olarak ben ön sipariş vermiştim. Yalnız şuan da ki yeni siparişimi satış sitesi üzerinden vermiş bulunmaktayım. Yani artık istediğimiz her an Fitpack alabilmemiz mümkün olmaktadır. Ürünü aldıktan ve kullanmaya başladıktan sonra, zaten gözle görülür olarak kilo verdiğinizi görebiliyorsunuz. Tabi ki kısa sürelerde kilo vermenizin mümkün olmasından dolayı, ayrıca ideal kilonuzu korumak için de kullanabilirsiniz. Çünkü şuan da ben ürünü ideal formumu korumak için kullanıyorum. Fitpack zaten günde iki kere kullanılması gereken bir ürün olduğu için, burada bir kişinin günlük olarak alması gereken kalorinin yarısını zaten bizlere vermekte. Kalan kalori ihtiyacını ise yağlardan aldığı için, hem diyet yapabiliyorsunuz, hem aç kalmıyorsunuz ve hemde zayıflamaya başlamış oluyorsunuz.”*,

[www.sendeincel.com](http://www.sendeincel.com) adresli internet sitesinin 02.11.2016 tarihli görünümünde; *“Kilolarla savaşmanın en lezzetli yolu: Fitpack Diyeti(…) Bu nedenle kilo korumaya yönelik pek çok şey denedim ama size samimiyetle söylüyorum ki ilk defa bu kadar lezzetlisi ile karşılaştım. Daha önce başvurduğum yöntemler etkili olsalar bile diyet sürecini zorlaştıracak türde tatsız, içimi ancak bitki çayı tadına aşina olanlara hitap eden türdendi. Fitpack ise etkisinin yanında bize her öğünde çilekli milkshake keyfi sunuyor. O kadar lezzetli ki diyet sürecim boyunca 11 yaşındaki kızım “Anne ben de içebilir miyim” diye peşimde dolandı durdu… 2 günlük sürenin sonunda 1 kilo vermiş olmam elbette beni mutlu etti… Ben 1 haftalık süreçte 2 kilo 250 gram hafifledim.”*,

[www.yemeksohbetleri.org](http://www.yemeksohbetleri.org) adresli internet sitesinin 02.11.2016 tarihli görünümünde; *“Fitpack ürün deneyimim... Merhabalar Sosyal medyada takip edenler bilir ne kadar kilolarımdan şikayet ettiğimi. Geçenlerde bir teklif geldi bir markadan. Bu markayı ilk kez duydum doğrusu. Siteyi incelediğimde bitkisel " Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıda" olduğunu okudum. Başlangıç, devam paketleri var. … İlk 2 gün tükettim. Tadı çilek tadında. Süt ile karıştırılıyor. Ama yarım yağlı olacak. Şu konuda sizi uyarmalıyım. 2 gün boyunca neredeyse bağırsakta hiç birşey kalmıyor. Uzun yolculuklara çıktığınızda başlamayın kullanmaya. 2 gün sonrasında geçiyor. Gelelim kilo verip vermediğim konusuna. Starter ürününe başladığınız gün kilo vermeniz başlıyor. Hemen hemen 2 - 2,5 kg veriyorsunuz. Sonraki günler 3 öğün başka gıdalar aldığımız için kilo vermemiz yavaşlıyor ve 300 gr çevresinde kilo vermeler devam ediyor. Tavsiye şudur: Uzun vadeli kilo vermek için kullanabilirsiniz. Tadı güzel. Birazda nefsinizi tutup yemeklerinize dikkat ederseniz fit bir vücuda sahip olabilirsiniz. Ben kilomla barışığım deyip özel günler için birkaç kilo vermek istiyorsanız eğer 1 hafta içerisinde 4-5 kg vermeniz söz konusu. Sevgili FİTPACK'a ve Şerife hanıma denemem için desteklerinden dolayı teşekkür ederim. İlk fırsatta yeni paketler alıp diyetime devam edeceğim.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde **endikasyon** belirten ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *kilo verme amaçlı kalorisi kısıtlanmış gıda* niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan Türk Gıda Kodeksi Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıdalar Tebliği kapsamındaki ürünlerin etiketleme, reklam ve sunumunda, bunların kullanımı sonucunda ortaya çıkan kilo kaybı hızı veya miktarına dair herhangi bir ifadeye yer verilmesinin yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

-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,

- Türk Gıda Kodeksi Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıdalar Tebliği’nin 13/3 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 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 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, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**60)**

**Dosya No: 2017/224**

**Şikayet Edilen:** **Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Enterogermina Probiyotik Takviye Edici Gıda” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.enterogermina.com.tr](http://www.enterogermina.com.tr) adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde; *“Probiyotik içeren yoğurt ile bağırsak florasını yenileyen ve eczanelerde satılan probiyotik ilaçlar arasındaki fark nedir? Probiyotik içeren yoğurtlar, bir ya da daha fazla temel probiyotik maddenin eklenmesiyle zenginleştirilmiş olan gıda ürünleridir. Probiyotiklerin etki mekanizmasına sahip değildir. Eczanelerde satılan probiyotik ürünler, temelde diyetin desteklenmesine yönelik iken bağırsak dengesinin yenilenmesine yardımcı olabilirler. Enterogermina, probiyotik mikroorganizma içerir. Probiyotik mikroorganizmalar sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur (…)“Dünyanın 1 numaralı probiyotiği (IMS PADOS A7F anti-diarheal micro-organism pazar verisi)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, anılan internet sitesi ile [www.youtube.com/watch?v=XrfG7iSP3Gw](http://www.youtube.com/watch?v=XrfG7iSP3Gw) adresli internet sayfasının 06.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Enterogermina'nın Kullanım Şekli”* başlıklı videoda; ***“EG, Hastalarınızın yüzünü güldürür”*** sloganı ile birlikte diğer probiyotik gıda takviyesi markalarını içmeyi reddeden bebek ve çocukların görüntülerine yer verildiği ve 2 -10 yaş arası çocukların kullanımına uygun olan anılan ürün tanıtımlarda bebek görüntülerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.enterogermina.com.tr](http://www.enterogermina.com.tr) adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde yer alan; ***“Probiyotik içeren yoğurt ile bağırsak florasını yenileyen ve eczanelerde satılan probiyotik ilaçlar arasındaki fark nedir? Probiyotik içeren yoğurtlar, bir ya da daha fazla temel probiyotik maddenin eklenmesiyle zenginleştirilmiş olan gıda ürünleridir. Probiyotiklerin etki mekanizmasına sahip değildir. Eczanelerde satılan probiyotik ürünler, temelde diyetin desteklenmesine yönelik iken bağırsak dengesinin yenilenmesine yardımcı olabilirler. Enterogermina, probiyotik mikroorganizma içerir. Probiyotik mikroorganizmalar sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”*** ifadeleri ile gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün probiyotik içeren yoğurt markaları ile karşılaştırıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sitesi ile [www.youtube.com/watch?v=XrfG7iSP3Gw](http://www.youtube.com/watch?v=XrfG7iSP3Gw) adresli internet sayfasının 06.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Enterogermina'nın Kullanım Şekli”* başlıklı videoda; ***“EG, Hastalarınızın yüzünü güldürür”*** sloganı ile birlikte diğer probiyotik gıda takviyesi markalarını içmeyi reddeden bebek ve çocukların görüntülerine yer verilerek anılan ürünün sıvı formda, tatsız ve kullanıma hazır halde sunulması nedeniyle daha kolay ve pratik olduğu, diğer ürünlerin bebek ve çocuklar tarafından beğenilmediği veya kolay kullanılamadığı izlenimi yaratıldığı, böylelikle diğer markalara yönelik kötüleme içeren görüntüler ile dürüstlük rekabet ilkeleri ihlal edilerek rakip firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, öte yandan **“gıda takviyesi”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin karşılaştırmalı reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu,

