**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**11 Nisan 2017

**Toplantı Sayısı :** 259

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2016/3600**

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

**Şikayet Edilen Reklam:***“Türk Telekomlu olmamın bildiğiniz bir nedeni var”*başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016 - Şubat 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Türk Telekomlu olmamın bildiğiniz bir nedeni var”*başlıklı reklam filminin Metin TEKİN’in oynadığı versiyonunda; *“Siz güçlü altyapı ve yüksek çekim gücü diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum*.*”* ifadesine yer verildiği, Acun ILICALI’nın oynadığı versiyonda; *“Doya doya cepten hızlı internete girmek” ve “Siz de internetim fiber gücünde olsun diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum”* ifadelerine yer verildiği, Demet AKBAĞ’ın oynadığı versiyonda; “*Çekim gücü - kapalı alanda bile” “İyi ki burada bile çekiyor da doğruyu bulduk. Siz kapalı alanlarda bile rahat rahat konuşmam lazım diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum.”* ifadelerine yer verildiği, Selami ŞAHİN’in oynadığı reklamlarda; *“Siz nerede olursam olayım hayattan kopmayın diyorsanız, ben de Türk Telekom diyorum.”* ifadesine yer verildiği, Bengü’nün oynadığı reklam filminde; *“Siz cepten internetim çok hızlı olsun diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum”* ifadesine yer verildiği, Zuhal TOPAL’ın yer aldığı reklamlarda; *“Siz sevdiklerimle yüksek ses kalitesinde konuşayım diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum.”* ifadesine yer verildiği, Özgür OZAN’ın oynadığı versiyonda; *“Siz kapalı alanlarda bile bu telefon çekecek arkadaş diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum”* ifadesine yer verildiği, Ceyda DÜVENCİ’nin oynadığı reklam filminde; “*Siz nerede olursam olayım hayata hep bağlı kalayım diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum.”* ifadesine yer verildiği, Aras Bulut İYNEMLİ’nin oynadığı reklam filminde ise *“Siz cepten internetim çok hızlı olsun diyorsanız ben de Türk Telekom diyorum”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Metin TEKİN, Demet AKBAĞ, Acun ILICALI, Selami ŞAHİN, Bengü, Zuhal TOPAL, Özgür OZAN, Ceyda DÜVENCİ ve Aras Bulut İYNEMLİ gibi ünlü isimlerin oynadığı ***“Türk Telekomlu olmamın bildiğiniz bir nedeni var”*** başlıklı televizyon reklamlarında yer alan *“nerede olursam olayım hayattan kopmayayım”, “hayata hep bağlı kalayım”, “hiç kopmadan”, “kapalı alanlarda bile rahat rahat konuşmam lazım / kapalı alanlarda bile bu telefon çekecek arkadaş”* gibi ifadeler ve bu ifadeleri destekler görüntüler ile Türk Telekom'un Türkiye genelinde yerleşimin az olduğu/ıssız yerlerde, dağ başında/ormanda, yollarda, alışveriş merkezinin otoparkı, depo, asansör gibi kapalı alanlarda yüksek çekim gücü ve kapsamaya, çok hızlı internete sahip olduğu algısının yaratıldığı, fakat bu durumu ispatlamak amacıyla sunulan belgelerin sadece reklam filmlerinin çekildiği yerler özelinde (sadece koordinat bilgisine yer verilerek) geçerli olduğu, dolayısıyla bu belgelerin reklamda yer alan iddiaları ispatlamakta yetersiz kaldığı ve böylece söz konusu reklamın tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2017/65**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Vodafone FreeZone’la İnternetin Bittiyse Salla Dolsun”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** *“Vodafone Freezone'la İnternetin Bittiyse Salla Dolsun”*başlıklı televizyon reklamlarında dış ses olarak; *“Telefonu salla internetin dolsun. İnternetin bittiği anda hayattan kopma, telefonunu salla hem tarifendeki internetin dolsun hem de sürpriz GB'lar taşsın. 6 GB'lık esnek tarife [(2GB+4GB)750DK 5000SMS] 27 TL'ye Vodafone Freezone'dan kafana göre kullanmak senden”* ifadelerine, sabit yazıda; *“4GB'nin 2GB'si 21:00-09:00'da 1 GB'si 30 TL yüklemeyle 1GB'si kampanyayla geçerlidir”* ifadesine, altyazıda ise; *“30.04.2017'ye kadar Esnek Tarifedekiler Vodafone Yanımda ile yararlanabilir. Faturasız Esnek'te tarife içeriği yüklenince dönem içinde bir kere, faturalılarla tarifedeki internet içeriği 10 TL'ye birden fazla doldurulabilir. Aylık 27 TL’ye yenilenen faturasız Esnek Midi Tarifesi, Freezone 1GB hediye kampanyası 15.06.2017'ye kadar geçerli Faturasız Akşamdan Sabaha İnternet Kampanyası ve 1GB EK yazıp 3636'ya gönderilerek girilen 6 ay boyunca hediye 1GB'lı Büyük 4.5G kampanyası ile alınabilir. Detaylar* [*www.vodafonefreezone.com.tr’de”*](http://www.vodafonefreezone.com.tr'de)ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ortalama tüketici nezdinde telefonunu sallayınca Vodafone Yanımda uygulaması ile koşulsuz tarifedeki internetin kazanılacağı algısı yaratıldığı, ancak tüketicinin 10TL yüklemek kaydıyla öncelikle 2GB olarak internet hakkı alacağı, sonrasında üzerine ek internet kazanabileceği bilgisine [www.vodafonefreezone.com/ salladolsuntassin](file:///D%3A%5CUsers%5C33451814414%5CDocuments%5C259%20RK%5Cwww.vodafonefreezone.xom%5Csalladolsuntassin) adresli internet sitesinde *“Salla 10TL'ye 2GB doldur hatta taşır”* şeklinde yer verildiği, ancak reklamda verilen ana vaadin gerçekleşmesi için gerekli olan bu önemli bilgiye reklamların dış sesinde/sabit yazıda yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, nitekim altyazı metninde yer verilen; *“Faturasız Esnek'te tarife içeriği yüklenince dönem içinde bir kere, faturalılarla tarifedeki internet içeriği 10 TL'ye birden fazla doldurulabilir.”* ifadesinin de 10TL yükleme koşuluyla ek 2GB internet kazanılacağı anlamını karşılamadığı, bu durumun ana vaat-istisna uyumsuzluğuna yol açtığı;

Diğer taraftan, reklamda sabit yazıda *“6GB (2GB+4GB)”*  ve *“4GB'nin 2GB'si 21:00-09:00'da 1 GB'si 30 TL yüklemeyle 1GB'si kampanyayla geçerlidir*.*”* ifadelerine yer verildiği ve altyazıda 4GB'lik datanın bir kısmının tarife kapsamında, bir kısmının da farklı koşullara tabi olunması halinde geçerli olacağının anlaşıldığı (2GB'ın akşam 9-sabah 9 kampanyası ile + 30TL yükleme yaparak + büyük 4.5G kampanyasına dahil olarak), dolayısıyla ana vaadin 4GB (2GB+ 1GB+ 1GB) + 2GB şeklinde verilmesi gerektiği, bu durumun ortalama tüketici nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı,

Ayrıca, reklamda tanıtımı yapılan "*internetin bitince salla dolsun*" kampanyasından 30.04.2017'ye kadar Esnek Tarifedekiler’in “Vodafone Yanımda” ile yararlanabildiği, 4GB'lık ek faydanın 2GB'lık kısmı olan faturasız akşamdan sabah internet kampanyasının 15.06.2017'ye kadar geçerli olduğu, ancak ek faydanın 1GB'lık kısmı olan Büyük 4.5G Kampanyasının ise geçerlilik süresinin reklamlar yayınlandığı an itibariyle internet sitesinde önce 15.01.2017 olarak belirtildiği, ardından 29.01.2017'ye uzatıldığı, fakat diğer kampanyaların geçerlilik sürelerine altyazıda yer verilirken bu bilgiye yalnızca internet sitesinde yer verildiği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve diğer tarihlere nazaran bu kampanyanın ana vaadini oluşturan bir bölümünün, reklamların yayınlandığı tarih itibariyle çok kısa bir süre geçerli olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamın ortalama bir tüketici nezdinde hem kampanya koşulları hem geçerlilik tarihleri bakımından anlam karışıklığına yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon 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.

**3)**

**Dosya No: 2017/68**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Siz de dostdoğru D-Smart’a gelin. Kolay giriş-çıkış D-Smart’ta”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak - Şubat 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Kolay giriş-çıkış D-Smart'ta”* başlıklı reklam filminde; *“*-*Kardeşim alın kutunuzu, faksını da çektim zaten. Çok şükür bir bayinizi de bulabildik Üyeliğim resmi olarak bitmiştir -Bir saniye yardımcı olayım. Nereye ya böyle kaçar gibi. Daha sana bir sürü paket satacağız. Üşenmemişsin faks çekmişsin ama şimdi alıyorsun bu kutuyu hemen eve. Ondan sonra ömür boyu bizimlesin. Çürüyeceksin - Abi, dinleme şunu ya yürü, yürü. -Nereye götürüyorsun çocuğu?!”* şeklinde ifadelere yer verildiği, altyazı metninde ise; *“Kampanya 3 Ocak-28 Şubat 2017 tarihleri arasında yapılacak yeni ve sadece TV aboneliklerinde geçerlidir. Abone, aktivasyondan itibaren 90 gün boyunca 40TL iç kurulumu ödemek kaydıyla herhangi bir cayma bedeli yansıtılmadan aboneliğini sonlandırabilir. 91. Günden itibaren aboneliğin taahhüt dolmadan iptali durumunda, iptale kadar geçen sürede sunulan indirim ve avantajlar aboneye faturalandırılır. Dış kurulum bedeli tüketiciye aittir. D-Smart’ın kanal, yayın ve içeriklerde değişiklik yapma hakkı saklıdır. Kapıda iptal işlemi 3 Ocak 2017’den itibaren yapılacak yeni TV abonelikleri için 2019 sonuna kadar geçerli olup uydu alıcısı iadesi için 35 TL işlem bedelinin abone tarafından ödenmesi durumunda geçerlidir. Engelli kampanyasından yararlanan ve 65 yaş üstü olan abonelerde kapıda işlem bedeli alınmayacaktır.”*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Kolay giriş-çıkış D-Smart'ta”* başlıklı reklam filminde; *“*-*Kardeşim alın kutunuzu, Faksını da çektim zaten. Çok şükür bir bayinizi de bulabildik. Üyeliğim resmi olarak bitmiştir. -Bir saniye yardımcı olayım. Nereye ya böyle kaçar gibi. Daha sana bir sürü paket satacağız. Üşenmemişsin faks çekmişsin ama şimdi alıyorsun bu kutuyu hemen eve. Ondan sonra ömür boyu bizimlesin. Çürüyeceksin. - Abi, dinleme şunu ya yürü, yürü. -Nereye götürüyorsun çocuğu?!”* ifadelerine yer verilerek reklamın kurgusu itibariyle rakip firma tarafından aboneliğini iptal ettirmek isteyen tüketiciye abonelikten çıkma konusunda zorluk çıkarıldığı algısı yaratıldığı,

Ayrıca BTK tarafından düzenlenen Elektronik Haberleşme Sektöründe Tüketici Hakları Yönetmeliği'nin *“Fesih ve fesihte takip edilecek usul”* başlıklı 18. maddesinde yer alan; *“(1) Aboneler aboneliklerini her zaman ücretsiz olarak sona erdirebilir. Aboneler, abonelik sözleşmelerini feshetmek istedikleri takdirde bu taleplerini;*

*a) İşletmeci ya da adına abonelik sözleşmesi yapmaya/işlemlerini yürütmeye yetkili temsilcisine yazılı olarak yapmak,*

*b) Teyit edilmiş olmak kaydıyla işletmecinin faks numarasına imzalı olarak göndermek,*

*c) Güvenli elektronik imza ile gönderilip saklanabilen metinler kullanmak,*

*ç) Kurum tarafından belirlenebilecek diğer yöntemleri kullanmak,*

*suretiyle işletmecilerine iletirler.”* hükümleri çerçevesinde, tüketicilerin faks çekerek aboneliklerini sonlandırma işleminin yasal bir yöntem olduğu ve buna sektördeki tüm firmaların uymakla yükümlü olduğu, firma tarafından da uygulanan bir işlem olduğu halde reklam kurgusu itibariyle bu durumun sanki yalnızca rakip firma nezdinde tüketicilere zorluk çıkarma amacıyla yapılan bir işlemmiş gibi gösterildiği, aynı şekilde tüketicilerin rakip firmanın yetkili bayilerini bulmakta zorlandığı ve sayıca az olduğu mesajının verildiği, diğer taraftan satıcının tüketicileri "hipnotize" ederek *“ömür boyu-çürüyene kadar”* aboneliğe devam ettirdiği, böylece rakip firma tarafından tüketicilerin açıkça kandırıldığı algısının yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerle rakip firmanın kötülendiği,

Reklamın kurgusunda belirtilen zorluklara alternatif olarak sunulan “kolay giriş - çıkış” işleminin 3 aylık deneme aboneliğinde geçerli olduğu, 3 ay sonunda firma tarafından da aynı prosedürlerin uygulanacağı, ayrıca çıkmak isteyen tüketicilerin hiçbir ücret ödemeyeceği algısı yaratılmasına rağmen çıkış istenmesi durumunda 40TL iç kurulum bedelinin geri alınacağı ve dış kurulum bedelinin tüketiciye ait olduğu bilgisine altyazıda yer verildiği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratılarak tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, ayrıca “kapıda işlem”in de herkese ücretsiz yapıldığı yönünde oluşturulmak istenen algının aksine 65 yaş ve üzeri ile engelli tüketiciler hariç tüm tüketiciler için 35TL olduğu bilgisine altyazıda yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamların 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, 10,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**4)**

**Dosya No: 2016/433**

**Şikayet Edilen: 365 Kredi Haber Ekonomi Yay. Rek. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.365kredi.com](http://www.365kredi.com) adresli internet sitesinde yer alan “Ziraat Bankasından Emekliye Faizsiz Kredi”, “Ziraat Bankası Mazot Desteği 2016” ve “Devlet Destekli Ziraat Kredisi” başlıklı yazılar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.365kredi.com](http://www.365kredi.com) adresli internet sitesinde muhtelif zamanlarda yer alan yazılarda, T.C. Ziraat Bankası A.Ş. isimli kuruluşun ünvanı ve logosu kullanılarak *“Ziraat Bankasından Emekliye Faizsiz Kredi”*, *“Ziraat Bankası Mazot Desteği 2016”* ve *“Devlet Destekli Ziraat Kredisi”* başlıklı yazılara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin bankalar ve diğer finansal kuruluşlar tarafından verilen çeşitli kredilere ilişkin haberlerin derlendiği bir site olduğu, başvuru sahibi T.C. Ziraat Bankası A.Ş.’nin şikayetine konu yazıların da bu kapsamda söz konusu Banka tarafından verildiği iddia edilen muhtelif kredilere ilişkin haber niteliğinde yazılar olduğu ve söz konusu yazılar içerisinde başvuru sahibi Bankanın izni olmaksızın isim, logo ve vermiş olduğu finansal hizmetlere ilişkin bilgilerin kullanıldığına ilişkin şikayetin, söz konusu yazılar ticari reklam mahiyetinde olmadığından 6502 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği, bu nedenle söz konusu başvurunun ***incelemeye alınmamasına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**5)**

**Dosya No: 2016/3390**

**Şikayet Edilen: Bb Kozmetik (Şükran UZ BAYRAKTARLAR)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bbcosmetics.com.tr](http://www.bbcosmetics.com.tr) adresli internet sitesinde *“Be Beautiful Cosmetics’in misyonu, dünyanın farklı yerlerinden gelen en yenilikçi ve etkin aktif bileşenleri kullanarak, formülasyon masrafında kısıntıya gitmeden, en etkili ve kaliteli cilt bakımı ürünlerini geliştirmektir. Her bir Be Beautiful Cosmetics ürünü dünyanın farklı yerlerinde bulunan önde gelen laboratuarlardan gelen en gelişmiş ve yenilikçi aktif bileşenler kullanılarak formüle edilir. Bu laboratuarlar yaşlanma sürecini inceler ve yaşlanma belirtilerini iyileştirme amaçlı modern aktif bileşenler geliştirir. Ürünlerinde güvenliliği garantileyebilmek adına Be Beautiful Cosmetics tüm formülasyonlarından ve ham maddelerinden parabenli koruyucu sistemleri çıkarmıştır. Be Beautiful Cosmetics ürünleri yürürlükteki Avrupa yasalarına uygun olarak sıkı dermatolojik ve mikrobiyolojik güvenlilik testlerine tabi tutulur. Kısa geçmişine rağmen firma hak ettiği şekilde büyüyerek Türkiye’nin en önde gelen Kozmetik Firmalarından biri olmuş ve kaliteli ve fiyat konusunda rekabetçi ürünlerin sağlayıcısı olarak tüm dünyada tanınmıştır. Gitgide büyüyen küresel başarısı, her bir ülkede bulunan iş ortakları sayesinde 38den fazla ülkede (özellikle Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) hissedilmektedir. İyi Üretim Uygulaması (GMP) koşullarına bağlı laboratuarlar kullanır ve kontrollü lojistik, verimli malzeme akışı ve kapsamlı bilgi tabanı ve belgelendirmeden faydalanır. B&P’nin özenle seçilmiş aktif bileşenleri tüm kadınların ihtiyaç ve taleplerine karşılık verebileceği kanıtlanmış referans alınan dermatolojik moleküller kadar iyi performans göstermesi planlanmaktadır. “Yeşil Sertifikasyonu”nun ötesinde her bir ürün hassas ciltler de dahil olmak üzere tüm cilt türleri için klinik çalışmalarda test edilecektir. Saderl  ürünleri atopik veya reaktif cilt alerjileri için dermatolojik tarafından test edilmiştir. Sonuçlar klinik test ve deneylerde sunulmaktadır. oksidasyonun sebep olduğu serbest radikalleri ortadan kaldırarak yaşlanmanın erken belirtilerini ve gelecekte cildin zarar görmesini engellemeyi amaçlar. Güneş filtreleri kullanarak cildi güneşin zararlı UVA/UVB ışınlarından korur. Cildin genç ve parlak görünümünü geri kazandırmak için yaşlanmanın görünen belirtilerini düzeltmek hedefindedir. Doğası ne olursa olsun istisnasız her cilt türü kendi ideal güzelliğine ulaşmak için bir değişim geçirebilir. Skinnovation cilt bakım ürünleri kadınların hassas ciltleri bile hemen ve kalıcı şekilde değiştirmelerine yardımcı olmayı amaçlar. Görünür ve bilimsel olarak kanıtlanmış sonuçlar sunarlar. Skinnovation içerisindeki gelişmiş aktif bileşenler cildi ferahlatır, güçlendirir ve canlandırır. Skinnovation’ın uzmanlığı hassas ciltler için bile bu muhteşem performansı, üstelik de hislerinizi etkileyecek dokularda, ortaya çıkarmaktır. Üretim – Büyük, modern üretim tesisleri azami hijyen, güvenlik ve verimliliği sürekli sağlayabilmek adına dikkatli bir şekilde sürekli gözetim ve bakım altındadır. Yıllık üretim kapasitesi 5 milyon tüp, 15 milyon şişe, 5 milyon kavanoz. Dağıtım – geniş depo uzmanlığı ve verimli tedarik zinciri ile Be Beautiful Cosmetics dünya çapında karmaşık tedarik zincirleri ile başa çıkabilecek yetiye sahiptir.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bbcosmetics.com.tr](http://www.bbcosmetics.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketicilere yönelik olmadığı, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2016/2658**

**Şikayet Edilen: Ayışığı Erotica Cin. Mam. Tic. (Mehmet Sait BENER)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ayisigisexshop.com](http://www.ayisigisexshop.com) adresli internet sitesindeki *“Especial Pour Homme Aşk Parfümü”* isimli ürüne ilişkin olarak *“Bir kadını etkilemek için; ona pahalı hediyeler almaya, lüks yerlerde yemeğe götürmeye, kişiliğinizden ödün vermeye gerek yok. Especial Pour Homme Aşk Parfümü ile etkileyebilirsiniz!!! Especial Pour Homme Aşk Parfümü bildiğiniz diğer parfümlerden farklıdır. Baştan çıkarıcı kokusu ile karşı cinsi etkileyici özelliğe sahip Aşk Parfümüdür. Especial Pour Homme kokusu ile hormon düzeyini yükseltmede yardımcı olarak bilinçaltına cinsel sinyaller içeren  mesajlar yollamada ve kadınların cinsel istek arzusunu güçlendirmede destekleyici yardımcı rol oynar. Especial Pour Homme Aşk Parfümünün Etkileri Nedir?* *Androjen Hormonlarının Artışı Sonucunda Maximum Çekicilik”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan *“Especial Pour Homme Aşk Parfümü”* isimli ürüne ilişkin olarak *“Bir kadını etkilemek için; ona pahalı hediyeler almaya, lüks yerlerde yemeğe götürmeye, kişiliğinizden ödün vermeye gerek yok. Especial Pour Homme Aşk Parfümü ile etkileyebilirsiniz!!! Especial Pour Homme Aşk Parfümü bildiğiniz diğer parfümlerden farklıdır. Baştan çıkarıcı kokusu ile karşı cinsi etkileyici özelliğe sahip Aşk Parfümüdür.
Especial Pour Homme kokusu ile hormon düzeyini yükseltmede yardımcı olarak bilinçaltına cinsel sinyaller içeren  mesajlar yollamada ve kadınların cinsel istek arzusunu güçlendirmede destekleyici yardımcı rol oynar. Especial Pour Homme Aşk Parfümünün Etkileri Nedir? Androjen Hormonlarının Artışı Sonucunda Maximum Çekicilik”* 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 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, bununla birlikte, anılan internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ayışığı Erotica Cin. Mam. Tic. (Mehmet Sait BENER)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2016/586**

**Şikayet Edilen: Tevhid Seda İletişim ve Yayıncılık Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tevhidseda.com.tr](http://www.tevhidseda.com.tr) adresli internet sitesinin 09.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Naturalive Diş Macunu 140 Gr” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Misvak, propolis ve çay ağacının antibakteriyel özellikleri sayesinde dişeti hastalıkları, aft (mantar) ve ağız yaralarının oluşumunu engeller. Hamilelerin ve çocukların kullanabileceği doğallıktadır(…)* *“Türkiye’nin ilk ve tek doğal diş macunu! Ağızdaki bakterileri doğal olarak yok ettiğinden diş çürümelerini ve ağız kokularını önler. Misvak ve karbonat ile dişleri çizmeden beyazlatır. Uluslararası Diş Araştırmaları Derneği (IADR)’nin yaptığı araştırmalara göre propolis ve misvak; ağız ve diş sağlığının korunmasında etkin rol oynamaktadır. Naturalive Diş Macunu: Sls, Paraben, Formaldehit, Triclosan, Florür, Boya, Suni Tatlandırıcı İçermez!”* ifadelerine ve “Dr Rodzi Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) içeriğindeki deniz hıyarı özü ile ağızdaki yaraları ve kanamaları engeller, (…) diş eti kanamalarının ve gevşek dişlerin tedavisinde yardımcı olur. Gargara olarak kullanımında; soğuk algınlığından kaynaklanan aşırı balgama, boğaz ağrısına, ağız aftlarının iyileşmesine yardımcı olur. Merhem olarak kullanımında; çatlayan dudakların, sivilcelerin, kesiklerin, yaraların ve acil müdahale yapılırsa yanıkların iyileşmesine yardımcı olur (…) Malezya’dan helal sertifikalı olan Dr. Rodzi (…) içeriğindeki nane ve karanfil özleri ile ağız kokusunu, plak ve tartarı önler. Kullanım talimatı: Diş macunu olarak düzenli kullanımında; dişleri temizlemeye, ağız kokusunu gidermeye (…) yardımcı olur. İçinde hiçbir zararlı kimyasal yoktur. Siz ve aileniz için komple bakım uzmanıdır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.tevhidseda.com.tr](http://www.tevhidseda.com.tr) adresli internet sitesinin 09.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Naturalive Diş Macunu 140 Gr” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Misvak, propolis ve çay ağacının antibakteriyel özellikleri sayesinde dişeti hastalıkları, aft (mantar) ve ağız yaralarının oluşumunu engeller. Hamilelerin ve çocukların kullanabileceği doğallıktadır”* ifadelerine ve “Dr Rodzi Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) içeriğindeki deniz hıyarı özü ile ağızdaki yaraları ve kanamaları engeller, (…) diş eti kanamalarının ve gevşek dişlerin tedavisinde yardımcı olur. Gargara olarak kullanımında; soğuk algınlığından kaynaklanan aşırı balgama, boğaz ağrısına, ağız aftlarının iyileşmesine yardımcı olur. Merhem olarak kullanımında; çatlayan dudakların, sivilcelerin, kesiklerin, yaraların ve acil müdahale yapılırsa yanıkların iyileşmesine 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 ifadeler olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, [www.tevhidseda.com.tr](http://www.tevhidseda.com.tr) adresli internet sitesinde “Naturalive Diş Macunu 140 Gr” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Türkiye’nin ilk ve tek doğal diş macunu! Ağızdaki bakterileri doğal olarak yok ettiğinden diş çürümelerini ve ağız kokularını önler. Misvak ve karbonat ile dişleri çizmeden beyazlatır. Uluslararası Diş Araştırmaları Derneği (IADR)’nin yaptığı araştırmalara göre propolis ve misvak; ağız ve diş sağlığının korunmasında etkin rol oynamaktadır. Naturalive Diş Macunu: Sls, Paraben, Formaldehit, Triclosan, Florür, Boya, Suni Tatlandırıcı İçermez!”* ifadelerinin ve “Dr. Rodzi Diş Macunu (90 Gr – Diş Hekimi Formülü)” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Malezya’dan helal sertifikalı olan Dr. Rodzi (…) içeriğindeki nane ve karanfil özleri ile ağız kokusunu, plak ve tartarı önler. Kullanım talimatı: Diş macunu olarak düzenli kullanımında; dişleri temizlemeye, ağız kokusunu gidermeye (…) yardımcı olur. İçinde hiçbir zararlı kimyasal yoktur. Siz ve aileniz için komple bakım uzmanıdır”* ifadelerinin ispatlanmamış olduğu,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda kullanılan *“antibakteriyel özellikleri(…)”* ve *“bakterileri doğal olarak yok ettiğinden(…)”* gibi ifadeler ile tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, ancak biyosidal ürünlerin piyasaya arzı ve reklamının yapılabilmesi için Sağlık Bakanlığı’ndan alınması gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin; 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2016/587**

