**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 20 Haziran 2017

**Toplantı Sayısı :** 261

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/800**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Herşey Dahil İnternet + D-Smart”* başlıklı kampanya reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** *“Herşey Dahil İnternet + D-Smart*” isimli kampanyaya ilişkin televizyon reklamlarında; durağan yazıda *“Abone olunan ayın bedeli-Yalın internet ücreti-Aktivasyon-İç kurulum HEDİYE*” ifadelerine yer verildiği, altyazıda ise; *“Aktivasyon bedelleri, iç kurulum, varsa yalın internet ücretleri, ilk ay kısmi bedel ve damga vergisi bedeli hediyedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamlarda “abone olunan ayın bedeli” ifadesine yer verildiği, tüketicinin satın aldığı paket neticesinde 10.01.2017-31.01.3017 tarihleri arasındaki bedelin hediye edildiği, dolayısıyla söz konusu reklamlardan kaynaklanan herhangi yanıltıcı bir unsurun yer almadığı ve tüketici mağduriyeti yaşanmadığı tespit edilmiş olupşikayete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2017/893**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Vodafone Yanımda”isimli uygulama içeriğinde yer alan “Doldur 5GB” başlıklı pakete ilişkin tanıtımlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Vodafone Yanımda” isimli uygulama içeriğinde “Doldur 5GB” paketine ilişkin “Tarifenizdeki internet bittiyse 10TL’ye yeniden doldurabilir, ay sonuna kadar kullanabilirsiniz” ifadesine yer verildiği, tüketicinin 31.01.2017 tarihinde paket satın alma işlemi gerçekleştikten sonra *“ Hattınıza Doldur 5GB paketiniz dahilinde 07.02.2017 03:29’a kadar geçerli 5GB yurtiçi hakkınız 10TL karşılığında 31.01.2017 03:29 itibarıyla yüklenmiştir.”* şeklinde kısa mesaj gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Vodafone Yanımda" isimli uygulama içeriğinde "Doldur 5GB" paketine ilişkin *" Tarifenizdeki internet bittiyse 10TL'ye yeniden doldurabilir, ay sonuna kadar kullanabilirsiniz"*  ifadesine yer verildiği halde, Murat ÖZKAL isimli tüketici 31.01.2017 tarihinde paket satın alma işlemini gerçekleştirdikten sonra *Hattınıza Doldur 5GB paketiniz dahilinde 07.02.2017 03:29'a kadar geçerli 5.00GB yurtiçi hakkınız 10TL karşılığında 31.01.2017 03:29 itibarıyla yüklenmiştir.* ve 08.02.2017 tarihinde paket satın alma işlemi gerçekleştikten sonra da "*Hattınıza Doldur 5GB paketiniz dahilinde 15.02.2017 17.08'e kadar geçerli 5.00GB yurtiçi hakkınız 10TL karşılığında 08.02.2017 17:08 itibarıyla yüklenmiştir. "*  şeklinde kısa mesaj gönderildiği, tanıtımlarda *" ay sonuna kadar*" dendiği halde tüketicilere gönderilen mesajlarda söz konusu paketin "1 hafta geçerli" (31.01.2017-07.02.2017) olduğunun anlaşıldığı, Murat ÖZKAL isimli tüketici tarafından da 10TL karşılığında ay sonuna kadar 5GB kullanılacağı düşüncesiyle söz konusu paketin satın alındığı, bu durumla ilgili olarak tüketici tarafından [www.vodafone.com.tr](file:///D%3A%5CUsers%5C24206210018%5CDesktop%5Cwww.vodafone.com.tr) üzerinden şikayet formu gönderilmesine rağmen herhangi bir düzeltmenin yapılmadığı, böylelikle reklamlarda yanıltıcı ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicinin mağdur edildiği, bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2016/3846**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Türk Telekom Okula Dönüş”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Gazete, İnternet, Radyo ve Açık Hava

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yer alan reklam ve tanıtımlarda ***“Türk Telekom Okula Dönüş”*** başlıklı reklamda yer alan *“Türk Telekom yeni ders yılında tam* ***100 GB limitsiz interneti ücretsiz eğitim paketi ile birlikte her şey dahil ayda 69,90 TL’ye veriyor.”***ifadelerine; altyazıda ise “*Kampanya 31.10.2016ya kadardır. FIBERNET LİMİTSİZ paket hızı 24 Mbps’ye kadardır. 100GB, paket GB(Adil Kullanım Noktası) uygulanır. Evde kurulum ücretsizdir. Kampanyada 5 farklı eğitim paketi (Buki, TEDy’s Ready, HIZLIGO, Kayıp Sesler Ülkesi, Hedefim İngilizce) ücretsiz sunulmaktadır. Damga vergisi bir defaya mahsus yansıtılır. İptalde cayma bedeli faturalandırılır.* [*www.turktelekom.com.tr*](http://www.turktelekom.com.tr) *”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında ve firmaya ait internet sitesinde yer alan ***“Türk Telekom Okula Dönüş”*** başlıklı reklamda yer alan altyazıda “*(…) Kampanyada 5 farklı eğitim paketi (Buki, TEDy’s Ready, HIZLIGO, Kayıp Sesler Ülkesi, Hedefim İngilizce) ücretsiz sunulmaktadır. (…) ”* ifadesine yer verildiği; bu vaad ile tüketicilerin bahsi geçen beş paketin hepsinden ücretsiz yararlanabileceği algısının yaratıldığı; ancak, tüketicilerin bu paketlerden yalnızca birini seçerek ücretsiz faydalanabileceği ve bu bilginin reklamda yer almadığı ve bu nedenle tüketicilerin eksik bilgilendirilerek yanıltıldığı, tüm bu durumların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2016/3847**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Fiber Güçlü 4,5G ve Geniş WiFi Noktalarıyla 81 İlde Özgürce Kullanım”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Açık Hava, Dergi ve gazete

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan söz konusu reklamda *“Iphone 6S’inizi dilediğiniz Türk Telekom faturanıza ek olarak alın her anınızı* ***Türk Telekom’un fiber güçlü 4.5G’si ve geniş kapsamlı Wifi noktalarıyla 81 ilde özgürce paylaşın****.”*şeklinde ve altyazıda ise*“Türk Telekom mobil, ev telefonu ve evde internet müşterileri için geçerlidir. 4.5G hızı coğrafi bölge, hizmet alınan baz istasyonu, şebeke yoğunluğu ve teknolojik altyapıya göre değişiklik göstermektedir. Wifi hizmeti Türk Telekom Wifi noktalarında kullanılabilir. Detaylı bilgi:* [*www.turktelekom.com.tr*](http://www.turktelekom.com.tr)*”*şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda tüketicileri eksik ve yanlış bilgilendirici, rakip firmaları kötüleyici herhangi bir unsura rastlanmaması nedeniyle, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2016/3848**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Türk Telekom Okula Dönüş”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yer alan reklam ve tanıtımlarda *“Fenerbahçe ve Osmanlıspor’un maçları sadece Tivibu’da yayınlanmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yer alan ***“A’dan Z’ye futbol heyecanı Tivibu’da, UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi’nin bütün maçları Süper Paket’te”*** başlıklı reklamlarda *“Fenerbahçe ve Osmanlıspor’un maçları sadece Tivibu’da yayınlanmaktadır. (…)”* ifadelerine yer verildiği, ancak, bahsi geçen maçların **sadece** Tivibu’da değil aynı zamanda TRT’de de yayınlandığı; dolayısıyla anılan maçların sadece Tivibu’da yayınlandığı hususunun gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların,

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7 nci, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2016/3850**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Vodafone Yerden Göğe Kadar Aşklara 4BucakG”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan söz konusu reklamda ana vaat olarak, *“****Türkiye’nin 4.5G lideri*** *Vodafone’a gelin bu farkı siz de yaşayın.”* ifadesine; altyazıda *“4.5G teknolojisi, IMT-Advanced teknolojisini anlatmak için kullanılmıştır. 4.5G teknolojisinden, bu teknolojiyi destekleyen cihazlar ve uyumlu SIM kartlar ile faydalanılabilir. Vodafone en fazla* ***4.5G abonesi ve en geniş 4.5G kapsaması ile Türkiye’de 4.5G’nin lideridir****. 4.5G mobil internet hızı, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna ve kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir. Detaylar için: 4bucakg.com”* ifadelerine ve durağan yazıda ***“4.5G abone sayısı ve 4.5G kapsamasına göre. Türkiye’de 1 Numara”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda tüketicileri eksik ve yanlış bilgilendirici herhangi bir unsura rastlanmaması nedeniyle, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2016/3986**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Turkcell Baloncuklar Donmayacak”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan, baba ile çocukları arasında geçen ve internet hızına yönelik diyalogların yer aldığı söz konusu reklamda firmanın tüketicilerine sunduğu internet hizmetine yönelik vaadlerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda çocuklara ve gençlere yönelik olumsuz herhangi bir unsura rastlanmaması nedeniyle, söz konusu reklamların mevzuata aykırı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2016/3988**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Turkcell’den Gençlere Yeni GNÇ Paketleri!”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan söz konusu reklamlarda ana vaat olarak, *“14 GB’a varan dev internetli paketler”* ifadeleri ile *“4GB-750DK-1000SMS-29TL; 6GB-750DK-1000SMS-39TL; 14GB-1000DK-1000SMS-59TL”* görsellerine ve durağan yazıda ise *“GB’ların yarısı 00:00-06:00 arasında kullanılır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda tüketicileri eksik ve yanlış bilgilendirici herhangi bir unsura rastlanmaması nedeniyle, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2016/1214**

**Şikayet Edilen:** **Diyadinnet Haber İletişim & Yayıncılık**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.diyadinnet.com](http://www.diyadinnet.com) adresli internet sitesinde yer alan “Maurers, Radian Krem” adlı ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.diyadinnet.com](http://www.diyadinnet.com) adresli internet sitesinin 07.12.2016 tarihli görünümünde,*“Üreticinin sitesindeki açıklamalara göre Termojenik yağ yakıcı özelliği bulunan Maurers kilo vermeye, metabolizma ve sindirim sistemi sorunlarını düzenlemeye yardımcı olmak için en iyi bitkilerle hazırlanmış kilo vermeyi sağlamaya yardımcı bir ürün olduğu belirtiliyor. Tamamen doğal ve bitkisel içeriği ile güçlü ve güvenli bir şekilde kilo kontrolü sağlamaya, açlık hissini bastırmaya, kan şekerini düzenlemeye, yağ kaybını hızlandırmaya yardmcı oluyor. (…)”* şeklinde ifadelere, ayrıca; *“Radian Krem Romatizma, bel eklem ağrıları için kullanılan bir kremdir. Radian Masaj Kremi; bel fıtığı, bel ağrısı, kireçlenme, romatizma çeşitleri, baş ağrısı, migren, boyun tutulması, fıtık, kulunç, omuz ağrılarında kullanılır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.diyadinnet.com](http://www.diyadinnet.com) adresli internet sitesinde söz konusu ürünlere yönelik olarak övücü ve talep yaratıcı ifadelere yer verilmek suretiyle, bahsi geçen markaların ve ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı, öte yandan “Maurers” adlı ürünlere yönelik yapılan tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, “Radian Krem” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak 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 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Diyadinnet Haber İletişim & Yayıncılık** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2016/4386**

**Şikayet Edilen: Ajans27 Reklam Tanıtım Medya ve İnternet Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ozgunmanset.com](http://www.ozgunmanset.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Karşınızda zayıflama tozu! Akasya nedir ne işe yarar?”*** başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ozgunmanset.com](http://www.ozgunmanset.com) adresli internet sitesinde yayınlanan*“Karşınızda zayıflama tozu! akasya nedir ne işe yarar?”*başlıklı yazı içerisinde;

*“Kadınlara özellikle birçok durumda kilo verdirme yollarını aktaran web siteleri içerisinde çok fazla önem taşıyan akasya tozu ile ilgili bilgilendirici yazıların çok iyi karşılık yarattığı zamanlarda zayıflama tozunu çok iyi bir şekilde değerlendirebilirsiniz! İçerisinde bulunan maddeler sayesinde yağ yakımını çok hızlandırabilecek olan zayıflama tozu belirli aşamalarda harikalar yaratabilmiştir! Kilo vermeyi hızlandıran zayıflama tozu ile alakalı bilgilendirici ifadeler çok yönlü olarak sizlere ulaşacaktır. Belli bir durumda web siteleri sayesinde araştırmaların yapılabileceği noktaların çok iyi karşılık yarattığı durumlarda akasya zayıflama tozu web üzerinden takip edilebilecek çok önemli üründür! Bu etkin adımların araştırılması sebebiyle zayıflama tozu karşılıklı ve uzun süreli çok yönlü adımların olağan karşılık yarattığı noktalar da zayıflama tozu kesinlikle özel ve önceliklidir! Web üzerinden takip edilmesi gereken çok üst seviyelerde bir durumun oluşması zayıflama tozu ürününe dikkat çekmektedir. Kilo vermenin en kolay yolu. Bu süreç ve etkin adımları karşıladığı noktalarda dikkat çeken akasya tozunun şimdi satın alınması kadar olağan durumun birçok kişi için mutluluk getirebileceği olasıdır! Kullanan kişiler için çok etkili ve insanların kilo vermesinde çok önemli olacak olan zayıflama tozu ile ilgili yapıcı ifadelerin çok büyük bir karşılık yaratabileceği artık açıktır! Bu etkin ifade ve yorumlarla birlikte bilimsel açıdan çok önemli olan zayıflama tozu kadınlar için harikalar yaratabilecektir. Karşılık yarattığı içinde etkin şekilde insan hayatında tecrübelerin olabileceği düşünceleri ortada göstermesi de akasya zayıflama tozu için yapılan yorumları çok iyi bir şekilde web sitelerinden takip etmenin gerekli olduğu bilinmelidir! Kilo vermeye çok yaklaşan kişilerin aklındaki ürün zayıflama tozudur! Bu tozun kullanım durumları zaman içerisinde harikalar yaratabilecek kilo verdirme olayını aşamalı olarak oluşturmuştur! Kilo vermenin hızlanması noktasında gerçekten zayıflama tozu gereklidir! İstenilen sıvıyla karıştırılıp içilen zayıflama tozları! Son yıllarda sizler için çok olumlu olabileceği ve ifade edildiği şekliyle kilo vermenin mümkün olabileceğini gösteren yıllar boyunca işe yarar biçimde sizlerin kilo vermenizin çok mümkün olabildiği ortadadır! Bu süreç içerisinde kadınların ve erkeklerin çok iyi bir şekilde kilo vermesinin sağlandığı aşamalar çok yönlü olarak araştırılmaktadır! Yaşam içerisinde web siteleri üzerinde en etkili olan zayıflama tozu ürünü birçok kişiyi mutlak surette mutlu edebilecek çok büyük kapasitelerde kilo verdiricilerdir!”* şeklinde ifadelere ve anılan ürünün fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ozgunmanset.com](http://www.ozgunmanset.com) adresli internet sitesinde yayınlanan*“Karşınızda zayıflama tozu! akasya nedir ne işe yarar?”* başlıklı yazı içerisinde “Akasya Tozu” adlı gıda takviyesine ilişkin yer alan ifadeler incelendiğinde, makuliyet sınırları aşılarak, kamuyu bilgilendirme veya haber verme amacının dışına çıkıldığı; bahsi geçen ürüne ve özelliklerine ilişkin övgü içeren ifadeler ile ürün fotoğrafına yer verilmek suretiyle anılan ürünün satın alınmasının teşvik edilerek örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Ajans27 Reklam Tanıtım Medya ve İnternet Hizmetleri** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2016/4390**

**Şikayet Edilen: Batman Haber Gazetesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.batmanhaber.com](http://www.batmanhaber.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Kadınların en büyük yardımcısı akasya tozu faydaları ve yararları”*** başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.batmanhaber.com](http://www.batmanhaber.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Kadınların en büyük yardımcısı akasya tozu faydaları ve yararları”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Bakıldığında kadınların ve erkeklerin hayatında değişimleri çok olumlu biçimde ön plana koyan akasya tozu. Bakıldığında kadınların ve erkeklerin hayatında değişimleri çok olumlu biçimde ön plana koyan akasya tozu ile alakalı başarılı ve bilimsel yorumların yapılabildiği ve web üzerinden göbek eritmeye yarayan bu tozun ne şekilde kullanılabileceği noktasında çok iyi yorumlar ortaya çıkmıştır! Artık web siteleri üzerinden kullanılabileceği en önemli adımların atılabileceği ve web üzerinden takibi yapılacak olan akasya tozu için yorumları sürekli olarak okumanın sizlere getireceği yararda çok uzun süreli olarak takip edilebilmektedir. Bilimsel açıdan garanti altına alınmış olan ve insan hayatında düşünülebilecek çok etkin şekilde karşınızda olabileceği belirli seviyelerde karşılık yaratması sebebiyle akasya tozu şimdilerde satın alınma olayını çok iyi yansıtabilmektedir! Bu süreci kilo verme olayında düşünmekle birlikte karşılık yarattığı noktalarda sürekli olarak tercih edilebilecek ve dikkat çekmesi sebebiyle sizleri mutlu edebileceği kapasitelerin sizler açısından önemi çok yüksek olabilmektedir. Birçok kişi için kilo vermenin en basit yolu Gelişmeleri ortaya koyması sebebiyle akasya tozu en etkin biçimde kilo vermeye yaradığı için akasya tozu uzun süreli ve uzun soluklu biçimde etkili şekilde sizleri mutlu etmeye müsaittir! Kadınların ve erkeklerin kilo vermesinde çok yardımcı olan akasya tozu gerçekten de işinizi çok uzun süreli olarak yarayacaktır! Bu durumda web siteleri uzun süreli olarak çok önemli yeri ve önemi olan ve sahip olduğu noktalarda kilo vermeye çok özel olarak harikalar yaratmakta ve sizleri mutlaka özel olarak etkilemektedir. Başarılı kilo verdirici ürünlerin ilerisinde olabilmesi sebebiyle akasya tozu karşılık yaratması da akasya tozunun işe yarar görüldüğü sebebiyet yarattığı noktalarda belirli olan akasya tozu için yapıcı ifadelerin karşılık yaratması da akasya tozu için özeldir! Bu durumda web siteleri çok başarılı bir noktada dikkat çekmesi de akasya tozunun işe yarar durumları ortaya koyması sebebiyle etkin adımların olağan şekilde karşılık yaratabilmesi de normaldir! Bu yönelimler ve etkilerle karşılık göstermesi de normal olacaktır. Kişilerin hayatında akasya tozu! Belirli şekilde adım adım ve kullanımıyla sizleri mutlu edebileceği ortada görülen akasya tozu süreç içerisinde karşılık yarattığı için akasya tozu başarısını birçok kişinin hayatında değişimlerle birlikte ortaya koyması da kilo vermenin yollarını arayan kişilerin kilo vermesinde çok yardımcı olabilmesi için etkin adımları düşündürmesi de olası noktalarda karşılık yaratabilmiştir! Bu süreç ve etkin adımları ortaya koyması noktası da akasya tozunun başarısını etkili şekilde göstermesi de çok olumlu karşılık göstermiştir.”* şeklinde ifadelere ve anılan ürünün fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.batmanhaber.com](http://www.batmanhaber.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Kadınların en büyük yardımcısı akasya tozu faydaları ve yararları”* başlıklı yazı içerisinde “Akasya Tozu” adlı gıda takviyesine ilişkin yer alan ifadeler incelendiğinde, makuliyet sınırları aşılarak, kamuyu bilgilendirme veya haber verme amacının dışına çıkıldığı; bahsi geçen ürüne ve özelliklerine ilişkin övgü içeren ifadeler ile ürün fotoğrafına yer verilmek suretiyle anılan ürünün satın alınmasının teşvik edilerek örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Batman Haber Gazetesi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2017/1936**