Ayrıca, ilgili ürün 2-10 yaş arası çocukların kullanımına uygun olmasına rağmen anılan tanıtımlarda bebek görüntülerine yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, Bununla birlikte, anılan tanıtımlarda ***“Probiyotik içeren yoğurt ile bağırsak florasını yenileyen ve eczanelerde satılan probiyotik ilaçlar arasındaki fark nedir?”*** ve ***“EG, Hastalarınızın yüzünü güldürür”*** şeklinde ifadelere yerverilerektıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturulduğu, bu sebeplerle, inceleme konusu reklam ve tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

- 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,

-Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” başlıklı 4. kısmının “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55. maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 8/3, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 10/1 ve 26 ncı maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**61)**

**Dosya No: 2016/2522**

**Şikayet Edilen: Emas Makine Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eca.com.tr](http://www.eca.com.tr) adresli internet sitesi ile çeşitli yazılı ve görsel mecralarda yer alan “Isıtmanın lideri E.C.A.” ibareleri ile yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet - Muhtelif

**Tespitler:** [www.eca.com.tr](http://www.eca.com.tr) adresli internet sitesi ile çeşitli yazılı ve görsel mecralarda yer alanreklamlarda; *“Bu yazın en cool haberi! Isıtmanın Lideri E.C.A. şimdi klimalarıyla geliyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.eca.com.tr](http://www.eca.com.tr) adresli internet sitesi ile çeşitli yazılı ve görsel mecralarda yer alanreklamlarda; *“Bu yazın en cool haberi! Isıtmanın Lideri E.C.A. şimdi klimalarıyla geliyor.”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu reklamlarda yer alan ***“Isıtmanın lideri”*** ifadesinin sektörde hizmet veren diğer firma ve markalar açısından üstünlük iddia eden ve E.C.A. markasının Türkiye’deki ısıtma sektörünün bütün bileşenlerinde lider olduğu izlenimi yaratan bir ibare olması nedeniyle söz konusu üstünlük iddiasının geçerli objektif verilerle ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu ifadelerin ispatına ilişkin olarak sunulan ve Türkiye geneli toplam gaz açım rakamlarının yer aldığı tablonun doğruluğuna ve hangi kaynaktan edinildiğine ilişkin herhangi bir yazılı belge sunulmadığından, söz konusu tablonun ispat kabiliyetine haiz olmadığı, açıklanan nedenle söz konusu reklamlarda yer alan *“Isıtmanın Lideri”* ifadesinin,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 inci ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2017/330**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde *“Sinbo SSM 2530 Tost Makinesi”* adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde *“Sinbo SSM 2530 Tost Makinesi”* adlı ürünün özelliklerine ilişkin yapılan tanıtımlarda, garanti süresinin 36 ay olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinin 30.12.2016 tarihli görünümünde *“Sinbo SSM 2530 Tost Makinesi”* adlı ürünün özelliklerine ilişkin yapılan tanıtımlarda garanti süresinin 36 ay olarak belirtilmesine rağmen; ürün adına düzenlenen garanti belgesine göre garanti süresinin gerçekte 24 ay olması nedeniyle inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelik taşıdığı; bu nedenle, anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Vatan Bilgisayar Sanayi ve Ticaret A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2017/695**

**Şikayet Edilen: Brisa Bridgetstone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lastik.com.tr](http://www.lastik.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Lastiğini yenileyenler Shell'den akaryakıt kazanıyor!”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2017, 08.11.2016-18.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, radyo, açık hava ilanı

**Tespitler:** [www.lastik.com.tr](http://www.lastik.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Lastiğini yenileyenler Shell'den akaryakıt kazanıyor! 25 Aralık'a kadar lastik.com.tr’den 4 adet Lassa ve Bridgestone markalı yaz ve kış lastiği alanlar kazanıyor! Kampanyaya SMS ile katılanlara 60 TL, Shell Motorist mobil uygulaması üzerinden katılanlara ise 75 TL akaryakıt veya otogaz hediye.”* ifadelerinin yer aldığı kampanya reklamlarında;

*“Kampanya kapsamında 25 Aralık 2016'ya kadar www.lastik.com.tr'den, Otomobil, 4X4 (SUV) veya Hafif Ticari grubu Lassa ve Bridgestone markalı yaz ve kış lastiklerinden tek seferde 4 adet alım yapanlara, ClubSmart üyesi Shell istasyonlarında kullanılmak üzere SMS ile katılımda 60TL, Shell Motorist mobil uygulaması üzerinden katılımda ise 75TL akaryakıt veya otogaz hediyesi verilecektir. Kampanya nakit ve kredi kartı ile yapılacak alışverişlerde geçerlidir. Fiyatlara KDV dahildir. Yakıt hediyesini Shell'de kullanmak için Shell ClubSmart kart sahipliği zorunludur. Yakıt hediyesi için lastik.com.tr’den tek seferde 4 lastik alışverişi yapılması sonrasında siparişin faturalanmasını takiben kampanya şifresi SMS ile gönderilecektir. Üyelik oluşturulurken verilen telefon numarasının doğruluğu ve geçerliliği müşteriye aittir. Şifre temininin ardından, kampanyaya katılım için "YAKIT" yazıp 1 boşluk bırakarak Shell ClubSmart kart numarası ile sertifika üzerinde bulunan kampanya şifresini 18 Aralık 2016 gün sonuna kadar tüm operatörler için 2313'e kısa mesajla gönderilmeli, ya da Shell Motorist mobil uygulaması üzerinde Haberler & Ürünler sekmesinden kampanya sayfasına giriş yaparak kampanya şifresini girip katılım sağlamalıdır. Hediye Smart puanlar (akaryakıt ya da otogaz hediyesi) 7 Kasım – 30 Kasım tarihleri arasında 2313’e mesaj gönderilmesi veya Shell Motorist mobil uygulaması üzerinden katılım gösterilmesi durumunda kazanılan puanlar 7 Aralık 2016’da Shell ClubSmart karta yüklenecek olup 15 Ocak 2017’de silinecek, 1 Aralık – 25 Aralık 2016 tarihleri arasında SMS gönderilmesi veya Shell Motorist mobil uygulaması üzerinden katılım gösterilmesi durumunda 27 Aralık 2016’da ilgili Shell ClubSmart karta yüklenecek olup 15 Şubat 2017’de silinecektir. 60 TL yakıt hediyesi için 6.000, 75 TL yakıt hediyesi için ise 7.500 Smart puan ilgili ClubSmart karta yüklenecektir. Hediye Smart puan kullanımı sırasında Shell ClubSmart kart ile en az 1 TL'lik akaryakıt veya otogaz alımı zorunludur. Kampanyadan her kart, telefon numarası ve şifre ile sadece 1 kez yararlanılabilmektedir. Smart puan ile akaryakıt veya otogaz alımı yapılabilmesi için kartın Shell ClubSmart sisteminde kayıtlı olması gerekmektedir. Shell ticari kartlar ve Extra Card kampanya kapsamında değildir. Yakıt hediyesi kazanılan alışverişin iptali ve iadesinde kampanyadan yararlanılamaz. Kampanyaya Shell Taşıt Tanıma Sistemi ve extra kart müşterileri, ile 18 yaşından küçükler katılamaz. Yakıt hediyesi uygulaması kapsamında Shell ClubSmart başvuru formu genel şartları geçerlidir. Kampanya süresi ve kurgusunda meydana gelen değişiklik hakkı Shell & Turcas Petrol A.Ş ve Brisa Bridgestone Sabancı Lastik San Tic A.Ş.’ye aittir. Shell ClubSmart kart üye Shell istasyonlarından, ücretsiz temin edilebilir. Ayrıntılı bilgi Brisa satış noktaları ve* [*www.shell.com.tr’de*](http://www.shell.com.tr'de)*.”* şeklinde kampanya koşullarına yer verildiği;

Televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan dış seste *“Ailenizin emniyeti için kış gelmeden Bridgestone’a gelin 4 adet kış lastiğini 160 TL’ye varan indirimle alın. Ayrıca Shell’den 75 TL’ye varan yakıt hediye”* şeklinde ifadelere ve *“Kampanya 7 Kasım-25 Aralık 2016 tarihleri arasında, tüm Brisa yetkili satış noktaları ve lastik.com.tr’de geçerlidir. bridgestone.com.tr ve shell.com.tr’de.”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği;

Radyo mecrasında yayınlanan reklamlarda; *“(…)Lassa veya Bridgestone’dan 4 adet kış lastiği alanlar 160 TL’ye varan indirim kazanıyor. Shell’den kampanyaya katılanlara 60 TL Shell Motorist uygulamasından katılanlara ise 75 TL değerinde yakıt hediye.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Açık hava ilanında yapılan tanıtımlarda;  *“Bridgestone’dan 4 adet kış lastiği alanlar 160 TL’ye varan indirim kazanıyor. Üstelik Shell’den yakıt hediye! SMS ile katılanlara 60 TL, Shell Motorist uygulamasından katılanlara ise 75 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Başvuru sahibi tüketici tarafından kampanya kapsamında 13.12.2016 tarihinde PR00141350 sipariş numarası ile 4 adet “Lassa” ve 2 adet “Bridgestone” markalı lastik alışverişi yapılmasına rağmen, firma tarafından katılım kodunun kampanyanın sona erdiği tarihten sonra gönderilmesi nedeniyle yakıt hediyesinden yararlanamadığı iddiasına ilişkin olarak;

Anılan firma tarafından yapılan, kampanya kapsamında yapılan alışverişlerde, kendileri tarafından tüketicilere kod gönderildiği, buna müteakip tüketicilerin Shell ClubSmart numarasını SMS veya Shell Mototorist uygulaması üzerinden Shell’e göndermesi gerektiği ve bu şekilde Shell firmasının tüketicinin kartına yakıt puan yüklediği; 13.12.2016 tarihinde PR00141350 sipariş numarası ile yapılan alışveriş neticesinde başvuru sahibi tüketiciye kampanyanın son günü kampanya kodunun gönderildiği; Shell firması ile yaşanan bir anlaşmazlık sonucu yakıt puanın yüklenemediği; ancak, yapılan yanlışlığın Shell firması ile görüşülerek giderildiği şeklindeki açıklamaları dikkate alındığında;

İnceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2016/1469**

**Şikayet Edilen: Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif ulusal televizyon kanallarında yayınlanan “Fiat Egea Hatchback” isimli otomobile ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, otomatik fren yapma özelliğinin tanıtıldığı bölümde aracın **“arazinin ortasında duran oyuncuya çarpmadan durduğu”** şeklinde bir görüntüye yer verildiği, bu esnada oyuncu tarafından; *“Üstelik otomatik fren yapabilen çarpışma önleme sistemi ile daha güvenli…”* şeklinde sesli bir ifadeye yer verildiği, devamında reklam altyazısında **çarpışma önleme sisteminin yalnızca motorlu taşıtlara tepki verdiğinin** belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamda, otomatik fren yapma özelliğinin tanıtıldığı bölümde aracın “arazinin ortasında duran oyuncuya çarpmadan durduğu” şeklinde bir görüntüye yer verildiği, bu esnada oyuncu tarafından sesli olarak; *“Üstelik otomatik fren yapabilen çarpışma önleme sistemi ile daha güvenli…”* şeklinde bir ifadenin kullanıldığı, devamında reklam altyazısında çarpışma önleme sisteminin yalnızca motorlu taşıtlara tepki verdiğinin belirtildiği, ancak reklam görseline bakıldığında sistemin insan karşısında da devreye girdiği şeklinde bir algıya sebebiyet verildiği, dolayısıyla ekrana yansıyan görselin altyazı ile uyumsuzluk içerdiği, ayrıca sistemin insan karşısında devreye girmediği göz önüne alındığında söz konusu görüntünün güvenlik açısından tehlike oluşturabilecek bir sunum niteliğinde olduğu, dolayısıyla anılan görüntülerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **232.508,00 TL (İki Yüz Otuz İki Bin Beş Yüz Sekiz Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**65)**

**Dosya No: 2016/1353**

**Şikayet Edilen:** **Dali Medya Hizmetleri Sanayi İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 0212 709 50 11 numaralı telefon hattı aracılığıyla 365 TV logolu televizyon kanalında yayınlanan elektronik nargile siparişine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 0212 709 50 11 numaralı telefon hattı aracılığıyla 365 TV logolu televizyon kanalında elektronik nargile satışına ilişkin tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Elektronik nargile tanıtımına ilişkin olarak; 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’un “Tütün ürünlerinin yasaklanması” başlıklı 2 nci maddesinde; *“…(6) Bu Kanunun uygulanmasında "tütün ürünü" ibaresi tüttürme, emme, çiğneme ya da buruna çekerek kullanılmak üzere üretilmiş, hammadde olarak tamamen veya kısmen tütün yaprağından imal edilmiş maddeyi ifade eder. (Ek cümle:24/5/2013-6487/26 md.) Tütün içermeyen ancak tütün mamulünü taklit eder tarzda kullanılan her türlü nargile ve sigara, tütün ürünü kabul edilir.”* hükmüne yer verilerek “elektronik sigara”, “elektronik sigara likitleri” ve “elektronik nargile” mahiyetinde sayılan ürünlerin de tütün ürünü kapsamında olduğu belirtilmiş olup; bununla beraber; “Diğer Koruyucu Önlemler” başlıklı 3 üncü maddesinde ise; *“(1) Tütün ürünlerinin ve üretici firmaların isim, marka veya alâmetleri kullanılarak her ne suretle olursa olsun reklam ve tanıtımı yapılamaz. Bu ürünlerin kullanılmasını özendiren veya teşvik eden kampanyalar düzenlenemez… (5) Her ne amaçla olursa olsun, tütün ürünlerinin isim, logo veya amblemleri kullanılarak bildirim yapılamaz, basın-yayın organlarına ilân verilemez…”* hükmünün yer aldığı,