**Nafia Gıda Kozm. Tem. İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** tarafından [www.afiagida.com](http://www.afiagida.com) ve <http://urun.n11.com/dis-macunu/Dr-rodzi-dis-macunu-90-gr-dis-hekimi-formulu-P77608925> adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımlar ile ilgili yapılan görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2016/624**

**Şikayet Edilen: Omeb Grup Bilgisayar Bilişim Yazılım Elektronik Güvenlik Sistemleri Tekstil Turizm Doğal Gıda ve Sağlık Ürünleri Paz. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogalecza.com](http://www.dogalecza.com) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde yer alan yer alan “Guarana Sıkılaştırıcı Krem Erkekler İçin” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Guarana Krem İçeriği: L.CARNITINE: Bir bioteknolojik ürün olup incelmeye ve sıkılaşmaya yardımcı olur. (…) METHYL NOCOTINATE: Kısa sürede incelme etkisini sağlamaya yardımcı olur (…)“Guarana Krem İçeriği: APSICUM OLEORESİN: Urfa ve Antep (Cayenne) yöresinin acı biberinin özleri cildin üst katmanının ısınmasına yardımcı olur. COSMOPERİN: Karabiber özütü olup, cildin üst katmanının ısıtarak kremin daha hızlı ve daha derine etki etmesine yardımcı olur. BUĞDAY ÖZÜ YAĞI: Cildin kırışmasını önler, elastikiyetini güçlendirmeye yardımcı olur. SOJA GLYCINE, HIDROJENE LECITHIN, SILICA, SODYUM SALICYLATE: Cildin beslenmesini ve elastikiyetinin artmasına yardımcı olur. COLEUS FORKSKOHLI: (…)Cildin sıkılaşmasını ve daha gergin olmasına yardımcı olur.”*  ifadelerine ve sitenin “Ürün İçin Yazılmış Yorumlar” başlıklı kısmında *“göbeği hızlıca eritiyor ancak düzenli kullanmak lazım birazda yakıyor ama sonra geçiyor (…) ben dogalecza.com`dan değilde bir eczaneden almıştım etkisini görmüştüm geçen sene. Göbeğim biraz çıktı. Şimdi buradan sipariş vericem (…) Ben denedim bunu göbeğimi tamamen yok eder diye bekledim ama sadece yarısına kadar azalttı demek ki bir kutu daha kullanmak gerekiyor (…) Mehmet hocamız televizyona çıktığında görmüştüm ama ürünün adını unutmuştum demek Guaranaymış siparişini vericem şimdi bende arkadaşlar (…) kesinlikle çok etkili bir ürün mutlaka deneyin. İlk sürdüğümde göbek bölgemde 4-5 cm basende 3 cm incelme oldu. 2. günde göbek ve basende 1er cm baldırlarda da 3 cm incelme oldu. Güzelce masaj yaparak uygulayın gün içinde de 8 bardak su tüketin mutlaka etkisini göreceksiniz. İşin yanma kısmına gelirsek de öyle abartılı bi yanma yok maximum 20 dk sürüyo. Güneşte yanmış gibi hafif bi acı hissi ve kızarıklık o kadar. sabah uyandığınızda da kızarıktan eser yok”* ifadelerine ve *“Dermoday Salyangoz Düzenleyici Tonik 200ml”* başlığı altında; *“Cildin onarılmasına, kan dolaşımının hızlanmasına, cildin beslenmesine ve cildin yatışıp bakterilere karşı direnç göstermesine yardımcı olur.”, “De Nature Hair Building Fiber - Saç Tozu ve Sprey Seti Son Teknoloji”* başlığı altında; *“Keratin lifleri minik tüylere statik elektrik etkisiyle bir mıknatıs gibi tutunur. De Nature Saçı Dolgun Gösteren Toz doğal keratin proteininden yapılmış, saçınıza "saç" ekleyen doğal liflerden oluşur”, “Keramine H Saç Dökülmesine Karşı Serum”* başlığı altında; *“Kapilarine, saçın doğal büyüme ve gelişme ortamını düzenleyerek, yağ salgılarını dengeleyerek ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımı sirkülasyonunu uyararak etkisini göstermektedir. Nettle ekstresi saçdaki minarel kaybını gidermeye ve arındırmaya, Red Pepper extresi ise güçlendirmeye ve kafa derisinde ki kılcal damarlarda kan dolaşımını uyarmaya yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.dogalecza.com](http://www.saglikbakimreyonu.com) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde yer alan “Guarana Sıkılaştırıcı Krem Erkekler İçin” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Guarana Krem İçeriği: L.CARNITINE: Bir bioteknolojik ürün olup incelmeye ve sıkılaşmaya yardımcı olur. (…) METHYL NOCOTINATE: Kısa sürede incelme etkisini sağlamaya yardımcı olur”*  ifadelerine ve sitenin “Ürün İçin Yazılmış Yorumlar” başlıklı kısmında *“göbeği hızlıca eritiyor ancak düzenli kullanmak lazım birazda yakıyor ama sonra geçiyor (…) ben dogalecza.com`dan değilde bir eczaneden almıştım etkisini görmüştüm geçen sene. Göbeğim biraz çıktı şimdi buradan sipariş vericem (…) ben denedim bunu göbeğimi tamamen yok eder diye bekledim ama sadece yarısına kadar azalttı demek ki bir kutu daha kullanmak gerekiyor (…) mehmet hocamız televizyona çıktığında görmüştüm ama ürünün adını unutmuştum demek guaranaymış siparişini vericem şimdi bende arkadaşlar (…) kesinlikle çok etkili bir ürün mutlaka deneyin. İlk sürdüğümde göbek bölgemde 4-5 cm basende 3 cm incelme oldu. 2. günde göbek ve basende 1er cm baldırlarda da 3 cm incelme oldu. Güzelce masaj yaparak uygulayın gün içinde de 8 bardak su tüketin mutlaka etkisini görceksiniz. İşin yanma kısmına gelirsek de öyle abartılı bi yanma yok maximum 20 dk sürüyo. Güneşte yanmış gibi hafif bi acı hissi ve kızarıklık o kadar. Sabah uyandığınızda da kızarıktan eser yok”* 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,

Diğer taraftan, [www.dogalecza.com](http://www.dogalecza.com) adresli internet sitesinde “Guarana Sıkılaştırıcı Krem Erkekler İçin” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Guarana Krem İçeriği: APSICUM OLEORESİN: Urfa ve Antep (Cayenne) yöresinin acı biberinin özleri cildin üst katmanının ısınmasına yardımcı olur. COSMOPERİN: Karabiber özütü olup, cildin üst katmanının ısıtarak kremin daha hızlı ve daha derine etki etmesine yardımcı olur. BUĞDAY ÖZÜ YAĞI: Cildin kırışmasını önler, elastikiyetini güçlendirmeye yardımcı olur. SOJA GLYCINE, HIDROJENE LECITHIN, SILICA, SODYUM SALICYLATE: Cildin beslenmesini ve elastikiyetinin artmasına yardımcı olur. COLEUS FORKSKOHLI: (…) Cildin sıkılaşmasını ve daha gergin olmasına yardımcı olur.”* ifadelerinin ispatlanmamış olduğu,

Diğer taraftan, [www.dogalecza.com](http://www.dogalecza.com) adresli internet sitesinde “Dermoday Salyangoz Düzenleyici Tonik 200ml”başlığı altında; *“Cildin onarılmasına, kan dolaşımının hızlanmasına, cildin beslenmesine ve cildin yatışıp bakterilere karşı direnç göstermesine yardımcı olur.”,* “De Nature Hair Building Fiber - Saç Tozu ve Sprey Seti Son Teknoloji”başlığı altında; *“Keratin lifleri minik tüylere statik elektrik etkisiyle bir mıknatıs gibi tutunur. De Nature Saçı Dolgun Gösteren Toz doğal keratin proteininden yapılmış, saçınıza "saç" ekleyen doğal liflerden oluşur”,* “Keramine H Saç Dökülmesine Karşı Serum” başlığı altında; *“Kapilarine, saçın doğal büyüme ve gelişme ortamını düzenleyerek, yağ salgılarını dengeleyerek ve kafa derisindeki kılcal damarlarda kan dolaşımı sirkülasyonunu uyararak etkisini göstermektedir. Nettle ekstresi saçdaki minarel kaybını gidermeye ve arındırmaya, Red Pepper extresi ise güçlendirmeye ve kafa derisinde ki kılcal damarlarda kan dolaşımını uyarmaya yardımcı olur.”* şeklinde ve firmaya ait internet sitesinde yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Omeb Grup Bilgisayar Bilişim Yazılım Elektronik Güvenlik Sistemleri Tekstil Turizm Doğal Gıda ve Sağlık Ürünleri Paz. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 60.353.-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para cezaları cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2016/761**

**Şikayet Edilen: Ella Farma İlaç Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait[www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) ve [www.eczavrupa.com](http://www.eczavrupa.com) adresli internet sitelerinin 13.02.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) ve [www.eczavrupa.com](http://www.eczavrupa.com) adresli internet sitelerinin 13.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Escus Jel 75 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Damarlı görüntü artık sizi üzmesin! Yüzeysel kılcal damar genişlemesi. Huzursuz ve ağrıyan bacaklar. Ödem. T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*  ifadelerine, [www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) adresli internet sitesinde “Viaxi Tightening Gel 50 Ml”başlığı altında; *“Viaxi Tightening Gel; Kadınlarda özellikle doğum sonrası sarkmalar, hormonsal değişiklikler ve yaşa bağlı yaşlanma gibi durumlarda oluşan deformasyon sorunlarına yardımcı olmak için üretilmiştir. Vajina duvarının elastikliğini artırmaya ve sıkışmasına yardımcı olur”* ifadelerine, “Coresatin Barrier P Cream / Krem 200 Ml”başlığı altında; *“Stratum korneum ile uyumlu lipitlerin dengeli bileşimi deri bariyerini tamir eder. Deri üzerinde oluşturduğu koruyucu kalkan ile çevresel etmenlerin tümüne karşı deriyi korur”* ifadelerine, [www.eczavrupa.com](http://www.eczavrupa.com) adresli internet sitesinde“Armoni Proloonging Delay Krem”başlığı altında; *“Proloonging Delay Krem (Geciktirici Krem) erken boşalma sorunu yaşayan erkekler için Doc Johnson’ın laboratuarlarında geliştirilmiş özel bir geciktirici üründür. Proloonging Delay Krem, ereksiyon halinde aşırı derece hassas olan penisin duyarlılığını azaltarak erken boşalmanın gecikmesine yardımcı olur. Zevkli ve uzun süren cinsel birliktelik çiftlerin daha fazla mutlu olmasını sağlar”* ifadelerine ve söz konusu internet sitelerinde yer alan *“Viaxi Gecikitirici Sprey Long Time Spray 50 Ml”, “Lierac Diopticreme Eye Contour 10 Ml”, “Jellia Geciktirici Sprey”, “Proloonging Delay Spray”, “Synchroline Synchroelast Body Cream 200 Ml”* isimli ürünler ile daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) ve [www.eczavrupa.com](http://www.eczavrupa.com) adresli internet sitelerinin 13.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Escus Jel 75 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Damarlı görüntü artık sizi üzmesin! Yüzeysel kılcal damar genişlemesi. Huzursuz ve ağrıyan bacaklar. Ödem. T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”*  ifadelerine, [www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) adresli internet sitesinde “Viaxi Tightening Gel 50 Ml”başlığı altında; *“Viaxi Tightening Gel; Kadınlarda özellikle doğum sonrası sarkmalar, hormonsal değişiklikler ve yaşa bağlı yaşlanma gibi durumlarda oluşan deformasyon sorunlarına yardımcı olmak için üretilmiştir. Vajina duvarının elastikliğini artırmaya ve sıkışmasına yardımcı olur”* ifadelerine, “Coresatin Barrier P Cream / Krem 200 Ml”başlığı altında; *“Stratum korneum ile uyumlu lipitlerin dengeli bileşimi deri bariyerini tamir eder. Deri üzerinde oluşturduğu koruyucu kalkan ile çevresel etmenlerin tümüne karşı deriyi korur”* ifadelerine, [www.eczavrupa.com](http://www.eczavrupa.com) adresli internet sitesinde“Armoni Proloonging Delay Krem”başlığı altında; *“Proloonging Delay Krem (Geciktirici Krem) erken boşalma sorunu yaşayan erkekler için Doc Johnson’ın laboratuarlarında geliştirilmiş özel bir geciktirici üründür. Proloonging Delay Krem, ereksiyon halinde aşırı derece hassas olan penisin duyarlılığını azaltarak erken boşalmanın gecikmesine yardımcı olur. Zevkli ve uzun süren cinsel birliktelik çiftlerin daha fazla mutlu olmasını 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 ifadeler olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan “Escus Jel 75 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen, kozmetik mevzuatına tabi ürünlere ilişkin olarak Sağlık Bakanlığı’na bildirimde bulunulduğu, söz konusu bildirim sisteminin onay gibi gösterilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu olan ruhsat, izin belgesi ve benzeri yasal prosedürler bir mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı yaratmak maksadıyla reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne aykırı olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitelerinde yer alan *“Viaxi Gecikitirici Sprey Long Time Spray 50 Ml”, “Lierac Diopticreme Eye Contour 10 Ml”, “Jellia Geciktirici Sprey”, “Proloonging Delay Spray”, “Synchroline Synchroelast Body Cream 200 Ml”* isimli ürünler ile daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ella Farma İlaç Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 60.353.-TL. (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para cezaları cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**11)**

**Dosya No: 2016/1477**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Gürkan KAYABAŞOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://gurkankayabasoglu.com/> adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde; *“Gürkan KAYABAŞOĞLU’nu tercih etmeniz için birçok neden var”* başlığı altında; *“Ameliyat kararı kendinize dair bir iç yolculuktur, bu yolculuğa Gürkan KAYABAŞOĞLU ile başlamanız için geçerli nedenleriniz var… 1.Gürkan KAYABAŞOĞLU, hekimliğin bir sanat olduğunu düşünmektedir. Hastalarıyla kurduğu iletişimiyle, ameliyat öncesi ve sonrasındaki tüm soru ve sorunlarıyla ilgilenmesiyle, ameliyatlar sonrasında hedeflediği doğal sonuçlarıyla tüm çalışanlarını bir sanatçı yaklaşımıyla, kişiye özel planlamayla çalışmaktadır. 2. Gürkan KAYABAŞOĞLU, almış olduğu tüm eğitimini ve bilimsel çalışmalarını insan vücudunun sadece bir bölgesine yani Yüz’e yoğunlaştırmıştır. Sadece yüz bölgesinin ameliyatlarını yapmaktadır. Bu nedenle de Sağlık Bakanlığı tarafından kendisine “yüz cerrahisi” uzmanlık diploması verilmiştir. 3.Ameliyat tecrübesi ise bambaşka bir konudur ve diğer el sanatlarında olduğu gibi cerrahi sanatında da önemlidir. Gürkan KAYABAŞOĞLU cerrahi eğitimini dünyanın en önde gelen kliniklerinde, yaşadığı dönemin otoriteleri olarak kabul edilen yabancı ve Türk hocalardan almıştır…”,* “Burun estetiği” başlığı altında; “*Hekimlik sanatı, mutluluk veren estetik… Sağlıklı, nefes alan güzel burunlar için, bir burun cerrahıyla görüşün*”, “Dudak estetiği” başlığı altında; *“Dudak estetiğinde 3. boyut, dolgun, doğal dudaklar için mutluluk veren estetik dokunuşlar…”,* “Kulak estetiği” başlığı altında; *“Saçlarınıza özgürlük gelsin. Mutluluk veren kulak estetiği”,* “Çene estetiği” başlığı altında; “*Yüz güzelliğimizin gizli şefi; çene, mutluluk veren çene estetiği*.”, “Göz estetiği” başlığı altında; *“Bırakın gözleriniz konuşsun. Mutluluk veren göz estetiği”,* “Kaş kaldırma” başlığı altında; *“Kaşlarınız yer çekimine meydan okusun, mutluluk veren kaş kaldırma”* gibi ifadelere,

[www.instagram.com/gurkankayabasoglu](http://www.instagram.com/gurkankayabasoglu) adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde hastalara ait tedavi sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer verilen 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, tüm bu durumların,

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2016/1560**

**Şikayet Edilen: Dr. Ufuk TOSUN (İstanbul İmplant Centre)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://istanbulimplantcentre.com/> ve <http://www.implantdental.gen.tr/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2017, 06.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://istanbulimplantcentre.com/> adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde; anasayfada; *“Rahat bir gülümseme, estetik bir görünüm, sağlıklı bir yaşam için alman implant şimdi çok uygun fiyata… Alman implant 1250TL, Güney Kore İmplant 1000TL, Zirkonyum Kaplama 400TL. En uygun Alman İmplant…”* gibi ifadelere, tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine yer verildiği,

<http://www.implantdental.gen.tr/> adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde; *“…Poliklinik olarak biz fiyat konusunda daha mütevazi bir fiyat politikası belirledik. Alanında uzman kadromuza yeterli fiziksel koşullarımıza ve yüzlerce vaka deneyimimize rağmen kıymetli hastalarımızın kendilerini daha iyi hissetmeleri için implant fiyatları konusunda biraz daha ulaşılabilir fiyatlarla çalışmayı başardık.”,* gibi ifadelere, **“İmplant fiyatları”** başlığı altında, Yorumlar bölümünde; *“…Merhaba Murathan Bey, Biz Alman malı Nonoplant HÖCHST implantlarını kulllanıyoruz. İmplant fiyatları, tanesi 1250 Tl. dan yapıyoruz. Üzerine takılacak dişleri de zirkonyum olanları tanesi 400 Tl. dan, porselen olanları tanesi 350 Tl.dan yapıyoruz. Ancak porselen dişlerde kullanılan metal uzun dönemde dişetlerinde probleme sebebiyet verdiğinden dolayı zirkonyum olanı tavsiye ediyoruz. Toplamdaki fiyatı da kaç adet implant ve diş takılacağına göre fiyat değişebilecektir. Bizim implant fiyatlarımız oldukça makul. Sebebi de kendimiz ithal ediyor olmamız…”* gibi ifadelere ve çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine yer verildiği, **“Kliniğimiz”** başlığı altında; *“Tam donanımlı kliniğimizde Uzman kadromuz ile Sizlerin hizmetinizdeyiz. Kliniğimizde her türlü diş problemleriniz kolaylıkla teşhis edilebilmektedir. Diş Kliniği olarak öncelikli hedefimiz kliniğimizden ayrılan her hastamızın memnun kalması ve bizi tüm eş-dost çevrelerine tavsiye etmeleridir. Bu amacı gerçekleştirmek için biz beraberce özverili bir şekilde çalışmaktayız…”* gibi ifadelere, **“Görüşleriniz”** başlığı altında; “*Biz Bakü’den geldik. Bu ikinci gelişimiz, ilk gelişimizde 3 tane implant yaptırdık, şimdi de üstlerinin porselenlerini yaptırmak üzere tekrar geldik. Sayın Dr. Ufuk Tosun ve asistanına minnettarız. Biz Bakü den geldiğimize göre buradan ve hizmetlerinden çok memnun kaldık herkese tavsiye ederiz… Değerli hocam 4 tane implant yaptırdım malum çok kısa surede yaptınız ama inanın şu an Yunanistan’ın Volos şehrinden yazıyorum hiçbir sıkıntım ağrım sızım yok. Ellerinize sağlık kısmetse yazın kaplamaları da takarız. Tekrar teşekkür ediyorum seni herkese tavsiye ediyorum, kolay gelsin… Bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine Ufuk Bey’le tanıştım ve tedavilerime başladık. Ön dişlerimde iki adet kaybım vardı. Arka dişlerimde de problem yaşıyordum. Doktorum 6 Adet implant çaktı ve üzerine zirkon kaplama köprü yaptı. İmplantlarım çok başarılı oldu. Bu güne kadar yaptırdığım kaplamalarımda bu kadar rahat edememiştim. Estetik olarak da çok beğendiğim dişlerimi severek kullanıyorum. Tabii ki ben de bütün arkadaşlarıma Ufuk Bey’i tavsiye ediyorum. Doktoruma çok teşekkür ederim… Merhabalar sayın ufuk beyin göstermiş olduğu ilgi ve alakaya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum kendisi bu konuda uzmanlaşmış bir insan bence çünkü tedavi sırasında kesinlikle rahatsız edici hiç bir sorunla karşılaşmadım kendisinden son derece menunum başarılarının devamını diler tüm bu konuda rahatsızlığı olan ınsanlara tavsiye ederim her türlü diş sorunlarınız için tavsiyemdir. Teşekkürler…”* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://istanbulimplantcentre.com/> adresli internet sitesinin 31.01.2017 tarihli görünümünde tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine, <http://www.implantdental.gen.tr/> adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde anılan şahsı övücü nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği, söz konusu internet sitelerinde yer verilen ifade ve görüntüler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan adı geçen şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Dr. Ufuk TOSUN (İstanbul İmplant Centre)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2016/1565**

**Şikayet Edilen: Dr. Dt. Mustafa AYAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://drmustafaayan.com/> adresli internet sitesinin 16.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada ve resim galerisi bölümünde, toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık ve tedavi görüntülerine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

[www.instagram.com/dentistalanya](http://www.instagram.com/dentistalanya) adresli internet sitesinin 16.02.2017 tarihli görünümünde; *“Dental implant 500 TL kampanya…”* şeklinde tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine ve toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://drmustafaayan.com/> adresli internet sitesinin 16.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada ve resim galerisi bölümünde, toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık ve tedavi görüntülerine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com/dentistalanya](http://www.instagram.com/dentistalanya) adresli internet sitesinin 16.02.2017 tarihli görünümünde; *“Dental implant 500 TL kampanya…”* şeklinde tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine ve toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık görüntülerine yer verildiği,

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

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Dr. Dt. Mustafa AYAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2016/2313**

**Şikayet Edilen: Alper Özel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akdeniz Estetik Diş Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Suntimes Dergisinin Ağustos 2016 tarihli sayısında yayınlanan “Sağlıklı Dişler, Mutlu Gülüşler” ibareli reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımlarda; *“Sağlıklı Dişler Mutlu Gülüşler. Ağız ve diş sağlığı problemi olanlar gülerken ve konuşurken çekinirler, ağızlarını kapatma gereksinimi duyarlar, kendilerine olan güvenleri azalır, kendilerini ifade etmede sıkıntı yaşayabilirler, insanların bu tür diş sorunlarını gidermek onlara dişlerinin ve gülüşlerinin güvende olduğunu hissettirmek diş kliniklerinin en önemli görevidir. Onları gülümseterek, gülümsemekten korkmadan inci gibi görünen dişlerle uğurlamak tüm diş hekimlerinin tartışmasız sorumluluğundadır. İşte bu sorumluluğun farkında olan Dr. Bülent Alper yönetiminde Adana başta olmak üzere Mersin, İstanbul Maltepe ve son olarak da Bakırköy’de açılan Akdeniz Estetik Dental Diş Merkezleri “Gülümseyişiniz ve dişleriniz Akdeniz diş klinikleriyle güvende” sloganıyla hizmetlerine tüm hızıyla devam etmektedir. Özellikle yurt dışından gelen zaman problemi yaşayan misafir hastalar düşünerek havaalanlarına yakın kurulan Akdeniz Estetik Diş Klinikleri Bakırköy şubesini, Atatürk havaalanına yakın, Maltepe şubesini ise Sabiha Gökçen havaalanına yakın konumlandırmıştır. Yurt dışından gelen misafir hastalara yönelik ağrısız tedavi yöntemleriyle diş sorunlarına çözümler üreten alanında uzman ekibiyle onları kısa zamanda memnun ederek evlerine gülümseterek uğurlamaktadır… Hastaların memnuniyeti ve rahatlığı için servis hizmeti de veren Akdeniz Diş Kliniklerinde ağız ve diş sağlığına dair birçok tedavi yapılmakta, başta implant tedavisi, (önceden implant yapılamayan hastalara gelişen bilgisayarlı teknoloji metoduyla implant yapımı artık mümkün) diş beyazlatma, kanal tedavisi, gülüş tasarımı, porselen vener, zirkonyum gibi uygulamaları gerçekleştirilmekte. Ayrıca, Akdeniz Estetik Diş Kliniklerinde hasta danışmanları tedavinin başlangıcından sonuna kadar hastalara eşlik etmekte. 7/24 hizmet veren çağrı merkezi ise hastaları her konuda tedavi sürecine dair bilgilendirmekte…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadeler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan kuruluşa yönlendirme yapıldığı, kuruluşun 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 Kanun’un 40 ıncı maddesi,

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

- 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-b, 7/5-c, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alper Özel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akdeniz Estetik Diş Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/3488**

**Dr. Özlem BİÇER** tarafından [www.ozlembicer.com](http://www.ozlembicer.com) ve [www.facebook.com/drozlembicer](http://www.facebook.com/drozlembicer) adresli internet sitelerinde tıbbi işlemlere ilişkin yapılan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2017/3**