**Şikayet Edilen: Şehri İstanbul İletişim Danışmanlık Yayıncılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sisligazetesi.com.tr](http://www.sisligazetesi.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Gümüş Suyunun Yararları”*** başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sisligazetesi.com.tr](http://www.sisligazetesi.com.tr)adresli internet sitesinin 22.03.2017 tarihli görünümünde yayınlanan *“Gümüş Suyunun Yararları”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Siva Derm markası, Antalya’da kurulmuş bir markadır. Siva Derm markası, Antalya’da kurulmuş bir markadır. Gümüş suyunun, bakteri ve virüsleri yok ettiğini keşfeden Siva Derm, bu doğrultuda çalışmalarını başlatmıştır. Gümüş suyu konsantresi, cilt bakımı için şaşırtıcı faydalar sağlamaktadır. Bu yüzden Siva Derm, ürün formüllerinde gümüş suyu konsantresi kullanmaktadır.**Geliştirilen özel formüllerle,komple ve etkili bir cilt bakımı sunmayı hedefleyen Siva Derm markası özellikle; sivilce, cilt lekeleri, egzama, yara gibi can sıkıcı cilt problemlerine karşı geliştirdiği ürünleriyle, bu sorunların ortadan kalktığını belirtmektedir. Saf gümüşün suyla karıştırılması ile oluşturulan içeriklerle Siva Derm, bağışıklık sistemini güçlendiriyor, metabolizmayı koruyor, bakteri, mantar gibi sorunlara karşı ciddi faydalar sağlıyor.**Gümüş Suyu doğal etkisi doğal etkisi sayesinde birçok cilt problemi üzerinde etkili olmaktadır. Gümüş suyu özel yöntemlerle elde edilmektedir. Saf gümüşün su ile etkileşimi sonrasında meydana gelen karışım sonucu oluşmaktadır. Gümüş suyunun yoğunluğu da hangi rahatsızlık için kullanılacağına göre belirlenmiştir. PPM ibaresi yoğunluğunun ölçüsü olarak kabul edilir. Tüketiciler ürün alırken problemlerine göre tercih yaparak, kendilerine uygun olan ürünü seçmektedirler.**Uzmanlar tarafından da test edilen gümüş suyu konsantresi, Amerikan EPA onaylıdır. Hassasiyetle formüle edilen ve yan etkisi bulunmayan etkili karışım fazla bilinmemesine rağmen 1930’lu yıllarda terapi amaçlı kullanılmıştır. Değişik ihtiyaçlara göre kullanılabilen gümüş suyu, sağlık alanında oldukça pozitif geri dönüşler elde edilmesini sağlamıştır.**Gümüş suyu, sivilcelere karşı da bakım yapmaktadır. Cildi yumuşatma özelliğine sahiptir. Bununla birlikte gümüş suyu, ter bezlerinin olduğu bölgelerde, aşırı terlemeyi kontrol altına alarak, bakteri oluşumunu engellemektedir.**Ürünlerin doğal olması nedeniyle, tedaviden çok destek bakım amacıyla kullanıldığını söylemek gereklidir. Siva Derm firması, gümüş suyunun, ciddi cilt rahatsızlıklarının tedavisine destek bakımı olarak kullanılabileceğini belirtmektedir. Çeşitli enfeksiyonlar, yaralar, dökülmeler, cilt sorunları, deri rahatsızlıkları gibi birçok cilt problemi için geliştirilen ürünler, gümüşün saf halinin suyla birleştirilmesi sonucunda oluşmaktadır. Ürün çeşitleriSiva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 40 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 5 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 15 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 25 PPM, Siva Derm El Yüz Ve Vücut Nemlendirici Solüsyon olarak sıralanmaktadır.**PPM değeri, suyun içindeki gümüş miktarını belirtir. Bu oranlar, cilt rahatsızlığının ciddiyetine göre değişmektedir.**Amerika ve Ayvrupa’da oldukça yaygın olan gümüş suyu ile tedavi yöntemi, Türkiye’de de yavaş yavaş tanınmaya başlamıştır.**Yazımızın devamında Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu’nu yakından tanıyacağız. Siva Derm Gümüş Suyu Özellikleri Akne ve sivilce gibi cilt problemlerinde yardımcı bakım olarak uygulanır. Bakteri ve mantar oluşumunu engeller. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 25 PPM Özellikleri: Bakterilere karşı etkilidir. Ciddi cilt tedavilerine yardımcı bakım olarak uygulanır. Mantarın engellenmesine yardımcı olur. Kullanımı sırasında sarımsak ve alkol kullanılmamalıdır. Çocukların erişemeyeceği yerlerde muhafaza edilmelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 40 PPM Özellikleri: Bakterilere karşı savaşır. Yoğun ve yıpratıcı cilt tedavilerine ek olarak destek bakım yapmak amacıyla kullanılabilir. Sedef rahatsızlığında ilave bakım ürünü olarak kullanılabilir. Mantar problemine karşı savaşır. Kullanımı esnasında alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 5 PPM Özellikleri: Bakterilerin oluşumunu engeller. Sedef ve mantar gibi rahatsızlıklara karşı bakım yapar. Kullanımı esnasında alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 15 PPM Özellikleri: Bakterilerle savaşır. Sedef, mantar veya akne tedavilerine destek olur. Kullanım sürecinde alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Çocukların erişemeyeceği yerde muhafaza edilmelidir. Uyarı: Gümüş suyu ilaç değildir ve direkt olarak tedavi etkisi göstermez. İçeriği tamamen doğal bileşenlerden meydana gelmektedir. Gümüş suyu kullanımı esnasında kesinlikle sarımsak ve alkol alınmamalıdır. Her yaştan kişinin kullanımına uygundur. Cilt rahatsızlığına göre uygulanacak miktar ve süre farklılık göstermektedir. Gümüş suyunu kullanmadan önce mutlaka, kullanım talimatına dikkat etmeniz gerekmektedir. Gümüş suyu ürünleriyle ilgili detaylı bilgilere* [*www.narecza.com*](http://www.narecza.com/) *adresinden ulaşabilir yine bu adresten ürünleri güvenle sipariş verebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere ve anılan ürünün fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sisligazetesi.com.tr](http://www.sisligazetesi.com.tr) adresli internet sitesinin 22.03.2017 tarihli görünümünde yayınlanan *“Gümüş Suyunun Yararları”* başlıklı yazı içerisinde “Siva Derm Gümüş Suyu” adlı ürüne ilişkin yer alan ifadeler incelendiğinde, makuliyet sınırları aşılarak, kamuyu bilgilendirme veya haber verme amacının dışına çıkıldığı; bahsi geçen ürüne ve özelliklerine ilişkin övgü içeren ifadeler ile birlikte ürün fotoğrafına temin edilebileceği internet sitesi adresine yer verilmek suretiyle anılan ürünün satın alınmasının teşvik edilerek örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Şehri İstanbul İletişim Danışmanlık Yayıncılık Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2017/1937**

**Şikayet Edilen: E&E Medya Haber Danışmanlık Reklam ve Tasarım**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.61saat.com](http://www.61saat.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Gümüş Suyunun Faydaları”***  başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.61saat.com](http://www.61saat.com) adresli internet sitesinin 21.06.2016 tarihli görünümünde yayınlanan *“Gümüş Suyunun Faydaları”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Siva Derm markası, Antalya’da kurulmuş bir markadır. Siva Derm markası, Antalya’da kurulmuş bir markadır. Gümüş suyunun, bakteri ve virüsleri yok ettiğini keşfeden Siva Derm, bu doğrultuda çalışmalarını başlatmıştır. Gümüş suyu konsantresi, cilt bakımı için şaşırtıcı faydalar sağlamaktadır. Bu yüzden Siva Derm, ürün formüllerinde gümüş suyu konsantresi kullanmaktadır.**Geliştirilen özel formüllerle, komple ve etkili bir cilt bakımı sunmayı hedefleyen Siva Derm markası özellikle; sivilce, cilt lekeleri, egzama, yara gibi can sıkıcı cilt problemlerine karşı geliştirdiği ürünleriyle, bu sorunların ortadan kalktığını belirtmektedir. Saf gümüşün suyla karıştırılması ile oluşturulan içeriklerle Siva Derm, bağışıklık sistemini güçlendiriyor, metabolizmayı koruyor, bakteri, mantar gibi sorunlara karşı ciddi faydalar sağlıyor.**Gümüş Suyu doğal etkisi doğal etkisi sayesinde birçok cilt problemi üzerinde etkili olmaktadır. Gümüş suyu özel yöntemlerle elde edilmektedir. Saf gümüşün su ile etkileşimi sonrasında meydana gelen karışım sonucu oluşmaktadır. Gümüş suyunun yoğunluğu da hangi rahatsızlık için kullanılacağına göre belirlenmiştir. PPM ibaresi yoğunluğunun ölçüsü olarak kabul edilir. Tüketiciler ürün alırken problemlerine göre tercih yaparak, kendilerine uygun olan ürünü seçmektedirler.**Uzmanlar tarafından da test edilen gümüş suyu konsantresi, Amerikan EPA onaylıdır. Hassasiyetle formüle edilen ve yan etkisi bulunmayan etkili karışım fazla bilinmemesine rağmen 1930’lu yıllarda terapi amaçlı kullanılmıştır. Değişik ihtiyaçlara göre kullanılabilen gümüş suyu, sağlık alanında oldukça pozitif geri dönüşler elde edilmesini sağlamıştır.**Gümüş suyu, sivilcelere karşı da bakım yapmaktadır. Cildi yumuşatma özelliğine sahiptir. Bununla birlikte gümüş suyu, ter bezlerinin olduğu bölgelerde, aşırı terlemeyi kontrol altına alarak, bakteri oluşumunu engellemektedir.**Ürünlerin doğal olması nedeniyle, tedaviden çok destek bakım amacıyla kullanıldığını söylemek gereklidir. Siva Derm firması, gümüş suyunun, ciddi cilt rahatsızlıklarının tedavisine destek bakımı olarak kullanılabileceğini belirtmektedir. Çeşitli enfeksiyonlar, yaralar, dökülmeler, cilt sorunları, deri rahatsızlıkları gibi birçok cilt problemi için geliştirilen ürünler, gümüşün saf halinin suyla birleştirilmesi sonucunda oluşmaktadır. Ürün çeşitleri Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 40 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 5 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 15 PPM, Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 25 PPM, Siva Derm El Yüz Ve Vücut Nemlendirici Solüsyon olarak sıralanmaktadır.**PPM değeri, suyun içindeki gümüş miktarını belirtir. Bu oranlar, cilt rahatsızlığının ciddiyetine göre değişmektedir.**Amerika ve Avrupa’da oldukça yaygın olan gümüş suyu ile tedavi yöntemi, Türkiye’de de yavaş yavaş tanınmaya başlamıştır.**Yazımızın devamında Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu’nu yakından tanıyacağız. Siva Derm Gümüş Suyu Özellikleri. Akne ve sivilce gibi cilt problemlerinde yardımcı bakım olarak uygulanır. Bakteri ve mantar oluşumunu engeller. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 25 PPM Özellikleri: Bakterilere karşı etkilidir. Ciddi cilt tedavilerine yardımcı bakım olarak uygulanır. Mantarın engellenmesine yardımcı olur. Kullanımı sırasında sarımsak ve alkol kullanılmamalıdır. Çocukların erişemeyeceği yerlerde muhafaza edilmelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 40 PPM Özellikleri: Bakterilere karşı savaşır. Yoğun ve yıpratıcı cilt tedavilerine ek olarak destek bakım yapmak amacıyla kullanılabilir. Sedef rahatsızlığında ilave bakım ürünü olarak kullanılabilir. Mantar problemine karşı savaşır. Kullanımı esnasında alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 5 PPM Özellikleri: Bakterilerin oluşumunu engeller. Sedef ve mantar gibi rahatsızlıklara karşı bakım yapar. Kullanımı esnasında alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Siva Derm Kolloidal Gümüş Suyu 15 PPM Özellikleri: Bakterilerle savaşır. Sedef, mantar veya akne tedavilerine destek olur. Kullanım sürecinde alkol ve sarımsak tüketilmemelidir. Çocukların erişemeyeceği yerde muhafaza edilmelidir. Uyarı: Gümüş suyu ilaç değildir ve direkt olarak tedavi etkisi göstermez. İçeriği tamamen doğal bileşenlerden meydana gelmektedir. Gümüş suyu kullanımı esnasında kesinlikle sarımsak ve alkol alınmamalıdır. Her yaştan kişinin kullanımına uygundur. Cilt rahatsızlığına göre uygulanacak miktar ve süre farklılık göstermektedir. Gümüş suyunu kullanmadan önce mutlaka, kullanım talimatına dikkat etmeniz gerekmektedir. Gümüş suyu ürünleriyle ilgili detaylı bilgiye sahip olmak ve ürünleri güvenle sipariş vermek için* [*www.narecza*](http://www.narecza) *adresini ziyaret ediniz”* şeklinde ifadelere ve anılan ürünün fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.61saat.com](http://www.61saat.com) adresli internet sitesinin 21.06.2016 tarihli görünümünde yayınlanan *“Gümüş Suyunun Faydaları”* başlıklı yazı içerisinde “Siva Derm Gümüş Suyu” adlı ürüne ilişkin yer alan ifadeler incelendiğinde, makuliyet sınırları aşılarak, kamuyu bilgilendirme veya haber verme amacının dışına çıkıldığı; bahsi geçen ürüne ve özelliklerine ilişkin övgü içeren ifadeler ile birlikte ürün fotoğrafına temin edilebileceği internet sitesi adresine yer verilmek suretiyle anılan ürünün satın alınmasının teşvik edilerek örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **E&E Medya Haber Danışmanlık Reklam ve Tasarım** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2017/1054**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Eylül Ayı Genel Puan Kampanyası” isimli kampanyaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01-30 Eylül 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan kampanyaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlarda; *“Gıda marketi, giyim, çok katlı mağaza, ayakkabı, kozmetik, aksesuar, kuyum, optik, saat, eğitim, kırtasiye sektörlerindeki Yapı Kredi World Üye İşyerleri’ nde tek seferde yapılan ilk 100 TL’lik alışverişten sonra tek seferde yapılan her 100 TL’lik alışverişe 10 TL, toplam 50 TL Worldpuan!”, “Kampanyaya Yapı Kredi bireysel kredi kartları ve bireysel TL card’lar, … Worldcard'lar dâhildir”, “…Yapı Kredi Cüzdan uygulaması ile katılım yapılması durumunda, kampanya kapsamında tek seferde yapılan ilk 100 TL ve üzeri alışverişten sonra tek seferde yapılan her 100 TL ve üzeri alışveriş için 10 TL Worldpuan kazanılacaktır. Ayrıca tek seferde yapılan 6’ncı 100 TL ve üzeri alışveriş sonrasında ek 10 TL Worldpuan kazanılacaktır. Yapı Kredi Cüzdan’dan katılım ile kazanılabilecek ek Worldpuan en fazla 10 TL değerindedir ve bir müşteri kampanyadan toplamda en fazla 60 TL Worldpuan kazanabilir…”, “Bireysel kredi kartları için; SMS ile kampanyaya katılım yapılması durumunda kampanya kapsamında kazanılan Worldpuan’ lar 14 Ekim 2016 tarihine kadar en az 1 adet kullanıma açık bireysel kredi kartı olması durumunda yüklenecek olup, Worldpuan’ ların son kullanma tarihi 25 Ekim 2016’dır. Kullanılmayan Worldpuan’ lar 26 Ekim 2016'da geri alınacaktır.”, “Yapı Kredi Cüzdan uygulaması ile kampanyaya katılım yapılması durumunda kampanya kapsamında kazanılan ek Worldpuan’ lar 20 Ekim 2016 tarihine kadar en az 1 adet kullanıma açık bireysel kredi kartı olması durumunda yüklenecek olup, ek Worldpuan’ ların son kullanma tarihi 31 Ekim 2016’dır. Kullanılmayan ek Worldpuan’ lar 1 Kasım 2016'da geri alınacaktır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda ilgili firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/87**

**Şikayet Edilen: Sertaş KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.titanjel.gen.tr](http://www.titanjel.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.titanjel.gen.tr](http://www.titanjel.gen.tr) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda *“Penis Büyütmeye Yardımcı Erolife Krem”, “Penis büyütücü krem etkileri nelerdir? 1. Penis büyütme konusunda yardımcı bir kremdir. 2. Ereksiyon konusunda etkili ve yardımcıdır. 3. Penisin sertleşmesine yardımcı bir üründür. 4. Kayganlaştırıcı özelliğe sahiptir.”, “Artık sizin de mutlu bir cinsel hayatınız olabilir.”, “Yukarıda belirttiğimiz gibi kremin hiçbir yan etkisi şu ana kadar rastlanmamıştır. Penise, vücuda ve bünyeye zararı kesinlikle yoktur.””* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.titanjel.gen.tr](http://www.titanjel.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlarda;“*Penis Büyütmeye Yardımcı Erolife Krem”, “Penis büyütücü krem etkileri nelerdir? 1. Penis büyütme konusunda yardımcı bir kremdir. 2. Ereksiyon konusunda etkili ve yardımcıdır. 3. Penisin sertleşmesine yardımcı bir üründür. 4. Kayganlaştırıcı özelliğe sahiptir.”, “Artık sizin de mutlu bir cinsel hayatınız olabilir.”, “Yukarıda belirttiğimiz gibi kremin hiçbir yan etkisi şu ana kadar rastlanmamıştır. Penise, vücuda ve bünyeye zararı kesinlikle yoktur.”* şeklinde tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek muhtelif gıda takviyesi ürünlerin tanıtım ve satışının yapıldığı, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin muhtelif sağlık sorunlarını giderdiği ve insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu, ancak *“krem”, “Sprey”* şeklinde tanıtımı ve satışı yapılan ürünlerin haricen uygulanması nedeniyle “kozmetik ürün” olarak değerlendirilebileceği, bu durumda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik ürün tanımını aşan ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 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 **Sertaş KAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2016/230**