Firma tarafından satışa sunulan elektronik sigara/nargile hakkında, Sağlık Bakanlığı’nın görüşü çerçevesinde, bir an için Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığından rapor alınmış, Sağlık Bakanlığına tıbbi cihaz statüsünde müracaat yapılmış, tıbbi cihaz olarak kabul edilmiş, bütün iddialar kanıtlanmış olsa dahi, 4207 sayılı Kanun’a 24/5/2013 tarihinde getirilen ek yasal düzenlemeyle elektronik sigaraların/nargilelerin de tütün ürünü olarak kabul edilmesinden dolayı reklam ve tanıtımlarının hiçbir şekilde yapılamayacağının aşikar olduğu, diğer taraftan bir an için tütün ürünlerinin televizyondan satışının ve tanıtımının yapılmasının serbest olduğu düşünülse dahi tüketicilerin sipariş ettikleri üründen başka ürünler gönderilmek suretiyle aldatıldıkları anlaşılmış olup; dolayısıyla bahsi geçen tüm bu durumların,

- Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 8 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

-4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’un 2 ve 3 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Dali Medya Hizmetleri Sanayi İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2016/3277**

**Şikayet Edilen:** **Beşiktaş Jimnastik Klubü (BJK)**

**Şikayet Edilen Reklam:** TRT 1’de yayınlanan Beşiktaş-Napoli Maçı stat giydirmeleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 01.11.2016 tarihinde UEFA Şampiyonlar Ligi kapsamında, TRT 1’de yayınlanan Beşiktaş-Napoli Maçı stat giydirmelerinde; “Heineken” isimli alkollü içki markasına ait *“Enjoy Responsibly”* sloganının ve anılan marka işaretinin/renklerinin/ambleminin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 01.11.2016 tarihinde UEFA Şampiyonlar Ligi kapsamında, TRT 1’de yayınlanan Beşiktaş-Napoli Maçı stat giydirmelerinde; “Heineken” isimli alkollü içki markasına ait “Enjoy Responsibly” sloganının ve anılan marka işaretinin/renklerinin/ambleminin yer aldığı, fakat her türlü alkollü içkinin bütün mecralarda reklam ve tanıtımının açıkça mevzuatla yasaklandığı,

Konuyla ilgili olarak Türkiye Futbol Federasyonu tarafından yapılan açıklamalara istinaden UEFA’nın ülkemiz sınırları içerisinde yer alan statların panolarını mevzuata uygun olarak reklamlarla giydirme faaliyetinin hukuki sonuçlarından Beşiktaş Kulübünün sorumlu olduğu,

Dolayısıyla anılan maçta “HEINEKEN” markalı alkollü içeceğin yeşil fon üzerine kırmızı yıldızlı amblemi, slogan ve logoları (DRINK RESPONSIBLY-ENJOY RESPONSIBLY)’nın tüketiciler tarafından stat reklam panolarında görülmesinin; Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin; “Reklam ve tanıtım uygulamaları”başlıklı 20 nci maddesinde yer alan;*“(1) Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz… (2) Alkollü içkilerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon ve etkinlik yapılamaz… (7) Alkollü içkileri üreten, ithal eden ve pazarlayanlar, her ne surette olursa olsun hiçbir etkinliğe ürünlerinin marka, amblem ya da işaretlerini kullanarak destek olamazlar...”* hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin “Reklam ve tanıtım uygulamaları” başlıklı 20 nci maddesi,

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

-4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Beşiktaş Jimnastik Klubü (BJK)** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**67)**

**Dosya No: 2016/1379**

**Şikayet Edilen: Elit Car Turizm Tas. Otomotiv Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.elitcarrental.com adresli internet sitesinde araba kiralama hizmetine ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 10.08.2016, 02.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Elit Car Turizm Tas. Otomotiv Org. San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait www.elitcarrental.com adresli internet sitesinde araba kiralama hizmetine ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, HGS (Hızlı Geçiş Sistemi) kullanımının ***“Ekstra İstekler”*** başlığı altında opsiyon olarak belirtildiği ve İstanbul ili için HGS kullanımının zorunlu olduğu şeklinde bir bilgilendirmeye inceleme konusu reklamlarda yer verilmediği; diğer taraftan söz konusu internet sitesinde yayınlanan reklamlarda tanıtımı yapılan hizmetin satış fiyatının, ***“2017 SYMBOL İNANILMAZ FİYAT 15 €/Gün”, “Renault Fluence Şubat Fırsatı 22 €/Gün” “Renault Symbol Benzinli 1200 CC 88 BG 420 €”, “Ekstra İstekler; Bebek Koltuğu 2€/Günlük; Çocuk Koltuğu 2€/Günlük; Osmangazi Köprüsü Tek Geçiş 30€/Toplam; Osmangazi Köprüsü Gidiş Dönüş 60€/Toplam; Zincir 15€/Toplam; Navigasyon(GPS) 4€/Günlük; HGS (Hızlı Geçiş Sistemi) 15€/Toplam”*** şeklinde yabancı para cinsiyle ifade edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Elit Car Turizm Tas. Otomotiv Org. San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait www.elitcarrental.com adresli internet sitesinde araba kiralama hizmetine ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, HGS (Hızlı Geçiş Sistemi) kullanımının ***“Ekstra İstekler”*** başlığı altında opsiyon olarak belirtilmesine karşın, rezervasyon esnasında HGS talebinde bulunmayan başvuru sahibi tüketiciden, İstanbul İli için HGS kullanımının zorunlu olduğu gerekçesiyle 15 Euro HGS bedeli tahsil edildiği, ancak inceleme konusu reklamlarda bu şekilde bir bilgilendirmeye yer verilmeyerek tüketicilerin tanıtımı yapılan hizmetin niteliklerine ve bu hizmet karşılığında ödenecek fiyata ilişkin olarak eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı;