**Şikayet Edilen:** **Ada Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel Ada Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2017, 01.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin, 05.01.2017 tarihinde “Google” arama sayfasında “Reklam” ibaresiyle *“Ağız ve diş hastalıklarında uzman hekimlerimiz sizlere yardımcı oluyor.*” ifadesiyle ilk sıralarda yer alacak şekilde tanıtımının yapıldığı,

Anılan internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; “Hakkımızda” başlığı altında; *“(...)Muayene teşhis koyma hizmetimiz tamamen ücretsizdir.(...)”*, “Diş Estetiği Gülüş Tasarımı” başlığı altında; *“Porselen laminat veneerler kötü görünen ön dişleri düzeltmenin hızlı, estetik ve güvenli bir yoludur.(...)Farklı dokudaki maddeleri başarılı bir şekilde birleştirilmesini sağlayan (...) parlak dişlerin yarı şeffaflığı mükemmel şekilde taklit edilebilir hale gelmiştir.(...)Dişlerinizin rengini, şeklini ya da boyunu değiştirmek istiyorsanız porselen laminat veneerler mükemmel bir çözümdür.(...)Porselen laminat veneerler diş estetiğinde diğer yapıştırma tekniklerine oranla pek çok avantaja sahiptirler. Bunların ilki ve en önemlisi (...) oluşacak herhangi bir leke porselene nüfuz etmez ve kolayca çıkarılabilir.(...) laminatlar kişinin gülümsemesini güzelleştirmenin güçlü hatta en etkili yoludur.(...)Laminat venerlerin en popüler olanı kompozit alternatifine göre daha güçlü ve dayanıklı bir seçenek olan porselen laminat venerdir.(...)Böylece mükemmel gülümseme sizin olur.(...)”*, “İmplant Hakkında Her Şey” başlığı altında;*“(....)Geleneksel kaplama, köprü ve damak protezlerine göre çok daha güvenli, fonksiyonel alternatif tedavi şeklidir.(...) doğal dişlerinin yerine aynı konforu sağlayan yeni yapay dişlere sahip olabilmekte ve yaşam konforlarını yeniden kazanabilmektedirler (...) diş kökünün görevini yapması için geliştirilmiş çene kemiğine son derece uyumlu yapay diş köküdür.(...)”*, “Ortodonti ve Tel Tedavisi” başlığı altında; *“(...)Ortodontistin en büyük kabiliyeti hastaya uygun tedavi planlaması yapabilmesidir.(...)”* gibi ifadeler ile, “Dişlerim estetik olarak hoşuma gitmiyor, Ortodonti ve tel tedavisi” başlıkları altında, tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alınmıştır. Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinin “Google” arama sayfasında kullandığı ifadeler ile internet sitesi içeriğinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**17)**

**Dosya No: 2017/392**

**Şikayet Edilen:** **Akif MEHMETOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://akifmehmetoglu.com/> adresli internet sitesinde yer alan Aqualift isimli ürünün tanıtımları ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://akifmehmetoglu.com/> adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Göz kapağı ameliyatı oldum. Sonuç mükemmel. Dr. Akif Bey’in ellerine sağlık, işini çok iyi biliyor. Estetik işlemlerim için Estebel Sağlık Merkezi’ni seçme sebebim. Uzm. Dr. Akif Mehmetoğlu teşekkürler!... Dudak dolgusu yaptırdım. Uzm. Dr. Akif Mehmetoğlu’ndan çok memnunum. Oldukça başarılı bir doktor. Gereksiz bir şeyi de yapmayalım diyecek kadar iyi ve samimi. Çok teşekkürler… Eşimin kolunda dövmeler vardı. Kimse tek seansta o dövmeleri sildirdiğimize inanmıyor. Gerçekten mükemmel doktor.”* gibi ifadeler ile tedavi edildiği iddia edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, uygulanan yönteme ve şahsa yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği, “Gıdı Estetiği” başlığı altında; *“Lazer Lipoliz işlemi klasik yağ alma operasyonlarına göre daha fazla yağ kaybı, sıkılaşma oranının yüksekliği ve iyileşme süresinin kısa olması gibi avantajları ile dikkat çekiyor.(…) Gıdı lazer lipoliz; kişiyi 15 yaş daha genç gösterir ve uzun yıllar da kalıcılığını korur.(…)Kol bölgesindeki yağ depolanmaları ve sarkma Lazer Lipoliz ile çok başarılı bir şekilde tedavi edilebilmektedir.(…) Sonuçta doku kalitesi artmış ve vücut sıkılaşmış oluyor.(…) Operasyon sonrası ilk gece ağrı minimal düzeydedir.(...)Ertesi sabah hastalar yürüyerek evlerine gidebilirler. Klasik liposuction işlemine göre çok daha az morluk görülür, bu görünüm 10 gün içerisinde ortadan kalkar. Hastalar birkaç gün istirahat ettikten sonra normal yaşamlarına dönerler.”,* “Lazer Lipolizle Kol İnceltme” başlığı altında; *“Lazer Lipoliz işlemi klasik yağ alma operasyonlarına göre daha fazla yağ kaybı, sıkılaşma oranının yüksekliği ve iyileşme süresinin kısa olması gibi avantajları ile dikkat çekiyor.(…)depolanmaları ve sarkma Lazer Lipoliz ile çok başarılı bir şekilde tedavi edilebilmektedir. (…)Gıdı estetiği işlemi; hastayı korkutacak, kaygılandıracak bir ameliyat değildir.(…) Sonuçta doku kalitesi artmış ve vücut sıkılaşmış oluyor.(…) Operasyon sonrası ilk gece ağrı minimal düzeydedir.(...)Ertesi sabah hastalar yürüyerek evlerine gidebilirler. Klasik liposuction işlemine göre çok daha az morluk görülür, bu görünüm 10 gün içerisinde ortadan kalkar. Hastalar birkaç gün istirahat ettikten sonra normal yaşamlarına dönerler.(…)”,* “Ameliyatsız Meme Büyütme” başlığı altında; *“Dolguyla göğüs büyütme, yani Aquafilling uygulaması tıpta başarılan gerçek bir devrimdir. Bu uygulama implantlarla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling meme dokularının daha çekici ve doğal görünmesi için (...) sonuçta ortaya büyük ve dik memeler çıkar. Meme hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir. Aquafilling yaptıranlar zaten bilir de, bir de bilmeyenler için Aquafilling ile göyüs büyütmenin avantajları hakkında yazalım: Memeye enjekte edilen bu dolgunun %98-i sudan oluştuğu için, meme dokularının doğallığını ve yumuşaklığını sağlarken, duyu hassasiyetini de tamamen korur. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Tamamen doğal içerikli bir dolgu maddesi olduğundan vücut tarafından reddedilmez ve işlem sonrası herhangi yan etki görülmez. Cerrahi bir işlem olmadığı için meme travmaya maruz kalmaz. Hastalar işlemden kısa süre sonra günlük yaşantılarına dönebilir. Hemen ertesi gün yeni memelerle işe çıkabilir veya seyahat edebilir. Uygulama sonrası silikon ameliyatında olduğu gibi memede herhangi iz kalmaz. (...) Aquafilling uygulaması tamamen ağrısız bir uygulamadır.(...)Aquafilling ile meme büyütme uygulaması oldukça kısa sürer. 30-40 dakika içerisinde yeni memelere kavuşmak mümkün. Bu uygulamanın bir güzelliği de şudur ki, işlem sonucunda size sürpriz olan, arzulamadığınız bir meme şekli ortaya çıkmaz. Uygulama esnasında, zaman-zaman aynada memelerinize bakarak fikirlerinizi söyleyebiliyorsunuz. Memeleri küçük olanlarda Aquafilling uygulaması harika sonuçlar doğurmaktadır. Bu hastalarda uygulama sonucunda hem ameliyatsız meme büyütme, hem de ameliyatsız göğüs dikleştirme sağlanmış olur.(…) yüksek güvenlikli, uzun süreli bir etki sağlar.(...)dokularda uzun süreli esneklik ve hacim artışı sağlar. Mutlaka Okumanız Gereken Araştırma: Çoğu insanımızda bir önyargı vardır. Ameliyatsız göğüs büyütme mi olur diye. Ama yukarıdaki yazıyı okuduktan sonra eminiz ki, bu uygulamayı yaptırmaya karar vermeseniz bile en asından şu soruyu kendinize soruyorsunuzdur: Silikon taktırmak mı iyi yoksa bu yöntemle meme büyütmek mi?(…) Sekiz yıllık takip döneminde %95 hastada hiçbir komplikasyon görülmedi.(…) Araştırmalar zamanı, kalıcılık konusunda da oldukça olumlu sonuçlar gözlenmiştir. Tüm hastalar beşinci yıldan sekizinci yıla kadar estetik etkiden memnuniyetlerini sürdürdüler. Bazı olgularda, beş yıllık dönemin ardından Aquafillingmeme büyütme işlemi üzerinde ilave işlemler yapıldı. Şöyle soru geliyor bazen. Aquafillingin zararları yok mu? Bu soruya da tarafsız bir araştırma sonucu ile cevap verelim. Yine 2004 senesinde farklı hastalara farklı yöntemlerle göğüs estetiği yapıldı. Üç sene sonra şu sonuçlara varıldı. Silikon ameliyatı sonrası hastaların %30-u yeniden ameliyat isterken, Aquafilling hastalarının hiçbiri bu istekte bulunmadı. Silikonlu hastaların %15-i memede ağrılardan şikâyet ederken, Aquafilling hastalarının sadece %1-i şikâyet etti. Asimetri, implantın buruşması, meme ucu hissinin kaybı gibi şikâyetler de sadece silikon memeleri ameliyatına has şikâyetlerdir. Aquafilling Dolgu Fiyatları: Yazıyı okuduktan sonra, umarım ‘Küçük göğüsler nasıl büyür?’ diye soran takipçilerimiz Aquafilling ile meme dolgusunun onlar için ideal bir yöntem olduğuna ikna olmuşlardır. Şimdi gelelim Aquafilling fiyatlarına.(…)”,* “Ameliyatsız Popo Estetiği” başlığı altında, *“(…)Artık modern çağda, popo büyütmek için günlerce hastanede yatmaya gerek yok. 30-40 dakikalık bir yöntemle yeni dolgun popolara kavuşmak mümkündür. Hızlı, Güvenli ve Doğal: Aquafilling. Aquafilling hidrofilik jeli estetik tıpta başarılan gerçek bir ilerlemedir. Yumuşak doku dolgularıyla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling kadınların kalçalarının daha çekici ve doğal görünmesi için minimal invazif teknik sağlayan bir hidrofilik jeldir. Aquafilling uygulamasının klinik sonuçları beklentilerin ötesindedir. Bu dolgu maddesi popolara enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik popolar çıkar. Popo hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir.(…) Aquafilling, insan dokularıyla tam uyumludur. Bileşiminin % 98’i sudur. Yavaş şekilde yıkılır ve yüksek güvenlikli, uzun süreli bir etki sağlar.(…) ve diğer yöntemlere göre avantajlarının neler olduğu anlatılır.(…) Sonuçta ortaya estetik ve çekici popo elde edilir.(…) Aquafilling İle Ameliyatsız Popo Büyütme Avantajları: Hasta için travma oluşturmayan ve cerrahi olmayan bir işlemdir. Aquafilling dolgusu insan dokularıyla yüksek uyuma sahip bir biyolojik maddedir; bileşiminin %98’inin sudan oluşması sayesinde insan vücudunun doğal görünümünü verir. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Uygulama sonrası silikon popo ameliyatında olduğu gibi popoda herhangi iz kalmaz.(...)İşlem 30-40 dakika gibi kısa sürede tamamlanır. Uygulamadan kısa süre sonra hasta sosyal yaşantısına ve iş yaşamına dönebilir. Yumuşak dokularla doğal kıvamda olması, popoların doğal görünümünü sağlar; aynı zamanda duyu hassasiyeti de tamamen korunmuş olur. Aquafilling Kalça Büyütme fiyatları ve diğer yöntemlerle karşılaştırılması: Kalça büyütme ameliyatı fiyatlarını araştıranlar bilir. Bu ameliyatlar masraflı olur. Ama diğer kalça büyütme estetiği yöntemleri ile karşılaştırma yaparsak Aquafilling yöntemi daha hesaplıdır. Diğer popo büyütme ameliyatı yöntemlerinin tek dezavantajı fiyatlar değildir. Örneğin yağ enjeksiyonu ile popo büyütme yaptıranların en çok şikâyet ettikleri konu yağın çok kısa bir sürede erimesidir. Yağ transferi ile kalça büyütme zamanı popoya enjekte edilen yağların yüzde 70-e kadarının çok kısa sürede eridiği gözlemlenmektedir. Ama Aquafilling kalça estetiği ile büyütülen popo dolgunluğunu en az 5 sene korumaktadır. Bazı hastalarda bu 8 seneye kadar çıkmaktadır. Veya silikon popo ameliyatı. Bu yöntemle kalça estetiği yaptıranların en büyük şikâyeti yapay durması, vücutta fazladan bir yükmüş gibi his oluşturması, zamanla buruşması-yapışması ve uzman ellerde yapılmamasından kaynaklı olarak içeride hareket etmesi yönündedir. Oysa Aquafilling yaptıranlar bilir, bu yöntemle kalça estetiği yaptırdığımızda enjekte edilen edilen dolgu yumuşak dokuların kıvamında olduğu için tamamen doğal görünür ve vücuttan bir parça gibi izlenim oluşturur. Aynı zamanda, duyu kaybı da yaşanmaz. Aquafillingin zararları yok mu diye soranlar olabilir. Bu konuda defalarca tarafsız araştırmalar yapılmıştır. (...)Kısaca şunu ifade edelim: Tamamen doğal bir madde olan Aquafilling hidrofilik jeli vücutta hiçbir yan etki oluşturmaz.”,* “Ameliyatsız Bacak estetiği” başlığı altında; *“(…)Dolgu ile bacak şekillendirme: Ameliyatsız çarpık bacak estetiğinde en güvenilir yöntem olarak bilinmektedir. Genel anesteziye gerek kalmadan, iğne ucu kadar delikten bacaklarda ihtiyaç duyulan bölgelere enjekte edilen Aqualift (Aquafilling) dolgusunun 5-8 sene kalıcılığı vardır.(...)Ameliyatsız göğüs ve kalça büyütme uygulamalarında kendini kanıtlamış Aqualift (Aquafilling) dolgusu, çarpık bacak estetiğinde, aynı zamanda, ince bacakların dolgunlaştırılmasında etkin sonuçlar vermektedir. FDA ve CE onaylı Aqualift (Aquafilling) dolgusu aşağıdaki özellikleri ile birçok hastaların tercih sebebi olmaktadır: Tamamen doğaldır. Bileşiminin %98-i sudan oluşur. Dokuların doğallığını ve yumuşaklığını sağlarken duyu hassasiyetini de tamamen korur. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılığı 5-8 yıl arasında sürer. Vücut tarafından reddedilmez ve işlem sonrası herhangi yan etkisi olmaz. Cerrahi işlem olmadığı için bacaklar travmaya maruz kalmaz. Hastalar işlemden kısa süre sonra günlük hayatlarına dönerler. Ağrısız bir işlemdir.(…) Sağlığınızı bize emanet edebilirsiniz. Çarpık bacak estetiği sonrası kadınların özgüveni yerine gelir. Artık daha özgür bir yaşam biçimini benimserler. Siz de, benzer sorunla karşı karşıyaysanız polikliniğimize müracaat edebilir ve özgür hayata merhaba diyebilirsiniz.”,* “İple Yüz Germe” başlığı altında; *“(…)iple yüz germe; ağır ve zor olan yüz germe ameliyatlarının aksine, bireylerin yaşamını olumsuz yönde etkilememekte ve uygulamada konfor sağlamaktadır.(…) Daha canlı, güzel ve doğal bir görünüme kavuşmak amacı ile tercih edilen iple yüz asma tekniği cinsiyet farkı olmaksızın cildin doku kalitesi baz alınarak, kadın erkek tüm bireylerde kolaylıkla uygulanabilmektedir.(...)bu uygulama ile tek seansta acısız, ağrısız olarak işlem gerçekleştirilmektedir.(…)fakat yüz ve boyun bölgesine uygulandığında daha etkili sonuçlar vermektedir.(…) Hastalar; kesi, ameliyat stresi yaşamadan 15-30 dakikada güvenilir sonuçlar almaktadır.(…)”,* “PRP Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Bu sayede elastikiyetini kaybetmiş, sarkmış ve kırışmış ciltler eski durumuna geri döner. Yüz gençleştirme mezoterapisi ile birlikte yapıldığı zaman daha etkili olur.(...)Mezoterapi tabancasıyla yapılan işlemlerde ağrı daha az, işlem daha hızlı ve daha etkili oluyor.(...)morarma gibi istenmeyen etkiler en düşük düzeye indirilir.(…)”,* “Cilt Mezoterapisi” başlığı altında; *“(…)Uygun hasta ve doğru maddelerin seçilmesi ile büyük başarı elde edilebilir.(…) her noktaya eşit uygulama yapılabilir ve işlem daha hızlı olur.”,* “Cilt Gençleştirme” başlığı altında; *“(…)kombine cilt gençleştirme tedavisi Türkiye’de ilk kez polikliniğimizde uygulaya kondu.(…)Ameliyatsız cilt gençleştirme yöntemleri içerisinde en etkililerden olan Aquashine bir yüz mezoterapisi uygulamasıdır.(…) Uygulamanın sonucunda; sağlıkla ışıldayan kırışıklıklardan arınmış neme doymuş canlı ve sıkı bir cilt yapısına kavuşulur.(...)rahatlıkla uygulanabilen antiaging ürünüdür.(…)Cilt yaşlanmasını durduran ve yaşlanan cildin gençleşmesini sağlayan bu yöntem ile artık yaşlılık kavramı tarihe karışacak diyebiliriz. Doğal cilt gençleştirme yöntemleri dediğimizde ilk akla gelen uygulamalardan olan Somon DNA uygulaması(…)Derinin yenilenmesini ve gençleşmesini destekleyen iki değerli etken madde olan PRP (platetten zengin plasma) ve Hyaluronik asit bir defada, tek bir iğne aracılığıyla ve kullanıma hazır tek bir kit sayesinde cilde uygulanabiliyor. Bu da cildinizin kendi kendini yenileyerek GENÇ yani IŞILTILI ve ESNEK bir dokuya sahip olmasına olanak sağlıyor.(…) Böylece tek bir PRP kiti ile iki güçlü gençleştirme yönteminin bir arada uygulanması mümkün olabiliyor.(…) FDA ve CE onaylı olan Regenkit Cellular Matrix® cilt gençleştirmede yenilikçi yaklaşımı ve araştırmalar sonucu geliştirdiği içeriği ile PRP cilt tedavisi ve PRP yüz gençleştirme uygulamalarında lider ürünlerdendir.(…) ”,* “Lazer Liposuction” başlığı altında; *“Lazer Lipoliz (liposuction) işlemi klasik yağ alma operasyonlarına göre daha fazla yağ kaybı, sıkılaşma oranının yüksekliği ve iyileşme süresinin kısa olması gibi avantajları ile dikkat çekiyor.(…) Sonuçta doku kalitesi artmış ve vücut sıkılaşmış oluyor.(…) dolayısı ile iz sorunu yaşanmaz. Operasyon sonrası ilk gece ağrı minimal düzeydedir.(...)Ertesi sabah hastalar yürüyerek evlerine gidebilirler. Klasik liposuction işlemine göre çok daha az morluk görülür, bu görünüm 10 gün içerisinde ortadan kalkar. Hastalar birkaç gün istirahat ettikten sonra normal yaşamlarına dönerler.(…) Gıdı estetiği işlemi; hastayı korkutacak, kaygılandıracak bir ameliyat değildir.(…) Kol bölgesindeki yağ depolanmaları ve sarkma Lazer Lipoliz ile çok başarılı bir şekilde tedavi edilebilmektedir.(…)”,* “Burun Dolgusu” başlığı altında; *“(…)Klinik ortamda, ortalama 15-20 dakikada ameliyata gerek kalmadan,(…)Yurt dışında da uygulanmakta olan bu yöntem, ekonomik olmasının yanı sıra son derece hızlı ve tatmin edici sonuçlar vermektedir.(...)2-4 gün içerisinde istenilen görünüme kavuşulmaktadır. Ameliyatsız burun dolgusu işleminin önemli avantajlarından birisi de; travmalardan veya estetik burun operasyonlarından sonra ortaya çıkan deformitelerin çok çabuk bir şekilde düzeltilmesinin sağlanmasıdır. Ameliyat endişesiyle bekleyen hastalar, burun dolgusu uygulaması ile ameliyat stresinden neştersiz, kansız bir şekilde kurtarılmaktadır.(...)Bu metodun en iyi yanlarından birisi de, öncesinde deneme şansının bulunmasıdır. Beğenilmediği takdirde bu dolgu maddesini 2-3 gün içerisinde eritebilen güvenilir maddeler de mevcuttur. Ancak şimdiye kadar burnundan memnun olmayan ve dolgusunu eritmek isteyen bir hasta profili ile karşılaşmadık.(…)Hastanın görüntüyü beğenmesiyle birlikte; kalıcı dolgu kullanılarak, hasta uzun bir süre istediği görüntüye kavuşturulur.”,* “Dolgu uygulamaları” başlığı altında; *“(…)Klinik ortamında, ortalama 15-20 dakikada ameliyata gerek kalmadan, hyaluronic asit içerikli dolgu malzemeleriyle de burun estetiği yapılıyor. Doğru eğitimle, doğru seçilmiş dolgu materyali ve estetik bir bakış açısı ile burundaki kusurları ortadan kaldırmak mümkün. Yurt dışında da öteden beri uygulanmakta olan bu yöntem, ekonomik olmasının yanı sıra son derece hızlı ve tatminkar sonuçlar verebiliyor. Ameliyatsız burun dolgusu işleminin bir diğer önemli başarısı da; travmalardan veya estetik burun operasyonlarından sonra ortaya çıkan deformitelerin çok çabuk bir şekilde düzeltilebilmesidir. Yeni bir ameliyat endişesiyle bekleyen insanları, burun dolgusu uygulaması ile memnuniyetlerini gidererek ameliyat endişesinden kurtarmış oluyoruz. Uygulama sonrasında; kısa sürede geçen lokal şişlik, morluk görülebilir. Bu metodun en iyi yanlarından biri de önden deneme şansı buluyor olmamızdır. Beğenilmediği takdirde bu dolgu maddesini 2 – 3 gün içinde eritebilen güvenli maddeler de mevcuttur. Ancak şimdiye kadar burnundan memnun olmayan ve dolguyu eritmek isteyen hastamız olmamıştır.(…)”,* “Cilt Çatlakları” başlığı altında; *“(...)cildin görünümü önemli oranda düzeltilir. (...)doku kendi kendini yenileyebildiği için başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Bu nedenle cilt çatlaklarında başarılı sonuç almak için(…) Kliniğimizde alanında en iyisi olan Fotona SP Spectro Fraksiyonel lazer kullanılmaktadır.”,* “Lazerle Ben Alımı” başlığı altında; *“(…)Bunlardan en çok bilineni, hızlı ve kozmetik açıdan en iyi olanı lazer tedavisidir. Fraksiyonellazerle ben aldırma tedavisi acısız ve pratik bir işlemdir. Vücudunuzdaki tüm benler çok kısa bir sürede bu yöntemle yok edilebiliyor.(...)1 ay içinde hiçbir iz kalmaz.(...) gençleştirme operasyonlarında başrol oynar. (...)Cilde yepyeni bir boyut katan bu yöntem, hem benlerden kurtulmanızı hem de cildinizin sıkılaşmasını sağlayabilmektedir.(...)Cildin çok daha derin bölgelerine inebilmesi bakımından doktorlar tarafından da çok benimsenen bu yöntemi şüphe duymadan uygulayabilirsiniz.”,* “Dövme Silme” başlığı altında; *“Polikliniğimizde, yeni bir yöntemle dövme silme işlemi uygulanmaktadır.(...)dövmenin daha kısa sürede kaybolmasını sağlar.(...)Fotona QX-MAX, dövme silme işleminde en gelişmiş lazer cihazıdır. Fotona QX-MAX lazer cihazının diğer cihazlardan en önemli üstünlüğü, her renk dövmeleri silmekle birlikte, işlemleri hızlı yapması ve seans sayılarının az olmasıdır.(…) Fotona QX-MAX ile artık her renk ve büyüklükte dövmelerin iz bırakılmadan silinmesi çok kolay.(…) Polikliniğimizde, yeni bir yöntemle dövme silme işlemi uygulanmaktadır.(...)daha kısa sürede kaybolmasını sağlar. (...)Bu sayede hem dövme silme seans aralıkları kısa tutulabilir ayrıca dövmenin kaybolma süresi daha da kısalır.(…) Ancak Polikliniğimizde yeni bir yöntemle, fraksiyonel lazer ile kombine işlem yapıldığından, seans aralıklarını daha kısa tutarak dövmenin kaybolmasını hızlandırabiliriz.”,* “Varis Tedavisi” başlığı altında; *“(…)İnce kılcal damar genişlemeleri ve küçük varisler Fotona Fraksiyonel lazer Nd:YAG dalga boyu ile ‘hiç iz bırakmadan’ yok edilir. İyileşme süresi hızlıdır ve kozmetik açıdan mükemmel sonuçlar verir.Lazer teknolojisi bu problemde etkili sonuçlar vermektedir.(…) Yüzde, özellikle burun çevresindeki kızarıklıklar da lazere iyi yanıt verir.(…) Skleroterapi işlem ağrısız olup hasta işlem sırasında rahat bir şekilde uzanır.(…)”,* “Karbon Peeling” başlığı altında; *“Karbon peeling uygulaması son dönemlerin en popüler lazerle cilt yenileme işlemlerindendir.(...)cildi aydınlatan ve gençleştiren bir tedavi yöntemidir.(…)Şimdi size bu sorunların hepsini tek uygulamayla çözen bir yöntemi anlatacağız. Artık, gözenek sıkılaştırıcı veya gözenek kapatıcı kremler kullanarak zamanı boşa harcamanıza gerek yok. Karbon peeling uygulaması son dönemlerin en popüler lazerle cilt yenileme işlemlerindendir. Karbon peeling leke tedavisinde kullanılan, gözenekleri küçülten, cildi aydınlatan ve gençleştiren bir tedavi yöntemidir.(…)”* gibi ifadeler ile “Botoks Uygulamaları”başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Şahsa ait [www.instagram.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; şahıs tarafından uygulanan ve "ameliyatsız işlemler"de kullanıldığı ifade edilen "Aqualift" isimli ürünün yanına parantez içinde "Aquafilling" ismi yazılarak her iki ürünün de aynı ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu; ancak, "Aquafilling" isimli ürünün Sağlık Bakanlığı onayına sahip ruhsatlı bir ürün olmasına rağmen "Aqualift" isimli ürünün böyle bir onay ve ruhsata sahip olmadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları 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-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 11-b, 12/1, 12/2, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2017/506**