**Şikayet Edilen: Türk Henkel Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “Syoss”** markalı şampuana ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2016

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

**Tespitler:** [www.syoss.com.tr](http://www.syoss.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan **“Syoss Erkek”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçı güçlendirir ve canlandırır. Saça yapı ve hacim verir. PRO-CELLIUM KERATIN, ile dünyada binlerce kuaför tarafından kullanılan profesyonel teknoloji*” ifadelerine, **“Keratin Mükemelliği Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Syoss keratin saç mükemmelliği, %80\*\* daha fazla keratin içerdiğinden dolayı saçları her yıkamada yeniden yapılandırır. Saçlara kuaförden yeni çıkmış gibi %100\* onarım, esneklik ve parlaklık sağlar. Şampuan: Saç hücrelerini gerekli keratin ile derinlemesine doldurur. Dünyada binlerce kuaför tarafından kullanılan, pro-cellium keratin içeren profesyonel teknoloji.*” ifadelerine, **“Onarıcı Terapi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Syoss Repair Therapy’nin profosyonel formülünün içindeki besleyici maddeler güçlü, sağlıklı saçlar ve mükemmel kuaför parlaklığı için derin onarım sağlar. Şampuan: Yıpranmış saçı yeniler ve pürüzsüzleştirir. Dünyada binlerce kuaför tarafından kullanılan, pro-cellium keratin içeren profesyonel teknoloji. Saç Kremi: Yıpranmış saç yapısını pürüzsüzleştirir”* ifadelerine, **“Yoğun Hacim Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tüm gün ağırlaşmamış hacimli saçlar. Syoss yoğun hacim profesyonel formülü ile saçınıza gözle görülür hacim verirken, kökten uca güçlendirir. Şampuan: Kökten uca hacim verir. %0 silikon”* ifadelerine, **“Yoğun Hacim Saç Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nazikçe bakım yapar ve saçınızı güçlendirir. %0 silikon.”* ifadelerine, **“Renk Koruyucu Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Syoss renk koruyucunun profesyonel formülü önceki saç renginizin parlaklığını yitirmesine karşı korumasına yardımcı olur. Şampuan: Renk açılmasına karşı korur. Dünyada binlerce kuaför tarafından kullanılan, pro-cellium keratin içeren profesyonel teknoloji.”* ifadelerine, ayrıca **“Saç Dökülmesine Karşı Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesine karşı\* Fiber dayanıklılık 95. Bitkisel kök hücre içeriğiyle. Saç dökülmesini %95’e varan azalma. Saç köklerini ve dokusunu yeniden yapılandırır. Saç uçlarını güçlendirir. Dökülmeye eğilimli kırılgan saçlar. \*Koparak gerçekleşen saç dökülmelerinde; saç kremi ile beraber kullanıldığı zaman. Profesyonel performans. Syoss saç dökülmesine karşı profesyonel kuaför ve saç stilistleri tarafından test edilmiştir. Bitkisel kök hücre özlü formülüyle saç köklerini, dokusunu ve uçlarını güçlendirerek saç dökülmesini %95’e kadar azaltır. Bitkisel kök hücre formülüyle saç köklerine direkt etki, uçlardan itibaren güçlenen saç dokusu, dayanıklı ve güçlü saçlar*” ifadelerine, bununla birlikte firmanıza ait Facebook sayfasında **“Saç Dökülmesine Karşı Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Saç dökülmesini %95’e kadar azaltır. Hollywood yıldızlarının vazgeçilmezi! Utwiler Spatlauber bitkisinin kök hücre özü sadece Syoss Saç Dökülmesine Karşı Şampuan’da. Bu mucizevi içerik ise İsveç elmasından elde edilerek saç dökülmesinde %95’e kadar etkili Syoss formülünün etkisini artırıyor.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Veren Açıklamaları:** Reklam veren tarafından yapılan açıklamalarda, reklam faaliyetleri dahilinde ileri sürülen iddiaların sunmakta oldukları teknik test sonuçları ve ar-ge çalışmaları ile ispatlandığı ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.syoss.com.tr](http://www.syoss.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadeler kozmetik ürün tanımı içinde yer aldığından ve sağlık beyanı mevzuatı yönünden uygun olduğundan, ayrıca söz konusu ifadelerin doğruluğu firma tarafından sunulan raporlarla kanıtlandığından tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı kanaatine varılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2016/1375**

**Şikayet Edilen: Derin Bilişim Çağrı E Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.narecza.com> adresli internet sitesinde yer alan ***"Janson Beckett"*** markalı kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.narecza.com](http://www.narecza.com) adresli internet sitesinde **“Janson Beckett DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Janson Beckett DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ML maksimum sıkılaştırıcı etkisi ile cildi sıkılaştırır ve toparlanmasını sağlar. Elastin cildin esneklik kaybının önüne geçer ve bunun için mücadele eder. % 5 DMAE & Elastin ürün cildin sıkılaşması ve toparlanması için formülize edilmiştir. İçeriğinde bulunan DMAE ile sıkılaştırıcı etki en ileri düzeyde gerçekleşmektedir.*[*Janson Beckett*](http://www.narecza.com/janson-beckett)*DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ML**yüz bölgesi, çene altı, tüm boyun ve çevresinde meydana gelmiş olan sarkmalara karşı bakım uygular. Sarkmaları ortadan kaldırmak için formüle edilmiş olan ürün, DMAE sıkılaştırıcı serumu elastikiyet kaybı oluşmuş olan tüm sarkmalara karşı hızlı tedavi sağlar. Sıkılaştırıcı ürünler cilt yüzeyine etki ederek cildin sıkılaşmasını ve incelmesini sağlamaktadır. Janson Beckett DMAE Firming*[*Sıkılaştırıcı Serum*](http://www.narecza.com/nemlendiriciler)*30 ML tüm yüz ve boyun bölgesi için "hindi boynu" olarak bilinen tüm sarkmalar ortadan kalkar. Yüz bölgesi, çene altı ve tüm boyun ve çevresinde sarkmalara karşı etkili olmak için kullanılır.”* ifadelerine, **“Janson Beckett AlphaDerma CE Anti AGİNG Formül 120 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücutta çeşitli sebeplerle oluşan çizgi, çatlak ve kırışıklıkların giderilmesinde etkin rol oynayan Janson Beckett’in bu anti aging ürünü cildinizin gençleşmesine ve sağlıkla ışıldamasına yardımcı olur. Aynı zamanda nem desteği sunarak onarım gerçekleştirir. AlphaDerma CE yüz veya vücudun herhangi bir noktasında oluşan kırışıklıkların giderilmesini sağlar. Göz çevresinde ki ince çizgilerinizde, alın bölgesinde ki çizgilerinizde kullanabilir. AlphaDerma CE yüz bölgesi dışında vücutta hızlı kilo alıp vermelerde veya hamilelik sonrasında oluşan çatlakların azalmasında etkili rol oynar.* [*Janson Beckett*](http://www.narecza.com/janson-beckett)*Alpha Derma Ce kilo alıp verme veya hamilelik öncesinde kullanılması önerilir. Hamilelik sırasında çatlak oluşumunu önler. Çizgilerinizi ve kırışıklarınızı azaltmaya yardımcı olarak kullanılır. Cildinizin gençleşmesi için nemlendirme ve onarım işlemlerini yapar. Sıkılaştırır ve yüz ovalinizi yeniden ortaya çıkartır****.*** *Gelecekte oluşabilecek* [*kırışıklara ve çatlaklara*](http://www.narecza.com/anti-aging-ve-kirisiklik-urunleri)*ön hazırlık yapar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.narecza.com](http://www.narecza.com) adresli internet sitesinde **“Janson Beckett DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Janson Beckett DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ML maksimum sıkılaştırıcı etkisi ile cildi sıkılaştırır ve toparlanmasını sağlar. Elastin cildin esneklik kaybının önüne geçer ve bunun için mücadele eder. % 5 DMAE & Elastin ürün cildin sıkılaşması ve toparlanması için formülize edilmiştir. İçeriğinde bulunan DMAE ile sıkılaştırıcı etki en ileri düzeyde gerçekleşmektedir.*[*Janson Beckett*](http://www.narecza.com/janson-beckett)*DMAE Firming Sıkılaştırıcı Serum 30 ML**yüz bölgesi, çene altı, tüm boyun ve çevresinde meydana gelmiş olan sarkmalara karşı bakım uygular. Sarkmaları ortadan kaldırmak için formüle edilmiş olan ürün, DMAE sıkılaştırıcı serumu elastikiyet kaybı oluşmuş olan tüm sarkmalara karşı hızlı tedavi sağlar. Sıkılaştırıcı ürünler cilt yüzeyine etki ederek cildin sıkılaşmasını ve incelmesini sağlamaktadır. Janson Beckett DMAE Firming*[*Sıkılaştırıcı Serum*](http://www.narecza.com/nemlendiriciler)*30 ML tüm yüz ve boyun bölgesi için "hindi boynu" olarak bilinen tüm sarkmalar ortadan kalkar. Yüz bölgesi, çene altı ve tüm boyun ve çevresinde sarkmalara karşı etkili olmak için kullanılır.”* ifadelerine, **“Janson Beckett AlphaDerma CE Anti AGİNG Formül 120 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücutta çeşitli sebeplerle oluşan çizgi, çatlak ve kırışıklıkların giderilmesinde etkin rol oynayan Janson Beckett’in bu anti aging ürünü cildinizin gençleşmesine ve sağlıkla ışıldamasına yardımcı olur. Aynı zamanda nem desteği sunarak onarım gerçekleştirir. AlphaDerma CE yüz veya vücudun herhangi bir noktasında oluşan kırışıklıkların giderilmesini sağlar. Göz çevresinde ki ince çizgilerinizde, alın bölgesinde ki çizgilerinizde kullanabilir. AlphaDerma CE yüz bölgesi dışında vücutta hızlı kilo alıp vermelerde veya hamilelik sonrasında oluşan çatlakların azalmasında etkili rol oynar.* [*Janson Beckett*](http://www.narecza.com/janson-beckett)*Alpha Derma Ce kilo alıp verme veya hamilelik öncesinde kullanılması önerilir. Hamilelik sırasında çatlak oluşumunu önler. Çizgilerinizi ve kırışıklarınızı azaltmaya yardımcı olarak kullanılır. Cildinizin gençleşmesi için nemlendirme ve onarım işlemlerini yapar. Sıkılaştırır ve yüz ovalinizi yeniden ortaya çıkartır****.*** *Gelecekte oluşabilecek* [*kırışıklara ve çatlaklara*](http://www.narecza.com/anti-aging-ve-kirisiklik-urunleri)*ön hazırlık yapar.”* 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, dolayısıyla söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Derin Bilişim Çağrı E Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2016/1496**

**Şikayet Edilen: DMA Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Danışmanlık İnşaat İthalat ve İhracat Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://minirome.com/mustela-light-legs-maternite-rahatlatici-bacak-jeli-125-ml> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://minirome.com/> adresli internet sitesinde **“Mustela Light Legs Maternite – Rahatlatıcı Bacak Jeli 125 ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mustela Light Legs Maternite- Rahatlatıcı Bacak Jeli, ayaklarınızdan itibaren basende dahil olmak üzere tüm bacaklarınızda kullanabileceğiniz, bacaklarınıza yumuşama ve rahatlama kazandıran bir bacak kremidir. Hamilelik dönemi boyunca bacaklarınızda meydana gelmiş olan çatlakların giderilmesinde etkin bir rol oynayan bir bacak bakım kremidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://minirome.com/> adresli internet sitesinde **“Mustela Light Legs Maternite – Rahatlatıcı Bacak Jeli 125 ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mustela Light Legs Maternite- Rahatlatıcı Bacak Jeli, ayaklarınızdan itibaren basende dahil olmak üzere tüm bacaklarınızda kullanabileceğiniz, bacaklarınıza yumuşama ve rahatlama kazandıran bir bacak kremidir. Hamilelik dönemi boyunca bacaklarınızda meydana gelmiş olan çatlakların giderilmesinde etkin bir rol oynayan bir bacak bakım kremidir.”* 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, dolayısıyla söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **DMA Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Danışmanlık İnşaat İthalat ve İhracat Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2016/1670**

**Şikayet Edilen: Cihan Özel Sağlık ve Eğitim Hiz. İnş. San ve Tic. A.Ş. (Özel Cihan Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Cihan Hastanesi ve Yuvam Akarca Konutları Cumhuriyet Mahallesi El Ele”* ibareli afişler ile [www.cihanhastanesi.com.tr](http://www.cihanhastanesi.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017, 23.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş

**Tespitler:** Kuruluşa ait afişlerde, “*Cihan Hastanesi ve Yuvam Akarca Konutları Cumhuriyet Mahallesi El Ele. Yuvam Akarca Konutları Cumhuriyet Mahallesi üyeleri Cihan Hastanesi’ndeki sağlık hizmetlerinden avantajlı olarak yararlanacaklar”* ifadelerine,

[www.cihanhastanesi.com.tr](http://www.cihanhastanesi.com.tr) adresli internet sitesinin 24.02.2017 ve 23.03.2017 tarihli görünümünde; Ana sayfada; *“Kanserin hiçbir türü kaderiniz olmasın…”,* “Kalite Politikamız” başlığı altında; *“Şeffaf Yönetim Anlayışıyla, Hasta ve Çalışan Memnuniyeti Odaklı, Sürekli Eğitimle Gelişmeyi Destekleyen, Sosyal Sorumluluk Bilinci İçerisinde, Tıbbı Etik Kurallar Çerçevesinde, Hasta Hakları ve Sorumluluklarına Bağlı, Yasal Mevzuatların Gereklerini Yerine Getirerek, Yüksek Kaliteli Hizmet Sunmak ve Benimsenmesini Sağlamaktır. Özel Cihan Hastanesi’nde ağrısız, acısız varis ameliyatları başladı…. Kalp ve Damar Cerrahisi branşını kadrosuna ilave ederek, günden güne gelişerek yenilenen Cihan Hastanesi’nde ağrı ve acı hissetmeden varis ameliyatı olabilir…”,* “Kurumsal” başlığı altında; *Vizyon; Etik değerlere saygılı, hasta memnuniyetinin yanı sıra çalışan memnuniyetini de esas alan, kaliteli ve uygun koşullarda sağlık hizmeti vermek. Misyon; Gelişmiş sağlık teknolojisi ve deneyimleri ile bölgede öncü olmak ve ulusal arenada ilklerin hastanesi olmak. Kalite Politikamız…”,* “Hakkımızda” başlığı altında; *“Cihan Hastanesi, …9.000 m2 kapalı alana sahiptir. 17 Mayıs 2013 tarihinden itibaren hastalarımızın hizmetindeyiz... Türkiye' de Hekim ağırlıklı kurulan ender Hastanelerden biri konumundayız… Kurumumuzda 45 hekim görev yapmaktadır. Kuruluşunda 105 yatak olarak düşünülen kapasitemiz, halkımızın hastanemize gösterdiği teveccüh neticesinde kapasitemizi 126 yatağa çıkarmamıza neden oldu, …Hastanemiz, bu altyapı ile ilimizin en fazla yatak kapasitesine sahip özel hastanesi olmuştur. Bir sonraki aşamada ise sağlık turizmine yönelik çalışmalar yaparak ilimizde ve bölgemizde sağlık turizmini canlandırmaktır.”* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait afişlerde ve [www.cihanhastanesi.com.tr](http://www.cihanhastanesi.com.tr) adresli internet sitesinin 24.02.2017 ve 23.03.2017 tarihli görünümünde, bahsi geçenifadelere yer verilmek suretiyle sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

- 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,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cihan Özel Sağlık ve Eğitim Hiz. İnş. San ve Tic. A.Ş. (Özel Cihan Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2016/2735**

**Şikayet Edilen: Dünya Sağlıklı Yaşam Merkezi Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dunyayasam.com](http://www.dunyayasam.com) adresli internet sitesinin 08.04.2016 tarihli görünümünde; “Hakkımızda” başlığı altında; *“Birçok deneyimli uzmanı bünyesinde barındıran merkezimiz birçok check up deneyimini hayata geçirmiştir. Kaliteli ve güvenli hizmet vererek müşteri memnuniyetini üst düzeyde tutmayı başarmıştır. Kaliteli ve modern cihazlarla branşlarında eğitimli bir kadro ve uzman hekimler denetiminde hizmet veren merkezimiz bu sorumluluğun bilinci ile sizlere en mükemmeli sunmayı hedeflemektedir. Vizyonumuz, doğru teşhis ve doğru tedavi yöntemi ile önce sağlık. Misyonumuz, Kaliteli ve güvenli hizmet vererek müşteri memnuniyetini üst düzeyde tutmak. Hedefimiz, Düzenli çalışmalarımız ile her zaman geleceğe yönelik tam kapsamlı hizmet vermek.”* gibi ifadelere *“Check up yaptırmak istiyorum. Check up nedir?, Check up neden önemli?... Bizimle iletişime geçerek check up fiyatları hakkında bilgi alabilirsiniz. Check up, laboratuvar, teknolojik laboratuvar hizmetleri, İleri görüntüleme ve tanı, Görüntüleme ve tanı hizmetleri… ”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dunyayasam.com](http://www.dunyayasam.com) adresli internet sitesinin 08.04.2016 tarihli görünümünde, bahsi geçen ifade ve görüntülere yer verilmek suretiyle, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, tıbbi işlemleri uygulamaya yetkili bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde bir izlenim oluşturulduğu, söz konusu tanıtımların sağlık alanındaki çalışan kişi ve kuruluşların faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, hekimler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu, diğer taraftan, söz konusu firmanın anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı doktorlar ve sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer doktorlar ve sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarının;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Sağlıklı Yaşam Merkezi 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: 2016/2782**