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“2017 SYMBOL İNANILMAZ FİYAT 15 €/Gün” , “Renault Fluence Şubat Fırsatı 22 €/Gün” “Renault Symbol Benzinli 1200 CC 88 BG 420 €” , “Ekstra İstekler; Bebek Koltuğu 2€/Günlük; Çocuk Koltuğu 2€/Günlük; Osmangazi Köprüsü Tek Geçiş 30€/Toplam; Osmangazi Köprüsü Gidiş Dönüş 60€/Toplam; Zincir 15€/Toplam; Navigasyon(GPS) 4€/Günlük; HGS (Hızlı Geçiş Sistemi) 15€/Toplam”*** şeklindeifadelere yer verildiği, ancak yürürlükte bulunan mevzuat gereği tanıtımı yapılan mal veya hizmetlere ilişkin olarak tüketicilerin bilgisine sunulan satış fiyatlarının ***“Türk Lirası”*** şeklinde belirtilmesi zorunlu olduğundan, söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin satış fiyatının yabancı para cinsiyle ifade edilmesinin ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu; tüm bu durumların da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elit Car Turizm Tas. Otomotiv Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2016/1755**

**Şikayet Edilen: Çamlıhemşin Turizm ve İnşaat Yatırımları A.Ş. (**[**Kaçkar Resort Otel**](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)**)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“***[***Kaçkar Resort Otel***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.kackarresorthotel.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2016, 01.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Çamlıhemşin Turizm ve İnşaat Yatırımları A.Ş.’ye ait ***“***[[***Kaçkar Resort Otel***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.kackarresorthotel.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çamlıhemşin Turizm ve İnşaat Yatırımları A.Ş.’ye ait ***“***[[***Kaçkar Resort Otel***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.kackarresorthotel.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çamlıhemşin Turizm ve İnşaat Yatırımları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127.TL (Ellisekizbin yüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2016/1757**

**Şikayet Edilen: Maro Turizm Otelcilik İşletmeleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“***[***Joamla***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.mambobc.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 05.08.2016, 20.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Maro Turizm Otelcilik İşletmeleri Ltd. Şti.’ye aitolup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“1. Sınıf Lokanta Yatırım Belgesi”*** ile belgelendirilmiş ***“***[***Joamla***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.mambobc.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda ve tesisin girişinde yer alan tabeladaTurizm Yatırım Belgesine esas adı dışında tanıtım yapılarak ***“Mambo Beach Club”*** isminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“1. Sınıf Lokanta Yatırım Belgesi”*** ile belgelendirilmiş ***“***[***Joamla***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.mambobc.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda ve tesisin girişinde yer alan tabeladaTurizm Yatırım Belgesine esas adı dışında tanıtım yapılarak ***“Mambo Beach Club”*** isminin kullanılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**70)**

**Dosya No: 2016/2497**

**Şikayet Edilen: Ali İhsan ÇİFÇİ (By Başkan Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“By Başkan Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.bybaskanotel.com ve www.booking.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela, fatura ve diğer basılı materyallerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 22.08.2016, 04.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, fatura, basılı materyal

**Tespitler: Ali İhsan ÇİFÇİ** isimli şahsa ait ***“By Başkan Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.bybaskanotel.com ve www.booking.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela, fatura ve diğer basılı materyallerde ***“2 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Ali İhsan ÇİFÇİ** isimli şahsa ait ***“By Başkan Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.bybaskanotel.com ve www.booking.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela, fatura ve diğer basılı materyallerde ***“2 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**71)**

**Dosya No: 2016/2506**

**Şikayet Edilen: Mehmet Erkan SAVAŞ (Aqua Beach Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Aqua Beach Otel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.enezaquabeachotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2016, 01.03.2017, 09.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mehmet Erkan SAVAŞ’a ait ***“Aqua Beach Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.enezaquabeachotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda söz konusu işletmeye ait olmayan fotoğraflara yer verildiği hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Mehmet Erkan SAVAŞ**’a ait ***“Aqua Beach Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.enezaquabeachotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, söz konusu işletmeye ait olmayan fotoğraflara yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mehmet Erkan SAVAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2016/2639**

**Şikayet Edilen: Polatlı Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş. (Q Premium Resort Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Q Premium Resort Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.qpremiumresort.com, www.booking.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.10.2016, 21.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Polatlı Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Q Premium Resort Hotel”*** isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.qpremiumresort.com, www.booking.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarakreklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Polatlı Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Q Premium Resort Hotel”*** isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.qpremiumresort.com, www.booking.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarakreklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Polatlı Otelcilik Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127.TL (Ellisekizbin yüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2016/2640**

**Şikayet Edilen: Karas Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Bodrum Garden Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bodrum Garden Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.bodrumgardenhotel.com ve www.zentur.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 19.08.2016, 29.11.2016, 03.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Karas Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait ***“Bodrum Garden Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.bodrumgardenhotel.com ve www.zentur.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ***“Bodrum Garden Hotel; Bodrum otelleri denilince ilk akla gelen bembeyaz binalara, binalardan sarkan begonvillere ve masmavi deniz manzarasına sahip dört yıldızlı bir tesistir.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Karas Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait ***“Bodrum Garden Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.bodrumgardenhotel.com ve www.zentur.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ***“Bodrum Garden Hotel; Bodrum otelleri denilince ilk akla gelen bembeyaz binalara, binalardan sarkan begonvillere ve masmavi deniz manzarasına sahip dört yıldızlı bir tesistir.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**74)**