**Şikayet Edilen:** **Serka Sağlık Hizm. Ltd. Şti. (Özel Bağcılar Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.facebook.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.facebook.com) ve [www.instagram.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan paylaşımlar ile *“14 Şubat'ta en güzel hediye beyaz bir gülümseme” , “Tüm özel güvenlik görevlilerine %25 indirim” ,* *“Şubat ayına özel detertraj”*  başlıklı broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.facebook.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde kuruluşa ait sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“DİŞETİ KANAMASINA SON!!!! Diştaşı ve diş etlerinde kanama şikayeti ile kliniğimize gelen hastamıza detertraj (diş temizliği) işlemi yapıldı. Öncesi, işlem sonrası ve 1 hafta sonraki diş Eti görünümleri. Hastamızın bu süre zarfında dişlerini de iyi fırçalanması ile kanama proplemi büyük ölçüde çözüldü. Gülüşünüze önem veriyoruz!!! Aynı gün içerisinde yapılan kompozit lamine ve bonding sistemi yöntemiyle çok daha güzel bir gülüş tasarlandı. Gülüşünüz Bizler İçin Önemli...08.02.2017 Tarihinde Ortodonti (Tel Tedavisi) Uzmanımız Dr.Ceren Çetinkaya 15.00-20.00 Saatleri Arasında Hasta Alımı Gerçekleştirecektir. Muayane Hizmetimiz Ücretsiz Olacaktır. Uygun Fiyat Avantajlarımızdan Sizde Yararlanın. Travmaya bağlı Hastamızın Kırılan Dişleri Kompozit Dolguyla Restore edildi. Uygun Fiyat Avantajlarımızdan Sizde Yararlanın. GÜLÜŞÜNÜZE ÖNEM VERİYORUZ. ÜSTELİK MUAYANE VE RÖNTGEN ÜCRETİ ALMIYORUZ. Diastema Kapatma (Bonding Sistemi) İle 1 Saat İçerisinde Diş Aralıklarının Kapatılması Mümkün.. Uygun Fiyat Avantajlarımızdan Sizde Yararlanın. GÜLÜŞÜNÜZE ÖNEM VERİYORUZ. ÜSTELİK MUAYANE VE RÖNTGEN ÜCRETİ ALMIYORUZ. Alanında Uzman Profesyonel Ekibimiz İle Yarım Saat Süren Diş Beyazlatma Uygulamamız Sonrası Dişlerinizde Oluşan Sigara ve Çay ve Kahve Lekelerinden Kurtulabilirsiniz Uygun Fiyat Avantajlarımızdan Sizde Yararlanın. Gülüş tasarımı ekibimizi kurduk. Uzman hekim kadromuz ile birlikte özgürce gülümsemeniz için gülüşünüzü yeniden tasarlıyoruz.”* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde kuruluşa ait sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Gülüş tasarımı ekibimizi kurduk. Uzman hekim kadromuz ile birlikte özgürce gülümsemeniz için gülüşünüzü yeniden tasarlıyoruz.”* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

*“14 Şubat'ta en güzel hediye beyaz bir gülümseme”* başlıklı broşürde; *“14 Şubat'ta en güzel hediye beyaz bir gülümseme. Siz değerli çiftlerimize bugüne özel 2 kişi lazerle beyazlatma 1300 TL yerine 700 TL”* ifadeleri ile sağlık alanına ilişkin hizmetlerde kampanyalar düzenlendiği,

*“Tüm özel güvenlik görevlilerine %25 indirim”* başlıklı broşürde; *“Tüm özel güvenlik görevlilerine %25 indirim. Üstelik muayene ücreti almıyoruz. İmplant, Zirkonyum, Protez Diş Ağız ve Çene Cerrahisi Bağcılar Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği. Daha birçok hizmetlerimiz için. Kaliteli hizmet anlayışı ile mutlu gülüşler. Dişlerinizdeki endişelere son. Gülüşünüzü önemsiyoruz”* ifadeleri ile sağlık alanına ilişkin hizmetlerde kampanyalar düzenlendiği,

 *“Şubat ayına özel detertraj”* başlıklı broşürde; *“Şubat ayına özel detertraj 120 TL yerine 70 TL. Öncesi-Sonrası-1Hafta Sonrası. Gülüşünüze önem veriyoruz. Güzel bir gülümseme için sağlıklı ve beyaz dişler önemlidir. İndirim. Şubat ayına özel kampanyamız ile detertraj Şubat ayı sonuna kadar 120 TL yerine 70 TL. Profesyonel ekip kaliteli hizmet”* ifadeleri ile sağlık alanına ilişkin hizmetlerde kampanyalar düzenlendiği; ayrıca, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alınmıştır. Bu bağlamda; inceleme konusu internet siteleri ve broşürlerde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2017/550**

**Şikayet Edilen:** **Ayhan KAYDI (Ata Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ataoptiktekirdag.com](http://www.ataoptiktekirdag.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile “50 TL Hediye Kart” ibareli reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Hediye Kart

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.ataoptiktekirdag.com](http://www.ataoptiktekirdag.com) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“Güneş gözlüklerinde %50'ye varan indirimler”* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği, diğer taraftan “50 TL Hediye Kart” ibareli reklamlarda; “Ata Optik 50 TL Hediye Kartı” ifadelerine yer verildiği; ancak, hediye olarak belirtilen tutarın geçerlilik süresine ilişkin bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait [www.ataoptiktekirdag.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C259%5C259.%20RK%20Gerek%C3%A7eli%20Karar%5Cwww.ataoptiktekirdag.com) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“Güneş gözlüklerinde %50'ye varan indirimler”* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği,

Diğer taraftan “50 TL Hediye Kart” ibareli reklamlarda; “Ata Optik 50 TL Hediye Kartı” ifadelerine yer verildiği; ancak, hediye olarak belirtilen tutarın geçerlilik süresine ilişkin bilgilere yer verilmediği; tüm bu durumların da,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 14/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ayhan KAYDI (Ata Optik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2016/1478**

**Şikayet Edilen:** **Estelit Medikal Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.estelitmedikal.com](http://www.estelitmedikal.com) [www.facebook.com](http://www.facebook.com) [www.instagram.com](http://www.instagram.com), [www.twitter.com](http://www.twitter.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://estelitmedikal.com> adresli internet sitesinin 12.01.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Estelit Medikal”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Dermapen, kimyasal peeling, mezoterapi, leke tedavisi, PRP, lazerle gençleşme, lazerle leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin sayıldığı ve bunların tanıtımlarının yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Estelit uzman ekibi ve FDA onaylı cihazları ile siz değerli müşterilerimize kaliteli hizmet vermeyi amaç edinmiştir. En iyi kalite için, Estelit…”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun <https://www.facebook.com/Estetik-Medikal> adresli internet sitesinin 12.01.2017 tarihli görünümünde; *“Dermapen, kimyasal peeling, leke tedavisi, PRP, lazer epilasyon, dolgu, botoks”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://estelitmedikal.com> adresli internet sitesinin 12.01.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Estelit Medikal”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Dermapen, kimyasal peeling, mezoterapi, leke tedavisi, PRP, lazerle gençleşme, lazerle leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin sayıldığı ve bunların tanıtımlarının yapıldığı, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Estelit uzman ekibi ve FDA onaylı cihazları ile siz değerli müşterilerimize kaliteli hizmet vermeyi amaç edinmiştir. En iyi kalite için, Estelit…”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun <https://www.facebook.com/Estetik-Medikal> adresli internet sitesinin 12.01.2017 tarihli görünümünde; *“Dermapen, kimyasal peeling, leke tedavisi, PRP, lazer epilasyon, dolgu, botoks”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, 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 nci 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 **Estelit Medikal Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2016/1567**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından e-bülten üyelerine gönderilen *“Miyop, hipermetrop ve astigmatın lazerle tedavisinde Dünyagöz ayrıcalığı sizleri bekliyor.”* ibareli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Elektronik Posta

**Tespitler:** Kuruluş tarafından e-bülten üyelerine gönderilen *“Miyop, hipermetrop ve astigmatın lazerle tedavisinde Dünyagöz ayrıcalığı sizleri bekliyor.”* ibareli tanıtımlarda, *“ Miyop, hipermetrop ve astigmatın lazerle tedavisinde Dünyagöz ayrıcalığı sizleri bekliyor… Intralase lazer tedavileri çift göz için 4.400tl, 1.650tl…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluş tarafından e-bülten üyelerine gönderilen *“Miyop, hipermetrop ve astigmatın lazerle tedavisinde Dünyagöz ayrıcalığı sizleri bekliyor.”* ibareli tanıtımlarda, *“Miyop, hipermetrop ve astigmatın lazerle tedavisinde Dünyagöz ayrıcalığı sizleri bekliyor… Intralase lazer tedavileri çift göz için 4.400tl, 1.650tl…”* ifadelerine yer verildiği; söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamlarla ilgili olarak **5.812- TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2016/1605**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Buket HAN ve Dt. Alper ŞENYÜZ (Dental Studio)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/Dentalstudio-Izmir-1380644268924168/?ref> ve <https://www.instagram.com/dentalstudioizmir/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**<https://www.facebook.com/Dentalstudio-Izmir-1380644268924168/?ref> ve <https://www.instagram.com/dentalstudioizmir/> adresli internet sitelerinin 31.01.2017 tarihli görünümünde farklı tarihlerde yapılan çok sayıda paylaşımda hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.facebook.com/Dentalstudio-Izmir-1380644268924168/?ref> ve <https://www.instagram.com/dentalstudioizmir/> adresli internet sitelerinin 31.01.2017 tarihli görünümünde farklı tarihlerde yapılan çok sayıda paylaşımda hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verilmesinin 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 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dt. Buket HAN ve Dt. Alper ŞENYÜZ (Dental Studio)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2016/1671**

**Şikayet Edilen:** **Mediplaza Sağlık Hizm. Tic. A.Ş. - Kocaeli Şubesi (Özel VM Medicalpark Kocaeli Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kocaeli, Bizim Kocaeli ve Özgür Kocaeli gazetelerinde yer alan kuruluşa ait tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2016, 07.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** 05.08.2015 tarihli Kocaeli ve 07.08.2015 tarihli Bizim Kocaeli gazetelerinde; *“Kadın hastalıkları ve doğumda tecrübeli kadro… VM MEDİCALPARK 444 44 84…”,* 07.08.2015 tarihli Özgür Kocaeli Gazetesinde; *“Üroloji bölümünde tecrübeli kadro… Kocaeli’de hizmetinizde! VM MEDİCALPARK 444 44 84…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 05.08.2015 tarihli Kocaeli ve 07.08.2015 tarihli Bizim Kocaeli gazetelerinde; *“Kadın hastalıkları ve doğumda tecrübeli kadro… VM MEDİCALPARK 444 44 84…”,* 07.08.2015 tarihli Özgür Kocaeli Gazetesinde; *“Üroloji bölümünde tecrübeli kadro… Kocaeli’de hizmetinizde! VM MEDİCALPARK 444 44 84…”* ifadelerine yer verildiği; söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam” niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 **Mediplaza Sağlık Hizm. Tic. A.Ş. - Kocaeli Şubesi (Özel VM Medicalpark Kocaeli Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2016/1834**

**Şikayet Edilen:** **Üçel Tıbbi Malzemeler İth. İhr. Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.365medikal.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <http://www.365medikal.com>adresli internet sitesinde tıbbi cihaz kategorisinde bulunan, sağlık meslek mensuplarının kullanımına yönelik veya geri ödeme kapsamında bulunan birtakım ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*SIGVARIS 500 Serileri kendisini milyonlarca kez kanıtlamış yüksek kaliteli doğal bir kauçuk ürünüdür. Bu çorabın tıbbi faydası çok sayıda tıbbi çalışmayla belgelenmiştir. Yumuşak, çift-kaplama Doğal Kauçuk yün ipliğinden (Elastidien) üretilmiş olan bu çoraplar en üstün seviye elastikiyet imkanını sağlar, yorgunluğa karşı dayanıklı ve çok sağlamdır. Bu eşsiz özellikleri gün boyu sürekli ve etkili bir sıkıştırma verir. Bu, kan pıhtılaşması, kan pıhtılaşması sonrası sendromları, kronik toplardamar yetersizliği, ülser (yara) gibi daha ciddi tedavi şekilleri için başarılı bir tedavinin ideal ön koşuludur. Ayrıca ameliyat sonrası uygulama için de tavsiye edilmiştir. Gözenekli, son derecede geçirgen ve yüksek elastikiyetli örme kumaş, cildi havadar tutar ve bacakları en sıcak havalarda bile rahat ettirir. 500 serisi çoraplarda kullanılmış olan malzemenin elastikiyeti, bu çorapların giyilip çıkarılmasını kolaylaştırdığı gibi, aynı zamanda en yüksek basıncı da sağlar. Doğal kauçuk ipliği bej renkli dokuma poliamid lifleriyle çift kaplamadır. Bu çoraplar, normal külotlu çorapların altına giyildiğinde dahi zarif bir görüntüye sahiptir. Doğal Kauçuk Kalitesindeki (TRADITIONAL-Geleneksel) Varis Çorapları, varis türleri II, III ve IV, açık parmak modeli ve tüm bedenler için mevcuttur. 500 Serileri çoraplarının geniş bir dizisi ısmarlama olarak mevcuttur*.*”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.365medikal.com>adresli internet sitesinde tıbbi cihaz kategorisinde bulunan, sağlık meslek mensuplarının kullanımına yönelik veya geri ödeme kapsamında bulunan birtakım ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*SIGVARIS 500 Serileri kendisini milyonlarca kez kanıtlamış yüksek kaliteli doğal bir kauçuk ürünüdür. Bu çorabın tıbbi faydası çok sayıda tıbbi çalışmayla belgelenmiştir. Yumuşak, çift-kaplama Doğal Kauçuk yün ipliğinden (Elastidien) üretilmiş olan bu çoraplar en üstün seviye elastikiyet imkanını sağlar, yorgunluğa karşı dayanıklı ve çok sağlamdır. Bu eşsiz özellikleri gün boyu sürekli ve etkili bir sıkıştırma verir. Bu, kan pıhtılaşması, kan pıhtılaşması sonrası sendromları, kronik toplardamar yetersizliği, ülser (yara) gibi daha ciddi tedavi şekilleri için başarılı bir tedavinin ideal ön koşuludur. Ayrıca ameliyat sonrası uygulama için de tavsiye edilmiştir. Gözenekli, son derecede geçirgen ve yüksek elastikiyetli örme kumaş, cildi havadar tutar ve bacakları en sıcak havalarda bile rahat ettirir. 500 serisi çoraplarda kullanılmış olan malzemenin elastikiyeti, bu çorapların giyilip çıkarılmasını kolaylaştırdığı gibi, aynı zamanda en yüksek basıncı da sağlar. Doğal kauçuk ipliği bej renkli dokuma poliamid lifleriyle çift kaplamadır. Bu çoraplar, normal külotlu çorapların altına giyildiğinde dahi zarif bir görüntüye sahiptir. Doğal Kauçuk Kalitesindeki (TRADITIONAL-Geleneksel) Varis Çorapları, varis türleri II, III ve IV, açık parmak modeli ve tüm bedenler için mevcuttur. 500 Serileri çoraplarının geniş bir dizisi ısmarlama olarak mevcuttur*.*”* gibi ifadelere yer verildiği, 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;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci 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 **Üçel Tıbbi Malzemeler İth. İhr. Paz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2016/2617**

**Şikayet Edilen: Dr. Şeyda ATABAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.drseydaatabayyildiz.com](http://www.drseydaatabayyildiz.com) adresli internet sitesinin 23.02.2017 tarihli görünümünde, *“Hasta yorumları”* başlığı altında şahsı öven ifadelere yer verildiği, “Galeri” başlığı altında; *“Zamana karşı bir savaş… Botoks-Dolgu uygulamaları… Merkezimizde kullandığımız cihazımızın eğlenceli görüntüsü sayesinde çocuk ve bebeklerde göz muayenesi kolay yapılabilmektedir…”* ifadelerine ve aynı başlık altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, diğer yandan, şahsın *“Göz hastalıkları uzmanı”* olmasına rağmen, sunulan hizmetler arasında *“Botoks, dolgu, PRP, göz kapağı estetiği”* gibi tıbbi uygulamalara yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait [www.drseydaatabayyildiz.com](http://www.drseydaatabayyildiz.com) adresli internet sitesinin 23.02.2017 tarihli görünümünde, *“Hasta yorumları”* başlığı altında şahsı öven ifadelere yer verildiği, “Galeri” başlığı altında; *“Zamana karşı bir savaş… Botoks-Dolgu uygulamaları… Merkezimizde kullandığımız cihazımızın eğlenceli görüntüsü sayesinde çocuk ve bebeklerde göz muayenesi kolay yapılabilmektedir…”* ifadelerine ve aynı başlık altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, diğer yandan, şahsın *“Göz hastalıkları uzmanı”* olmasına rağmen, sunulan hizmetler arasında *“Botoks, dolgu, PRP, göz kapağı estetiği”* gibi tıbbi uygulamalara yönelik tanıtımlara 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;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8, 10, 24 üncü ve ek 14 üncü maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2016/2759**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Servet KARAYÜN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2017-24.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.servetkarayun.com> adresli internet sitesinin 23.02.2017 ve 24.02.2017 tarihli görünümlerinde, *“Hasta / Danışan Görüşleri”* başlığı altında*, “Hocama teşekkürlerimi sunarım. Ergenlik sonrası sivilcelerimin izleri yıllardır benimleydi. Bu durum sosyal hayatımda benim için stres kaynağı oldu. Şimdi belli belirsiz izler kaldı, tedavime devam ediyorum… ”* gibi ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.servetkarayun.com> adresli internet sitesinin 23.02.2017 ve 24.02.2017 tarihli görünümlerinde, *“Hasta / Danışan Görüşleri”* başlığı altında*, “Hocama teşekkürlerimi sunarım. Ergenli sonrası sivilcelerimin izleri yıllardır benimleydi. Bu durum sosyal hayatımda benim için stres kaynağı oldu. Şimdi belli belirsiz izler kaldı, tedavime devam ediyorum…”* gibi ifadelerinin bulunduğu, 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 **Dr. Servet KARAYÜN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2016/2783**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi Özel Göz Hastanesi Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından Ankara’da hastalara dağıtılan *“20.Yıla özel ailem gözde paketi Dünyagöz’de”* ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluş tarafından Ankara’da hastalara dağıtılan *“20.Yıla özel ailem gözde paketi Dünyagöz’de”* ibareli broşürlerde; *“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… İyi görmek herkesin hakkı! 20.yılımızda size ve sevdiklerinize özel ailem gözde paketi ile gözleriniz bize emanet… Tetkiklerde ve lazerde %20, tüm ameliyatlarda %30 indirim!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluş tarafından Ankara’da hastalara dağıtılan *“20.Yıla özel ailem gözde paketi Dünyagöz’de”* ibareli broşürlerinde; *“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… İyi görmek herkesin hakkı! 20.yılımızda size ve sevdiklerinize özel ailem gözde paketi ile gözleriniz bize emanet… Tetkiklerde ve lazerde %20, tüm ameliyatlarda %30 indirim!”* ifadelerine yer verildiği, 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi Özel Göz Hastanesi Şubesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812- TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2016/3428**

**Şikayet Edilen:** **Healty İstanbul Sağlık Tur. Eğt. ve Dan. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://worldplasthair.com>, <https://www.facebook.com/worldplasthair> <https://twitter.com/worldplasthair> ve <https://www.instagram.com/worldplasthair> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://worldplasthair.com> adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“World Plast Hair Center Saç Ekim Merkezi”* olarak isimlendirildiği, Anasayfada; *“Fue tekniği… Hiçbir zaman geç değil… PRP tekniği… Saç dökülmesi sorununuz ilerlemeden yeni nesil PRP tekniği ile çözüme kavuşun…”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“World Plast Hair Center Saç Ekim Merkezi, saç ekimi ve saç tedavisi estetik ve güzellik yöntemleri ile ilgili hizmet ve tedavilerin yapılması amacıyla faaliyet gösteren, güven doğruluk ve dürüstlük ilkesinden ödün vermeden konusunda uzmanlaşmış ekibiyle bu güne kadar binlerce saç ekim ve estetik operasyonlarını başarıyla gerçekleştirmiş, konusunda uzman bir kuruluştur. Hastane ortamında, donanımlı ameliyathanelerde ve uzman doktorlar ile yurt dışından sağlık turizmi amaçlı misafirlerine sağlık hizmetlerinin yanı sıra havalimanı veya otogardan karşılama, konaklama, Ülkemizin tarihi ve kültürel zenginliklerini keşfetme imkanı da sağlayan World Plast Hair center VIP hizmet kalitesi sunmaktadır. Neden biz? Saç ekiminde bilimsel yöntemleri kullanarak saç naklini yapıyoruz. Saç ekiminde %100 doğallık sağlamaktayız. Saç ekiminde sorumluluklarımızın bilincinde olup işlem garantisi veriyoruz. Deneyimli, plastik cerrahi uzmanı ve profesyonel ekibi tarafından saç ekimini  hastane ortamında steril şartlarda gerçekleştiriyoruz. World Plast Hair Center  üst düzey hizmet anlayışını farklı şehirlerde de sürdürmeyi amaçlıyor.”* şeklinde ifadelere, kuruluşun sunduğu hizmetlerden; *“BIYIK EKİMİ, KAŞ VE KİRPİK EKİMİ, PRP TEKNİĞİ” gibi* başlıklar altında; *“… World Plast Hair Center olarak kaliteye dayalı hizmet anlayışımız gereği Saç, Sakal, Bıyık, Kaş ve kirpik ekimi yaptıran hastalarımıza P.R.P. tedavisini 1 seans ücretsiz yapıyoruz.”*ifadelerine, *“Haberler”* başlığı altında; “*Saç ektirenlere ücretsiz CHECK-UP… Saçınızı korurken Sağlığınızı da ihmal etmeyin. Merkezimizde saç ektirenlere 2 seans prp + 49 Farklı CHECK-UP + İlaçlar +Şampuan Hediye… Erken teşhis hayat kurtarır…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Saç Ekim Videoları”* başlığı altında kuruluş tarafından sunulan tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.facebook.com/worldplasthair/> adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“3500 graftlik saç ekim operasyonu ve yeni saçlar, sık ve yoğun görünüm için bizimle iletişime geçmeniz yeterli; +905066130282, +905335699804, +905066880314… www.worldplasthair.com... Kusursuz saç çizgisi, Sıkı ve doğal görünüm Profesyonel ekip ile sizlerde aşağıdaki linkten bizleri daha yakından tanıyabilirsiniz… Sizler isteyin bizler sizin için en iyisini yapalım… Saçlarınızı geri kazanmak ister misiniz? Uzman kadro, güler yüzlü ekip, kalıcı yöntemler, başarılı sonuçlar için bizimle iletişime geçmeniz yeterli! World Plast Hair Center'la doğru işlem, kalıcı yöntemler ve garanti işlemlerle sizler için buradayız… Doğal sonuçlarla 6 ay sonra, hastamızın şık görüntüsünü sizlerle paylaşıyoruz…”* ifadelerine yer verildiği, kuruluş tarafından sunulan tıbbi işlemlerle ilgili, hastaların çok sayıda tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://twitter.com/worldplasthair> adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“World Plast Hair Center… Kellik kaderiniz olmaktan çıksın… Başınıza gelen en güzel şey…”* ifadelerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/worldplasthair> adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; kuruluş tarafından sunulan tıbbi işlemlerle ilgili, hastaların çok sayıda tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer verilen ifade, görüntü ve 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;

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

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Healty İstanbul Sağlık Tur. Eğt. ve Dan. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/1382**

### **Şikayet Edilen: Dr. Serkan Aygın Klinik Saç Ekim Sağlık ve Güzellik Hizmetleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2016, 15.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.drserkanaygin.com](http://www.drserkanaygin.com) adresli internet sitesinin 14.11.2016 tarihli görünümünde; Anasayfada, *“Saçınız ne kadar sağlıklı? Saç sağlığı alanında yıllardır doktorumuz tarafından uygulanan saç mezoterapisi saçı kökünden beslemektedir…”*, “Prp Destekli Saç Ekimi” başlığı altında, “*Dr. Serkan Aygın klinikte, uygulanan saç ekimi işlemlerinde yüksek sayıda saç kökü miktarlarının nakledilmesi, tek seansta memnuniyet verici sonuçlar ortaya çıkması, özellikle işlem sonrasında kişilerin kısa sürede güncel yaşamlarına hızla dönebilme konforuna sahip olması sebebi ile kliniğimizde yalnızca FUE ile saç ekimi gerçekleşmektedir.*” şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.serkanaygin.com](http://www.serkanaygin.com)adresli internet sitesinin 01.12.2016tarihli görünümünde, “*Serkan Aygın Dermatolog Doktor. Sadece saç ekimi ve saç sağlığı alanında 1994’ten bu yana hizmet vermektedir. Saç ekimi tam donanımlı hastane ortamında yapılmaktadır.”* gibi ifadelere yer verildiği,