**Şikayet Edilen: Derya ŞAHİN (Diet Code Beauty & Form Club)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://dietcode.com.tr> ve [www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara](http://www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2017, 07.04.2017, 12.04.2017, 13.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://dietcode.com.tr>adresli internet sitesinin 29.03.2017 ve 12.04.2017 tarihli görünümünde; Ana sayfada; “*Bölgesel incelme ve* ***selülit tedavisinde*** *velashape III ile güvenilir kalıcı sonuçlara ulaşın. Aynaya baktıkça mutlu hissedin.”*, ifadelerine, “Neler Yapıyoruz” başlığı altında; *“VelaShape III selüliti düzeltebilecek ve bölgesel incelme ile vücudu şekillendirebilecek tek seans protokolüne sahip bir sistemdir. VelaShape yaşantınızın günlük akışını aksatmadan veya size belirgin bir rahatsızlık vermeden çarpıcı sonuçlar almanızı sağlar. VelaShape'in sırrı, yağ dokularının görünümünü ve hacmini azaltmak için elos teknolojisiyle vakum ve doku maniplasyonu ile birleştiren ilk ve tek teknoloji olmasıdır. Hamilelik sonrasında oluşan sıkılaşma ve toparlanma ihtiyacına başarılı çözümler sunar. Vücudun farklı bölgelerinde bulunan ve farklı nedenlerden kaynaklanan çatlakların görünümünde genel bir düzelme sağlar. VelaShape teknolojisi cilt gevşekliğinin azaltılması, hacim küçültme ve cilt yapısının genel olarak iyileştirilmesi için 4 farklı teknolojinin (Bipolar Radyo Frekans, infrared, Vakum ve Mekanik Masaj) kombinasyonu ile oluşan sinerjidir. VelaShape III teknolojisi en çok kalça, bacak ve karın bölgelerinde uygulansa da farklı aplikatörleri tüm vücut için etkili ve* ***güvenli bir tedavi için tasarlanmıştır****. Vücut Şekillendirme ve* ***Selülit Tedavisi.*** *Haftada 1 gün olmak üzere minimum 4 seanslık paket programlar ile etkili ve kalıcı sonuçlara ulaşabilirsiniz. Seanslar tamamlandıktan sonra periyodik olarak yaptıracağınız tedaviler sonuçların kalıcı olmasını sağlayacak…”* gibi ifadelere,

[www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara](http://www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara) adresli internet sitesinin 07.04.2017 ve 13.04.2017 tarihli görünümünde; *“Vücuduma boş yere ne kadar yükleniyor ve onu yoruyormuşum. Şimdi kendimi daha hareketli ve enerjik hissediyorum. Tabi bu hem görüntüme hem de hareketlerime yansıyor… yerinizde saymayın, kendiniz için özel bir şey yapın, harekete geçin. Bir adım atmazsanız yol alamazsınız. Hem beden hem de ruh sağlığınızı korumak, kesin sonuç almak için diyet, diyetisyenle yapılır…”*  gibi ifadelere ve “*Tercanlar ailesi 4 ayda 48 kilo verdi. Şimdi daha sağlıklı bir hayatın tadını çıkarıyor…”* gibi ifadeler ile birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://dietcode.com.tr>adresli internet sitesinin 29.03.2017 ve 12.04.2017 tarihli görünümünde ve [www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara](http://www.facebook.com/DeryaSahin.Diyetisten.Ankara) adresli internet sitesinin 07.04.2017 ve 13.04.2017 tarihli görünümünde, bahsi geçen ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun Ek 13 (ç) maddesinde yer alan; “*Diyetisyen; beslenme ve diyetetik alanında lisans eğitimi veren fakülte veya yüksekokullardan mezun; sağlıklı bireyler için sağlıklı beslenme programları belirleyen, hastalar için tabibin yönlendirmesi üzerine gerekli beslenme programlarını düzenleyen, toplu beslenme yerlerinde beslenme programları hazırlayan ve besin güvenliğini sağlayan sağlık meslek mensubudur*” tanımından da anlaşıldığı üzere tedavi nitelikli beslenme danışmanlığı hizmeti verilmesinin ancak tabip yönlendirmesi ile mümkün olduğu, bununla beraber şahsınızın diyetisyenlik mesleğini icra eden bir sağlık meslek mensubu olduğunun anlaşıldığı,

Bu bağlamda, internet sitelerinde yer verilen hizmetlerin, ancak bir hekimin yönlendirmesiyle yapılabilecek hizmetler olması sebebiyle, hastaların söz konusu şahıs tarafından tedavi edildiği izlenimi verilmesinin, dolayısıyla anılan işlemlere ve şahsa yönelik yapılan söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, şahsa ait internet sitesinde yer verilen “selülit tedavisi” işleminin tıbbi bir işlem olduğunun anlaşıldığı, hekimler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, tüm bu durumların sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, faaliyetlerine yönelik talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve kuruluşlar aleyhine haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun Ek-13/ç maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2016/3281**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.myradental.com](http://www.myradental.com) adresli internet sitesinin 19.04.2017 tarihli görünümünde; Ana sayfada; *“Hızlı ve Profesyonel. Hastalarımızın ihtiyaçlarına özel zaman planlaması yapıyor, size zaman kazandırıyoruz. Hasta Memnuniyeti. Müşterilerimizin sağladığımız hizmetten duydukları memnuniyet, edindikleri bembeyaz ve sağlıklı gülümsemelerinde gizli.”* ifadelerine, “Myra Dental Diş Polikliniği” başlığı altında; “*Doktor Seçimi. Kliniğimiz uzman diş hekimlerimizin benimsediği değerler üzerine kurulmuştur. Myra Dental ailesinin bir parçası olan uzman diş hekimlerimizin alanlarında en iyisi olmasına özen gösteriyoruz, çünkü kliniğimizde kendinizi harika hissedin istiyoruz. İçinize Sinen Klinik Aldığımız tüm kararlarda önceliğimiz sizlerin sağlığıdır. Sizlere en iyisini sunabilmek için özenle seçilmiş partnerlerle çalışıyoruz ve yalnızca en yeni aletlerle ürünleri kullanıyoruz. En önemlisi ise, alanında uzman ve motivasyonu yüksek diş hekimleri ile çalışıyoruz. Hayat Boyu Öğrenme. Sektörümüzde olup biten her şeyden haberdarız. Diş hekimlerimizi düzenli olarak dünyanın çeşitli ülkelerindeki kongre ve toplantılara yolluyoruz. Böylelikle diş hekimlerimiz sektördeki tüm gelişmelerden haberdar oluyor ve öğrendiklerini kliniğimizde uygulama fırsatı yakalıyorlar. Dürüstlüğe Değer Veririz. Klinik olarak bir ekip değil, bir aileyiz. Ailemize yalnızca dürüstlüğüne ve samimiyetine inandığımız kişileri alır, yalnızca güvendiğimiz insanlarla çalışırız. Görüşlerinize Önem Veriyoruz. Görüşleriniz bizler için çok değerli. Eğer tedavide içinize sinmeyen bir konu varsa, sizi dinliyor ve anında gerekli düzenlemeleri yapıyoruz…”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/myradental](http://www.facebook.com/myradental) adresli internet sitesinin 19.04.2017 tarihli görünümünde; “Hakkında” bölümünde; *“Myra Dental ailesinin bir parçası olan uzman diş hekimlerimizin alanlarında en iyisi olmasına özen gösteriyoruz, çünkü kliniğimizde kendinizi harika hissedin istiyoruz. İçinize sinen klinik. Aldığımız tüm kararlarda önceliğimiz sizlerin sağlığıdır. Sizlere en iyisini sunabilmek için özenle seçilmiş partnerlerle çalışıyoruz ve yalnızca en yeni aletlerle ürünleri kullanıyoruz. En önemlisi ise, alanında uzman ve motivasyonu yüksek diş hekimleri ile çalışıyoruz. Hayat boyu öğrenme. Sektörümüzde olup biten her şeyden haberdarız. Diş hekimlerimizi düzenli olarak dünyanın çeşitli ülkelerindeki kongre ve toplantılara yolluyoruz. Böylelikle diş hekimlerimiz sektördeki tüm gelişmelerden haberdar oluyor ve öğrendiklerini kliniğimizde uygulama fırsatı yakalıyorlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerinde yer alan söz konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, hastaları kuruluşa yönlendirdiği, söz konusu tanıtımların diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete sebep olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2016/3284**

**Şikayet Edilen: Fatma DİLİBALLI (Batı Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.batioptik.com](http://www.batioptik.com) adresli internet sitesinde ve “Kalitemiz güvencemiz” ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** [www.batioptik.com](http://www.batioptik.com) adresli internet sitesinin 17.04.2017 tarihli görünümünde; *“Varilux'le Sınırsız Görüş. Çok odaklı camlarla yeni bir çağa girildiği ve görme kalitesi için tercih yapma zorunluluğunun ortadan kalktığı bu günlerde, çok odaklı gözlük kullanıcıları artık sınırsız görüşün tadını çıkaracaklar. En sofistike optik gelişmelerin ve gözlük kullanıcısının fizyolojisinin derinlemesine incelendiği araştırmaların ışığında tasarlanan Varilux serisi, alışılagelmiş çok odaklı camların sınırlarını zorlayarak, gözlük kullanıcısına başlıca 2 faydayı aynı anda sunuyor: Geniş açılı görüş ve hareket halindeyken denge. Bati Optik’te bu teknolojiye hesaplı fiyata sahip olabilirsiniz. Varilux Batı Optik'te.”* ifadelerine,

“Kalitemiz güvencemiz” ibareli broşürlerde; *“Uzak ayrı yakın ayrı kullanmaya son! Uzak- Yakın iki gözlük bir arada. Essilor Multifreee cam 400 TL, Çerçeveniz de bizden hediye*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde ve broşürde söz konusu ifadelere yer verilmek suretiyle geri ödeme kapsamında olan gözlük camı ve çerçevelerinin tanıtımının yapıldığı, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu, bu durumun da;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 13, 14, 28 ve 32 nci maddeleri,

 - *“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar"* başlıklı Yönetmelik Ekinin; " A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2016/3421**

**Şikayet Edilen: Alcon Laboratuvarları Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.10.2016, 17.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.lenskullan.com](http://www.lenskullan.com) adresli internet sitesinin 17.10.2016 ve 17.04.2017 tarihli görünümünde; *“İndirimli kontakt lenslerinizi almanın tam zamanı. Şimdi size özel %50 indirimden yararlanın. İndirim kuponunuzu seçtiğiniz optik mağazasına göstermeniz yeterli… İndirim kuponunuz için tıklayın. Optik mağazanıza gidin. İndirim kuponu için kayıt olun. Hemen Kontakt lensinizin keyfini sürmeye başlayın!”;*  “Benim ilk deneyimim… tahmin ettiğimden çok daha konforluydu” başlığı altında yer alan videoda; *“İlk deneyimimde tabi ki gergindim… Gözlerimi kapattım, gözlerimi açtığım anda farklı biriymişim gibi hissettim. Kendimi özgür ve rahat hissetmemi sağladı. Kontakt lenslerimle ilk deneyimim. Air Optix ile ilk deneyimim. Avrupa’nın en çok tercih edilen aylık kontakt lensi Air Optix’i kullanan kişilerin %85’inde gün boyu konfor gözlenmiştir…”* gibi ifadelere, **“Dailies Total1”** isimli ürüne ilişkin; “*Kontakt lenslerde fark yaratan bir dönem. Dailies Total1 kontakt lenslerde, değişken su içeriği teknolojisine sahip ilk kontakt lensi yaratmak için yenilikçi bir teknoloji kullanılmıştır. Bu ürünün benzersiz nefes alabilirlik özelliği, karşılaşabileceğiniz tüm güçlüklere rağmen günün sonuna kadar gözünüzün beyaz ve sağlıklı görünüşünü korumasına yardımcı olur... Dailies Total1 değişken su içeriği teknolojisi sayesinde yüzeydeki yüksek su içeriğiyle yüksek kayganlık ve nemlilik sağlar. Ayrıca, günün sonunda bile gözlerin sağlıklı görünmesi için piyasadaki günlük kullan at hidrojel lenslere kıyasla3 6 kat daha fazla nefes alma özelliğine sahiptir… ”*, **“Air Optix Aqua”** isimli ürüne ilişkin; *“Benzersiz plazma yüzey teknolojisine sahip Air Optix Aqua kontakt lensler 1.günden 30.güne kadar konforlu bir lens kullanımı sağlar. Üstelik lensleri gece geç saate kadar kullandıysanız ya da hassas gözleriniz olsa bile. Air Optix Aqua Avrupa'nın en çok tercih edilen aylık kullan at markasıdır…”*, **“Air Optix Night&Day Aqua.”** isimli ürüne ilişkin; *“…30 geceye kadar sürekli Air Optix Night & Day Aqua kontakt lensleri kullanan hastalarda yapılan 3 yıllık bir çalışmada, Air Optix Night&Day Aqua’nın korneal sağlığı desteklediği gösterilmiştir. Air Optix Night & Day Aqua kontakt lenslerinin oksijen çözünürlüğü yüksek lensler ve mevcut yumuşak kontakt lensler içinde oksijen geçirgenliği en yüksektir…*” gibi ifadeler kullanılarak miyopi/hipermetropi, astigmatizma, presbiyopi gibi çeşitli göz rahatsızlıkları için kullanılan lenslere ilişkin kampanya düzenlendiği ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.lenskullan.com](http://www.lenskullan.com) adresli internet sitesinin 17.10.2016 ve 17.04.2017 tarihli görünümünde bahsi geçen ifadeler kullanılmak suretiyle miyopi / hipermetropi, astigmatizma, presbiyopi gibi çeşitli göz rahatsızlıkları için kullanılan lenslere ilişkin kampanya düzenlendiği ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

Bilindiği gibi, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verilmektedir. Bu bağlamda, anılan internet sitesinde geri ödeme kapsamında bulunan kontakt lenslerin reklamının yapıldığı tespit edildiğinden söz konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri,

- *“Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar"* başlıklı Yönetmelik Ekinin A-8 maddesi.

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**25)**

**Dosya No: 2016/1384**

**Şikayet Edilen:** **Notox Estetik & Güzellik Academy**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.notoxestetik.com> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Notox Estetik & Güzellik Academy”* olarak isimlendirildiği, *“Botoks, Dolgu, Mesoterapi / Mezolifting, Prp, Leke Tedavisi, Lazer epilasyon uygulamaları, Bölgesel incelme, Diğer uygulamalar…”* gibi başlıklar altında doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ana sayfada; *“Tüysüzlüğün dayanılmaz Hafifliği…Mt Evo Epilasyon…”,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Notox Estetik uzman kadrosu ile etik değerlere bağlı, son teknoloji cihazlarla ve güncel uygulamaları kullanarak her zaman en yeni ve en iyiyi sunmayı ilke edinmiştir. Notox Estetik kendine güvenen, her zaman çekici ve sağlıklı görünmek isteyen, bakımını ve güzelliğini yaşam enerjisi ile pekiştiren siz değerli müşterilerimize profesyonel bakım ürünleri ile tüm ihtiyaçlarınızı karşılamak için hizmet vermektedir. Botox & dolgu, epilasyon, gençlik aşısı, dermapen, lazer zayıflatma, prp, beta HCG diyeti, mezoterapi, profesyonel cilt bakımı, dermabrazyon, vasküler lezyonlar, tırnak mantarı tedavisi uygulanmaktadır. Müşterilerimizin rahat ve konforu için her türlü detay düşünülerek dekore edilmiş geniş, ferah salonumuzun sıcak ambiyansını sizde hissedeceksiniz. Hijyen, konfor ve müşteri memnuniyetini ön planda tuttuğumuz her hizmetin ayrı bir bölümü olan merkezimizde bulunmanın huzur ve keyfini yaşamak istiyorsanız sizleri de merkezimize bekliyoruz.”,* *“Kampanyalar ve Fırsatlar”* başlığı altında; *“…Yenilenen web sitemizde yer alan botox & dolgu, epilasyon, gençlik aşısı, dermapen, icoone, prp, beta HCG diyeti, mezoterapi, dermalogica, dermabrazyon, vasküler lezyonlar ve tırnak mantarı tedavisi ile çok geniş bir yelpazede profesyonel çözümler sunmaktadır. Yenilenen web sitemizde artık firmamız ve hizmetlerimizle ilgili daha detaylı bilgilere ulaşabilir ve web sitemizden bilgi alabilirsiniz.”,* *“İcoone Lazer Zayıflatma “* başlığı altında; *”Bacak ve basen bölgesinde oluşan deformasyon ve selülitte çift başlıklarla yapılan sıkılaştırma, tedavi ve kesin sonuç… Zayıflama dalında kendini ispat etmiş. Roboderm teknolojisi sayesinde her desimetrekaresine 1180 mikro-alveolar yarım üretebilen Dünyadaki tek cihazdır …”,* *“Lazer Epilasyon”* başlığı altında; *“Alexandrite lazer epilasyon, medikal estetik alanda en çok kabul edilen lazer sistemlerinden birisidir. Alexandrite lazer ile yapılan epilasyonda önemli olan cihazın kalitesi ve estetisyenin uzmanlığıdır. Koyu tüylerde çok etkili olan bu sistem, Notox estetik bünyesinde bulunmaktadır…”*gibi ifadelere yer verildiği,

<https://www.facebook.com/notoxestetikmerkezi> adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; “*Selülitlerinize veda edin…15 dakikada 5 yaş gençleş…Dövme silme işlemi Son sistem Q-switched lazer ile hızlı, kalıcı ve sağlıklı…Bakımlı erkekler için konforlu, hızlı ve kalıcı epilasyon(sırt, omuz, yanak, kulak ve göğüs bölgesi)…* *Gıdılar 15 dakikada kaybolsun…15 dakikada gıdılara son;)…* *Yüzünüzdeki lekelerden tek seans uygulamayla kurtulun… Gerçek gözaltı ışık dolgusu, mutluluğunuzu garanti ediyoruz…”* gibi ifadelere yer verildiği ve birçok hastanın tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Notox Estetik & Güzellik Academy** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2016/3626**