**Dosya No: 2016/3307**

**Şikayet Edilen: Onur Air Taşımacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.onurair.com adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Bu Sonbahar Rakamlarla Konuşuyoruz”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Onur Air Taşımacılık A.Ş.’yeait www.onurair.com adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Bu Sonbahar Rakamlarla Konuşuyoruz”*** başlıklı reklamlarda, *“Biletinizi 11 Ekim’e kadar Onur Air’den alın, 30 Ekim 2016 - 25 Mart 2017 tarihleri arasında tüm vergiler dahil yurt içi her yöne sadece  39 TL’den, yurt dışı her yöne sadece 39 USD’den başlayan fiyatlarla uçun!” , “ Fiyatlara vergiler ve hizmet bedelleri dahildir. Kampanyalı fiyatlar tek yön, direkt uçuşlarda geçerlidir. Bağlantılı uçuşlarda yurt içi bilet fiyatı olarak tek yön 10 EUR tahsil edilir. Bu fiyat sadece Onur Air'in web sitesi www.onurair.com'dan, Onur Air'in mobil sitesinden, Onur Air'in iOS ya da Android mobil uygulamalarından bilet satın alırken geçerlidir. Diğer satış kanallarında farklı hizmet bedeli uygulanabilir. Kampanya 200.000 adet biletle sınırlıdır. Çocuk yolcular için ayrı bir indirim uygulanmamaktadır, bebek yolcular kampanyaya dahil değildir. İndirimli gidiş-dönüş biletlerde dönüş açık düzenlenemez, biletler açığa alınamamaktadır. İndirimli biletlerde parkur değişikliği yapılamamaktadır. Satın alınan biletin ilgili sınıf kuralları geçerlidir. Onur Air'in code share ve charter uçuşları kampanyaya dahil değildir. Kampanyaya katılan tüm kullanıcılar bu kuralları okumuş ve kabul etmiş sayılır. Onur Air kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanya ile ilgili her türlü soru, öneri ve şikayetleriniz için kampanya@onurair.com adresine e-posta gönderebilirsiniz. Ayrıca OnurExtra üyeleri için: OnurExtra'ya onurair.com'dan ücretsiz olarak üye olabilirsiniz. Kampanya süresince OnurExtra üyeleri ek olarak standart paket için 500, öıel paket için 1000 puan kazanacaktır. Kampanyadan yararlanılabilmesi için rezervasyon sırasında OnurExtra üyelik cep telefonu numarasının girilmesi veya üye girişi ile bilet satın alınması gerekmektedir. Puanlar üyelerimizin uçuşu gerçekleştirmeleri sonrasında hesaplarına 72 saat içerisinde işlenecektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından ***“Bu Sonbahar Rakamlarla Konuşuyoruz”*** başlıklı reklamlara ilişkin olarakwww.onurair.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, ***“Biletinizi 11 Ekim’e kadar Onur Air’den alın, 30 Ekim 2016 - 25 Mart 2017 tarihleri arasında tüm vergiler dahil yurt içi her yöne sadece  39 TL’den, yurt dışı her yöne sadece 39 USD’den başlayan fiyatlarla uçun!”*** ifadelerine yer verildiği, bununla birlikte firma tarafından gerçekleştirilen Şanlıurfa uçuşlarının, bilet satılmış olanlar da dahil olmak üzere tamamının 1 Eylül 2016 tarihinde Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından belirlenen kurallara uyulmak suretiyle iptal edildiği ve bu hususun bilet satın almış olan yolculara bildirildiği, bu tarihten sonra başlayan inceleme konusu kampanya içeriğinde Şanlıurfa uçuşlarının bulunmamasının sebebinin uçuşların iptal edilmesi olduğu ve anılan reklamda yer alan ***“yurt içi her yöne”*** ifadesinin kampanya kapsamında gerçekleştirilecek uçuşlara yönelik olarak kullanıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda yer verilen ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2016/3308**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.flypgs.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Ücretsiz Online Check-in”*** başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 09.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ***“Ücretsiz Online Check-in. Havaalanında sıra bekleme, zaman kazan.”*** şeklindeifadelere yer verilerek firma tarafından online check-in hizmetinin tüketicilere ücretsiz olarak sunulduğu hususu ifade edilmesine karşın, satın alınan tüm biletlerden biletleme esnasında belli bir check-in bedeli tahsil edildiği ve bu hususa inceleme konusu internet sitesinde, *“Check-in Bedeli nedir? Check-in işlemleri için alınan ücrettir.” , “Check-in işlemlerinin gerçekleştirildiği kanaldan bağımsız olarak, uygulama kuralları çerçevesinde bilet satım aşamasında, Pegasus'un tüm satış kanallarında (acente, web, çağrı merkezi, satış ofisleri, mobil) alınan işlem bedelidir. (…)” , “ Check-in bedeli kuralları nelerdir? Satın alınacak tüm biletlerden, biletleme esnasında Rezervasyon (PNR) Numarasındaki her bir yolcu ve her bir uçuş segmenti için yapılacak seyahatlerde iç hatlarda 7 TRY, dış hatlarda 8 USD (veya karşılığı mahalli para birimi) dan başlayan check-in bedeli tahsil edilir. Bu bedel, ülkeler ve uçuş yapılacak hatlar bazında değişiklik gösterir. Aynı uçuş numarası ile gerçekleşen transit uçuşlar için tek check-in bedeli, farklı uçuş numaraları ile gerçekleşen bağlantılı uçuşlarda, her bir uçuş numarası için ayrı ayrı check-in bedeli uygulanır.”*şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ***“Ücretsiz Online Check-in. Havaalanında sıra bekleme, zaman kazan.”*** şeklindeifadelere yer verilerek, söz konusu firma tarafından online check-in hizmetinin tüketicilere ücretsiz olarak sunulduğu hususunun ifade edildiği, ancak gerçekte satın alınan tüm biletlerden biletleme esnasında belli bir check-in bedeli tahsil edildiği ve bu hususa inceleme konusu internet sitesinde, ***“Check-in Bedeli nedir? Check-in işlemleri için alınan ücrettir.” , “Check-in işlemlerinin gerçekleştirildiği kanaldan bağımsız olarak, uygulama kuralları çerçevesinde bilet satım aşamasında, Pegasus'un tüm satış kanallarında (acente, web, çağrı merkezi, satış ofisleri, mobil) alınan işlem bedelidir. (…)” , “ Check-in bedeli kuralları nelerdir? Satın alınacak tüm biletlerden, biletleme esnasında Rezervasyon (PNR) Numarasındaki her bir yolcu ve her bir uçuş segmenti için yapılacak seyahatlerde iç hatlarda 7 TRY, dış hatlarda 8 USD (veya karşılığı mahalli para birimi) dan başlayan check-in bedeli tahsil edilir. Bu bedel, ülkeler ve uçuş yapılacak hatlar bazında değişiklik gösterir. Aynı uçuş numarası ile gerçekleşen transit uçuşlar için tek check-in bedeli, farklı uçuş numaraları ile gerçekleşen bağlantılı uçuşlarda, her bir uçuş numarası için ayrı ayrı check-in bedeli uygulanır.”*** şeklinde yer verildiği, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde yer alan ***“Ücretsiz Online Check-in”*** ifadesinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**76)**

**Dosya No: 2016/3310**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Erzincan Oteli”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.hotelscombined.com.tr ve www.enuygun.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve buklet malzemelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi: :** 23.09.2016, 25.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, buklet malzemeleri

**Tespitler:** Erzincan Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Büyük Erzincan Oteli”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.hotelscombined.com.tr ve www.enuygun.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve buklet malzemelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarakreklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Erzincan Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Büyük Erzincan Oteli”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.hotelscombined.com.tr ve www.enuygun.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve buklet malzemelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarakreklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**77)**

**Dosya No: 2017/1**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*81 ilde ilk ve tek canlı çiçek çeşitleri*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23-24.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, afiş, broşür

**Tespitler:** 23.11.2016 tarihinde televizyon kanallarında, 24.11.2016 tarihinde ise broşürlerde ve afişlerde*; “81 ilde ilk ve tek” “fırsat ürünleri canlı çiçek orkide 22,5TL,saksılı zambak 3.95TL adet, canlı çiçek çeşitleri menekşe, kaktüs, kalanchoe”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda vaat edilen canlı çiçek satışının 24.11.2016 tarihinde Rize’deki A101 mağazalarında ve Türkiye genelinde yapıldığına dair satış fişi örnekleri sunulmuş 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.

**78)**

**Dosya No: 2017/67**

**Şikayet Edilen:** **En Ucuz Pazarlama Tur. Rek. Ve Telk. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*150TL harcamaya 50TL hediye çeki*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08-11.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, broşür

**Tespitler:** “Her 150TL ve üzeri alışverişe 50TL hediye çeki” başlıklı tanıtımlarda *“Bu kampanya 8-11 Aralık 2016 tarihleri arasında geçerlidir. Kampanya dahilinde her 150TL’lik alışverişe 50TL uygulanacaktır. Kampanya indirimli ürünlerde de geçerlidir.(…) Hediye çekinin süresi 30 gündür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu şikâyete ilişkin yaşanılan durumun bireysel ve anlık olduğu, genel olarak kampanyadan 413 kişinin faydalandığı, tüketiciye de hediye çekinin tanımlandığı 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.