<http://tr-tr.facebook.com/DrSerkanAygin/> adresli internet sitesinin 14.11.2016 tarihli görünümünde; *“Saç dökülmesi sorununuz için kalıcı çözüm arıyorsanız, bize danışın! Siz de saç ekimi yaptırmayı düşünüyorsanız detaylı bilgi almak için iletişime geçin! Saç dökülmelerinin türleri ve tedavileri farklılık gösterir. Size uygun olan çözümü öğrenmek için bizimle iletişime geçebilirsiniz. #DrserkanAygin#saçekimi#FUE Yurt dışında mı yaşıyorsunuz? Yurtdışından operasyon için gelen hastalarımızın bu süreci kolay ve rahat geçirmeleri için her şeyi düşündük. Doğru teşhis ve gerçekçi beklentilere sahip hastalar mutlu hastalardır! Siz de saç ekimi yaptırmayı düşünüyorsanız detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçin! Mezoterapi, PRP ve diğer saç tedavileri ile saçları kuvvetlendirmek mümkün. Size uygun çözümü öğrenmek için bizimle iletişime geçin. Saç dökülmesi sorununuz mu var? 22 yıllık deneyim ve on binlerce hastaya kulak verin! Detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz. Dr. Serkan Aygın ve ekibi dünyanın dört bir yanından gelen hastalara saç ekimi yapılmaktadır. Siz de saç ekimi yaptırmayı düşünüyorsanız detaylı bilgi almak için bizimle iletişime geçin!”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği;

[www.facebook.com/DrSerkanAygın](http://www.facebook.com/DrSerkanAyg%C4%B1n) adresli internet sitesinin 15.11.2016 tarihli görünümünde, “*PRP destekli FUE ile yoğun saç görünümüne kavuşmak mümkün. Detaylı bilgi için bize danışın!”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusuinternet sitelerinde yer verilen ifadelerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Serkan Aygın Klinik Saç Ekim Sağlık ve Güzellik Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2016/1386**

### **Şikayet Edilen: Mevlüt DAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mevlutdag.com](http://www.mevlutdag.com), [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com/doktormevlütdag](http://www.facebook.com/doktormevl%C3%BCtdag) adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2016,14.11.2016, 04.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mevlutdag.com](http://www.mevlutdag.com) adresli internet sitesinin 14.11.2016 tarihli görünümünde; *“4D ip estetiği… Teknoloji ve deneyim birikimiyle sürekli gelişen ameliyatız estetik yöntemler; hasta açısından uygulanması, sonrasındaki rahatlığı ve sonuçları nedeniyle daha fazla tercih ediliyor. Ameliyatsız yöntemlerden biri de uzun zamandır kullanılan iplerle gençleştirmedir. V-lift, Örümcek ağı gibi adlarla biline yöntemler… Son olarak geliştirilen iplerle 4D İP ESTETİĞİ diye anılan yöntem gündeme geldi. 4d ip estetiği ile görülen etkiler nelerdir? 1. Sarkmış cildin toparlanmasını ve yukarı doğru kalmasını sağlar. Yüz ovalitesinin düzeltilmesini sağlar. 2. Yerçekimi etkisine karşı cildin mukavemetini artırır. 3. Cilt elastikiyetini arttırır. 4. Yüzde oluşan bolüm kayıpları giderilir. Yüz ovalitesinde düzelme sağlanır. Özetle; yüzdeki sarkmaların giderilmesi, yerçekimine karşı direnç oluşturulması, ciltte elastikiyet artışı ve yüzde volüm kayıplarının telafi edilmesini sağlar.”,* ayrıca söz konusu internet sitesinin 04.04.2017 tarihli görünümünde; *“Ameliyatsız Yüz Germe (Cilt Gençleştirme)… Günümüzde artan anatomik bilgiler ve teknikler sayesinde doğru hasta seçimlerinde ameliyat yapmadan ameliyata yakın sonuçlar alınabilmektedir. Bu tekniklerin avantajı hem günlük sosyal ve iş yaşamına geri döndürülebilmesidir. Ayrıca ameliyatın getirdiği yan etkilere sahip değildir... “Mikro iğneli fraksiyonel radyofrekans (ALTIN İĞNE); Radyofrekans (altın iğne) ile yüz germe Mikroiğneli radyofrekans yöntemi iğnelerin mekanik etkisi ve radyofrekansın ısıtıcı özelliği ile cilde geçer. Mikroiğneler sayesinde gözenekleri küçültür, radyofrekans ile cildi sıkılaştırır. Gözenek, kırışıklık problemi elastikiyet kaybı olan, sarkmaya eğilimli kişilerde tercih edilmelidir. Geçmişte akne problemi yaşayan ve akne izleri olan kişilerde özellikle uygulanır. Ortalama 3 seans yapılmalıdır. Yüz sarkmalarındaki etkinliğini arttırmak için PRP ve İp Yöntemleri ile birlikte uygulama yapılmalıdır.”, “Mezolift, Hyaluronik Asit Aşısı, Somon DNA İle Yüz Germe; Somon ise önemli bir yapı taşı olan cilt onarımı sağlayan polinükleotid maddesi içerir. Mezolift vitamin, antioksidan, mineral benzeri çok sayıda faydalı madde içeren bir kokteyldir.”, “Dinamik Askı; Cilt kalitesi iyi olan ancak ağır bir cilt yapısından dolayı başka yöntemlerle düzeltilemeyen sarkmaları ortadan kaldırmak için ve daha uzun süreli kalıcı etkisi olan yöntemdir. (…) 2009 yılında ‘Avrupa Inovasyon Ödülü’ almış olan çok katmalı esnek askı ipi kullanılarak uygulanan bir yöntemdir. Bu askı ipi hem sağlam ve normal şartlarda kopma riski olmayan, hem de esnek olduğu için yüzün mimik hareketlerini bozmadan doğal ifadeyi koruyarak asıcı özelliğini uzun yıllar yerine getirebilen bir sistemdir. Bu dinamik askı yalnız genç görünmeyi sağlamak için değil, aynı zamanda yüz felci geçiren hastaların yüz asimetrilerinin dinamik olarak düzeltilmesi için de kullanılabilir.” “Leke Tedavisi; Normal cilt renginden koyu ve belirgin şekilde oluşan bu cilt lekeleri yaşamımızı tehdit etmekle birlikte bir takım estetik kozmetik problemlere sebep olmakta, hatta bazı kişilerin sosyal yaşamını da etkileyebilen bir takım psikolojik rahatsızlıklara yol açabilmektedir. Bu cilt lekelerinin tedavi edilmesi gerekmektedir. Leke iyi bir muayeneden sonra titizlikle basamakları yürütülmesi gereken bir tedavidir. Tecrübe önemlidir.”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/doktormevlütdag](http://www.facebook.com/doktormevl%C3%BCtdag)adresli internet sitesinin 14.11.2016 tarihli görünümünde; “*Fraksiyonel lazer uygulaması cilt kusurlarını gidermek üzere yeni, sağlıklı, daha sıkı doku yaratmak için, bedenin doğal iyileşme sürecinde kullanılır. ‘Secret altın iğne her derde deva’ dediğimiz günden bugüne tam 4 yıl geçti akne, leke, gözenek, elastikiyet kaybı, kırışıklık gibi birçok problemde yüz güldürücü sonuçlar alındı. Güzelleşti insanlar, mutlu oldular… ve sıra bende artık… daha kaliteli hizmet için eğitime Singapur da devam…#allergan#botox#dolgu#juvederm. Ve “SECRET Altın İğne sezonu” sevgili LİNET ile başlar… Gelişen teknoloji ile beraber kombine medikal estetik uygulamalarla neştersiz güzelliğin sınırları kalkıyor… Diyatermi odaklı RF ile ultrasonik temizleme, yüz, yüz germe, yüz kaslarının toparlanması, ince kırışıklık tedavisi, sivilce izi, selülit tedavisi, bölgesel incelme, kol ve karın sarkmalarında toparlanma sağlanmakta ve seanslar ağrısız konforlu bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.instagram.com/p/BEqXKrvoMCR](http://www.instagram.com/p/BEqXKrvoMCR) adresli sitenin 10.05.2016 tarihli görünümünde, *“Ameliyatsız göz çevresi gençleştirmede ‘Yeni Fraxis Duo Eyes’ Yöntemini keşfedin.! 5 dakikalık seans ile yüzde 50’ye varan yenileme sağlar.”* ifadelerine ve hasta öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusuinternet sitelerinde yer verilen ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren **Mevlüt DAĞ** 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2016/1399**

### **Şikayet Edilen: Değişim Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://degisimguzellikmerkezi.com> adresli internet sitesinin 04.01.2017 tarihli görünümünde kuruluşun ***“Değişim Güzellik & Estetik”,*** olarak isimlendirildiği, söz konusu internet sitesinde; *“Lazer epilasyon; Merkezimizde size, en son teknolojiyi kullanarak; gelişmiş, güvenilir cihazlarımızla hızlı ve kalıcı çözümü sunuyoruz.”, “Hakkımızda”* başlığı altında; *“Müşterilerimizin rahat ve konforu için her türlü detay düşünülerek dekore edilmiş geniş, ferah salonumuzun sıcak ambiyansını siz de hissedeceksiniz. Hijyen, konfor ve müşteri memnuniyetini ön planda tuttuğumuz her hizmetin ayrı bir bölümü olan salonumuzda bulunmanın huzur ve keyfini yaşayacaksınız. Değişim Güzellik Merkezi, konularında uzman kadrosuyla, sizlere kaliteli hizmet verebilmek adına müşteri memnuniyetini ilke edinmiştir. Bu modern, samimi ve güler yüzlü ekiple tanışmanız ve dilediğiniz konu hakkında detaylı bilgi almak için yapmanız gereken.... Bizi Aramanız...”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Değişim Güzellik Salonu isimli kuruluşa ait <http://degisimguzellikmerkezi.com> adresli internet sitesinin 04.01.2017 tarihli görünümünde Kuruluşun ***“Değişim Güzellik & Estetik”,*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” biçiminde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Kuruluşa ait internet sitesinde; *“Lazer epilasyon; Merkezimizde size, en son teknolojiyi kullanarak; gelişmiş, güvenilir cihazlarımızla hızlı ve kalıcı çözümü sunuyoruz.”, “Hakkımızda”* başlığı altında; *“Müşterilerimizin rahat ve konforu için her türlü detay düşünülerek dekore edilmiş geniş, ferah salonumuzun sıcak ambiyansını siz de hissedeceksiniz. Hijyen, konfor ve müşteri memnuniyetini ön planda tuttuğumuz her hizmetin ayrı bir bölümü olan salonumuzda bulunmanın huzur ve keyfini yaşayacaksınız. Değişim Güzellik Merkezi, konularında uzman kadrosuyla, sizlere kaliteli hizmet verebilmek adına müşteri memnuniyetini ilke edinmiştir. Bu modern, samimi ve güler yüzlü ekiple tanışmanız ve dilediğiniz konu hakkında detaylı bilgi almak için yapmanız gereken.... Bizi Aramanız...”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşa 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 nci 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 **Değişim Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2016/1400**

### **Şikayet Edilen: Kozmoderm Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluş tarafından[www.facebook.com/Kozmoderm](http://www.facebook.com/Kozmoderm)adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde yer verilen tanıtımlarda, Kuruluşun ***“Kozmoderm Güzellik Merkezi”*** olarak isimlendirildiği; söz konusu internet sitesinde, *“Bölgesel İncelme Programı, 4 seans kavitasyon + 4 seans lenf derenaj + 4seans vibro + 6 seans power plate 400TL, 6 seans kavitasyon + 6 seans lenf derenaj + 6 seans vibro + 8 seans power plate 600TL, 8 seans kavitasyon + 8 seans lenf derenaj + 8 seans vibro + 10 seans power plate 800TL, 10 seans kavitasyon + 10 seans lenf derenaj + 10 seans vibro + 12 seans power plate 600TL, zayıflama programlarımızavücut analizi ve kişiye özel diyet programı ücretsizdir. Kartlara taksit imkanı. 0242 316 26 33 M. İsmet Gökşen Cd. Şirinyalı Mh. Alpek Sit. B Blok Kat:1 D:4 ANTALYA. Asrın mucizesi dermapen”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluş tarafından[www.facebook.com/Kozmoderm](http://www.facebook.com/Kozmoderm)adresli internet sitesinin 26.01.2017 tarihli görünümünde yer verilen tanıtımlarda, Kuruluşun ***“Kozmoderm Güzellik Merkezi”*** olarak isimlendirildiği; ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” biçiminde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Kuruluşa ait internet sitesinde, *“Bölgesel İncelme Programı, 4 seans kavitasyon + 4 seans lenf derenaj + 4seans vibro + 6 seans power plate 400TL, 6 seans kavitasyon + 6 seans lenf derenaj + 6 seans vibro + 8 seans power plate 600TL, 8 seans kavitasyon + 8 seans lenf derenaj + 8 seans vibro + 10 seans power plate 800TL, 10 seans kavitasyon + 10 seans lenf derenaj + 10 seans vibro + 12 seans power plate 600TL, zayıflama programlarımızavücut analizi ve kişiye özel diyet programı ücretsizdir. Kartlara taksit imkanı. 0242 316 26 33 M. İsmet Gökşen Cd. Şirinyalı Mh. Alpek Sit. B Blok Kat:1 D:4 ANTALYA. Asrın mucizesi dermapen”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Kozmoderm Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2016/1404**

**Şikayet Edilen: Begüm ERTEM (Villaderm Beauty and Health)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu <http://villaderm.com/index.php> adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde, Kuruluşun*“****Villaderm Beauty & Health”*** olarak isimlendirildiği; söz konusu internet sitesinde; *“Kavitasyon, Dermapaen&Dermaroller, Diod Lazer, Saç Problemlerine Çözüm, Plastik Cerrahi, Medikal Estetik…”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca [www.facebook.com/villaderm](http://www.facebook.com/villaderm)adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde;*“Güzelliğinizin tüm incelikleri Villaderm’de! Merkezimizde cilt tedavileri 2002 Nobel kimya ödüllü Japon devi Forlle’d ürünleri ile uzman kadromuz tarafından yapılmaktadır. Güneşe görünmeden bize görünün. Cilt ve leke problemleri tedavileri”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu <http://villaderm.com/index.php> adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde, Kuruluşun*“****Villaderm Beauty & Health”*** olarak isimlendirildiği; İlgili mevzuatta “güzellik merkezi” biçiminde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca söz konusu internet sitesinde; *“Kavitasyon, Dermapaen&Dermaroller, Diod Lazer, Saç Problemlerine Çözüm, Plastik Cerrahi, Medikal Estetik…”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, diğer taraftan [www.facebook.com/villaderm](http://www.facebook.com/villaderm)adresli internet sitesinin 06.02.2017 tarihli görünümünde;*“Güzelliğinizin tüm incelikleri Villaderm’de! Merkezimizde cilt tedavileri 2002 Nobel kimya ödüllü Japon devi Forlle’d ürünleri ile uzman kadromuz tarafından yapılmaktadır. Güneşe görünmeden bize görünün. Cilt ve leke problemleri tedavileri”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Begüm ERTEM (Villaderm Beauty and Health)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2016/1823**

**Şikayet Edilen: Dr. Saime İRKÖREN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.saimeirkören.com](http://www.saimeirkören.com) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihliana sayfa görünümünde; *“Hasta yorumları”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda anılan şahıs hakkında övgü niteliği taşıyan ifadelere yer verildiği;

[www.facebook.com/saimestetik/](http://www.facebook.com/saimestetik/) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“Ünlü futbolcu Hasan Kabze kliniğimize gelmiş. Bizi tercih ettiği için teşekkür ederiz. Ekip süper enerjimiz bol olsun. Korkunç migren ağrılarına artık tek bir dokunuşla son vermek mümkün. Bugün de harikalar yarattığımız doğrudur. Sevgili hastamız Rıdvan Bey’e saç ekimi için bizi tercih ettiği için teşekkürler.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/ Karar:** [www.saimeirkoren.com](http://www.saimeirkoren.com) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihliana sayfa görünümünde; *“Hasta yorumları”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, Dr. Daime İRKÖREN adlı şahıs hakkında övgü niteliği taşıyan ifadeler kullanıldığı;

[www.facebook.com/saimestetik/](http://www.facebook.com/saimestetik/) adresli internet sitesinin 28.02.2017 tarihli görünümünde; *“Ünlü futbolcu Hasan Kabze kliniğimize gelmiş. Bizi tercih ettiği için teşekkür ederiz. Ekip süper enerjimiz bol olsun. Korkunç migren ağrılarına artık tek bir dokunuşla son vermek mümkün. Bugün de harikalar yarattığımız doğrudur. Sevgili hastamız Rıdvan Bey’e saç ekimi için bizi tercih ettiği için teşekkürler.”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Buna göre; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve Dr. Daime İRKÖREN adlı şahsa yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından ise haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2016/3570**

**Şikayet Edilen: Dr. Birgül ALTUNTÜRK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.birgulaltunturk.com](http://www.birgulaltunturk.com) adresli internet sitesinde, *“Somon DNA Aşısı Pi System. Cilt yenilemede klinik olarak kanıtlanmış yeni güzel bir yaklaşım sunan protokoldür. Görünür gençliğinizi geri kazanmak ister misiniz? Altın İplikle Yüz Germe; Bu yöntemle 7-10 daha genç ve canlı görünüme kavuşmak mümkün. Mls ameliyatsız liposuction; Bölgesel yağlanma ve selülit tedavisinde Fransa’da on Türkiye’de dokuz yıldır uygulanan sistemlerden birisidir… Mls uygulamasında ağrı ve acı verme durumu söz konusu mudur? Ağrısız ve acısız bir işlemdir, işlem sırasında ahsta ile sohbet edilebilecek kadar konforludur. Hasta haftada bir saatini ayırarak iş ve güç kaybı olmadan, öğlen saatinde bile gelip yaptırıp günlük hayatına geri dönebilir. Mls tedavisinin diğer bölgesel incelme metotlarına göre farkı nedir? Bu yöntem herhangi bir ameliyat değildir. Hasta normal hayata ve günlük iş gücünden geri kalmadan bu işlemi yaptırabiliyor. Herhangi bir genel anestezi yapılmıyor. Mls sisteminde verilen sıvı homojen dağıldığı ve içeriden herhangi bir yağ çekme işlemi yapılmadığı için Liposucktion sonrası meydana gelen dalgalanma riski meydana gelmeyebilir. Mezoterapi, karboksiterapi veya bir takım zayıflama sistemleri sadece yağ hücre çapını küçülten sistemler iken MLS yağ hücre sayısını azaltan bir tedavidir. Neden fibrocell; hastanın kendin dokusu kullanıldığı için alerji riski olmayabilir, doğal görüntü. Q- Swiched ND-YAG lazer sistemi; enerjiyi eşit dağıtması, değişik renk ve dalga boyundaki lazer ışınlarına sahip olması, geniş renk spekturumunu görmesi, her cilt tipine mevsim ayırmaksızın kullanılabilmesi ve en önemlisi güvenilirliği ile biz, estetik sektörüne birçok sorunu tedavi etme seçeneği sunmaktadır”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.birgulaltunturk.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, *“Somon DNA Aşısı Pi System. Cilt yenilemede klinik olarak kanıtlanmış yeni güzel bir yaklaşım sunan protokoldür. Görünür gençliğinizi geri kazanmak ister misiniz? Altın İplikle Yüz Germe; Bu yöntemle 7-10 daha genç ve canlı görünüme kavuşmak mümkün. Mls ameliyatsız liposuction; Bölgesel yağlanma ve selülit tedavisinde Fransa’da on Türkiye’de dokuz yıldır uygulanan sistemlerden birisidir… Mls uygulamasında ağrı ve acı verme durumu söz konusu mudur? Ağrısız ve acısız bir işlemdir, işlem sırasında ahsta ile sohbet edilebilecek kadar konforludur. Hasta haftada bir saatini ayırarak iş ve güç kaybı olmadan, öğlen saatinde bile gelip yaptırıp günlük hayatına geri dönebilir. Mls tedavisinin diğer bölgesel incelme metotlarına göre farkı nedir? Bu yöntem herhangi bir ameliyat değildir. Hasta normal hayata ve günlük iş gücünden geri kalmadan bu işlemi yaptırabiliyor. Herhangi bir genel anestezi yapılmıyor. Mls sisteminde verilen sıvı homojen dağıldığı ve içeriden herhangi bir yağ çekme işlemi yapılmadığı için Liposucktion sonrası meydana gelen dalgalanma riski meydana gelmeyebilir. Mezoterapi, karboksiterapi veya bir takım zayıflama sistemleri sadece yağ hücre çapını küçülten sistemler iken MLS yağ hücre sayısını azaltan bir tedavidir. Neden fibrocell; hastanın kendin dokusu kullanıldığı için alerji riski olmayabilir, doğal görüntü. Q- Swiched ND-YAG lazer sistemi; enerjiyi eşit dağıtması, değişik renk ve dalga boyundaki lazer ışınlarına sahip olması, geniş renk spekturumunu görmesi, her cilt tipine mevsim ayırmaksızın kullanılabilmesi ve en önemlisi güvenilirliği ile biz, estetik sektörüne birçok sorunu tedavi etme seçeneği sunmaktadır”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Buna göre; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve anılan kuruluşa yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından ise haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA

36)**

**Dosya No: 2016/2979**

**Şikayet Edilen: FDM Grup Pazarlama San. ve Dış Tic. Hasan Gezer**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.guncelsepet.com](http://www.guncelsepet.com) adresli internet sitesinde **“Bombax Kilo Aldırıcı”**, **“Cym Plus Kapsül”**, **“Nicotabs”** adlı ürünlere ve diğer muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.guncelsepet.com](http://www.guncelsepet.com) adresli internet sitesinin 29.11.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“Bombax Kilo Aldırıcı* **-** *Bombax kilo aldırıcı toz karışım tamamen doğal içeriği ile kilo almak isteyenlere ciddi manada faydası olan bir gıda takviyesidir. İçeriğindeki bitki ve meyve extratları ile iştahınızı açar ve istediğiniz kiloya gelmenize yardımcı olur. Gelişim çağındaki gençler ve sporcular için idealdir. Bilinen bir yan etkisi yoktur. Kullanımı: Yemekten yaklaşık 30dk sonra bir silme yemek kaşığı süt, meyve suyu ya da yoğurt ile karıştırılıp alınabilir…* *Cym Plus Kapsül* **-** *Cym Plus Sperm Arttırıcı Erkekte Kısırlık Tedavisi Hapı. Sperm Kalitesi İçin Cym Plus! Spermiogram (meni testi, semen analizi, sperm testi) sonucu sperm sayısı az ve düşük sperm kalitesi olan erkekler dünyanın her yerinde olduğu gibi ülkemizde de çocuk sahibi olmak ve kısırlık tedavisi için yüksek meblağlar ödedikleri halde bir çoğu çözüme ulaşamıyor. Bir çok erkek ise bu sorunu hiç gündeme getirmediği gibi bu kısırlık sorununu ya karşısındakine yüklüyor yada kısırlık tedavisi yüksek rakamlarda olduğu için ve kısırlığa doğal çözüm bulamadıklarından babalık duygularından doğan "baba olmak istiyorum" düşüncelerini içlerine atıp çaresiz kalıyorlar…* *Nicotabs* **-** *Nicotabs içeriğinde çarkıfelek çiçeği, meyan kökü, zencefil ve hint dutu bulunur. PASİFLORA ÇİÇEĞİ ya da ÇARKIFELEK ÇİÇEĞİ: Bu çiçeğin en önemli özelliklerinden biri de bağımlılık yapıcı maddeye karşı duyulan ani krizlerin etkilerini azaltması, kişiyi rahatlatması ve dinlenmenize yardımcı olmasıdır. MEYAN KÖKÜ: Meyankökü yüzyıllardır tütün yerine kullanılmıştır. Meyankökünü çiğnemek sizi rahatlatır, gevşetir, fiziksel ve psikolojik rahatlama sağlar ve içindeki maddeler yalnızca sigara krizlerinin etkilerini azaltmakla kalmaz aynı zamanda cilt kanserinin de önlenmesine yardımcı olur. ZENCEFİL: Zencefil sigara içmek için duyduğunuz ihtiyacı bastırır ve meyankökü gibi güçlü aromasıyla sizi rahatlatır. Sigara içmemeniz için kafanızın sürekli sigaraya kaymasını önlemeye yardımcı olur…”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı; diğer taraftan muhtelif gıda takviyelerine yönelik tanıtımlarda ise, *“bel fıtığı ve romatizma için, zeka ve enerji artışı, prostat seti, basur seti, göğüs gelişimine yardımcı, ağrı giderici, geciktirici, kilo aldırıcı, zayıflatıcı, kilo vermeye yardımcı, cinsel performans arttırıcı, sigara bıraktırmaya yardımcı”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle çeşitli sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, böylece anılan ürünlerin tüketilmesiyle bazı sağlık faydalarının sağlanabileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5;7; 8; 13 ve 17 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **FDM Grup Pazarlama San. ve Dış Tic. Hasan Gezer** 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.