**Şikayet Edilen:** **Cihat ALKAN (Konya Haccam Birliği Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://haccamlarbirligi.com> adresli internet sitesinin 13.03.2017 tarihli görünümünde; Ana sayfada*; “800 Üyeyle dev bir kadroyuz. Referanslarımız; üyelerimizdir… Hacamat terk edilmiş sünnettir… 15 Yıllık tecrübe… Cihat ALKAN, Hasan TATALAK… Hacamat, akupunktur, sülük terapisti…”, “Sülük Terapisi”* başlığı altında; *“(…) Tıbbi Sülüğün insan organizmasındaki temel etkileri … Tıbbi Sülük tedavisi hangi hastalıklar için kullanılmaktadır? Sülük Tedavisi, atardamar ve toplardamar tıkanıklıkları başta olmak üzere birçok dolaşım sistemi hastalığında, varis, iltihaplı ve iltihapsız eklem romatizmalarında, epilepsi çeşitlerinde, yumuşak doku romatizmalarında, felç, kısmi felç, sedef ve egzama gibi cilt hastalıklarında, hemoroid’de, göz tansiyonu (glokom) ve buna bağlı görme kayıplarında, migrende ve her türlü baş ağrısı, yüksek tansiyon, troid’e bağlı şişmanlık, astım ve bronşial hastalıklar, yanık vakaları, iyileşmeyen yaralar ve ameliyat izleri, kangren, Meniere Hastalığında ve bazı işitme kayıplarında başarıyla kullanılmaktadır…”, “Haccamın Vasıfları”* başlığı altında*; “1.''Haccam ne iyi kuldur...''  hadisinde geçen vasıfları olanlar (Allah ve Rasulüne iman edenler), 2.Çok genç yada yaşlı olmamalı, herhangi bir sağlık engeli bulunmamalı, hastalık taşıyıcı olmamalı, 3.Bu işi inanarak ve severek yapmalı, 4.Tevhid ehli olmalı, ibadetlerini asla terk etmemeli ve manevi olarak kuvvetli olmalı,  5.İnsan anatomisini iyi tanımalı, hacamat ile ilgili bütün bilgileri iyi bilmeli, 6.Hacamat malzemeleri hijyenik ve temiz olmalı, tek sefer kullanıp imha etmeli, 7.Hacamat esnasında bayılma, fenalık geçirme, kan tutması gibi durumlarda panik yapmamalı, nerede nasıl hareket edeceğini iyi bilmeli, ilk yardım bilgisi olmalı, 8. Hacamat malzemeleri tam ve eksiksiz olmalı, tansiyon aleti vb. aletleri olmalı, 9.El hassasiyeti olmalı ve hacamat noktalarını iyi bilmeli, 10.Erkek haccam kesinlikle bayanlara yapmamalı (mahremi müstesna), 11.Bayan haccameler de kesinlikle erkeklere yapmamalı, 12.Göz sorunlar veya parkinson, epilepsi gibi rahatsızlıkları olanlar haccam olamazlar, 13. Unutulmuş bir sünneti ihya ve insanlara faydalı olma niyetinde olmalı ve bu işi usulüne göre ehlinden öğrenmeli…”, “Sıkça Sorulan Sorular ve Cevapları”* başlığı altında; *“SORU :Hacamat Türkiye’de yasal mı? CEVAP :Hacamat Osmanlı’da berberler gibi yaygındı. İnsanlar yolda yürürken traş olmaya girer gibi, fıtri ihtiyaçtan dolayı haccamlara gidip kan aldırırlardı. Cumhuriyetle beraber islamdan olan diğer bir çok şeyler gibi hacamatta kaldırıldı. Günümüz Türkiyesi faydasını görmesine rağmen sadece ilaç rantı için karşı çıkmaktadır. Hacamat Türkiye’de yasal değil. SORU: Hacamatı kime yaptırmalıyım? CEVAP: Herşeyden önce, hacamat yapacak kişi tevhid ehli olmalı. Anatomi bilgisi iyi olmalı. Kullandığı malzemelerin steril olduğundan (tek kullanımlık olduğundan) emin olunmalı. İbn-ü Ömer (ra) azadlısına: “Ey Nâfi bana kan galebe çaldı, benim için bir haccam getir. Getirdiğin haccam genç olsun, yaşlı veya çocuk olmasın.” dedi. Rivayette geçtiği gibi orta yaşlı olmalı.”, “Dinimizde Hacamat Tedavisi”* başlığı altında; *“Bir hadis-i Şerifde Peygamber Efendimiz(s.a.v) buyuruyor ki; ‘Sizin tedavi olmak için başvuracağınız en iyi çare Hacamattır’ (Hadis-i Şerif)… Hacamat Rasulallah Efendimiz Muhammed Mustafa (SAV) sünneti, Cebrail A.S. nin tüm müminlere tavsiyesidir… İlaçların en hayırlısı hacamat, müshil ve sülük takmaktır.” (Kenz’ul Umman, 28167)… ”Sizin tedavi olmak için başvuracağınız en iyi çare hacamattır.” (Nesei)…”* gibi ifadelere yer verildiği, ayrıca sülük ve hacamat tedavisi ile ilgili çok sayıda tedavi görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesi incelendiğinde,Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan kupa, sülük uygulamalarının ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce ve yetkilendirilmemiş mekanda yapıldığının anlaşıldığı, anılan internet sitesi üzerinden tıbbi amaçlı tanıtıcı bilgilerin verildiği, yine ilgili Bakanlıkça yetkilendirilmemiş olunmasına rağmen kupa, sülük eğitimleri düzenlendiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması husususun ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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 1 inci maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 12/1, 12/2, 13/1, Ek-3 üncü bölümünün 5 inci ve 8 inci maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cihat ALKAN (Konya Haccam Birliği Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2016/3627**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dsmart.com](http://www.dsmart.com).tr adresinde *“Ayrıcalıklar”* başlığı altında *“Dünyagöz’den çok özel fırsatlar”* başlıklı tanıtımlar ve D-smart abonelerine gönderilen *“Dünyagöz’den D-smart abonelerine özel fırsat”* başlıklı e-posta tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Elektronik Posta

**Tespitler:** [www.dsmart.com](http://www.dsmart.com) adresinde *“Ayrıcalıklar”* başlığı altında; *“Dünyagöz’den çok özel fırsatlar”*

başlıklı tanıtımlarda *“Size özel çok avantajlı muayene, lazer, ameliyat paketleri! 24.102016-31.12.2016”*,

1. [http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

 D-smart abonelerine gönderilen *“Dünyagöz’den dsmart abonelerine özel fırsat”* başlıklı e-postada; *“Dünyagöz’den gözlerinize bayram ettirecek fırsat; D-smart abonelerine özel indirimli tek fiyat kampanyası! Kampanyadan yararlananlara 1 yıl boyunca 2 muayene, 1 çift göz ameliyatı ücretsiz. Yaş limiti, ameliyat sınırlaması yok! Kampanya yıl sonuna kadar geçerlidir. Bilgi için SMARTGOZ yaz, 4609’a ücretsiz sms gönder.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dsmart.com](http://www.dsmart.com) adresinde *“Ayrıcalıklar”* başlığı altında *“Dünyagöz’den çok özel fırsatlar”* başlıklı tanıtımların ve D-smart abonelerine gönderilen *“Dünyagöz’den d-smart abonelerine özel fırsat”* başlıklı e-postada yer alan 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** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2017/1453**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun <https://www.facebook.com/likyaestetik> adresli internet sitesinin 06.01.2017 tarihli görünümünde; *“Saç ekimi için tedavisini gerçekleştirdiğimiz kahraman şehidimiz Fethi SEKİN için Allah’tan rahmet yakınlarına sabır diliyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şohora Saç Ekim Estetik Özel Sağlık ve Eğitim Hizm. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/1403**

**Şikayet Edilen: Lara Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.laraguzelliksalonu.net](http://www.laraguzelliksalonu.net) ve <https://www.facebook.com/LARA> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.laraguzelliksalonu.net](http://www.laraguzelliksalonu.net) adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“Akne Tedavisi, Epilasyon, Derma Terapi (Cilt Gençleştirme ve Leke Giderme) …”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı,

<https://www.facebook.com/LARA> adresli internet sitesinin 01.02.2017 tarihli görünümünde; *“Lara Güzellik Merkezi; oksijen cilt bakımı, dermarroller-dermapen, leke tedavisi, epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı ve “*Güzelliğinize güzellik katacak, sihirli dokunuşlar, doğru yönlendirmenin önemini biliyor ve müşteri memnuniyetini esas alarak hizmet veriyoruz. Güler yüzlü uzman kadromuz ile sizlere üst düzey hizmet vermekten gurur ve mutluluk duyuyoruz*.” gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

Bununla beraber;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtilmektedir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2016/2314**

**Şikayet Edilen: Batı Özel Göz Sağlığı ve Lazer Tedavi Merkezi Medikal Ger. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.batigoz.com](http://www.batigoz.com), [www.instagram.com/batigozsaglikgrubu](http://www.instagram.com/batigozsaglikgrubu), [www.facebook.com/bati.goz](http://www.facebook.com/bati.goz) ve <http://twitter.com/batigoz> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2017, 09.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.batigoz.com](http://www.batigoz.com) adresli internet sitesinin **06.03.2017** ve **09.03.2017** tarihli görünümünde; Ana sayfada; “*Batı Göz 10 Yıldır Göz Hastalıkları Üzerinde Gelişimini Sürdürüyor. Detaylı Tıbbi Teşhis Ve Tedavi Yöntemleri… Sağlık Şansa Bırakılmaz”,* “Hakkımızda” başlığı altında; “*Merhabalar, Ben ve birkaç doktor arkadaşım, 2004 yılında, İzmir’in kalbinde kurduğumuz bir merkezde, küçük bir ekip ile uzmanlık konumuz olan göz hastalıkları dalında hizmet vermeye başladık. Bugün yaklaşık 250 kişilik kadromuz ile sadece İzmir’de 1 hastane ve 3 dal merkezi ile göz hastalıklarına çare olmaya devam etmekteyiz. Batıgöz Sağlık Grubu olarak, İzmir’de Çankaya merkezimizin açılışından 1 yıl sonra 2005 yılında Hatay şubesi, 2006 yılında Şirinyer şubesi ile İzmir’deki gelişmemizi sürdürürken sınırlarımızı genişleterek 2007’de Diyarbakır şubesini açmak sureti ile her geçen yıl daha fazla sayıda hastaya hizmet vermeye devam ettik. 2009 yılında, yurtdışında da genişleme kararını aldıktan sonra 2010 yılında Romanya’nın başkenti Bükreş’te ilk yurtdışı yatırımımızı Batıgöz Hospital adı altında yaptık. Halen 35 kişilik kadrosu ile Romen vatandaşlarına hizmet vermeye devam etmekteyiz.  2011 yılında ise Kuzey Irak’ın kalbi Erbil’de tam teşekküllü bir hastane kurarak,   West Eye Hospital adı altında yerel halka ve o bölgede yerleşik Türk vatandaşlarımıza hizmet vermeye başladık. Bu bölgedeki ihtiyacı gördüğümüz için gelen talepleri karşılayabilmek amacı ile  2014 yılında Süleymaniye’de bir hastane daha açtık. 2015 yılında gözümüzü İstanbul’a çevirdik ve Asya tarafında Altunizade’ de ilk şubemizi açarak hizmet vermeye başladık. İstanbul’da hastanemizin geliştirme çalışmaları halen devam etmektedir. İstanbul’daki büyümemiz gelecek yıllarda devam edecektir. Diğer yandan 2016 yılı için ülke politikalarına bağlı olarak Sağlık Bakanlığı’nın sektörel yönlendirme ve teşvikleri çerçevesinde Medikal Turizme dair yatırımlarımızı sürdürmeye devam ediyoruz. Hedefimiz ülkemize gelecek yabancı hastalara en iyi şekilde hizmet vererek ülkemizin adının duyurulmasına katkıda bulunmaktır. 2016 yılında hedeflediğimiz Manisa hastanemizin açılışı ve Küçükçekmece (Sefaköy) hastanemizin grubumuza katılışı, sağlıklı büyüme ve gelişimimizin artarak devam etmesi ve sektörümüzde lider konumuna yükselme yönünde bize büyük katkı sağlayacak yeni yatırımlarımız olarak ön plana çıkmaktadır. 2015 yılında İstanbul’a geçişimiz ile birlikte kurumsallaşma çalışmaları çerçevesinde aramıza katılan konusunda uzman kurumsal ekip arkadaşlarımız ile birlikte büyümemize sağlam adımlarla devam edeceğiz. Empatiyi kendimize hedef aldığımız, hasta-doktor ilişkisini ön plana çıkaran bir anlayış ile hizmetlerimizi sürdürüyoruz. Bir yandan da hastalarımızın rahatlığı ve konforunu da göz ardı etmeyen bir hizmet anlayışı ile aramıza katılan yeni doktorlarımız ve ekiplerimiz ile hep daha yeni ve daha gelişmiş olarak hastanelerimizin sayısını artırmaya devam ediyoruz. Saygılarımla, Op.Dr.Mehmet Söyler, Yönetim Kurulu Başkanı ,Batıgöz Sağlık Grubu.”,* “Relex Smile” başlığı altında; “***ReLEx SMILE;*** *3. Nesil Gen3 lazer teknolojisi ile tanışın! Daha keskin görmeyi kim istemez ki? Günümüzde 3.nesil lazer tedavisi olarak geçen ReLEx SMILE, miyop (-10 numaraya kadar) ve astigmat (-5 numaraya kadar) tedavisinde kişiye özel bıçaksız, ağrısız, hızlı iyileşme sağlayan, kapalı sistemle (doku kaldırmadan) uygulanan, güvenli ve hassas ileri lazer teknoloji yöntemidir.* ***ReLEx SMILE Yönteminin Özellikleri;*** *İnce kornealar içinde uygulama imkanı, Yüksek miyop ve astigmat durumlarında uygulama, Kornea yapısını daha iyi koruma, Flepsiz (Kapak kaldırmadan) ve tek adımda kapalı cerrahi kolaylığı, Doğala en yakın sonuç, Daha az göz kuruluğuna neden olma. 3. Nesil Lazer Tedavisi ile ilgili detaylı bilgi ve randevu almak için burayı tıklayarak hemen bize ulaşabilirsiniz.”,* “Femtosaniye Lazer Katarakt Tedavisi**” başlığı altında; “***Klasik katarakt yönteminin aksine, bilgisayar kontrollü lazer katarakt ile cerrahi kesiklerde kusursuz teknoloji... Riskler Ortadan Kalkıyor, İyileşme Süreci Kısalıyor***,** *Femtosaniye Lazer teknolojisi, katarakt cerrahisinin en önemli aşamalarının, el değmeden bilgisayar kontrolünde gerçekleştirilmesini sağlayarak iyileşme sürecini kısaltmakta ve daha güvenli cerrahi yapılabilmesine yardımcı olmaktadır. Kişiye Özel, Bıçaksız, Güvenli Operasyon* *Femtosaniye Lazer teknolojisi, ‘lazer katarakt tedavisi’ olarak bilinen Fako Cerrahisinin en önemli aşamalarının kişiye özel ve güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlar: Korneal kesinin bıçak kullanılmadan lazer ışını ile oluşturulması, Astigmatik düzeltme yapılabilmesi, Kataraktlı merceğin ön zarında oluşturulan açıklığın (kapsüloreksis) istenilen ölçülerde yapılması, Kataraktlı merceğin lazer enerjisi yardımıyla parçalara ayrılması. Görme Kalitesi Artıyor, Bilgisayar kontrollü Femtosaniye Lazer teknolojisi, robotik cerrahi değildir. Cerrahın teknolojiyi iyi kullanması kadar el becerisinin de önemli olduğunu belirtmek gerekir. Ancak Femtosaniye Lazer, katarakt cerrahisinde kullanılan multifokal (uzak-yakın) göz içi lenslerin yerleştiği yuvanın üst seviyede düzgün ve mikron seviyesinde güvenlikle hazırlanabilmesini sağlayarak, görme kalitesini üst seviyeye taşımaktadır. Multifokal lensler ile, katarakt dışında görmeyi azaltan bir göz kusuru olmadığı takdirde, hastanın gözlüğe bağımlılığı çok azalmakta veya tümüyle ortadan kalkabilmektedir.”,* “Yeşil Anjiyo ICG” başlığı altında; “*Normal retina tomogrofisi retina üzerindeki damarları gösterirken, koroid üzerindeki damarları görüntülemek için ICG tekniği kullanılmaktadır. Yeşil Anjiyo ICG yönteminde, hastanın kolundan özel yeşil bir ilaç verilmektedir. İlaç kan dolaşımı yoluyla göze ulaştığında damarları genişletmekte ve koroid damar yapısı çok daha ortaya çıkmaktadır. Yeşil Anjiyo ICG tetkiki sayesinde, hem retinanın arka tarafını daha net görebilmek hem de koroid damarlardaki kaçak veya anormal damarlanmayı da belirleyebilmek mümkün olmaktadır.”,* “Katarakt nedir? Nasıl tedavi edilir?” başlığı altında; “*(…)Katarakt cerrahisinde göz içine konulacak olan lensin derecesinin hesaplanması, bu konudaki en hassas cihaz olan IOL MASTER ile yapılmaktadır. Cerrahi uygulama deneyimli hekimlerimiz tarafından dünyadaki ileri teknoloji ürünü cihazlarla yapılmaktadır.”, “*Gözde lazer nedir” başlığı altında; “*(…) Halk arasında İLASIK olarak da bilinen, Intralase LASIK lazer ile yapılan tedaviler içinde en güvenli olandır. Intralase Lasik Excimer Laser tedavisinin detayları için lütfen tıklayınız. Geleceğiniz için adım atın.”,* “Şaşılık Tedavisi ve Yöntemleri ” başlığı altında; “*Şaşılık tedavisi için takip edilen tedavi yöntemleri,* ***şaşılık tedavisi****birden fazla yöntem ile gerçekleşebilir. Rahatsızlığın durumu ve yaş göz önüne alınarak belirli tedavi yöntemleri ile bu rahatsızlık kurtulmak günümüz teknolojisinde mümkündür.****Batıgöz sağlık grubu****olarak bütün şubelerimizde şaşılık tedavisini gerçekleştirmekteyiz. Aşağıda****tedavi yöntemlerine****ait detayları okuyabilirsiniz. (…) Şaşılık tedavisi için uzman doktorlarımızdan randevu almak istiyorsanız, hemen buraya tıklayarak online randevu alabilirsiniz. Her şubemizde şaşılık rahatsızlığı için hizmet vermekteyiz.”,* “**Presbyond**” nedir başlığı altında; “*Tüm mesafeler; Presbyond Lazerle Uyum Alanı ile hemen hemen hiç ödün vermeden yakın, orta ve uzak mesafelerde net bir görme hedeflenmektedir. Birçok hasta aynı gün okumaya başlayabilir.* ***Presbyond Lazerle Uyum Alanından geniş bir hasta yelpazesi faydalanabilir. Miyop, Hipermetrop,*** *Astigmatlı ve hatta Sadece yakın gözlük ihtiyacı olan****presbiyopik****hastalar.”* gibitalep yaratıcı ve belli bir tedavinin üstünlüklerini ön plana çıkaran ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.instagram.com/batigozsaglikgrubu](http://www.instagram.com/batigozsaglikgrubu)adresli internet sitesinin 09.03.2017 tarihli görünümünde; “*Smile lazer ile göz kuruluğundan etkilenmeden net bir görüşe kavuşun! PiexR tedavisi ile ameliyatsız göz estetiği BATIGÖZ’de! Ufak bir dokunuş sonrası genç ve rahat bakış! İyi görmek herkesin hakkı! ReLEx SMILE, ileri düzeydeki miyop ve astigmat hastaları için, kişiye öze, bıçaksız uygulanan üst düzey bir lazer yöntemidir.”* gibi ifadelere,