**79)**

**Dosya No: 2016/4175**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesaj metninde; *“10 TL İndirim Kodunuz: cs1811 Bugüne özel fırsatı kaçırmayın! Bit.ly./.kodcs1811 Sms iptal için CSRET azin, 6075e gönderin. Mersis:0253075950300010”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri A.Ş** isimli firma tarafından muhtelif tüketicilere kısa mesaj göndermek suretiyle gerçekleştirilen tanıtımlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle, ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2017/98**

**Şikayet Edilen: Aydınlı Hazır Giyim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesaj ve e-postalarla birlikte, [www.pierrecardin.com.tr](http://www.pierrecardin.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa mesaj

**Tespitler:** Firmaya ait [www.pierrecardin.com.tr](http://www.pierrecardin.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“2017 çok şık geçecek 3 gün kategorideki tüm ürünlerde 1 alana 1 bedava”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**81)**

**Dosya No: 2016/164**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.haberler.com](http://www.haberler.com) adresli internet sitesinin 16.01.2016 tarihli görünümünde: *“Casio Dünyayı şaşkına çevirdi! Hollywood yıldızlarının kullandığı saatin fiyatı şaşırtıyor. Sadece…”* ifadelerine ve “Casio markalı saatin G-Shock modelinin görseline” ve reklamın sol üst köşesinde “replikadır” sağ alt köşesinde “ilandır” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu reklamda yer alan “replikadır” kelimesinin Türkçe olmaması nedeniyle ortalama bir tüketici tarafından bilinirlik oranın oldukça düşük olduğu, ayrıca Türk Dil Kurumu sözlüklerinde yer almaması nedeniyle “replika” kelime anlamının yine ortalama bir tüketici tarafından öğrenilebilmesinin zor olduğu bu nedenlerle söz konusu kelimenin kullanımın tüketicileri aldatıcı veya tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu,

ayrıca “replikadır” ifadesi kullanılarak yapılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Taklit” başlıklı 12 nci maddesinin 2 nci fıkrasına doğrudan aykırılık teşkil ettiği anlaşılmış olup; dolayısıyla bahsi geçen tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**82)**

**Dosya No: 2016/490**

**Şikayet Edilen:** **Gümrük Pazarı (Hamit DÖLEK)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gumrukpazari.com](http://www.gumrukpazari.com) adresli internet sitesinde gümrüksüz mağaza izlenimi yaratılacak şekilde “orjinal” olduğu yönünde satılan ürünlere ilişkin yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016 ve 29.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 06.04.2016 ve 29.07.2016 tarihli görünümlerinde; *“Hakkımızda: 2009 Yılında Türkiye’de ilk paralel ihracat yoluyla hizmete giren firmamız. 2012 Yılında internet sektöründe instagram ile iç piyasaya hizmet vermeye başladık. 2014 Yılında Gold kuruluşu olan sanal pazar üzerinde satışımıza devam ettik. Sattığımız ürünler büyük kozmetik mağazalarına bedelsiz verilen tehşir için kullanılan ürünlerdir. Hiç biri kutusundan çıkartılmamıştır ve hiç kullanılmamıştır. Piyasadaki ürün Fiyatlarının altında olup ürünlerimiz* ***orjinaldir****… duty free parfümler”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde satışa sunulan parfümlerin orjinallerinin Türkiye’de 300-500 TL fiyat aralığında satışa sunulduğu göz önüne alındığında, söz konusu sitede satılan parfümlerin indirim yapılarak 99 TL’ye satılması ve 1 alana 1 bedava kampanyası yapılması sebebiyle “orijinal” oldukları yönünde yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu, bir an için anılan parfümlerin paralel ithalat yoluyla ülkemize girdiği düşünülse bile anılan ürünlerin orijinal olduğunun ispatlanamadığı, taklit/sahte/korsan ürünlerin “orijinal” olarak tanıtımının ve satışının yasak olduğu,

Diğer taraftan “Gümrük ve Ticaret Bakanlığı”nın Devletin resmi bir kurumu olduğu ve “gümrükle” ilgili tüm hususların bu kurum bünyesinde, izniyle yürütüldüğü göz önüne alındığında firmanın/şahsın “gümrük” unvanını kullanması sebebi ile sanki “gümrüksüz satış yapan firmalar (duty free)” gibi yasal satış yetkisine sahip olunduğu izlenimi yaratılmak suretiyle tüketicilerin güvenini istismar ederek bu ürünlerin tanıtımının yapılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu, kaldı ki gümrüksüz satışların sadece yurtiçi giriş-yurtdışı çıkış noktalarında tüketicilere doğrudan satış yöntemiyle yüzyüze sunulduğu göz önüne alındığında gümrüksüz satışların mesafeli satış yönetimiyle yapılamayacağı,

Buna ek olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’na bağlı olarak hizmet veren ve TASİŞ olarak bilinen tasfiye işlemleri sonucunda satılan eşyaların bulunduğu mağazalar ile anılan firma tarafından “gümrük pazarı” ismi verilen mağazanın tüketiciler nezdinde karışıklığa neden olduğu ve bu suretle tüketicilerin devlet kurumuna güvenlerinin kötüye kullanılması suretiyle yanıltıldıkları,

Söz konusu ürünlerin ülkeye girişinin yasal yollardan yapıldığı ve anılan ürünlerin tüketicilerin sağlığı açısından tehlikeye yol açmadığına ilişkin her hangi bir ruhsat/onay/izin belgesinin sunulmadığı,

Yine anılan internet sitesinde; “*Cayma Hakkı ve İade Süreç Bilgileri: 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun (“Kanun”) gereğince, alıcıların teslimat tarihinden itibaren 7 gün içinde cayma haklarını kullanarak sebep göstermeden iade etme hakları vardır. Kanunu her kurumun uygulaması gerekmektedir…”* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen; 6502 sayılı Kanun’un “Mesafeli sözleşmeler” başlıklı 48 inci maddesinde;*“…(4) Tüketici,* ***on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.*** *Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür.* ***Tüketici, cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer…****”* hükmünün yer aldığı, fakat firma tarafından bu sürenin 7 gün olarak kullandırıldığı anlaşılmış olup; dolayısıyla, bahsi geçen tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 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 **Gümrük Pazarı** **(Hamit DÖLEK)** unvanlı firma/şahıshakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2016/1503**

**Şikayet Edilen:** **Suat Altın İnşaat A.Ş.**

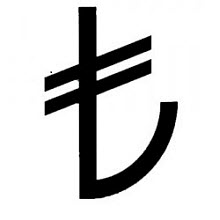
**Şikayet Edilen Reklam:** İldem Projesi”ne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.suataltininsaat.com.tr> adresli internet sitesinin 05.08.2016 tarihli görünümünde “Fırsatlar” başlığı altında belli bazı evlerin euro cinsinden satış fiyatına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde belli bazı evlerin satış fiyatına yer verildiği ve fakat *“Konut veya tatil amaçlı taşınmaza ilişkin reklamlarda fiyata yer verilmesi halinde ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının da gösterilmesi zorunludur.”* hükmüne rağmen net alanların gösterilmediği, indirimle ilgili hususlarda süre ve stok sınırı konusunda net açıklamalar yapılmadığı,