**37)**

**Dosya No: 2016/3124**

**Şikayet Edilen: Batuhan GÜRAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vpillsgold.co adresli internet sitesinde **“V-Pills Gold”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.vpillsgold.co adresli internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde, [www.youtoube.com](http://www.youtoube.com) adresli video paylaşım sitesinde yayınlanan bir reklamın görüntülerinin yer aldığı, buna göre, Operatör Doktor Mehmet Ulusoy adlı şahıs tarafından V-Pills Gold adlı ürünün tanıtımının yapıldığı söz konusu reklamda; *“V-Pills Gold anlık performansa yönelik bir ürün değildir. Bunda ciddi etki elde edebilmemiz için ürünün en az 3 ay süre ile kullanılması gerekir. Bu da sabah 1 akşam 1 kapsül şeklinde tok karnına kullanımdır. Bu şekilde kullanıldığında V-Pills Gold’un sonuçları daha kalıcı ve daha memnun edici olacaktır. Eğer doktor kontrolüne gidildiyse ve doktorunuz herhangi bir şekilde size önerdiyse o pozolojiyle kullanmanız ve o süre kullanmanız çok önemlidir. Bunun yanında, sadece 3 ay ile sınırlı kalınmayıp performans artışı ve buradaki etkilerin daha güçlü bir şekilde devamı isteniyorsa, daha uzun süre de tedaviye devam edilebilir. Bu nedenle bizim önerdiğimiz, asıl tedavi şekli en az 3 aydır. 3 ay sonunda gerekli performansa ulaşacağınızı sizler de göreceksiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle çeşitli sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki “V-Pills Gold” markalı ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, böylece anılan ürünün tüketilmesiyle bazı sağlık faydalarının sağlanabileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da 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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 8; 13 ve 16 ncı maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2016/3140**

**Şikayet Edilen: Ahmet AKKAYA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.vpillsgold-tr.com](http://www.vpillsgold-tr.com) adresli internet sitesinin 17.01.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“V-Pills Gold Kapsül – V-Pills Faydaları Nelerdir? V-pills; erken boşalma, ereksiyon, sertleşme, penis küçülmesi, ilişkiye girememe, cinsel isteksizlik gibi cinsel sorunlarına kalıcı olarak çözümler getiriyor. Bunun yanı sıra erkeklerde penis büyütücü özelliği de bulunan V-pills’in vücuda da çokça faydası bulunmaktadır. Öncelikle metabolizmanın daha hızlı çalışmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, hızlı şekilde kana karışarak, kan dolaşımının sağlıklı ve seri şekilde devam etmesine yardımcı olur. Özellikle cinsel organın bulunduğu bölgelerde bu kan dolaşımını çok hızlı hale getirir. Ayrıca sindirim sisteminin de sağlıklı, hızlı çalışmasına yardımcı olur. İnsan sağlığına birçok katkı yapıyor. Erkeklerde sperm sayısının da artmasına yardımcı olur. Erkek hastalarımızın cinsel sorunlarından kurtularak, daha iyi, eğlenceli sosyal hayata kavuşmalarına da yardımcı oluyor. Yani sadece sağlık açısından değil; günlük yaşam bakımından da insanlara birçok fayda sağlıyor. İnsanların cinsel sorunlar yüzünden iş arkadaşları, eşiyle ettiği kavgalar sonucu bozulan günlük yaşamını da, bu sorunlardan kurtararak daha pozitif hale getiriyor.*

*V-pills Penis Büyütüyor Mu?*

*Cinsel sorunlara, düzenli kullanıldığında kalıcı olarak çözümler getiren V-pills, bu düzenli kullanımı halinde penis boyunun uzamasına da yardımcı olmaktadır. Penis büyütücü özelliği bulunan V-pills 2 santimden 7.62 santimetreye kadar uzama sağlamaktadır. Bu uzama aralığı kişinin bünyesine yapısına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Ancak her halükarda en azından 2 santimlik uzama sağlıyor. En fazla 7.62 santimlik uzama sağlamaktadır, bu rakam da bilim adamları tarafından belirlenmiş ve onaylanmıştır.*

*V-pills Etkisini Ne Zaman Gösterir?*

*Virility kullanmaya başladıktan kısa süre sonra olumlu etkilerini görmeye başlarsınız. İlk başta sadece cinsel isteği, cinsel performansı arttıran V-pills; ilişkiye girememe sorununuzu da ortadan kaldırmaktadır. Zamanla tavsiye edildiği şekli ile kullanıldığı takdirde, bütün cinsel sorunlara çare olmakta, penis büyümesini sağlamakta, vücuda da birçok fayda sağlamaktadır. Kullanım koşulu günde 2 kez bol şu eşliğinde olmalıdır.*

*V-pills Etkisi Kalıcı Mıdır?*

*Gıda takviyesi niteliğinde olan ürünümüzü düzenli kullandığınız zaman etkisini tam olarak görürsünüz. Yani eğer herhangi soruna ve duruma kalıcı etki sağlamak istiyorsanız, istikrarlı olarak kullanmanız gerekiyor. Günde 2 kez kullanmanız gereken içerisinde, 60 adet kapsül yer alıyor. 3 ay boyunca 3 kutu V-pills’i düzenli olarak kullandığınızda olumlu etkilerini kalıcı şekilde göreceksiniz. Bu arada 40 yaş üstü erkeklerde metabolizma daha yavaş çalıştığı için, 4 kutuyu 4 ay boyunca kullanmaları gerekiyor.*

*V-pills Sperm Arttırıcı*

*V-pills sperm arttırıcı özelliğe sahiptir. Birçok erkeğin sorunu olan sperm yetersizliğine düzenli kullanımı doğrultusunda kalıcı olarak çözümler getirmektedir. Böylece de daha doyumsuz, daha sağlıklı bir cinsel hayat sunarken, erkeklerin cinsel hayatlarının daha olumlu geçmesini sağlar. V-pills gold yan etkileri olmadan kana karışarak, özellikle cinsel organın etrafındaki damarlarda kan dolaşımını hızlandırmaktadır, bu sayede de cinsel organ daha hareketli, sağlıklı hal alarak, sperm sayısının artmasını sağlamaktadır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği 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, tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların “V-Pills Gold Kapsül” markalı ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan reklamlarda yer alan iddiaların da 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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 8; 13; 16 ve 17 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2017/694**

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

**Şikayet Edilen Reklam: “Ruffles”** markalı ürünlere yönelik olarak **“Bu dalga hareketi çok tutar bizden söylemesi”** ve **“Bi dalganın güzelliği sonunda saklıdır!”** sloganları ile firmaya ait Twitter ve Facebook sosyal medya internet adreslerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2016, 26.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş. unvanlı firmaya ait “Ruffles Türkiye” adlı kullanıcı hesabı tarafından [www.facebook.com/rufflesturkiye](http://www.facebook.com/rufflesturkiye) adresli internet sitesinde yayınlanan 16.12.2016 tarihli gönderide; “Bu dalga hareketi çok tutar bizden söylemesi” başlığı altında kolları ile her iki yana doğru dalga hareketi yaparak dans eden bir gencin görüldüğü reklam filminin yer aldığı, söz konusu reklam filminin alt yazısında, *“Dalgası tırtığında. Çünkü hayat biraz dalga istiyor. Ruffles”* ibarelerine yer verildiği,

Yine reklam veren firma tarafından aynı Facebook sayfasında yayınlanan 26.12.2016 tarihli gönderide ise, *“Bi' dalganın güzelliği sonunda saklıdır!”* başlığı altında kadın ve erkek iki gencin kolları ile dalga hareketi yaparak dans ettiği reklam filminin yer aldığı, yine söz konusu görüntülere ait altyazıda, *“Dalgası tırtığında. Çünkü hayat biraz dalga istiyor. Ruffles”* ibarelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu reklam filmlerinin firmaya ait “Ruffles Turkiye” adlı kullanıcı hesabı tarafından [www.twitter.com/rufflesturkiye](http://www.twitter.com/rufflesturkiye) adresli internet sitesinde 16.12.2016 ve 26.12.2016 tarihlerinde yayınlandığı,

Şikayetçi firmaya ait olup taklit edildiği iddia edilen “Cipso Dalgalı” markalı ürüne ilişkin reklam filminde ise; “Cipso Dalgalı Çıtır Çıtır Tahıllı Cips” isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak buğday tarlasında çekilen reklam filmi ile ürünün tahıllı olmasına vurgu yapılırken, başaklar arasından bir anda çıkan üç gencinin kolları ve vücutları ile dalga hareketi yaparak ürünün dalgalı görünümüne atıfta bulunulduğu, reklamın devamında dış ses tarafından yapılan seslendirmede ise,*“Lezzeti tahılından, dalgası Cipso’dan! At tahıllıyı ağzına, bak Cipso’yla dalgana! Cipso’dan yeni bir Cipso. Cipso Dalgalı. Tahıllı, az yağlı, çok lezzetli.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, reklam veren Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.’nin savunmasında belirtmiş olduğu “Çağrı Merkezi” temalı reklam filminin “Müşteri Temsilcisi” notu ile 28.02.2014 tarihinde firmaya ait Ruffles Türkiye isimli Facebook sayfasında paylaşılmış olduğu ve söz konusu reklam filminin sonunda *“Hayat biraz dalga istiyor”* sloganı ile beraber filmde rol alan gencin kolu ile dalga hareketi yaptığı görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.unvanlı firma tarafından “Ruffles”markalı ürünlere yönelik olarak 16.12.2016 ve 26.12.2016 tarihlerinde [www.twitter.com/rufflesturkiye](http://www.twitter.com/rufflesturkiye) ve [www.facebook.com/rufflesturkiye](http://www.facebook.com/rufflesturkiye) adresli internet sitelerinde, “Bu dalga hareketi çok tutar bizden söylemesi!” ve “Bi dalganın güzelliği sonunda saklıdır!” başlıkları altında yayınlanan reklam ve tanıtımların, Doğuş Yiyecek ve İçecek Üretim San. Tic. A.Ş. tarafından “Cipso Dalgalı” markalı ürüne yönelik olarak 21.05.2014 tarihi itibariyle yayınlanmış televizyon reklamlarının taklidi olduğu iddiasına ilişkin olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, şikayetçi Doğuş Yiyecek’e ait “Cipso Dalgalı” isimli ürüne ait reklam filminde yer alan metin, slogan, görsel sunum ve ses efektleri gibi unsurlar açısından, şikayet edilen Frito Lay’e ait “Bu dalga hareketi çok tutar bizden söylemesi” ve “Bi' dalganın güzelliği sonunda saklıdır!” ibareli reklam filmlerinde herhangi bir taklit içeren hususa rastlanmadığı, şikayetçi ve şikayet edilen firmalara ait reklam filmlerinde yer alan ortak unsurların ‘kol ve vücut hareketleri ile çeşitli şekillerde dalga hareketi yapılması’ ve her iki cips ürününün ortak özelliği olan tırtıklı/dalgalı görünüme vurgu yapılması olmakla beraber, şikayet edilen Frito Lay’in söz konusu hareketi - Doğuş Yiyecek’e ait reklam filminin ilk yayın tarihi olan 21.05.2014 tarihinden önce - 28.02.2014 tarihinde yayınlamış olduğu bir başka reklam filminde de kullandığı tespit edildiğinden anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2016/990**

**Şikayet Edilen: Mesut ERDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.redhoneyonlinesatis.com](http://www.redhoneyonlinesatis.com) adresli internet sitesinde yer alan “**Red Honey”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.redhoneyonlinesatis.com](http://www.redhoneyonlinesatis.com) adresli internet sitesinin 10.08.2016 tarihli görünümünde; *“*Red Honey”isimli ürüne yönelik olarak*, “Penise giden damarları sertleştirmeye yardımcıdır. Penisteki damar dokularının sayısını arttırmaya yardımcıdır. Cinsel performans ve cinsel dayanıklılığı fark edebileceğiniz düzeyde arttırmaya yardımcıdır. Sperm sayısını arttırmaya yardımcıdır. Orgazm daha şiddetli hatta zevkli gerçekleştirmeye yardımcıdır. Ereksiyon sorunlarınızı çözmeye yardımcıdır. Kısırlık tedavisine yardımcıdır. Erken boşalma sorunlarını çözerek sevişme süresini uzatmaya yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

**-**26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 9 ve 13 üncü maddeleri;

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 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 ve 9/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2016/1018**

**Şikayet Edilen: Taylan SARIKAYA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ilacsizsaglikliyasam.com](http://www.ilacsizsaglikliyasam.com) ve [www.ganodermareishimantari.com](http://www.ganodermareishimantari.com) adresli internet sitelerinin 08.02.2017 tarihli görünümlerinde; MAITAKE MANTARI isimli ürüne yönelik olarak *“Maitake Mantarı (Grifola Frondosa) adını ‘dans eden mantar’ anlamına gelen Maitake’den alan bu mantar doğu tıbbında bağışıklık sistemi üzerine olan olumlu etkileriyle tanınır. Maitake mantarının kansere yönelik yardımcı bir etki gösterdiği ve yayılmasını engellemeye destek olduğu kabul görmektedir. Maitakinin fraksiyonları akciğer, kolon, karaciğer, prostat, beyin tümörlerinde büyümeyi yavaşlatmaya destek bir potansiyel olarak görülüyor. Ayrıca Maitake’nin kemik iliğinde koloni oluşumunu hızlandırdığı, doxorubicin toksisistesini azalttığı ve tümör metastazını inhibe ettiği tespit edilmiştir.”* AURICULARIA MANTARI isimli ürüne yönelik olarak *“Geleneksel Çin tıbbında Auricularica spp.’nin düzenli olarak tüketilmesi halinde kansızlık, sindirim sistemi, boğaz ve bağırsak hastalılarına iyi gelmetedir, Hemoroid tedavisinde, Ödem ve boğaz ağrısı, doğum sonrası güçsüzlük, kramp, uyuşma, dizanteri, basur, enterit, ağır adet kanaması için kullanılmıştır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

-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, 13/3; 17/1 ve 17/2 maddeleri,

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 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 ve 9/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2016/1785**

**Şikayet Edilen: Oğuz AKTAR (www.oguzsifalibitkiler.com)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.oguzsifalibitkiler.com](http://www.oguzsifalibitkiler.com) adresli internet sitesinde yer alan “*Geyik Boynuzu”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.geciktiricisprey.online](http://www.musele.net) adresli internet sitesinin 22.06.2016 tarihli görünümünde;**Geyik Boynuzu** adlı ürüne yönelik olarak*,* Viaxi Forvette “Natural Alternative Formen” 2 Kapsul isimli ürüne yönelik olarak *“Geyik boynuzu hapının sizlere yardımcı olabileceği konular aşağıda maddeler halinde sıraladık: Cinsel isteksizliği çözer, iktidarsızlığı, anında ereksiyon, cinsel birleşmedeki korkuya, sperm kalitesine, erken boşalmaya, cinsel organa. Geyik boynuzu hapının içerisinde bulunan maddeler bu konularda sizlere yardımcı olabilir. Geyik boynuzu ülkemizde yaşanan cinsel sağlık sorunlarında sizlere yardımcı olabilecek bir biçimde geliştirmeye çalışmış bitkisel gıda takviyesidir. Bu bitkisel gıda takviyesi sizlere yukarda maddelerde belirtmiş odluğumuz sorunlarınızda yardımcı olabilir. Geyik boynuzu hapı bitkisel bir afrodizyaktır. Geyik boynuzu bilindiği gibi çok yararlı ve çok etkili maddeler içeriyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

-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 7 nci maddesi;

**-**26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 8; 9 ve 13 üncü maddeleri;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Oğuz AKTAR (**[**www.oguzsifalibitkiler.com**](http://www.oguzsifalibitkiler.com)**)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2016/1786**

**Şikayet Edilen: Recep AKÇAL (Eyüp Şifalı Bitkiler)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.eyupsifalibitkiler.com adresli internet sitesinde yer alan **“Bio Herbal 60’lı Sarımsak Çayı”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.eyupsifalibitkiler.com adresli internet sitesinin 22.06.2016 tarihli görünümünde; ***“***Bio Herbal 60’lı Sarımsak Çayı” isimli ürüne yönelik olarak; *“Ayda 4-6 kilo vermek ister misiniz? Metabolizma hızlandırır, formda kalmanıza yardımcı olur. 60 süzen poşet sarımsak çayı ile fazla kilolarınızdan kurtulun”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

-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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

**-**26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 8; 9; 13 ve 15 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2016/2261**

**Şikayet Edilen: Bekir ASLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.organikasyon.com](http://www.organikasyon.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Epimedyumlu Macun”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.organikasyon.com](http://www.geciktiricisprey.online) adresli internet sitesinin 15.06.2016 tarihli görünümünde;Epimedyumlu Macunisimli ürüne yönelik olarak*, “Cinsel güç ve istek arttırmayı destekleyen bir üründür. Geciktirici etkisi sayesinde erken boşalma problemini çözmenize yardımcı olur. Vücuda kuvvet ve zindelik vermektedir. Sperm yetersizliği tedavisine yardımcı sperm kalitesini arttırmak için destekleyicidir. Epimedium bitkisinin, afrodizyak etki gösteren diğer bazı bitkilerle karışımından elde edilen, erkek ve kadınların kullanabildiği, içeriği tamamen doğal performans arttırıcı bir üründür. Organikasyon epimedyumlu macun piyasadaki macunlar içinde en iyisi olup etkisini kullandıktan sonra çok kısa süre içinde göstermektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

-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 Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 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 ve 9/5 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2016/1219**

**Şikayet Edilen:** **Robi Bilişim Teknolojileri Yazılım Ve Danışmanlık Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kadinlarkulubu.com](http://www.kadinlarkulubu.com) adresli internet sitesinin 09.12.2016 tarihli görünümünde, *“Kilo vermeyi kendi başınıza başaramıyorsanız, zayıflamaya yardımcı ve bitkisel özellikli besin takviyeleri kullanabilirsiniz. Maurers Zayıflamaya Yardımcı Besin Takviyesi, vücudun sağlıklı kilo vermesini için gerekli olan doğal maddelerin özenli seçimi ve bileşimi sonucunda üretilmiştir. Kapsül olarak üretilen bu bileşim kullanım kolaylığı sağlar. Maurers Zayıflamaya Yardımcı Kapsüllerini kullanırken, diyetlerde yaşanan halsizlik, stres ve yemek yiyememenin verdiği mutsuzluk gibi klasik sorunlarla karşılaşılmaz. Maurers kapsüller, tokluk hissi verir ve iştahı keser aynı zamanda vücut eskisi kadar besin alamadığı için enerji düşüklüğü yaşamaz. Maurers Zayıflamaya Yardımcı Kapsüllerle istediğiniz kiloya indiğinizde, vermiş olduğunuz kilo miktarı ne kadar olursa olsun vücutta sarkma gibi estetik sorunlar meydana gelmez. Maurers Kullanırken - İştahınız kesilir - Su içmek istersiniz - Stresten uzak ve enerjik olursunuz - Toksin atarsınız - Tansiyonunuz dengelenir - Kolesterolünüz normale döner - Kilo verirsiniz - Gardırobunuzu yenilemek zorunda kalırsınız. Garnicia Meyvesi: Hindistan ve Kamboçya da yetişen iştah kesici bir tür meyve türüdür. Yağ depolarının düşmanıdır. HCA yağ enzimleri etkisiz hale getirir. Vücuda alınan besinlerin yağa dönüşerek depolanmasına izin vermez. Sadece 1 gramı, vücuttaki 250 gram yağı yok eder.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

-26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5; 7; 9; 13; 15/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 ve 26/1 maddeleri,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Robi Bilişim Teknolojileri Yazılım Ve Danışmanlık Sanayi Ticaret Limited Şirketi** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2016/1241**

**Şikayet Edilen:** **Bacom İnternet Hizmetleri Turizm Pazarlama Organizasyon Ve Tanıtım A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.birliktealalim.com](http://www.birliktealalim.com) adresli internet sitesinin 19.12.2016 tarihli görünümünde *“Zayıflamak Artık Sandığınız Kadar Zor Değil!”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Maurers ile sadece zayıflatmaz, Maurers ile göbek, bel ve basen bölgesi gibi hareketsiz bölgelerdeki yağlardan da kurtulursunuz. Türkiye'deki en iyi gerçek termojenik yağ yakıcı bitkisel kapsül Maurers hem bölgesel, hem genel zayıflama hem de sıkılaştırıcı etkiye sahip muhteşem bir üründür. Maurers içeriğinde bulunan mucizevi bitkilerle sağlıklı ve doğal bir şekilde kilo vermenize yardımcıdır. Maurers düzensiz beslenme, hareketsizlik ve bunun gibi durumlarda ortaya çıkmış olan fazla kilolarınızdan ve yağ birikintilerinizden kurtulmanız için etkili bir çözümdür. Maurers içermiş olduğu güçlü antioksidan ve vitaminlerle kullanmaya başladığınızda bir yandan kilo verdirirken diğer yandan zindelik ve dinçlik vererek vücudunuzun ihtiyacını karşılamada yardımcı olacaktır. Maurers sadece kilo vermenize değil kilonuzu korumanıza da yardımcı olacak bir üründür. Tokluk hissi vererek iştahınızın kontrol atlına alınmasını sağlar. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bacom İnternet Hizmetleri Turizm Pazarlama Organizasyon Ve Tanıtım Anonim Şirketi** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2016/1276**

**Şikayet Edilen:** **Şifalı Bitkisel Ürünler**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.bitkiseli.net](http://www.bitkiseli.net) adresli internet sitesinde yer alan “Q7” adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.bitkiseli.net](http://www.bitkiseli.net) adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde, *“Q7 Termojenik Yağ Yakıcı Zayıflama Hapı”* şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bitkiseli.net](http://www.bitkiseli.net) adlı sitede “Q7” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı; dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şifalı Bitkisel Ürünler** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2016/1210**

**Şikayet Edilen:** **OHBE Gıda Ve İçecek Mam. San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mami Power” adlı içeceğe yönelik olarak [www.mamipower.net](http://www.mamipower.net) ve www.mamipower.com.tr adresli internet sitelerinde ve çeşitli sosyal medya hesaplarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mamipower.net](http://www.mamipower.net) ve [www.mamipower.com.tr](http://www.mamipower.com.tr) adresli internet sitelerinin 24.11.2015 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda, *“Mami Power emziren anneler için özel olarak formüle edilmiş tahıllı, maltlı, vitaminli, fruit up’lı düşük glisemik indeksli, kilo yapmadan anne sütü arttırmaya yardımcı bir içecektir. Mami Power sıradan bir alkolsüz malt içeceği değildir. Mami Power Oxford Brookes Üniversitesi onaylı düşük glisemik indeksli fruit up sayesinde kilo yapmadan süt yapmaya yardımcı olur. Düşük glisemik indeksli besinlerin kilo yapmadığı bilinen bir gerçektir.”* şeklinde,

instagram.com/mamipowertr URL adresinin 24.11.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“mamipower Anne sütü arttırmaya yardımcı içecek. Oxford Brookes Üniversitesi onaylı Fruit-up içerir. Renklendirici, koruyucu içermez. İlaç değil, gıda takviyesidir.* *www.mamipower.com.tr”* şeklinde;

Ayrıca, firmaya ait www.facebook.com/mamipowerturkiye?ref=br\_rs URL adresinin 24.11.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“(…)Mami Power emziren anneler için özel olarak formüle edilmiş tahıllı, maltlı, vitaminli, Oxford Brookes Üniversitesi onaylı fruit-up'lı düşük glisemik indeksli, anne sütü arttırmaya yardımcı bir içecektir. Düşük glisemik indeksli gıdaların kilo yapmadığı bilinmektedir. Mami Power emziren anne içeceği, Fruit-up'lı içeriği sayesinde, lohusalık döneminde olup da hem bebeğine bol süt vermek hem de doğum sonrası kilolarından kurtulmak isteyen annelerin ideal yardımcısıdır. Online sipariş için mamipower.com.tr”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde kullanılan ifadeler ile Mami Power isimli içeceğin anne sütünü arttırma gibi bir fizyolojik etkiye sahip olduğu, üstelik bu etkiyi de kilo aldırmadan gerçekleştirdiği algısının oluşturulduğu, bu tür ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve ilgili mevzuatta müsaade edilen beyanların dışına çıkan sağlık ve beslenme beyanlarıniteliğinde olduğu; böylece,gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla bu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/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 Yönetmeliğinin 4, 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 Yönetmeliğinin 7 ve 35 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, 7, 8, 9, 10, 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 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**49)**

**Dosya No: 2016/322**

**Şikayet Edilen: Zeugma Elektronik Ticaret A.Ş. (Eski Ticaret Unvanı - İnog Grup İnternet Organizasyon Pazarlama ve Ticaret A.Ş.)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.cafeslim.com.tr](http://www.cafeslim.com.tr) adresli internet sitesinin 14.03.2016 tarihli görünümünde; *“Kahve içerek yağ yakın. Hemen zayıflamaya başla…5X etkili… Demet Akalın… İrem Derici… Merve Boluğur… Bu tarz benim… Merve Özbey… Berkay… Sadece çay yetmez! Çay ile destekli, zayıflatıcı kahve…(…) Tartışmasız dünyanın en etkili yağ yakıcısı; yeşil kahve. (…) Bu yüzden tarım bakanlığı onaylıdır. Bakanlığın yanı sıra iso kalite sertifikaları ve helal sertifikasına sahip bir üründür. T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı TR-34-K-086827 HALAL NO:2015/H.001 FQC First Quality Certification ISO NO:22000:2005 (…) İçeriğindeki ayrılmış üçlü konsepti ile daha ilk kullanımda metabolizma üzerindeki etkisini hissettirir ve vücudu düzene sokar… Fazla kilolardan kurtulup vücudun kendi normal değerlerine kalıcı olarak gelmesi için düzenli olarak kullanılmalıdır. Yeşil kahve nasıl zayıflatır? Yeşil kahve içeriğindeki klorojenik asit yoğunluğuna bağlı olarak metabolizmanızı hızlandırır ve kilo vermenize yardımcı olur. Öte yandan zayıflamak için tavsiye edilen klorojenik asit, sadece kilo kaybını sağlaması ile değil aynı zamanda diyabet, kalp, kanser başta olmak üzere pek çok kronik metabolik hastalığa, Alzheimer ve Parkinson gibi önemli nörolojik hastalıklara karşı da koruma sağlar. (…) Karnıyarık Otu; yüksek kolesterolü düşürür, gaz söktürücüdür, tokluk hissi verir, sindirimi kolaylaştırır. (…) Meyan Kökü; Kilo kaybını hızlandırır, susuzluğu giderir, hazımsızlığı giderir, gribe iyi gelir. (…) Mate Çayı; Metabolizmayı hızlandırır, canlılık hissi verir, kalbi güçlendirir, sindirime yardımcı olur, idrar söktürücüdür. (…) Diyabeti engeller, kanseri önler, kalbi ve damarları korur, kronik hastalıklara kalkan olur, zayıflatır, enerji verir, halsizliği önler. (…) Yorumlar (…) kantarmeltem- (…) 1 haftada 3 kil o gitti bile (…) ozbi\_38-çok etkili inanın ablam 75 kiloydu 65 indii (…) arzukmkcftc- cafeslim sayesinde 6kg verdim (…)”*şeklinde ifadeler ile birlikte *“Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı”*, “*HALAL*” ve “*FQC*” logolarına 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 ve 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, söz konusu ürünün *“helal sertifikası”* ve *“ISO kalite sertifikaları”* bulunduğu ve tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 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; 11/1; 16/1 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2016/4211**