[www.facebook.com/bati.goz](http://www.facebook.com/bati.goz) adresli internet sitesinin 09.03.2017 tarihli görünümünde; “*Femtosaniye Lazer Teknolojisi ile Bıçaksız, Lasik ve Akıllı Göz İçi Lens Tedavisi BATIGÖZ'de! Uzak ve yakın görme problemi artık sorun değil. ReLEx SMILE tedavisi kişiye özel, bıçaksız uygulanan lazer yöntemidir. ReLEx SMILE ile gözleriniz gülümsesin! Presbyond Lazer İle Uzak ve Yakın Gözlüklerinize Veda edebilirsiniz! Kişiye özel tedavi seçeneği ile gözlüklerinize veda etmenin tam zamanı! Tüm dünyada kullanılan Intralase LASİK yöntemi, yüksek başarı oranıyla hastaların gözlük kullanımını sonlandırıyor. Yakın ve uzak gözlüklerinize birkaç dakikada veda edebilirsiniz. Göz sağlığı sorularını cevabı için sizi batıgöz’e bekliyoruz! Sizler için her gün daha çok çalışıyoruz! Smile lazer ile göz kuruluğundan etkilenmeden net bir görüşe kavuşun! Plexr tedavisi ile ameliyatsız göz estetiği BATIGÖZ’de!”* ifadelerine,

<http://twitter.com/batigoz>adresli internet sitesinin 09.03.2017 tarihli görünümünde; “*Hayatı daha iyi görebilmek için sizi BATIGÖZ’e bekliyoruz. Miyop ve astigmata SMILE Lazer ile veda edin. Siz de ReLex SMILE tedavisi ile hayatı net görme şansına sahip olun. Göz çevresi halkalarının tedavisi hakkında detaylı bilgi almak için bize ulaşabilirsiniz. Tüm göz hastalıklarında erken teşhis, tedavide başarının ilk şartıdır. 444 23 24 BATIGÖZ’e ulaşın, hızlı randevu alın! Göz içi merceği güncel yaklaşım, takip ve tedavisi* *youyu.be/s-ZAjnLZg8l@YouTUBE* *aracılığıyla. Sağlığınız ve tedavileriniz için hizmetinizdeyiz. Siz de ReLex SMILE tedavisi ile hayatı net görme şansına sahip olun!.”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan söz konusu ifadelerle gözlük kullanımının kötülendiği ve gözlük kullanan hastaların “lazer” gibi çeşitli tedavilere yönlendirildiği, ayrıca söz konusu tanıtımlarda doktor tarafından uygulanması gereken bu tür tıbbi işlemlerin üstünlükleri ve avantajları anlatılarak, bahsi geçen tıbbi işlemlerin ve kuruluşun reklamının yapıldığı, bu durumun kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla tüm bu durumların;

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Batı Özel Göz Sağlığı ve Lazer Tedavi Merkezi Medikal Gereçler San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2016/2712**

**Şikayet Edilen: Hatice Dilek ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.huzurpsikolog.com](http://www.huzurpsikolog.com), [www.huzuryasamkocu.com](http://www.huzuryasamkocu.com) ve [www.facebook.com/huzuryasamkocu](http://www.facebook.com/huzuryasamkocu) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2017,13.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinin 13.03.2017 tarihli görünümünde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan tanıtımlarda; [www.huzurpsikolog.com](http://www.huzurpsikolog.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak, *“Psikolojik Sorunlar, Panik Atak, Depresyon, Çocuk Aile ve Evlilik Terapisi ve Danışmanlığı Ankaradaki Denışma Merkezi* [*www.huzurpsikolog.com’da*](http://www.huzurpsikolog.com'da)*. Huzur Yaşam Koçluğu Merkezi. Ankara, Türkiye'de bir psikolog. Adres: Ehlibeyt Mah. Ceyhun Atıf Kansu Cad. No.100/44 Kat:13 Ataplaza Balgat, 06520 Çankaya/Ankara Telefon: (0312) 433 03 19”* ifadeleri ile ilgili şahsın “psikolog” olarak tanıtıldığı ve tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “panik atak, depresyon” gibi rahatsızların isimlerinin sayıldığı, bu itibarla, söz konusu rahatsızlıkların ilgili şahıs tarafından tedavi edildiği yönünde algı oluşturulduğu,

İlgili şahsa ait www.huzuryasamkocu.com adresli internet sitesinin 10.03.2017 ve 13.03.2017 tarihli görünümünde; Ana sayfada; *“Domates prostat ve meme kanserinden koruyor. Çocuklarda orta kulak iltihabı, nedenleri, belirtileri, tedavisi ve korunma yolları. Seminer video kaydı. Özgüvensizlik ve sosyal fobi nasıl aşılır? Seminer video kaydı.. 0-7 yaş çocuğu için ne zaman psikolojik tedavi önerilir? İntihar eğilimi olanlara nasıl yardımcı olabiliriz. Ergenlerin sorunları ve öneriler. Çalma davranışı gösteren çocuğun ebeleyenine tavsiyeler… Müjde! Huzur Yaşam Koçluğunda 27 Ağustos 2016 tarihinden itibaren sonbahar indirimi başlıyor.”* gibi ifadelere yer verilerek, çeşitli sağlık sorunlarının tedavilerine yönelik tanıtımlara ve bu alanda hizmet verildiğine dair ifadelere yer verildiği, “Ziyaretçi Defteri” başlığı altında; tedavi edildiği iddia edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, uygulanan yönteme ve ilgili şahsa yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği, “Huzur akademisi eğitim çalışmaları” başlığı altında; “…*HUZUR AKADEMİSİ adıyla başlattığımız bu çalışmamızda GÖNÜLLÜLÜK esastır. Tüm gönüllü kardeşlerimizle başladığımız yolculuğumuzda, Rahman olan Rabbimizden bizi desteklemesini ve fitnelerden koruyarak, ayaklarımızı razı olduğu yolda sabit kılmasını diliyorum. Akademimizden Mezun Olanların Diplomalarını, Allah Resulünün Elinden Alıp, Hak Meclisine (Peygamberler, Sıdıklar ve Şehitlerin Toplandığı Kurul) Davet Edilenlerden Olabilmeleri İçin; Hepinizi Kalkmaya ve Uyarip, Korkutmaya Davet Ediyor, Rahman - Rahim Rabbimden Yardım Diliyorum! Çalışanlar Bunun İçin Çalışsınlar! Huzur Akademisi Eğitim Çalışması Hazırlayan ve Sunan; Hatice Dilek Öztürk Yaşam koçu e-mail: hdilek.huzur@gmail.com,* [*www.huzuryasamkocu.com*](http://www.huzuryasamkocu.com)*”,* “Seminer notları” başlığı altında; “*0-7 yaş çocuğu için ne zaman psikolojik tedavi önerilir? Çocuğunuzda bu sorunlar varsa?Dikkat: eğer bu sorunların çoğu çocuğunuzda varsa mutlaka bir uzman desteği aldırmalısınız, ciddi sorunlar var demektir!”, “0-3 Yaş Bebeğinizde Çok fazla ve nedensiz ağlama. Seslere tepki vermeme. Gözle takip etmeme. Gece huzursuzluğu ve derin uykuya dalamama. Göz teması kurmama veya kuramama. Çok fazla uyuyorsa…”, “-3-7 YAŞ DÖNEMİ. Tırnak veya dudak yiyorsa, tırnak eti koparıyorsa. Düzenli altına çiş kaçırıyorsa. Dışkı (kaka) kaçırıyorsa. Arkadaşları ile oyun oynamıyorsa. Eşyalara, yerlere veya yatağına sürtünme ve benzeri hareketler yapıyorsa. Tırnak, saç, kaş, kirpik koparıyorsa. Dokunulmasına, öpülmesine şiddetle tepki gösteriyorsa. Geceleri kabus görüp, sık uyanıyorsa…. Hatice Dilek Öztürk Yaşam Koçu/ Gıda Mühendisi hdilek.huzur@gmail.com* [*www.huzuryasamkocu.com*](http://www.huzuryasamkocu.com)*”,* “İntihar Eğilimi Olanlara Nasıl Yardımcı Olabiliriz?” başlığı altında; *“İntihar Eğilimi Olanların Yakınlarına Tavsiyeler; Canın bir emanet olduğu hatırlatılıp ahiret bilinci yenilenmeli. Dış ortamla bağı kesilme aşamasına gelmişse bir hastane ortamına yatırılmalı. Daha hafif durumlarda yalnız kalmasına izin verilmemeli, destek olunmalı. Çevrede tehlike içeren ilaç, alet, keskin cisimler el altından kaldırılmalı.  Düzenli ilgilenip onunla dertleşilmeli.  Bir psikolog desteği alınmalı…Hatice Dilek Öztürk Yaşam Koçu/ Gıda Mühendisi hdilek.huzur@gmail.com* [*www.huzuryasamkocu.com*](http://www.huzuryasamkocu.com)*”,* “Ergenlerin Sorunları ve Öneriler” başlığı altında; “*Ergenlikte Görülmesi Muhtemel Sorunlar Şunlardır; Sağlıkla ilgili kaygılar; Yeterli uyuyamamak, gevşeyememek, sakarlık, boyunu veya cildini sorun yapmak vs. Kişilik ile ilgili kaygılar; Kendini değersiz görme, kendine güvenememe, sık öfkelenme, küçük şeylere abartılı üzülme, olayları ya da insanları aşırı ciddiye alma. Aile ve ev yaşamına dair kaygılar; Odasının olmayışını çok aşırı sorun etme, cinsel ya da bedensel sorunlarını aileden biri ile paylaşamama, arkadaşları ile görüşmelerine konan makul sınırlar, isteklerine karışılarak yönlendirilmeye çalışılması. (Arkadaş ilişkileri ve istekleri konusunda genç ve aile sürekli iletişimde olup ortak bir zeminde buluşmalı. Birlikte karar alınmalı.) Ailede geçim sorunu, eşler arası şiddetli geçimsizlik, sorumsuz anne babaya sahip olmak. Sosyal ilişkilerine yönelik kaygılar; Yeni tanıştığı insanlarla rahat diyalog kuramamak, kolay arkadaş edinememek… Hatice Dilek Öztürk Yaşam Koçu / Gıda Mühendisi hdilek.huzur@gmail.com* [*www.huzuryasamkocu.com*](http://www.huzuryasamkocu.com)*”* “Çalma Davranışı Gösteren Çocuğu Olan Ailelere Tavsiyeler” başlığı altında; “*Çocuklukta Çalma Davranışı Gösteren Çocukların Ebeveynine Tavsiyeler; Çocuğunuzun temel ihtiyaçlarını düzenli karşılayın. Şükür duygusunu geliştirmek için; çocuğun yanında hep başkalarının mal varlığından övücü ifadelerle bahsetmek yerine, elinizdekilere şükrederek, bulamayanlara birlikte dua edin. Eğer yaptı ise davranışını onu azarlamadan ama mutlaka düzeltmesi için bir fırsat oluşturun. Davranışının maddi bedelini harçlığından biriktirerek ödetin. Tekrarlayan hatalar yapıyorsa bu durumda mutlaka bir psikolog desteği alın.”,* “Hiperaktivitesi Olan Çocuğun Ebeveynine Tavsiyeler” başlığı altında*; “ Hiperaktivitesi Olan Çocukların Ebeveynine Tavsiyeler; Diğer çocuklardan daha fazla manevi ödüle ihtiyaç duyarlar ama güzel davranışın hemen ardından. Hatalarını anında uyarın, tatlı bir uslupla engelleyin. İlgisini farklı bir yöne çekin.Yapma demek yerine şöyle yapmanı istiyorum deyin. Yani olumlu telkin verin daima.Tutarlı olun, her yerde kurallarınız geçerli olsun. Çocuğunuz için günlük plan yapın odasına veya görebileceği yere asın. Programına uyduğu takdirde manevi ödül verin. (Dua, teşekkür, öpme ve sarılma)… (Hatice Dilek Öztürk Yaşam Koçu/ Gıda Mühendisi hdilek.huzur@gmail.com* [*www.huzuryasamkocu.com*](http://www.huzuryasamkocu.com)*”*, gibi ifadelerle, tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen rahatsızlıklara ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği*,*

[www.facebook.com/huzuryasamkocu/](http://www.facebook.com/huzuryasamkocu/) adresli internet sitesinin 10.03.2017 tarihli görünümünde; *“Zaaflarımız ve Alışkanlıklarımızdan Nasıl Kurtulabiliriz? Özgüvensizlik ve sosyal fobi nasıl aşılır? Eğitim seminerlerine davet. Seminerlerimize bay bayan tüm halkımız davetlidir. Niçin erteliyoruz? Nasıl istikrarlı olabiliriz?”* gibi bilgilendirme ve tanıtım kapsamını aşan tedavi nitelikli ifadelere yer verildiği ve bu hastalıkların ilgili şahıs tarafından tedavi edildiğine yönelik algı oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinin 13.03.2017 tarihli görünümünde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan tanıtımlarda; [www.huzurpsikolog.com](http://www.huzurpsikolog.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak, *“Psikolojik Sorunlar, Panik Atak, Depresyon, Çocuk Aile ve Evlilik Terapisi ve Danışmanlığı Ankaradaki Denışma Merkezi* [*www.huzurpsikolog.com’da*](http://www.huzurpsikolog.com'da)*. Huzur Yaşam Koçluğu Merkezi. Ankara, Türkiye'de bir psikolog. Adres: Ehlibeyt Mah. Ceyhun Atıf Kansu Cad. No.100/44 Kat:13 Ataplaza Balgat, 06520 Çankaya/Ankara Telefon: (0312) 433 03 19”* ifadeleri ile ilgili şahsın “psikolog” olarak tanıtıldığı ve tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “panik atak, depresyon” gibi rahatsızların isimlerinin sayıldığı, bu itibarla, söz konusu rahatsızlıkların ilgili şahıs tarafından tedavi edildiği yönünde algı oluşturulduğu,

İlgili şahsa ait www.huzuryasamkocu.com adresli internet sitesinin 10.03.2017 ve 13.03.2017 tarihli görünümünde yer alan ifadelerin, tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen rahatsızlıklara ilişkin açıklayıcı bilgiler olduğu*,*

[www.facebook.com/huzuryasamkocu/](http://www.facebook.com/huzuryasamkocu/) adresli internet sitesinin 10.03.2017 tarihli görünümünde; *“Zaaflarımız ve Alışkanlıklarımızdan Nasıl Kurtulabiliriz? Özgüvensizlik ve sosyal fobi nasıl aşılır? Eğitim seminerlerine davet. Seminerlerimize bay bayan tüm halkımız davetlidir. Niçin erteliyoruz? Nasıl istikrarlı olabiliriz?”* gibi bilgilendirme ve tanıtım kapsamını aşan tedavi nitelikli ifadelere yer verildiği ve bu hastalıkların ilgili şahıs tarafından tedavi edildiğine yönelik algı oluşturulduğu,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, sağlık alanında yetkili olmayan ilgili şahsın tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik bilgiler vererek tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu durumun;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, 10 ve Ek-13 üncü maddelerine,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2016/2757**

**Şikayet Edilen: Palmira Wellness Center**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait “*Palmira Wellness Center Sağlık ve Güzelliğe Dair Herşey...”* ibareli broşürde ve [www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda](http://www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda), [www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/](http://www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürde; “*Sağlık ve Güzelliğe Dair Her Şey… Güzellik üzerine uzman ve teknik yaklaşım prensibi olan merkezimizde,50'den fazla estetik, güzellik ve zayıflama uygulamaları ile Eryaman'da 5 yıldır 3500 adet üyemize hizmet vermekteyiz. 2015 yılında üye müşterilerimizin artması ve ürün yelpazemizin genişlemesi ile uygulama merkezimizi daha büyük bir konsepte dizayn ettik. Bay - Bayan Müşterilerimize özel bakım ve uygulamalarımızla Hizmetinizdeyiz...”*, “*Hızlı etkili kalıcı, kesin sonuç. Ütüleme diode lazer epilasyon. Son dönemlerde en çok tercih edilen ve en etkili epilasyon yöntemleridir. Tüm kıl ve cilt tiplerinde kesin sonuca ulaştırır. Her mevsim, yan etkisiz olarak uygulanan tek yöntemdir. Soğutma başlığı ile yanma riskini ortadan kaldırır. Yüz ve vücudun tüm alanlarında uygulanabilir. 4-8 seans aralığında üstün başarı sağlar.”* gibi talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, *“Ütüleme Diod Lazer Epilasyon, Dolgu, Botoks, Göz Çevresi Dolgusu, Yüz Işık Dolgusu, Prp, Örümcek Ağı, Nasır Tedavisi, Batık Tırnak Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, “Gençlik Kalemi” başlığı altında; “*selülit; mikro kanallardan yağ yakımını toksin atımını ve dolaşımı hızlandırıcı içerikler iletilir. Bu yöntemle yan etkisiz, kolay ve hızlı sonuç alınır. Akne skarı& gözenek; sivilce izleri ve gözenekli ciltlerde son derece yenilikçi ve eşsiz bir metot ile etki sağlar. Göz çevresi; kazayağı çizgileri, yoğun kırışıklıklar gözaltı morlukları ve torbalanmada etkin sonuçlar yaratır. Leke (hiperpigmentasyon); yeniden yapılandırma özelliği ile pigment hasarlı hücreler ciltten atılacağı için, cilt kısa sürede daha homojen olacaktır. Cilt çatlakları; mikro iğneleme ile uyarılan bölgeler yeni cilt oluşumunu tetikler. Anti-aging; cilt hücreleri sağlıklı ve hızlıbir şekilde çoğalmaya başlar yeniden yapılanan ciltte doğal anti-aging gelişimi sağlanmış olur.”* ifadelerine,

Ayrıca kuruluşa ait [www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda](http://www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda) adresli internet sitesinin 22.03.2017 tarihli görünümünde; “*Güzellik üzerine uzman ve teknik yaklaşım prensibi olan merkezimizde,50'den fazla estetik, güzellik ve zayıflama uygulamaları ile Eryaman'da 5 yıldır 3500 adet üyemize hizmet vermekteyiz. 2015 yılında üye müşterilerimizin artması ve ürün yelpazemizin genişlemesi ile uygulama merkezimizi daha büyük bir konsepte dizayn ettik. Bay - Bayan Müşterilerimize özel bakım ve uygulamalarımızla Hizmetinizdeyiz...”* gibi talep yaratıcı ifadelere,

-[www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/](http://www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/)adresli internet sitesinin 22.02.2017 tarihli görünümünde; *“İstediğin gibi giyinmek istiyorsun ama karın bölgendeki yağlardan dolayı rahat giyinip hareket edemiyor musun? #Lpg#Endermologie ile karın bölgesindeki yağlara veda et. Randevu için 0312 282 70 10. Karın bölgesindeki yağlara elveda. Önceliğiniz cildinize iyi bakmaktır! Lpg enfrtmologie selülit ve kırışıklıklardan kurtulmak için % 100 doğal teknik uygular. Ücretsiz deneme seansı için 0312 282 70 10. #Lpg#Endermologie ile % 100 doğal bir şekilde mekanik uyarım ile dolaşımı hızlandırır., toksinleri atar, cilde ışıltı ve berraklık kazandırır. Kolojen, elastin, ve hyalüronik asit artışıyla cilt sıkılaşır, esneklik kazanır ve cilt kırışıklıklarını azalma sağlanarak kadife yumuşaklığında ve ışıltılı bir cilt için gerçek bir lift bakımı sağlanmış olur. Yeni yılda yenilenmeye hazır mısınız? Koltuk altı epilasyonu 400 TL yerine 200 TL.”* gibi talep yaratıcı ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde Kuruluşun*“****Palmira Wellness Center”*** olarak isimlendirildiği, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluşunuz şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluşunuz bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşunuzun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Kuruluşa ait broşürde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ilgili kuruluş tarafından kullanılan tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

Ayrıca kuruluşa ait [www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda](http://www.palmirawellness.com/kurumsal/hakkimizda) adresli internet sitesinin 22.03.2017 tarihli görünümünde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

-[www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/](http://www.facebook.com/palmiraguzelliksalonu/)adresli internet sitesinin 22.02.2017 tarihli görünümünde yer verilen talep yaratıcı ifadelerle ilgili kuruluş tarafından kullanılan tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu ve doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan bahsedildiği görülmektedir.