Diğer taraftan *“Yurt dışında ifa edilmesi öngörülen paket tur ve eğitim hizmetleri ile yurt dışına yönelik ulaşım ve konaklama hizmetlerinin reklamları hariç olmak üzere, reklamlarda satış fiyatları; “Türk Lirası”, “TL” veya “” şeklinde belirtilir.”* şeklindeki mevzuat hükmüne rağmen evlerin satış fiyatlarının Euro cinsinden gösterilmek suretiyle tanıtımlarının yapıldığı anlaşılmış olup; dolayısıyla, bahsi geçen tüm bu durumların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Suat Altın İnşaat A.Ş.** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2016/3688**

**Şikayet Edilen:** **Klas Emlak Arsa Ofisi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.klasemlak.com](http://www.klasemlak.com), [www.youtube.com](http://www.youtube.com) ve [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitelerinde, muhtelif televizyon kanallarında ve muhtelif mecralarda yapılantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2017

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

**Tespitler:** [www.klasemlak.com](http://www.klasemlak.com) adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“İstanbul’un kentsel dönüşüme girmesiyle birlikte pilot bölge olarak seçilen Trakya bölgesi, özellikle Çorlu, Çerkezköy, Kapaklı, Lüleburgaz ve Muratlı ilçelerinde hızla sanayileşme devam ediyor. Ülkenin dört bir yanından göç alan bölge Türkiye’nin en genç çalışır nüfus çoğunluğunu da sahiptir. Klas Emlak & Arsa Ofisi olarak müşterilerimizi doğru bilgilendirmek ve doğru yatırım yapmalarını sağlamak temel ilkelerimizdendir. Yatırımlarınızın değer kaybetmemesi adına elimizden gelen araştırmaları yaptıktan sonra sizlerle “YATIRIMLARINIZIN BOŞ OLMADIĞINI TAAHHÜT EDİYORUZ” Ailenizin emlak danışmanı olmaya hazırız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“Silivri’de kaçırılmayacak parseller, İstanbul’un parlayan yıldızı Silivri’de yatırımlık özel parseller, 10.000TL peşinatla arsa sahibi olmak ister misiniz, klas arsa ofisinde Tekirdağ Saray’da imarlı ifrazlı...”* gibi başlıklarla tanıtımlar yapıldığı,

[www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; *“Ben Emrah Binici…Yapmış olduğumuz yüzyılın en büyük kampanyasından bahsediyoruz…Klas arsa ofisi tam 27 yıldır sizlere en kaliteli hizmeti sunmaya devam ediyor. Silivri Çayırdere mahallesinde 400 metrekare İstanbul tapulu arsalarımız…24 Kasım öğretmenler gününe kadar 30 bin TL değil, bu da çok önemli bir ayrıntı istediğiniz yere sorabilirsiniz Silivri Çayırdere 400 metrekare özel parselli arsalar 28 bin- 30 bin TL arasında, ama biz 19.900 TL’ye sizleri gayrimenkul sahibi yapıyoruz. Bu nakit fiyatımız. Ha siz dediniz ki şuan için o kadar param yok, gelin vade imkanlarımız da var takas imkanlarımız da var. Bu fırsat kaçma. Yatırımlık özel parseller... O zaman şimdi arayın 0212 397 17 27…Florya’dan arsalarımız bulunduğu Çayırdere tam 77 km. Bizlerle gelenler en az ikişer tane alıyorlar… Bu fırsatı iyi değerlendirin son gün 24 Kasım, 24 Kasım’da belki 2 katı değerlenecek. 24 Kasım’da siz zaten 5-10 bin TL kar elde etmiş olacaksınız çünkü satış fiyatımız normal değerine yükselecek… Yerimizin bir diğer güzel özelliği de Çerkezköy’e yakınlığı ile önemli bir noktada. Çerkezköy sanayi bölgesi, gelişen ve nüfusun hızlı arttığı bir bölge, otobana yakınlığıyla biliniyor… Çok az bir zaman kaldı… Sizleri bekliyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Muhtelif televizyon kanallarında yapılan tanıtımlarda; *“10.000TL peşinatla Silivri’de özel parseller… Müşteriler burada çaylarını içiyorlar yemeği yedikten sonra da servisler tekrar aldığı yere bırakıyor… Gelin gezin gelin. Bu gül bahçesinde sizler de misafir olun. Anlatmakla anlaşılamayacak, ancak yaşamakla anlaşılabilecek bir yer. Sizlere eşsiz güzelliklerini yaşamaya davet ediyoruz… Vade ve takas imkanı, tapu masrafları dahil…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklam ve tanıtımlarda taşınmazların imar planlarında belirtilen fonksiyonları, ifraz şartları göz önüne alınmaksızın parselasyon işlemi yapılmışçasına tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği ve reklamlarda arsaların ifrazlı-imarlı olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Silivri Belediye Başkanlığı’ndan gelen rapora göre söz konusu taşınmazların 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni İmar Planına göre “Tarımsal niteliği korunacak alan” kapsamında kaldığı, tanıtımı yapılan reklam filminde de arsalara ait İmar Planında ki yerlerinin gösterilmediği, sadece ilçe/bölge isimleri verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, 1/100.000 ölçekli Çevre Düzeni İmar Planı ile Toprak Kullanımı ve Arazi Koruma Kanunu’na göre satışa sunulan bu taşınmazların, reklamlarda belirtilenin aksine ifrazları, üzerlerinde yapılaşma yapılmasının mümkün olmadığı, anılan taşınmazların arsa vasfının da bulunmadığı, yine Silivri Belediye Başkanlığı yetkililerince yapılan tespit sonucunda; firma tarafından yapılan satışların sonucunda tarım arazilerinin hisse satın alanlar tarafından tel örgüyle bölündüğü, stabilize malzeme ile yollar açıldığı ve tarım arazilerine zarar verildiği, kaçak yapılaşmanın yolunun açıldığı,

Diğer taraftan reklam filminde; *“Bu fırsatı iyi değerlendirin son gün 24 kasım, 24 Kasım’da belki 2 katı değerlenecek. 24 Kasım’da siz zaten 5-10 bin TL kar elde etmiş olacaksınız çünkü satış fiyatımız normal değerine yükselecek”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle*;* “Tüketicinin ani bir karar vermesini sağlamak ve bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakmak amacıyla, gerçeğe aykırı olarak bir mal veya hizmetin sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde belirli şartlar altında sunulacağını belirtmek” başlıklı haksız ticari uygulamaya tüketicilerin maruz bırakıldıkları anlaşılmış olup; dolayısıyla, bahsi geçen tüm bu durumların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Klas Emlak Arsa Ofisi** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.