**Şikayet Edilen: Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Eskişehir ilinde bulunan Çağdaş Market İstiklal Şubesi’nde 01.11.2016-06.11.2016 tarihleri arasında yer alan ***“Algida Ürünlerinde 1 Alana 1 Bedava”***şeklindeki kampanya ilanı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2016-06.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kampanya ilanı

**Tespitler**: Anılan firmaya ait Eskişehir ilinde bulunan Çağdaş Market İstiklal Şubesi’nde; Algidamarkalı ürünlerin bulunduğu dondurma dolabı üzerinde 01.11.2016-06.11.2016 tarihleri arasında ***“Algida Ürünlerinde 1 Alana 1 Bedava”***şeklindeki kampanya ilanının yer aldığı, söz konusu kampanya ilanının 28.10.2016-31.10.2016 tarihleri arasında sadece belirli Algida ürünleri için geçerli olan *“1 Alana 1 Bedava Kampanyası”*na ilişkin olduğu, ancak anılan tanıtımların promosyon kampanyasının süresi bitmesine rağmen kaldırılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusufirmaya ait Eskişehir ilinde bulunan Çağdaş Market İstiklal Şubesi’nde; Algidamarkalı ürünlerin bulunduğu dondurma dolabı üzerinde 01.11.2016-06.11.2016 tarihleri arasında *“Algida Ürünlerinde 1 Alana 1 Bedava”* şeklindeki kampanya ilanının yer aldığı,

Söz konusu kampanya ilanının, 28.10.2016-31.10.2016 tarihleri arasında sadece belirli Algida ürünleri için geçerli olan *“1 Alana 1 Bedava Kampanyası”*na ilişkin olduğu, ancak anılan tanıtımların promosyon kampanyasının süresi bitmesine rağmen kaldırılmadığı,

Dolayısıyla, söz konusu kampanya ilanı ile anılan promosyon kampanyasının hala geçerli olduğu ve Algida markalı tüm ürünleri kapsadığı izlenimi yaratılarak kampanyadan yararlanmak isteyen tüketicilerin mağdur edildiği, ayrıca anılan tanıtımlarda promosyon süresinin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği,

Bu sebeplerle, inceleme konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/5 ve 15/1 inci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812-TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2016/4212**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 27.11.2016 tarihli Sabah Gazetesi Günaydın ekinde yayınlanan **“Hipp Organik Devam Sütü Combiotic”** adlı ürün tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler**: 27.11.2016 tarihli Sabah Gazetesi Günaydın ekinde; “Hipp Organik Devam Sütü Combiotic 2” adlı devam formülü görseli ile birlikte*“Bebeğinizin bağışıklığını güçlendiren devam sütü. Prebiyotik lifleri ve probiyotikleri bir arada bulunduran organik bebek ve devam sütü Hipp Combiotic, annelerin en büyük destekçisi. Ürünün içerdiği Combiotic adlı yeni formül; beyin, göz ve sinir sisteminin gelişiminde rol oynayan Omega-3 ve 6 yağ asitlerini içeriyor. Böylece bebeğin bağışıklık ve sindirim sistemini güçlendiriyor. Ayrıca hazmı kolaylaştırıyor ve gaz problemi yaratmıyor.”*ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, 27.11.2016 tarihli Sabah Gazetesi Günaydın ekinde yayınlanan inceleme konusu reklamların; Hipp markalı ürünlere yönelik olarak 01.10.2016 tarihli ordino ile satışı yapılan ve 08.10.2016 tarihinde yayınlanan reklamlar ile 03.11.2016 tarihli ordino ile 2016 yılı Kasım ayı içinde yayınlanmak üzere satışı yapılan ilanlara müstenid olarak Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti. ile Turkuvaz Reklam Pazarlama Danışmanlık A.Ş. unvanlı firma arasında bulunan ticari ilişki gereği iki yayımdan sonra bir yayım olmak üzere ücretsiz olarak yayınlandığı ve dolayısıyla reklamveren firmanın Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 27.11.2016 tarihli Sabah Gazetesi Günaydın ekinde; “Hipp Organik Devam Sütü Combiotic 2” adlı devam formülü görseli ile birlikte*“ Bebeğinizin bağışıklığını güçlendiren devam sütü. Prebiyotik lifleri ve probiyotikleri bir arada bulunduran organik bebek ve devam sütü Hipp Combiotic, annelerin en büyük destekçisi. Ürünün içerdiği Combiotic adlı yeni formül; beyin, göz ve sinir sisteminin gelişiminde rol oynayan Omega-3 ve 6 yağ asitlerini içeriyor. Böylece bebeğin bağışıklık ve sindirim sistemini güçlendiriyor. Ayrıca hazmı kolaylaştırıyor ve gaz problemi yaratmıyor.”*ifadelerine yer verildiği,

Prebiyotik bileşen içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları ve Beyan Koşulları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek-15’inde yer alan hükümler uyarınca prebiyotik bileşen içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler”* şeklinde yapılabileceği, ancak anılan reklamlarda yer alan *“(…) hazmı kolaylaştırıyor ve gaz problemi yaratmıyor”* ifadeleri ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Diğer taraftan, anılan tanıtımlarda devam sütleri ile birlikte bebek sütlerinin de belirtildiği, böylelikle anılan Yönetmelik Ekinde yer alan beslenme ve sağlık beyanlarının dışına çıkılarak sadece 6. aydan itibaren önerilen devam sütleri ile bebek ve küçük çocuk ek gıdaları için geçerli olan prebiyotik beyanlarının bebek sütleri için de kullanıldığı,

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,

- 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 Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 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 **Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2017/176**

**Şikayet Edilen: İmmu-Nat Bitkisel İlaç ve Doğal Sağlık Ürünleri İmalat İthalat İhracat ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.immunat.com.tr](http://www.immunat.com.tr) adresli internet sitesinin 21.02.2017 tarihli görünümü ile firmaya ait broşürlerde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler**: Firmaya ait ürün broşüründe yer alan *“Doğada bulunan bitki, kök ve çiçeklerin faydalı olduğu düşünülen durumlar”*başlıklı tablo ve insan vücudu şemasında; İmmu-Nat markalı gıda takviyesi niteliğindeki muhtelif ürünlerin içeriğinde bulunan ve çok sayıda hastalığın tedavisinde etkili olduğu iddia edilen bitkilere ait bilgiler ile birlikte *“ Zerdaçal Ekstratı; Sağlıklı ve uzun yaşamın sırrı (…) Rosemary Sıvı Ekstresi; doğadan gelen incelik ile formda kalın (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, [www.immunat.com.tr](http://www.immunat.com.tr) adresli internet sitesinin 21.02.2017 tarihli görünümünde; *“Adale Romatizması”*, *“Ailevi Akdeniz Ateşi”*, *“Alerjik Hastalıklar”*, *“Astım”* (…) “*Damar Sertliği”*, *“Demans (Hafıza Zayıflığı)”* ve benzeri başlıklar altında; *“Zeytin Yaprağı Ekstratı; Kalp ve Damar Dostu (…) Siyah Üzüm Çekirdeği Ekstratı; Doğal anti-aging (…) Çörek Otu Tohumu Ekstratı; Bağışıklık sistemi dostu (…); İmmunat XPS6 Box; Yorumlar (…) Hüseyin Büyükkörükçü- Üründen memnun kaldı. 15 günde şekerim 40 puan düştü. (…) Memnun kaldım. 180 seviyesinde olan şekerimi 40 puan düşürdü. Devam edip normal seviyeye inmek istiyorum. (…) İmmunat Osmanlı Kök Şurubu; Yorumlar (…) Emre Yıldız- Harika bir ilaç diyorum çünkü kullandığım en yüksek derecede bir ürün ben sağlıklı biri olarak kullanıyorum bunu herkese tavsiye ederim tesirli çok tedavi edici bir ürün. Sevinç Yılmaz- Harika bir ürün annem 72 yaşında yataktan bu ürün sayesinde kalktı sonsuz teşekkürler sizlere. (…) İmmunat Kırmızı Pancar Ekstratı; Yorumlar (…) Filiz Açık- Kabızlık şikâyetiniz varsa etkisini hemen hissediyorsunuz. Öneriyorum.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- 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 Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13 ve 17 nci 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 **İmmu-Nat Bitkisel İlaç ve Doğal Sağlık Ürünleri İmalat İthalat İhracat ve Ticaret 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: 2017/294**

**Şikayet Edilen: Optinaturel İlaç Gıda Medikal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.naturpystore.com](http://www.naturpystore.com) adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.naturpystore.com](http://www.naturpystore.com) adresli internet sitesinin 13.01.2017 tarihli görünümünde; *“Ay 9 Leaf Tea; 9 ay life tea Ayhan Ercan tarafından geliştirilen form çayıdır. Bağırsak fonksiyonlarının hızlandırılmasında, şeker emiliminin azaltılmasında ve tokluk hissi oluşmasına yardımcı olan tamamen bitkisel bir form çayı gıda takviyesidir. (…) Naturpy Milk Tea; Daha fazla anne sütü! Naturpy Milk Tea anne sütünü arttırıcı özelliği bilinen galaktogog etkisi olan içerisinde melisa, ıhlamur, papatya (…) bitkileri ile zenginleştirilmiş galaktogog etkisi ile anne sütünü arttıran bu özel formülasyon ürünümüzde kesinlikle katkı maddesi içermemektedir. (…) Barut Ağaçlı Çay; kilo verme, vücuttan ödem ve toksin atma, yağ yakımını hızlandırma, tokluk hissi verme, idrar yollarını çalıştırma, metabolik hız sağlama, bağırsakları çalıştırma, kan şekerini dengelemede kullanılır. (…)Upr Reishi Mantarı Kapsülü; Ürün içeriğinde yer aldığı belirtilen arı sütü metabolizma için çok önemli olan panteik asit, asetilkolin, protein, bağışıklık sistemini güçlendiren bir yağ asidi olan 10-HDA, sepanin asit, hastalıkların iyileşme döneminden sonra sindirimi düzenlemek ve iştah açmak için çok ideal olan oleik asit içerir. (…) Mecitefendi Kekik Çayı; (…) ayrıca kekik yağı açık yaraların tedavisinde antiseptik olarak kullanılabilir. Ağız içi enfeksiyonlarının tedavisinde etkili bir bitkidir ve bu gibi sorunlara karşı ağız gargarası olarak kekik suyunu kullanabilirsiniz. Özellikle mantar gibi cilt hastalıklarına karşı harici olarak kullanılır. (…) Kuşburnu&Hibisküs Çayı; İyi bir C vitamini kaynağı olduğundan nezle- grip gibi hastalıklardan korunmak ve bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde etkilidir. (…)Naturpy Goji Berry ve Yeşil Çaylı Karışık Bitki Çayı; Yaza formada girmek ve yağlı bilgelerinizin erimesi için içerisindeki özel bitki karışımları sayesinde sizlere da sağlıklı ve daha formda olmanızı sağlayacak, vücudunuzu dinç tutacak bitkiler içermektedir. (…)Ayhan Ercan Ürünleri-Ay 9 Life Tea- “(…) Ayhan Ercan markası olarak Ay 9 Life Tea gerçek 9’lu bitki çayı olarak form çayı orijinal helogramlı olarak satışlara sunulmaktadır. Optinaturel Gıd. Med. San. Tic. Ltd. Şti. güvencesi ile Ankara’da Ayhan Ercan’ın yetkili bayisiyiz.(…) 9 ay life tea Ayhan Ercan tarafından geliştirilen form çayıdır.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde *“Ayhan Ercan Ürünleri-Ay 9 Life Tea”* başlığı altında; *“(…) Ayhan Ercan markası olarak Ay 9 Life Tea gerçek 9’lu bitki çayı olarak form çayı orijinal helogramlı olarak satışlara sunulmaktadır. Optinaturel Gıd. Med. San. Tic. Ltd. Şti. güvencesi ile Ankara’da Ayhan Ercan’ın yetkili bayisiyiz.(…) 9 ay life tea Ayhan Ercan tarafından geliştirilen form çayıdır.”*ifadelerine yer verilerek Ayhan ERCAN’ın adı ve *“Ayhan Ercan Super Foods”* isimlimarkasının onayı olmaksızın izinsiz şekilde kullanıldığı,

Bu sebeplerle, 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 ve 5/d maddeleri,

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 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, 11/1 ve 26 ncı maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Optinaturel İlaç Gıda Medikal 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.

**TEKNOLOJİ**

**54)**

**Dosya No: 2015/1343**

**Şikayet Edilen: İzmir FM Radyo Televizyon Yay. ve Rek. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Seymen FM” adlı radyo kanalında yayınlanan “Araç içi kamera - Güneş gözlüğü” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** 02.09.2015 tarihinde “Seymen FM” adlı radyo kanalında saat 10:49-10:55 arasında yayınlanan *“Araç içi kamera - Güneş gözlüğü”* reklamlarında yer alan; *“(…) Duyduk ki, araç sahiplerine, aracı olanlara muhteşem bir haberiniz varmış. Evet, muhteşem bir haberim var, çok önemli bir duyurum var (…) Bu normal bir kampanya olmayacak, haber niteliğinde (…) Sevgili dinleyenler (…) Araç sahibi olan herkes şimdi aracına araç kamerası taktırmak zorunda… Son yasa ile birlikte biliyorsunuz devletin resmi araçlarında, belediye otobüslerinde zorunlu haldeydi. Özel şahıs araçları için zorunlu değildi, ama artık yasa taslağı sunuldu ve zorunlu hale geliyor. İsteseniz de istemeseniz de siz artık aracınıza araç kamerası takmak zorundasınız (…) Araç kameralı olduğunda bütün her şey ortaya çıkacak. Bunun yanı sıra sizin araç kameranız olduğu zaman aracınızın başına başka şeyler de gelebilir. Soygun yaşayabilirsiniz, aracınız darp olabilir (…) Sonra suçlu arıyorsunuz, acaba devletin taktığı kameralardan var mı? (…) Bir daha söylüyorum araç kamerası artık zorunlu hale geliyor. Bugün HD kayıt yapan bir araç kamerası takayım deseniz, gece görüşü olan bir kamera takayım deseniz ortalama en düşüğünün fiyatından bahsediyorum, 500 TL. Şu andan itibaren geliyor sürpriz. Beni dinleyenler, tanıyanlar biliyorlar.”*  şeklinde ve “*Muhakkak ki eğer ben bir projenin altına imza atarsam onunla ilgili sürpriz bir şeyler yapmalıyım, herkesi mutlu etmeliyim. Sizi mutlu edecek haber de şu; şu andan itibaren herkes eline cep telefonunu alsın, müsait bir yere çeksin (…) 0216 211 01 00’ı hemen tuşlayın, çünkü sadece 30 kişi için geçerli olacak. Neden 30? Bu haberi verdiğimizde bir firmayla anlaştık. Bu araç kameralarını yapan bir firmayla… Üstelik gece çekimi yapabiliyor, hani bu Amerikan filmlerinde falan izliyorsunuz ya, polisler gidiyorlar hiç ışığın olmadığı bir yerde gece görüşüyle, aynı öyle (…) Bunun yanı sıra araç kamerasının yanında bir ekran açılıyor. O ekran HD ekran… Oradan yolu bile takip edebiliyorsunuz. Total fiyatı, bu anlaştığımız firmanın bayilerinde satış fiyatı 570 TL. Ama biz 570 TL’yi unutuyoruz, bugün bu haberi Seymen’de verdiğimiz için (…) 570 TL yerine 99 TL (…) Her şey olduğu gibi doğal, kulak arkası etmeyin. Bugün yarın ben kendim alırım demeyin (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 02.09.2015 tarihinde Seymen FM adlı radyo kanalında saat 10:49-10:55 arasında yayınlanan *“Araç içi kamera - Güneş gözlüğü”* reklamlarında yer alan; *“(…) Duyduk ki, araç sahiplerine, aracı olanlara muhteşem bir haberiniz varmış. Evet, muhteşem bir haberim var, çok önemli bir duyurum var (…) Bu normal bir kampanya olmayacak, haber niteliğinde (…) Sevgili dinleyenler (…) Araç sahibi olan herkes şimdi aracına araç kamerası taktırmak zorunda… Son yasa ile birlikte biliyorsunuz devletin resmi araçlarında, belediye otobüslerinde zorunlu haldeydi. Özel şahıs araçları için zorunlu değildi, ama artık yasa taslağı sunuldu ve zorunlu hale geliyor. İsteseniz de istemeseniz de siz artık aracınıza araç kamerası takmak zorundasınız (…) Araç kameralı olduğunda bütün her şey ortaya çıkacak. Bunun yanı sıra sizin araç kameranız olduğu zaman aracınızın başına başka şeyler de gelebilir. Soygun yaşayabilirsiniz, aracınız darp olabilir (…) Sonra suçlu arıyorsunuz, acaba devletin taktığı kameralardan var mı? (…) Bir daha söylüyorum araç kamerası artık zorunlu hale geliyor. Bugün HD kayıt yapan bir araç kamerası takayım deseniz, gece görüşü olan bir kamera takayım deseniz ortalama en düşüğünün fiyatından bahsediyorum, 500 TL. Şu andan itibaren geliyor sürpriz. Beni dinleyenler, tanıyanlar biliyorlar.”* şeklindeki ifadelerle araç içi kamera kullanımının zorunlu hale getirildiğinin belirtildiği, ancak söz konusu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda, “*Muhakkak ki eğer ben bir projenin altına imza atarsam onunla ilgili sürpriz bir şeyler yapmalıyım, herkesi mutlu etmeliyim. Sizi mutlu edecek haber de şu; şu andan itibaren herkes eline cep telefonunu alsın, müsait bir yere çeksin (…) 0216 211 01 00’ı hemen tuşlayın, çünkü sadece 30 kişi için geçerli olacak. Neden 30? Bu haberi verdiğimizde bir firmayla anlaştık. Bu araç kameralarını yapan bir firmayla… Üstelik gece çekimi yapabiliyor, hani bu Amerikan filmlerinde falan izliyorsunuz ya, polisler gidiyorlar hiç ışığın olmadığı bir yerde gece görüşüyle, aynı öyle (…) Bunun yanı sıra araç kamerasının yanında bir ekran açılıyor. O ekran HD ekran… Oradan yolu bile takip edebiliyorsunuz. Total fiyatı, bu anlaştığımız firmanın bayilerinde satış fiyatı 570 TL. Ama biz 570 TL’yi unutuyoruz, bugün bu haberi Seymen’de verdiğimiz için (…) 570 TL yerine 99 TL (…) Her şey olduğu gibi doğal, kulak arkası etmeyin. Bugün yarın ben kendim alırım demeyin (…)”* şeklinde ifadelere yer verilerek doğrudan satış reklamları ile ilgili olarak mevzuatta yer alan *“Bu tür reklamlarda; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilemez.”* hükmüne aykırı hareket edildiği,

Açıklanan nedenle söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 27 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **İzmir FM Radyo Televizyon Yay. ve Rek. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (BeşbinbeşyüzbeşTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2016/497**

**Şikayet Edilen: HP Medya Sipariş Paz. ve Reklam Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Seymen FM” adlı radyo kanalında yayınlanan cep telefonu reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** “Seymen FM” isimli radyo kanalının 01.03.2016 tarihli yayınında Telemarket adı altında yapılan reklamlarda; *“Soruya doğru cevap ver 579 lira yerine sadece 79 liraya al demiyorum kap diyorum… Telefonumuzda WhatsApp özelliği olduğunu bir daha söylüyorum. WhatsApp sayesinde artık WhatsApp’tan ücretsiz arama yapabiliyorsunuz. Bunun yanında Facebook, Twitter, Youtube kullanabiliyorsunuz. Wi-fi’den her taraftan internete bağlanabiliyorsunuz... Elimde görmüş olduğunuz bir cep telefonu var. Dünyanın her ülkesinde kullanılan, bilinen, her yerde servisi olan, garantili, mükemmel bir cep telefonu… 5 yılda garanti veriyoruz… Şu anda internetten her yerden bakabilirsiniz. Gittigidiyor.com başta olmak üzere tüm satış noktalarında 579 Türk Lirasına satılan bir cep telefonu… Sorumuza doğru cevap veren ilk 50 kişiye dünya markası bu telefonu 579 lira yerine sadece 79 liraya veriyoruz… 579 lira yerine 79 liraya 5 yıl garantili, faturalı, KVK onaylı, devlet güvenceli, 81 ilde garantisi olan telefonu 579 lira yerine sadece 20 kişiye 79 liraya gönderiyoruz…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda ‘telefonun internet özelliğine sahip olduğu’ ve ‘telefonda WhatsApp özelliğinin kullanılabileceği’ şeklinde iddialar yer almasına rağmen, başvuru sahibi tüketiciye gönderilen cep telefonunda vaat edilen özelliklerin bulunmadığı,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda ‘gittigidiyor.com başta olmak üzere tüm satış noktalarında 579 Türk Lirasına satılan bir cep telefonu’ olduğu belirtilmesine rağmen, başvuru sahibi tüketiciye gönderilen cep telefonun www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde 69 TL fiyat ile satışa sunulduğunun tespit edildiği,

Son olarak, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Dünyanın her ülkesinde kullanılan, bilinen, her yerde servisi olan, garantili, mükemmel bir cep telefonu”* ifadesinin ispatlanmamış olduğu,

Açıklanan gerekçeler ile tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu tespit edilen söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13 ve 14 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HP Medya Sipariş Paz. ve Reklam Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812-TL (BeşbinsekizyüzonikiTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2016/4631**

**Şikayet Edilen: İzmir FM Radyo Televizyon Yay. ve Rek. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Seymen FM” adlı radyo kanalında yayınlanan cep telefonu reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** “Seymen FM” isimli radyo kanalının 01.03.2016 tarihli yayınında Telemarket adı altında yapılan reklamlarda; *“Soruya doğru cevap ver 579 lira yerine sadece 79 liraya al demiyorum kap diyorum… Telefonumuzda WhatsApp özelliği olduğunu bir daha söylüyorum. WhatsApp sayesinde artık WhatsApp’tan ücretsiz arama yapabiliyorsunuz. Bunun yanında Facebook, Twitter, Youtube kullanabiliyorsunuz. Wi-fi’den her taraftan internete bağlanabiliyorsunuz... Elimde görmüş olduğunuz bir cep telefonu var. Dünyanın her ülkesinde kullanılan, bilinen, her yerde servisi olan, garantili, mükemmel bir cep telefonu… 5 yılda garanti veriyoruz… Şu anda internetten her yerden bakabilirsiniz. Gittigidiyor.com başta olmak üzere tüm satış noktalarında 579 Türk Lirasına satılan bir cep telefonu… Sorumuza doğru cevap veren ilk 50 kişiye dünya markası bu telefonu 579 lira yerine sadece 79 liraya veriyoruz… 579 lira yerine 79 liraya 5 yıl garantili, faturalı, KVK onaylı, devlet güvenceli, 81 ilde garantisi olan telefonu 579 lira yerine sadece 20 kişiye 79 liraya gönderiyoruz…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda ‘telefonun internet özelliğine sahip olduğu’ ve ‘telefonda WhatsApp özelliğinin kullanılabileceği’ şeklinde iddialar yer almasına rağmen, başvuru sahibi tüketiciye gönderilen cep telefonunda vaat edilen özelliklerin bulunmadığı,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda ‘gittigidiyor.com başta olmak üzere tüm satış noktalarında 579 Türk Lirasına satılan bir cep telefonu’ olduğu belirtilmesine rağmen, başvuru sahibi tüketiciye gönderilen cep telefonun www.gittigidiyor.com adresli internet sitesinde 69 TL fiyat ile satışa sunulduğunun tespit edildiği,

Son olarak, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Dünyanın her ülkesinde kullanılan, bilinen, her yerde servisi olan, garantili, mükemmel bir cep telefonu”* ifadesinin ispatlanmamış olduğu,

Açıklanan gerekçeler ile tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu tespit edilen söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13 ve 14 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **İzmir FM Radyo Televizyon Yay. ve Rek. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812-TL (BeşbinsekizyüzonikiTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ENERJİ**

**57)**

**Dosya No: 2016/336**

**Şikayet Edilen: OMV Petrol Ofisi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Petrol Ofisi’nden ödegeç ile alımlarınızda yakıt fiyatında %3 indirim!”* başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, SMS