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

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

Bununla beraber;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtilmektedir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2016/2758**

**Şikayet Edilen:** **Koldaş Estetik Klinik Tic. A.Ş**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.ozgurkoldas.com.tr](http://www.ozgurkoldas.com.tr) adresli internet sitesinin 28.03.2017tarihli görünümünde; "Saç ekimi" başlığı altında; *"****FUE Yönteminin Avantajları***; *Saç derisi kesilmez*, *Deriye dikiş atılmaz*, *Kanama olmaz*, *Doku kaybı olmaz*, *Yara izi olmaz*, *Saç ekimi sık gerçekleşir*, *Doğal bir saçlı deri görünümü elde edilir*, *Saç tellerine istenen tarafa yön verilebilir*, *Daha fazla saç kökü transferi yapılabilir*, *İyileşme süresi kısadır*, *Sakaldan saça, saçtan sakala nakil yapılabilir*, *Göğüs kılı transferi yapılabilir.* ***DHI Yönteminin Avantajları;*** *Deriye kesi uygulanmaz, Dikiş atılmaz, Yara izi olmaz, Kanama gerçekleşmez, Sakaldan saça nakil yapılabilir, Saç kesimi yapılmadan saç ekimi gerçekleştirilebilir, Nakledilen saçta kayıp olmaz, Sık saç ekimi yapılabilir, Saçlarda doğal bir görünüm ortaya çıkar, Saç ekimi sırasında saça istenen tarafa yön verilebilir, İyileşme süresi kısadır, Saç ekim seansları arasında bir süre beklemeye gerek olmaz, Tek seansta daha fazla doku transferi gerçekleştirilebilir.”* şeklinde ifadelere,

[www.facebook.com/Dr.ozgurkoldas/](http://www.facebook.com/Dr.ozgurkoldas/) adresli internet sitesinin 27.03.2017 tarihli görünümünde; “A*meliyatsız medikal estetik uygulamaları ile yeni bir başlangıca var mısınız? 2017’nin güzellik şifreleri sizi bekliyor. Ameliyatsız medikal estetik uygulamaları ile yeni bir başlangıca ne derseniz. Bilgi için 0 532 235 16 00... yeni nesil FOKUSLU ULTRASON ile gelen gençlik, ameliyatsız yüz görünümünü gençleştirmek için odaklı ultrason& HIFU teknolojisi kullanılıyor. Kafanızda deli sorular mı var? FUE yöntemi ile saç ekimi ile değişime hazırsanız, arayınız… Güneşin zararlı ışınlarından korunmak için Somon DNA Aşısı’na başvurun. Işık dolgusu ile aydınlık bakın, bakışlarınızı bozan koyu görünümlerde, ışık dolgusu ile kurtulun…2016 yazında yine botulinyum toxini revaçta olacak. Kırışıklıkları, aşırı terlemeyi, diş sıkmaları ve tikleri gidermek için bu yaz da botulinyum toxin moda olacak. Aşırı terleme tedavi edilebilir, aşırı terleme botulinyum toxin ile tedavi edilebilmektedir. Saatler içinde gençleşmek hayal değil. Ameliyatsız yüz ve vücut görünümünü gençleştirmek için artık odaklı ultrason & HIFU teknolojisi kullanılıyor. En az bir saatinizi ayırarak daha sağlıklı görünen, daha genç, daha sıkı ve diri bir cilt görünümüme kavuşabilirsiniz. Kafanızda deli sorular olmasın saçlarınız olsun. Fue tekniğiyle saç ekimi ile ilgili bilgi için,* [*www.ozgurkoldas.com*](http://www.ozgurkoldas.com)*”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.ozgurkoldas.com.tr](http://www.ozgurkoldas.com.tr) adresli internet sitesinin 28.03.2017tarihli görünümünde yer alan ifade ve görüntüler incelendiğinde,tıbbi işlemlerin üstünlükleri ve avantajları anlatılarak, tıbbi işlemlerin reklamının yapıldığı, bu durumun kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

[www.facebook.com/Dr.ozgurkoldas/](http://www.facebook.com/Dr.ozgurkoldas/) ve [www.ozgurkoldas.com.tr](http://www.ozgurkoldas.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam”* niteliğinde değerlendirildiği ve söz konusu tanıtımlar ile kuruluşa yönlendirme yapılarak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, bu durumun da;

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

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

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2017/467**

**Şikayet Edilen:** Uz. Dr. Esin BARAK

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.esinbarak.com](http://www.esinbarak.com)adresli internet sitesinin 18.04.2017 tarihligörünümünde; “Dr Esin Barak” başlığı altında;*“… on beş yılı aşkın klinik tecrübem ışığında Mart 2015 tarihinden itibaren muayenehanemde hasta kabulüne başladım. Hakkımda diğer bilgileri bu sayfada ve www.eniyihekim.com da Dr. Esin Barak araması ile bulabilirsiniz.”,* “Medikal Estetik” başlığı altında: “*Medikal estetik yani estetik-kozmetik dermatoloji kapsamında, en az müdahale ile en doğal sonuçları almaya yönelik uygulamaları tercih etmekteyiz. Kliniğimizde öncelikle zarar vermeme ilkesi ile, uygunluk belgeleri olan, dünyada tercih edilen, lider markalarla girişimlerde bulunulmaktadır. Tüm dünyada en çok tercih edilen anti-aging uygulamaları, saç tedavilerini, cilt bakımları ve lazer epilasyonu kliniğimizde bulabilirsiniz. Daha da önemlisi, bu hizmetleri alırken nazik, dikkatli ve empatiyi benimsemiş bir ekiple karşılaşacağınızdan emin olabilirsiniz.”* “Botulinum toksini” başlığı altında: *“Botulinum toksini, estetik tıp uygulamalarında çığır açan bir buluştur. Tüm dünyada en çok yapılan kozmetik uygulamadır. Botulinum toksini ile kaş çatmaya bağlı çizgiler, göz etrafı (kaz ayağı) çizgileri ve alın kırışıklıklarında düzelme sağlanırken, kaşların dış kısmı ve üst göz kapaklarında da birkaç mm yükselme görülür. Bu etkiler 3-6 ay arası devam eder. Botulinum toksininin, şiddetli koltuk altı terlemesi tedavisinde de başarı oranı çok yüksektir. Uygulaması konforludur ve etkisi 1 yıl sürer.”* “Dolgu Uygulamaları” başlığı altında: *“Kliniğimizde hyaluronik asit içeren ürünlerle dolgu yapılmaktadır. Hyalüronik asit, vücudumuzda tüm dokularımızda taşıdığımız doğal dolgu malzemesidir. Dolgu enjeksiyonlarında amaçlar: Yaşla birlikte belirginleşen hacim kaybının yerine konması, Yüzde çizgi ve kırışıklıkların azaltılması, Dudaklara şekil ve hacim verilmesi, Aşağı dönmüş dudak köşelerine yukarı pozisyon verilmesi, Akne izlerinin düzeltilmesidir. İşlem sonrası gündelik hayata geri dönülebilir. İlk 1-2 gün aşırı fiziksel aktivite, güneşte kalma ve buharlı banyolar yapılmamalıdır. 4 hafta içinde kontrol muayenesinde bulunmak da önemlidir. Dolgunun kalıcılığı uygulanan marka ve işlem yapılan kişiye göre değişecektir ancak ortalama 8-12 ay kalması beklenir.”,* “Fokus Ultrason” başlığı altında; “*Cilt gençleştirmede ses dalgaları enerji olarak kullanılır. Yüz derisi üzerine uygulanan odaklanmış ses dalgaları; deriyi sıkılaştırır, gıdıda yağlanmayı azaltır ve çizgilerin azalmasını sağlar. Bu yöntemde kullanılan enerji, üst deride hasara yol açmadan, deri altı kollajen üretimini tetikler, bu da kırışıklıkları azaltır. Kontrollü bir şekilde derinin 1.5-3 veya 4.5 mm altına yönlendirilen enerji ile kasların üzerini örten zarımsı tabakada sıkılaşma yaratır. Gıdı ve yanaktaki sarkmaları bu şekilde toparlar. Göz etrafı kırışıklıkları ve dekolte bölgesi kırışıklarında da etkilidir.”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/dresinbarak](http://www.facebook.com/dresinbarak) adresli internet sitesinin 17.04.2017 tarihli görünümünde; *“Bahar mevsimlerinde saçlar daha çok dökülür. PRP ve mezoterapi dökülmeyi durdurmada oldukçaetkilidir. #dermatolog #ankara #prp#sacdokulmesi #mezoterapi #akne #roaccutane #ilkbahar #alopesi Üzgün, yorgun ve kızgın ifade vermenize neden olan alın kırışıklıklarınızdan 5 dakikadakurtulabilirsiniz#botox #dr.esinbarak #ankara #dermatolog#guzellik #ciltbakimi #prp #mezoterapi #dolgu #sacdokulmesi #akne#roaccutane #cukurambar Sinirli veya kızgın olmadığınız halde öyle görünüyorsanız; kaş arasında yer alan kaslarınız fazla çalışıyor ve kaş çatma çizgileriniz oluşuyor demektir. Yüz gençleştirme, gıdıda sarkma ve saç sorunlarında mezoterapi yapıyoruz. Saç dökülmesi, seyrek saç yapısı gibi durumlarda PRP ve Mezoterapi tedavileri oldukça başarılıdır. Detaylı bilgi için www.esinbarak.com ya da 05052072620 arayabilirsiniz. HIFU yani fokus ultrason, tıpta yıllardır kullanılan ultrason sistemi üzerine geliştirilmiştir. Yoğun ve odaklanmış ses dalgaları derialtı bağdokusunu ısıtır. Böylece deri sıkılaşır. Sarkmalar geriler. Yüz ovalini toparlar. Gıdı bölgesi çift çene görünümünde düzelme sağlar. Kaş kaldırma ve göz etrafı çizgilerde de kullanılır. Sonbaharda saç tellerinde incelme ve dökülmede artış fark edebilirsiniz. Toplumda pek çok kişiyi etkileyen bu durum yaz ayları boyunca azalan melatonin hormonun saçı duraklama evresinde bırakmasıyla ve sonbaharda artan testosteron hormon düzeyleriyle ilişkilendirilmektedir. Mevsimsel saç dökülmesi, birkaç seans mezoterapi ve/veya PRP den fayda görebilir. Tel: 05052072620 Ankara Koltukaltlarında aşırı terleme oluyorsa botulinum toksini uyguluyoruz. Kısa bir işlemdir. Terlemeyi tama yakın durdurur. Yan etkisi yoktur ve etkisi 9-12 ay sürer.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam”* niteliğinde değerlendirildiği ve söz konusu tanıtımlar ile kuruluşa yönlendirme yapılarak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 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/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2017/468**

**Şikayet Edilen:** Prof. Dr. Başak KANDİ

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2017,25.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.basakkandi.com.tr](http://www.basakkandi.com.tr) adresli internet sitesinin 25.04.2017 tarihli görünümünde; Dolgu Uygulamaları başlığı altında: “…*Uygulama son derece pratik olup tek seansta gerçekleşir ve sonuçlar son derece yüz güldürücüdür. Ortalama kalıcılığı 6-12 ay arasında değişmekle birlikte ürünün yoğunluğu ve enjekte edilen bölgenin özelliğine göre değişmektedir. Hareketli kasların çevresinde daha hızlı azalırken alın, burun gibi hareketsiz bölgelerde süre uzamaktadır. Enjeksiyon uygulamasından sonra kişinin 4 saat yemek yememesi, yüz mimiklerini aşırı kullanmaması önerilir. Ayrıca beraberinde kullanılan bakım kremleri ve güneşten koruyucu kremler ile ışığın etkileri giderilerek tam bir destek sağlanması amaçlanır.* “Kök Hücre Uygulaması” başlığı altında*: “…Bu genel yaşlanma hasarlarının tedavisinde, FIBROCELL tedavisi yaşlanmayı durdurmada çığır açmıştır.****FIBROCELL******tekniği****sayesinde hastanın kendi fibroblast hücreleri çoğaltılarak özel enjeksiyon teknikleri ile hastanın ihtiyacı olan yerlerine enjekte edilmekte ve böylece dokunun eski canlılık, parlaklık ve sıkılığını kazanması sağlanmaktadır. Bu tedavi ile kişinin kırışıklıkları, esneklik kaybı, parlaklığın azalması gibi pek çok sorun giderilebilmektedir. Günümüzde tercih edilen botox ve dolgu uygulamalarının sıklığını azaltarak ve devam sürelerini de uzatarak cilde daha güzel bir zemin hazırlamaktadır. Uygulaması oldukça kolay ve yan etki riski yok denecek kadar azdır. Oldukça güvenli ve başarılı bir yöntemdir.”* şeklinde ifadelere,

[www.facebook.com/ankaradermatoloji](http://www.facebook.com/ankaradermatoloji) adresli internet sitesinin 17.02.2017 tarihligörünümünde; *“Kırışıklıklarınızdan şikayetçi misiniz? Botox, kırışıklıkların tedavisinde en yetkili* *yöntemlerden biridir. Kırışıklıkları dert etmiyoruz. Bilgi için 0312 285 44 66 - 0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA Perfectha 3D dolgu ile yüz şekillendirmede etkili hacim, doğal görünüm elde etmek mümkün. Detaylı bilgi ve randevu için: 0312 285 44 66 - 0531 212 23 29. İp askı tekniği kullanılarak yüz ovalinin belirginleşmesi sayesinde daha güzel bir ifadeye kavuşabilirsiniz. Ayrıntılı bilgi için: 0312 285 44 66 - 0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Dolgu uygulaması ile yüz bölgesinde yapılabilecek değişimleri öğrenmek için telefon etmeniz yeterli: 0312 285 44 66 - 0531 212 23 29.14 Şubat sevgililer günü dolasıyla botoks ve dolgu işlemleri ile ilgili sürprizimizden faydalanmak için aramınız yeterli! Koltuk altı bölgesinde aşırı terleme sorunu yaşıyorsanız yaz aylarında sıkıntı katlanacaktır. Bu sorunun tedavi yöntemlerinden birinin Botoks uygulaması olduğunu biliyor uydunuz? Tedbirinizi alın, sosyal yaşantınızda rahat edin. Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Sevgililer günü dolasıyla 13-14-15 Şubat tarihlerinde Dermokozmetik işlem yaptıran tüm hastalarımıza PRP sürprizi! Faydalanmak için aramanız yeterli. Cilt problemlerinizin çözümü ve Dermokozmetik tedavi yöntemleri sayesinde daha genç ve güzel görünmenin ayrıntılarını öğrenmek için aramanız yeterli. Yüz, boyun ve ellerimizdeki izlerle lekeler, sizi olduğunuzdan daha yaşlı gösterir. Tedavi seçenekleri hakkında bilgi almak için iletişim bilgilerimiz: Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Aynaya baktığımızda yüzümüzde bazı bölgelerden rahatsız oluruz. Burun kenarından ağız kenarına inen çizgilerin (nazolabial oluklar) giderilmesinde, uygulanan dolgu tedavisi olmaktadır. Sizin de bu tür probleminiz varsa sadece iletişime geçmeniz yeterli: Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Günümüzde artık doğallığı bozmadan ufak dokunuşlarla güzelleşmek pek çok kişinin doğru tercihi haline geldi. Ameliyatsız dermokozmetik işlemler ile kişinin yüz tasarımında istenilen sonuçları almak mümkün. Fakat bu işlemlerin mutlaka uzman doktor tarafından kişiye özel olarak tasarlanması gerekir. Profesyonel bir yüz tasarımı ve doğru yönlendirme için aramınız yeterli. Belki de büyük sorun haline getirdiğiniz değişiklikleri gerçekleştirmek düşündüğünüzden de kolay olabilir. Danışmak için hemen iletişime geçin: Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat: 6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Sivilce izleri özellikle kadınlar için büyük sorun..Tedavi için bizi arayabilirsiniz: 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA*. *Yaşlı görünmemenin çeşitli yolları var elbette. Çene ovali bölgesine kısa sürede yapılabilen etkili bir uygulama ile bir anda çok daha genç görünebilirsiniz. 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA* *İp askı tekniğine ilişkin yoğun sorular geliyor. Ameliyata gerek kalmadan daha genç bir yüz ovaline sahip olmak ve daha genç görünmek istiyorsanız başarılı uygulamalar hakkında arayın asistanlarımız sizi bilgilendirsin:0312 285 44 66 -0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA Dudaklara yapılan doğru bir uygulama ile yüz ifadeniz tamamen değişebilir. Prof. Dr. Başak Kandi' ye danışmanızı öneririz. Doğal ve etkileyici bir görünüme kavuşmak sandığınızdan çok daha kısa sürede ve kolay olabilir... 0312 285 44 66 -0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA Anesteziye gerek kalmaksızın, kanama yaşanmadan, etkisini anında görebileceğiniz uygulamalar pekçok kişinin tercih nedeni. Bu etkileyici tedavi yöntemlerinden biri de yüz bölgesine uygulanan dolgu uygulamalarıdır. Dolgu ile düzeltilmiş ağız kenarı ve düzeltilmemiş ağız kenarı...Sizce arada kaç yaş fark etmiş? Kırışıklıklardan yakınıyorsanız çaresiz değilsiniz. Dermokozmetik uygulamalar hakkında bilgi almak için bize ulaşabilirsiniz: 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA*” *İstemediğiniz dövmelerinizden kurtulabilirsiniz... Ayrıntılı bilgi için:0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA*” gibi ifadelere yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin 18.04.2017 tarihli görünümünde; “*Kişiyi yaşlı gösteren bölgeler nelerdi? Yüz, boyun ve eller... Gelişen teknolojiyle kırışıklık ve lekelerle etkili mücadele edebiliyoruz. Mezoterapi, ciltte oluşan çatlakların tedavisinde (gebelikte, kilo alıp-vermelerde, ergenlikte, çatlak tedavilerinde tercih edilir…0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA. Lazer ve PRP sayesinde cilt lekelerine etkili tedavi imkanı bulunuyor. Göz çevresindeki kırışıklıklar sizi yaşlı gösterir. Kurtulun onlardan… Cildiniz yıpranmış ve ışıltısını kaybetmişse etkili tedavi yöntemlerimiz hakkında bilgi alabilirsiniz... Çene ovali sorununuzu gözünüzde büyütmeyin Gözaltı morluklarına "ışık dolgusu"... Dudak şeklini bozmadan daha kalın ve orantılı bir dudak olabilir.*