**Tespitler:** Petrol Ofisi istasyonlarından yapılan yakıt alışverişlerinde kullanılmak üzere “Ödegeç Kart” sahibi tüketicilere yönelik düzenlenen kampanya kapsamında 19.01.2016 tarihinde 24.000 tüketiciye gönderilen kısa mesajda; *“Petrol Ofisi’nden ÖDEGEÇ ile alımlarınızda yakıt fiyatında %3 indirim! Kredi kartınızla eşleşmiş Positive Card’ınızla kampanyadan yararlanmak için, yakıt alımından önce Positive Cardınızı satış görevlisine vermeyi unutmayın. Son gün 29 Şubat. Bilgi: 05556755555 SMS istemiyorsan RED yaz 7627’ye gönder.0729001504300023 ”*,

www.odegec.com.tr adresli internet sitesinin 23.12.2016 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“Araçtan inmeden öde geç, kolaylıklar dileriz. Üstelik ödemeniz için benzin ve dizelde %3 indirim”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Petrol Ofisi’nden ödegeç ile alımlarınızda yakıt fiyatında %3 indirim!”* başlıklı kampanyaya ilişkin ana vaatte; “Ödegeç” hizmetinden yararlanılarak Petrol Ofisi istasyonlarından yapılan yakıt alışverişlerinde %3 oranında indirim uygulanacağının belirtilmesine rağmen, kampanya koşullarını yerine getirdiği tespit edilen başvuru sahibi tüketicinin mağduriyetinin Positive Card’a puan yüklenerek giderilmek istenmesinin reklamda belirtilen ana vaade uygun olmadığı,

Açıklanan nedenle söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7 ve 18 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

**58)**

**Dosya No: 2016/674**

**Şikayet Edilen: Nüve Özel Sağlık Hizmetleri Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Natur-Med Termal Sağlık Oteli”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.natur-med.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ile söz konusu firma tarafından tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2016, 29.07.2016, 09.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Nüve Özel Sağlık Hizmetleri Tic. ve San. A.Ş.’ye ait *“Natur-Med Termal Sağlık Oteli”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.natur-med.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) Dr. Yaşar Yılmaz’ın kimsenin tanımadığı bir ekiple, çok az bilinen bir yerde ve çok az insanın haberdar olduğu bir sağlık anlayışını hayata geçirme idealiyle kurduğu Natur-Med, 14 yılda aşağıdaki başarılara imza attı: Türkiye’de “KÜR” konseptini başlattı. Koruyucu sağlık hizmetinin bu boyutu gün ışığına çıktı. “Enformasyon operasyondan iyidir” şiarıyla sağlık eğitiminin tedavinin baş koşulu olduğu ve insanların bilirlerse ve isterlerse kendilerini ilaçsız da iyileştirebilecekleri yaşandı, görüldü ve gösterildi. Binlerce insan gereksiz yere aldıkları ilaçlardan kurtuldu. Tansiyon, fazla kilo, depresyon, kas-iskelet sistemi, uyku, sindirim ve solunum sistemi sorunları olan binlerce kür misafiri hastalıklarından ilaçsız kurtuldu; hastalıklarıyla nasıl baş edebileceklerini ve kendi kendilerine nasıl yardımcı olabileceklerini öğrendi. (…) Termal tesislerin sadece sıcak suya girip çıkılan yerler olmadığı; buraların sağlık, arınma, insanın kendisiyle ve doğayla buluşma ve kendi sağlığına karşı sorumluluklarını öğrenme yerleri olduğu fark edildi. (…) 14 yılda Natur-Med doğal tedaviler, bütünsel tıp ve entegratif kür tıbbı konseptinin öncüsü bir marka olarak ülkemizde hak ettiği yeri aldı.” , “Natur - Med Kaplıcası; (…) Kaplıca suyunun tedavide etkili olabilmesi için belli özelliklere sahip olması gerekmektedir.  Natur-Med kaplıca sularının çeşitliliği, kullanım alanlarını da zenginleştirmektedir. Litresinde 6,3 gr yoğunluğunda ve 30 değişik mineral içeren Natur-Med kaplıca suyu, Türkiye’de nadir bulunan bir sudur. Natur-Med kaplıca suyu, vücudu rahatlatıcı, zindeleştirici, hastalıklara karşı koruyucu etkilerinin yanında, 30 farklı mineralle birlikte “anti-aging” minerali olan silisyum dioksiti içeren, banyo ve içmece olarak sunulan bir sudur. Kaplıca kürleriyle birlikte uygulanan ozon tedavisi, kolon-hidroterapi, masaj, tıbbi ısı kabini, egzersiz uygulamaları ve sağlıklı beslenme programları gibi arındırma uygulamalarıyla yaşlanmanın önüne geçiliyor ve pek çok rahatsızlığın destek tedavisi gerçekleştiriliyor. Natur-Med’de 3 çeşit kaplıca suyu vardır: 41 derecelik termal su. 30 çeşit mineral içeriyor. Litredeki mineral yoğunluğu 6,3 gr. 37 derecelik termal su, 26 derecelik termal su. (…) Kaplıca tedavileri hemen hemen tüm kronik hastalıkların tedavisinde yararlı olabilir. Özellikle kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, cilt hastalıkları, kalp-damar hastalıkları, solunum hastalıkları, mide-bağırsak hastalıkları, böbrek ve idrar yolu hastalıkları, jinekolojik ve nörolojik rahatsızlıklar diğer doğal tedavi uygulamalarıyla kombine edildiğinde kaplıca kürlerinden çok yarar görürler. Termomineralli sularla içme kürleri; Kaplıca sularının belirli bir süre boyunca ve belirli miktarlarda içilmesiyle yapılan kürlerdir. İçilen suyun kimyasal içeriğine bağlı olarak içme kürlerinin sindirim ve boşaltım organları üzerinde olumlu etkileri vardır. Yoğun mineralli alkali doğal kaynak sularının arınma kürlerinde bedeni arındırıcı, asit-baz dengesini sağlayan alkali etkileri vardır. (…) Natur-Med’de SİO2’li kaplıca kürleri; Natur-Med suları yüksek miktarda silisyum dioksit minerali içerir. (…) Silisyum dioksitli doğal kaplıca sularının banyo ve içmece olarak başlıca kullanım alanları aşağıda belirtilmiştir: Eklem hastalıklarına karşı kürlerde (SO4 ve SiO2 ye bağlı olarak) Anti-stres kürlerinde ( Br, Mg, SiO2) Arteriyel hipertansiyona karşı kürlerde (CO2, Br, Mg, SiO2) Alerjiye karşı kürlerde (Fe, SiO2) Sindirim bozukluklarına karşı kürlerde (SiO2, SO4, Br, Mg) Uyku bozukluklarına karşı kürlerde (öncelikle sudaki Br, Mg ve SiO2 oranlarına bağlı olarak) (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nüve Özel Sağlık Hizmetleri Tic. ve San. A.Ş.’ye ait *“Natur-Med Termal Sağlık Oteli”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.natur-med.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) Dr. Yaşar Yılmaz’ın kimsenin tanımadığı bir ekiple, çok az bilinen bir yerde ve çok az insanın haberdar olduğu bir sağlık anlayışını hayata geçirme idealiyle kurduğu Natur-Med, 14 yılda aşağıdaki başarılara imza attı: Türkiye’de “KÜR” konseptini başlattı. Koruyucu sağlık hizmetinin bu boyutu gün ışığına çıktı. “Enformasyon operasyondan iyidir” şiarıyla sağlık eğitiminin tedavinin baş koşulu olduğu ve insanların bilirlerse ve isterlerse kendilerini ilaçsız da iyileştirebilecekleri yaşandı, görüldü ve gösterildi. Binlerce insan gereksiz yere aldıkları ilaçlardan kurtuldu. Tansiyon, fazla kilo, depresyon, kas-iskelet sistemi, uyku, sindirim ve solunum sistemi sorunları olan binlerce kür misafiri hastalıklarından ilaçsız kurtuldu; hastalıklarıyla nasıl baş edebileceklerini ve kendi kendilerine nasıl yardımcı olabileceklerini öğrendi. (…) Termal tesislerin sadece sıcak suya girip çıkılan yerler olmadığı; buraların sağlık, arınma, insanın kendisiyle ve doğayla buluşma ve kendi sağlığına karşı sorumluluklarını öğrenme yerleri olduğu fark edildi. (…) 14 yılda Natur-Med doğal tedaviler, bütünsel tıp ve entegratif kür tıbbı konseptinin öncüsü bir marka olarak ülkemizde hak ettiği yeri aldı.” , “Natur - Med Kaplıcası; (…) Kaplıca suyunun tedavide etkili olabilmesi için belli özelliklere sahip olması gerekmektedir.  Natur-Med kaplıca sularının çeşitliliği, kullanım alanlarını da zenginleştirmektedir. Litresinde 6,3 gr yoğunluğunda ve 30 değişik mineral içeren Natur-Med kaplıca suyu, Türkiye’de nadir bulunan bir sudur. Natur-Med kaplıca suyu, vücudu rahatlatıcı, zindeleştirici, hastalıklara karşı koruyucu etkilerinin yanında, 30 farklı mineralle birlikte “anti-aging” minerali olan silisyum dioksiti içeren, banyo ve içmece olarak sunulan bir sudur. Kaplıca kürleriyle birlikte uygulanan ozon tedavisi, kolon-hidroterapi, masaj, tıbbi ısı kabini, egzersiz uygulamaları ve sağlıklı beslenme programları gibi arındırma uygulamalarıyla yaşlanmanın önüne geçiliyor ve pek çok rahatsızlığın destek tedavisi gerçekleştiriliyor. Natur-Med’de 3 çeşit kaplıca suyu vardır: 41 derecelik termal su. 30 çeşit mineral içeriyor. Litredeki mineral yoğunluğu 6,3 gr. 37 derecelik termal su, 26 derecelik termal su. (…) Kaplıca tedavileri hemen hemen tüm kronik hastalıkların tedavisinde yararlı olabilir. Özellikle kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, cilt hastalıkları, kalp-damar hastalıkları, solunum hastalıkları, mide-bağırsak hastalıkları, böbrek ve idrar yolu hastalıkları, jinekolojik ve nörolojik rahatsızlıklar diğer doğal tedavi uygulamalarıyla kombine edildiğinde kaplıca kürlerinden çok yarar görürler. Termomineralli sularla içme kürleri; Kaplıca sularının belirli bir süre boyunca ve belirli miktarlarda içilmesiyle yapılan kürlerdir. İçilen suyun kimyasal içeriğine bağlı olarak içme kürlerinin sindirim ve boşaltım organları üzerinde olumlu etkileri vardır. Yoğun mineralli alkali doğal kaynak sularının arınma kürlerinde bedeni arındırıcı, asit-baz dengesini sağlayan alkali etkileri vardır. (…) Natur-Med’de SİO2’li kaplıca kürleri; Natur-Med suları yüksek miktarda silisyum dioksit minerali içerir. (…) Silisyum dioksitli doğal kaplıca sularının banyo ve içmece olarak başlıca kullanım alanları aşağıda belirtilmiştir: Eklem hastalıklarına karşı kürlerde (SO4 ve SiO2 ye bağlı olarak) Anti-stres kürlerinde ( Br, Mg, SiO2) Arteriyel hipertansiyona karşı kürlerde (CO2, Br, Mg, SiO2) Alerjiye karşı kürlerde (Fe, SiO2) Sindirim bozukluklarına karşı kürlerde (SiO2, SO4, Br, Mg) Uyku bozukluklarına karşı kürlerde (öncelikle sudaki Br, Mg ve SiO2 oranlarına bağlı olarak) (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Aydın Valiliği Halk Sağlığı Müdürlüğünce yapılan incelemede, söz konusu termal tesiste Davutlar Belediye Başkanlığı’na ait jeotermal kaynak kullanıldığı, Sağlık Bakanlığı mülga Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün 05.08.2008 tarihli ve 24464 sayılı Tıbbi Endikasyon Raporuna göre, kaynakta bulunan suyun “5618 mg/L toplam mineralizasyona sahip sodyum klorürlü, florürlü karışık nitelikte termomineralli su” olduğu, inceleme konusu internet sitesinde yayınlanan reklamlarda belirtilen 6.3 g/L mineral yoğunluğunun ve analiz raporunun ise, termal özelliğini yitirmesi nedeniyle iptal edilmiş kullanılmayan bir kaynağa ait olduğu; bununla birlikte termal suyun ruhsata esas analiz raporunun kimyasal analizler bölümünde 20 adet mineral ve 10 adet eser elementin bulunmasına ve kimyasal minerallerden silikatın (SiO2'in doğadaki formu) değerinin 16.3 mg/L olmasına karşın, söz konusu reklamlarda SiO2 içeren 30 değişik minerale sahip olduğunun ifade edildiği; ayrıca anılan reklamlarda yer alan kalp, damar, mide, barsak, böbrek ve idrar yolu hastalıkları, jinekolojik rahatsızlıklar ifadeleri ile ozon terapi, kolon hidroterapi vb. yöntemlerin kaplıca tesisi işletme izninde belirtilen endikasyon ve tedavi birimleri arasında yer almadığı, söz konusu yöntemleri uygulamak üzere tesiste ayrı oda ve teçhizatın bulunduğu hususlarının tespit edildiği, bu itibarla söz konusu tesiste kullanılan termal suyun Sağlık Bakanlığı Tıbbi Değerlendirme Kurulunca belirlenmiş endikasyonu ile www.natur-med.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda belirtilen endikasyonunun ve tedavi birimlerine yönelik ifadelerin birebir uyuşmadığının görüldüğü, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, Bakanlığımıza yapılan bir şikayet başvurusuna ilişkin olarak; inceleme konusu *“Natur-Med Termal Sağlık Oteli”* isimli tesis içinweb sayfası üzerinden rezervasyon talebinde bulunan başvuru sahibi tüketicinin rezervasyon talebinin firma tarafından herhangi bir gerekçe gösterilmeden reddedildiği, dolayısıyla söz konusu kuruluş tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Satıştan kaçınma” başlıklı 6 ncı maddesinin *“Hizmet sağlamaktan haklı bir sebep olmaksızın kaçınılamaz.”*hükmüne aykırı ticari uygulamalarda bulunulduğu; tüm bu durumların da;

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ve 29 uncu maddesi,

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9/1, 9/5; 28 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 6, 61ve 62 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nüve Özel Sağlık Hizmetleri Tic. ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/1 inci, 77/12 nci ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2016/1546**

**Şikayet Edilen: Arcadia Vineyards Turizm Tarım Ürünleri ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bakucha Vineyard Hotel & SPA”*** isimli tesise ilişkin olarak www.bakucha.com ve www.finerestaurantfinder.com adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Arcadia Vineyards Turizm Tarım Ürünleri ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“Butik Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Arcadia Bağları - Bağ ve Doğa Oteli”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.bakucha.com ve www.finerestaurantfinder.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, tesis tanıtımının, söz konusu Bakanlığa isim değişikliği talebinde bulunmak suretiyle *“Bakucha Vineyard Hotel & SPA”*şeklinde yapıldığı, ancak ilgili yönetmelik kapsamında turizm tesislerinin tanıtımlarında *“SPA”* ibaresinin kullanılabilmesi için işletme sınırları içerisinde hamam, sauna, havuz vb. ünitelerden en az 5 adet ünite bulunması gerektiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan denetim sonucunda ise söz konusu tesiste bu şartların bulunmadığının belirlendiği hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Arcadia Vineyards Turizm Tarım Ürünleri ve Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“Butik Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Arcadia Bağları - Bağ ve Doğa Oteli”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.bakucha.com ve www.finerestaurantfinder.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, tesis tanıtımının, söz konusu Bakanlığa isim değişikliği talebinde bulunmak suretiyle *“Bakucha Vineyard Hotel & SPA”*şeklinde yapıldığı, ancak ilgili yönetmelik kapsamında turizm tesislerinin tanıtımlarında *“SPA”* ibaresinin kullanılabilmesi için işletme sınırları içerisinde hamam, sauna, havuz vb. ünitelerden en az 5 adet ünite bulunması gerektiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan denetim sonucunda ise söz konusu tesiste bu şartların bulunmadığı hususunun tespit edildiği, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda *“SPA”*ibaresinin kullanılmasının ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 14 ve 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 **Arcadia Vineyards Turizm Tarım Ürünleri ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2016/1547**

**Şikayet Edilen: Jasmin Hotel & Restaurant**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“***[***Jasmin Hotel & Restaurant***](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)***”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.facebook.com ve tr.foursquare.com adresli internet siteleri ile tesise ait camekan ve tabelalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 13.07.2016, 20.10.2016, 30.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, camekan, tabela

**Tespitler:** *“*[*Jasmin Hotel & Restaurant*](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)*”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.facebook.com ve tr.foursquare.com adresli internet siteleri ile tesise ait camekan ve tabelalarda ***“3 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“*[*Jasmin Hotel & Restaurant*](https://www.facebook.com/jasminhotelrestorant/?ref=page_internal)*”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.facebook.com ve tr.foursquare.com adresli internet siteleri ile tesise ait camekân ve tabelalarda *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Jasmin Hotel & Restaurant** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2016/1762**

**Şikayet Edilen: Apple Turizm Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Esra Palace Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.otelkolik.com adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Saraydaymış Gibi Değil Sarayda Tatil Yapın!”*** ibareli reklamlar ile ***“Saraydaymış Gibi Bir Tatil”*** ibareli broşürler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm Belgesi bulunmayan*“Esra Palace Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak Apple Turizm Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti.’ye ait www.otelkolik.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *“Saraydaymış Gibi Değil Sarayda Tatil Yapın!”*ifadelerine, söz konusu tesise ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde ise, *“Saraydaymış Gibi Bir Tatil”*ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Apple Turizm Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti. tarafından *“Esra Palace Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.otelkolik.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *“Saraydaymış Gibi Değil Sarayda Tatil Yapın!”*ifadelerine, söz konusu tesise ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde ise, *“Saraydaymış Gibi Bir Tatil”*ibaresine yer verildiği, ancak Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından söz konusu tesise ve bu tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklamlara ilişkin yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda, konaklama tesislerinin belgelendirilmesinde Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte belirtilen niteliklerin dikkate alındığı ve tüketicilerin yanıltılmaması amacıyla yapılan denetimlerde, sınıfının ve türünün gerektirdiği nitelikleri sağlayan işletmelerin, belge alımından sonraki süreçte yayınladıkları tanıtımlarında bu esaslar içerisinde kalıp kalmadıklarının kontrol edildiği; *“Esra Palace Hotel”* isimli tesisin ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli tesisler içerisinde yer almadığı, ayrıca ilgili mevzuat hükümleri de dikkate alındığında *“Saray”* adı altında bir tür tanımının bulunmadığı, dolayısıyla bu tür tanıtımlarla tüketicilerin kolaylıkla yanıltılabileceğinin değerlendirildiği hususları ifade edildiğinden, inceleme konusu internet sitesinde ve broşürlerde yer alan *“Saraydaymış Gibi Değil Sarayda Tatil Yapın!”* , *“Saraydaymış Gibi Bir Tatil”* şeklindeki ifadelerin tüketicileri 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 Yönetmeliğinin 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 **Apple Turizm Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2016/2508**

**Şikayet Edilen: Anvatar Termal Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Anvatar Termal Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.anvatarotel.com, www.tatilsepeti.com, www.otelfiyat.com, www.booking.com ve www.oteldenal.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve basılı materyallerdeyer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2016, 23.09.2016, 30.11.2016

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

**Tespitler:** Anvatar Termal Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Anvatar Termal Otel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınan 4 Yıldızlı Termal Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi’nin27.06.2014 tarihli ve 125384 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine karşın, söz konusu belgenin iptal tarihinden sonra www.anvatarotel.com, www.tatilsepeti.com, www.otelfiyat.com, www.booking.com ve www.oteldenal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda, ayrıca tesise ait tabela ve basılı materyallerde söz konusu tesisin *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anvatar Termal Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Anvatar Termal Otel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınan 4 Yıldızlı Termal Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi’nin27.06.2014 tarihli ve 125384 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine karşın, söz konusu belgenin iptal tarihinden sonra www.anvatarotel.com, www.tatilsepeti.com, www.otelfiyat.com, www.booking.com ve www.oteldenal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda, ayrıca tesise ait tabela ve basılı materyallerde söz konusu tesisin *“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 Yönetmeliğinin 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 **Anvatar Termal Turizm İnş. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2016/2643**

**Şikayet Edilen: Turab Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Akra Park Barut Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.booking.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.10.2016, 30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Turab Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait *“Akra Park Barut Hotel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.booking.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise *“5 Yıldızlı Otel”* olarakreklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Turab Turizm ve Ticaret A.Ş.’ye ait *“Akra Park Barut Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.booking.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise *“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 **Turab Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2016/3463**

**Şikayet Edilen: En-Em Otelcilik İnş. Tur. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Club & Hotel Karaburun”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.clubhotelkaraburun.com.tr, www.karaburunclubotel.com, www.muhafazakarotelim.com, www.islamitatilyerleri.net, tr.halalbooking.com, www.oteldenal.com.tr, www.tatilsepeti.com ve www.etstur.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2017, 31.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** En-Em Otelcilik İnş. Tur. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Club & Hotel Karaburun”*isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.clubhotelkaraburun.com.tr, www.karaburunclubotel.com, www.muhafazakarotelim.com, www.islamitatilyerleri.net, tr.halalbooking.com, www.oteldenal.com.tr, www.tatilsepeti.com ve www.etstur.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, turizm yatırım belgesi kapsamı dışındaki Flora ünitelerinin tanıtımının söz konusu tesis ile birlikte yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Club & Hotel Karaburun”*isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.clubhotelkaraburun.com.tr, www.karaburunclubotel.com, www.muhafazakarotelim.com, www.islamitatilyerleri.net, tr.halalbooking.com, www.oteldenal.com.tr, www.tatilsepeti.com ve www.etstur.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, turizm yatırım belgesi kapsamı dışındaki Flora ünitelerinin tanıtımının söz konusu tesis ile birlikte 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 Yönetmeliğinin 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 **En-Em Otelcilik İnş. Tur. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2016/3605**

**Şikayet Edilen: Has Ayhan İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ayhan Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2016, 27.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, broşür

**Tespitler:** Has Ayhan İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Ayhan Hotel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Has Ayhan İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Ayhan Hotel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Has Ayhan İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**66)**

**Dosya No: 2017/77**

**Şikayet Edilen: Altınbaş Kuyumculuk İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “ *Yeni yılda bitmeyen şans Altınbaş’tan”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, broşür, pankart, radyo, televizyon

**Tespitler:** "*Yeni yılda bitmeyen Şans Altınbaş'tan"* başlıklı broşür, afiş ve pankartlarda; "*Tüm zamanların en şans dolu taşı Necef... Şimdi pırlantalı altın safir bir kafes içerisinde. Altınbaş'tan 1000TL ve üzeri alışverişlerinizde sizin... Necef kolye hediye*" ifadelerine yer verildiği, dipnotta ise; *" Bu kampanya katılan Altınbaş mağazalarından 01-31.12.2016 tarihleri arasında tek seferde yapılacak olan 1000TL ve üzeri altın ve pırlantalı ürün alışverişlerinde geçerlidir. 1 karart ve üzeri pırlanta ürün alışverişlerinde; sarrafiye, tel bilezik, gram altın ve 22 ayar altın alışverişlerinde geçerli değildir. (...) Ürünün perakende satış fiyatı 120$'dır. Döviz kurunda meydana gelecek değişiklik Altınbaş tarafından ürün fiyatına yansıtılacaktır. (...) Kampanya Altınbaş adı altında ve bünyesi dahilinde sunulan ve sunulacak olan her türlü kampanya, indirim, promosyon ve hediye çekleri ve benzeri durumlar ile birlikte kullanılamaz. (...)*" şeklinde ifadelere yer verildiği, ürünün fiyatının $ cinsinden ifade edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "*Yeni yılda bitmeyen Şans Altınbaş'tan"* başlıklı broşür, afiş ve pankartlarda; "*Tüm zamanların en şans dolu taşı Necef... Şimdi pırlantalı altın safir bir kafes içerisinde. Altınbaş'tan 1000TL ve üzeri alışverişlerinizde sizin... Necef kolye hediye*" ifadelerine yer verildiği, dipnotta ise; *" Bu kampanya katılan Altınbaş mağazalarından 01-31.12.2016 tarihleri arasında tek seferde yapılacak olan 1000TL ve üzeri altın ve pırlantalı ürün alışverişlerinde geçerlidir. 1 karart ve üzeri pırlanta ürün alışverişlerinde; sarrafiye, tel bilezik, gram altın ve 22 ayar altın alışverişlerinde geçerli değildir. (...) Ürünün perakende satış fiyatı 120$'dır. Döviz kurunda meydana gelecek değişiklik Altınbaş tarafından ürün fiyatına yansıtılacaktır. (...) Kampanya Altınbaş adı altında ve bünyesi dahilinde sunulan ve sunulacak olan her türlü kampanya, indirim, promosyon ve hediye çekleri ve benzeri durumlar ile birlikte kullanılamaz. (...)*" şeklinde ifadelere yer verildiği, ürünün fiyatının Türk Lirası olarak belirtilmesi gerektiği halde $ cinsinden ifade edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı olduğu,

Ayrıca, 09.12.2016 tarihinde Tugay YILDIRIM isimli tüketiciye yapılan indirimin herkese yapılan mağaza indirimi olduğu, seçilen ürünlerin "indirimli" ürün kategorisinde olmadığının anlaşıldığı, uygulanan indirim oranı ile ilgili tüketiciye bir bilgi verilmediği gibi sipariş esnasında *" Necef kolye"*  kampanyasından da bahsedilmediği, 19.12.2016 tarihinde ürünlerin teslimi aşamasında ise (kapora ödendikten sonra) indirimden faydalandığı gerekçesiyle kolye hediye edilemeyeceğinin belirtildiği, böylece tüketicilerin eksik/yanlış bilgilendirildiği, dolayısıyla tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 13,29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**67)**

**Dosya No: 2017/92**

**Şikayet Edilen: Gürmen Giyim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** KİP Mağazalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** İnceleme konusu afişlerde; *“Bavul dolusu alışveriş! Her 1000TL’lik alışverişinize 329 TL’lik KİP Bavul Hediye!”, “İkinci Üründe %50 İndirim!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Gürmen Giyim San. ve Tic. A.Ş. isimli firmaya ait [KİP](http://www.pierrecardin.com.tr) Mağazalarının Ankara CEPA Şubesinde 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.