*Askı tekniğinde kullanılan organik iplerin, lifting etkisinin yanı sıra cildi parlatma ve kırışıklıkları yok etme gibi önemli görevleri de var. Daha fazla bilgi için: 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA Genç yaşlardan beri özellikle gülerken göz çevreniz aşırı kırışıyorsa... 15-20 dakika süren bir tedavi yöntemi ile yüz güldürücü sonuçlar alabilirsiniz... Ufak dokunuşlar ile yüz şeklinizi daha güzel yapabiliriz.  Saç kökleriniz zayıflıyor mu?  Saç mezoterapisi saç köklerini güçlendirmede ve saç dökülmelerini önlemede uygulanıyor. İşlem süresi ise bir kahve molası sadece… Somon DNA ile cilt yenilenmesi sağlanarak ışıldayan bir görüntü elde edilir. Aşırı terleme sorununda uyguladığımız Botoks tedavisiyle ter bezleri ile onları çalıştıran sinir uçları arasındaki iletişimi kesiyoruz ve ne endişe kalıyor ne de elbiselerinizde leke izleri! Alnınızda oluşan çizgiler “alın yazınız” değildir. FIBROCELL tedavisi yaşlanmayı durdurmada adeta çığır açmıştır. Bu teknikle kendi fibroblast hücreleri çoğaltılarak kişinin ihtiyaç duyulan bölgelerine enjekte edilerek, dokunun eski canlılık, parlaklık ve sıkılığını kazanması sağlanır. Kaşlarınızın arasında görmeye başladığınız kırışıklıklar sizi sinirli ve mutsuz gösterir. Kurtulmanın elbette tedavi yöntemleri bulunuyor. Kol altı bölgesindeki aşırı terlemeler özellikle yaz aylarında çok rahatsız edici hale gelir. Botoks uygulamasıyla cildinizin yapısına bağlı olmak üzere 4-6 ay boyunca bu sıkıntıdan kurtulabilirsiniz. İşlem ne kadar mı sürüyor? Cevabı da kısa: 15-20 dakika.*

*Canlı, diri ve ışıldayan bir cilt yapısına kavuşmak PRP tedavisi ile mümkün. Yaşlanma ne yazık ki kaçınılmaz ve doğal bir süreçtir. Cilt yapınıza uygun aradığınız gençlik reçetesini öğrenmek için bizden bilgi alabilirsiniz... Arzuladığınız burun yapısına kavuşmak hem de ameliyatsız! Üstelik 20 dakikada? Daha genç, taze, sıkı ve parlak bir cilde mi sahip olmak istiyorsunuz? Somon DNA aşısı ile etkili bir tedaviye ne dersiniz? 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA Cildinizin daha genç görünmesini mi istiyorsunuz? Lekelerle başınız dertte mi? Bilgi için bize ulaşabilirsiniz... 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA Yüzünüzün belirgin ve güzel bir görüntüye sahip olmasını istiyorsunuz ancak elmacık kemiği bölgesinde yaşanan sarkma ya da hacim kaybı sizi mutsuz ediyor. Böyle bir sıkıntınız varsa tedavi yöntemlerini neden danışmıyorsunuz? 0312 285 44 66-0531 212 23 29 Kızılırmak Mah. Ufuk Üni. Caddesi Ambrosia Alışveriş Merkezi Kat:6 No:51 Çukurambar/ANKARA”* gibi talep yaratıcı ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.basakkandi.com.tr](http://www.basakkandi.com.tr) adresli internet sitesinin 25.04.2017 tarihli görünümünde yer alan ifadelerle, ilgili şahsa ait muayenehanede kullanılan tekniklerin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

[www.facebook.com/ankaradermatoloji](http://www.facebook.com/ankaradermatoloji)adresli internet sitesinin 17.02.2017 ve 18.04.2017 tarihli görünümlernde çok sayıda talep yaratıcı ifadeye ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu; sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam”* niteliğinde değerlendirildiği ve söz konusu tanıtımlar ile ilgili şahsa yönlendirme yapılarak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 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/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**36)**

**Dosya No: 2016/3670**

**Şikayet Edilen: Kaçkar Balı Doğal Arı Ürünleri Sat. ve Paz.** - **Muzaffer DENİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kackarbali.com](http://www.kackarbali.com) adresli internet sitesinde **“Anzer Balı”**, **“Propolis”**, **“Arı Sütü”** ve **“Kestane Balı”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kackarbali.com](http://www.kackarbali.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“Anzer Balı – Anzer Balının bilinen faydaları; Ağrı ve sancıları giderir, Ameliyat yaralarını erken kapatır, Ağız yaralarını iyileştirir, kapatır, Akciğer hastalıklarını iyileştirir, Bağışıklık sistemini düzenler Bademcik iltihabını yok eder, Bağırsak düzensizliklerini ve iltihabını giderir, Büyüme ve gelişmeyi son derece etkile,Beyin hastalıklarının iyileştirir, Cilt bozukluğunu, lekelerini giderir, Cinsel gücü artırır, Damar sertliğini, damar tıkanıklığını yok eder, Dengesiz beslenme sorunlarını giderir, Düşünme yeteneğini arttırır, Kanser hastalıklarında tedavi edicidir, Gözleri güçlendirir, Gelişimi hızlandırır, Halsizliği giderir, Hazmı kolaylaştırır, Hafızayı güçlendirir, İshali keser, İştah açar, Kabızlığı Giderir, Kalp damar hastalıklarını tedavi eder, Kalp çarpıntısını giderir, Kanı temizler, Kasları güçlendirir Kemikleri kuvvetlendirir, Kilo yapmaz, Kısırlığı giderir, Mide ülseri bağırsak hastalıklarında tedavi edicidir, Metabolizmada bozulan dengeleri kurar, Nezle ve girip hastalığında tedavi edicidir, Öksürüğü, astım hastalığını tedavi eder, Sinir sistemini rahatlatır, Prostatı önler, Sedef hastalığını tedavi eder, Saç dökülmesini önler, Sarılık, hepatit B,C, hastalıklarında tedavi edicidir, Sporcularda enerji artırır, doping etkisi yapar, Özellikle çabuk enerjiye dönüşen hazır bir gıda olması nedeniyle, yüzme, dağcılık, atletizm, basketbol, futbol, halter, bisiklet yarışı gibi sporlarla meşgul olan kimselere güç vermek ve yorgunluklarını hafifletmek içinde kullanılabilir…* ***Propolis*** – *Propolis doğadaki en güçlü koruyucu, kapatıcı, temizleyici maddedir. Öyle ki diş eti rahatsızlıkları, göz iltihapları, vücut da oluşan ödemler, cilt lekeleri ve akne problemleri, kanser hücresi ve ameliyat sonrası vücutta biriken kalıntıların temizlenmesi, kanın temizlenmesi gibi birçok konuda tek başına kullanımda dahi çok önemli bir etken olmuştur. Antibiyotik kullanımı yerine propolis ile tedavi gören hastaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Yaraların iyileştirilmesinde ve bakterilerin vücuttan atılmasında, sterilize işlemlerinde propolisi görebilirsiniz. Daha dinç olmak, daha az hasta olmak, kendimizi önceden koruma altına almak istiyorsak mutlaka ve mutlaka propolisten faydalanmalıyız: Mikrop kırıcı, iltihap giderici, antioksidan, immün sistemini uyarıcı ve antikanserojenik etkilere sahiptir. Bioflavonoidler bakımından zengindir. Bağışıklık sistemini destekler. Propolisin düzenli olarak kullanımının sindirim ve dolaşım sisteminde ve de tüm vücuttaki patojenlere karşı etkin bir koruma sağladığı tespit edilmiştir. Antioksidatif etki açısından propolis diğer arı ürünleri arasında en yüksek etkiye sahiptir. Geniş spektrumlu antibiyotik olarak nitelendirilen propolis, zararlı bakterilerde direnç oluşturmamakta, yararlı bakterileri ise olumsuz olarak etkilememektedir Ayrıca virüslerin enzim salgılamasını ve çoğalmasını önleyici etkiye sahiptir. Akne ve uçuk için haricen kullanılır. Bademcik iltihabı, farenjit, larenjit için etkilidir. Ağız ve boğaz mukozası sorunları için hem oral olarak hem de gargara biçiminde kullanılır. Dişeti hastalıklarına karşı korucuyucu özelliktedir. 2005 yılında Oral Health & Preventive Dentistry dergisinde yayınlanan araştırmaya göre propolis diş eti iltihabı veya periodontal hastalığının tedavisine yardımcı olabilir. Propolis ile ilgili yapılan araştırmalar bu maddenin ülserler, iltihaplı hastalıklar ve yanıklar için olumlu etkileri olduğu sonucunu ortaya koymuştur. National Institutes of Health’a göre propolis Aft ve diğer diş yaraları ve peptik ülser için etkili bir anti-inflamatuar ajan olarak kullanılabilir. Japon Kanser Araştırma Kurulu tarafından 1991 düzenlenen toplantıda propolisin anti-kanser etkisiyle ilgili tebliğ sunulmuştur. Amerika’da yapılan bir araştırmada propolisteki caffeic asit esterlerinin bağırsaktaki kanserli hücrelerin büyümesini inhibe edici özellikte olduğu görülmüştür. Klinik çalışmalar, 30 gün boyunca günde 3 defa alınan 300 mg propolisin hipertansiyon, damar sertliği ve koroner kalp hastalıklarının tedavisinde yararlı olduğunu göstermektedir. Mikroptan arındırıcı, bakteri üremesini durdurucu, iltihap giderici, mantarlara karşı etkili ve kas gevşetici etkileri vardır. Yayınlanan bir çalışmaya göre, propolis kremi genital herpes yaralarının iyileşmesine yardımcı olmaktadır. Bakterilere karşı etkisi galangin, pinosembrin, kafeik asit ve ferulik asit içeriğinden, virüslere karşı etkisi kafeik asit, kersetin ve luteolinden, mantarlara karşı etkisi de pinobanksin, pinosembrin, kafeik asit, benzil ester, sakuretin ve pterostilbene den kaynaklanmaktadır. Prostaglandinleri üreten enzimleri bloke edici özelliğiyle anti iltihapsal etkinliğe sahiptir. Yapılan çalışmalarda düzenli ve sürekli olarak propolis alınması durumunda sindirim, solunum ve dolaşım sistemindeki hastalık etmenlerini (patojenleri) yok ettiği, internal toksinleri vücuttan attığı saptanmıştır. Özellikle Japonya'da yapılan klinik çalışmalarda 3 ay ile 1 yıl sürekli bir şekilde alınan propolisin, çeşitli internal kanser hücrelerinin devitalize ettiği saptanmıştır…* ***Arı Sütü*** – *Arı Sütünün Bize Sundukları; Halsiz, yorgun veya bitkin olduğunuz durumlar içerisinde sizlere enerji ve güç vererek bu durumlardan kurtulmanızı; daha aktif olmanızı sağlar, Öğrencilerin zihinsel açıdan gelişimlerini ve daha zeki bir hâl almalarını sağlar, Yaşlanmayı geciktirerek, vücut yapınızın yenilenmesini sağlar, Cinsel yaşantınızda ki performansın artmasını ve daha verimli bir cinsel yaşama sahip olmanızı sağlar, Harcadığınız enerjinin geri alımında yardımcı olur. Bu nedenle de fazla enerji harcayan sporculara ciddi oranda fayda sağlar, Yaşlılık dönemleri içerisinde meydana gelmesi muhtemel olan damar sorunlarını en kısa süre içerisinde çözüme kavuşturma konusunda sizlere yardımcı olur, Anemi yani halk dilinde kansızlık olarak bilinen sorunu ortadan kaldırmak adına kan üretimini artırır, Böbrek bölgesi içerisinde ve idrar yolu kısmında meydana gelen sorunları giderme de sizlere yardımcı olur, Saç bölgesinde ki dökülmeleri engelleyerek sizlere fayda sağlar,*

*Kemiklerin gelişiminde faydalı olur, Solunum sistemlerinin çalışma düzeyini artırır, Regl dönemlerinde ki birçok düzensizliği ve ağrıyı giderir…* ***Kestane Balı*** – *Kestane balı 'nın faydaları yararları: Adale Ağrıları, titremesi, uyuşmasının giderilmesine, Ağrı ve sancıların giderilmesine,*

*Ağız yaralarının iyileştirilmesine, Akciğer hastalıklarının iyileştirilmesine, Bademcik iltihabının yok edilmesine, Bağırsak gazının, iltihabının giderilmesine, Baş, göğüs, karın ağrılarının giderilmesine, Baş dönmesinin giderilmesine, Bel ağrılarının giderilmesine, Beyin hastalıklarının iyileşmesine, felç ve sinir hastalıklarını gidermede, Cilt bozukluğunu, lekelerini gidermeye, Cinsel gücü artırmaya, Damar sertliğine, damar tıkanıklığını yok etmeye, Gözleri güçlendirmeye, Halsizliğin giderilmesine, Hazmı kolaylaştırmaya, Hafızayı güçlendirmeye, İştah açmaya, Kabızlığın iyileştirilmesine, Kalp çarpıntısını gidermeye, Kanın temizlenmesine, Kemiklerin kuvvetlenmesine, Nezle ve grip hastalığının tedavisine, Öksürüğün, nefes darlığının, astım hastalığının tedavisine, Romatizma ve siyatiğin tedavisine, Sarılık hastalığının iyileştirilmesine, Sedef hastalığının giderilmesine…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kackarbali.com](http://www.kackarbali.com) adresli internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde, **“Anzer Balı”**, **“Propolis”**, **“Arı Sütü”** ve **“Kestane Balı”** adlı ürünlere yönelik olarak yer alan 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 anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle gıda / gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kaçkar Balı Doğal Arı Ürünleri Sat. ve Paz.** - **Muzaffer DENİZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2016/3673**

**Şikayet Edilen: S.S. Rize İkizdere Anzer Ballı Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anzer.com.tr](http://www.anzer.com.tr) adresli internet sitesinde **“Anzer Poleni”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anzer.com.tr](http://www.anzer.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“****Anzer Poleni*** *- Genel sağlığın korunması ve vücut direncinin artırılması ile birlikte dengeli beslenme amacıyla da tüketilen polen aşağıdaki hallerde de fayda sağlamaktadır. Ancak nadiren de görülse polen bazı kişilerde alerjik reaksiyona neden olabilir. Bu durumda polenin kullanılmaması gerekir. Polen;*

*\* Zihinsel ve bedensel yorgunluklarının giderilmesinde,*

*\* Çocukların sağlıklı gelişmesi ve beslenmesinde,*

*\* Düşünme, araştırma ve çalışma gücünün artırılmasında,*

*\* Sporcuların ve yarış hayvanlarının performanslarının artırılmasında,*

*\* Kansızlığın giderilmesinde,*

*\* Karaciğer, prostat ve kanser hastalıklarında faydalıdır…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anzer.com.tr](http://www.anzer.com.tr) adresli internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde, **“Anzer Poleni”** adlı ürüne yönelik olarak yer alan reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan ilgili kooperatif tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **S.S. Rize İkizdere Anzer Ballı Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2016/3674**

**Şikayet Edilen: Selahattin DENİZ – Anzer Arıcılık**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anzeraricilik.com.tr](http://www.anzeraricilik.com.tr) ve [www.anaari.com](http://www.anaari.com) adresli internet sitelerinde **“Anzer Balı”**, **“Polen”** ve **“Arı Sütü”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anzeraricilik.com.tr](http://www.anzeraricilik.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 21.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;*“****Anzer Balı*** *- Anzer Balı Faydaları: İştah açar, kilo aldırır. Sindirimi kolaylaştırır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Güç kuvvet, enerji verir. Vücudun direncini artırır…”*; [www.anaari.com](http://www.anaari.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 21.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise; *“****Polen*** - *Genel sağlığın korunması ve vücut direncinin artırılması yanında dengeli beslenme amacıyla da tüketilen polen aşağıdaki hallerde de fayda sağlamaktadır. Ancak nadiren de görülse polen bazı kişilerde alerjik reaksiyona neden olabilir. Bu durumda polenin kullanılmaması gerekir.*

*Polen;*

*\* Zihinsel ve bedensel yorgunluklarının giderilmesinde,*

*\* Çocukların sağlıklı gelişmesi ve beslenmesinde,*

*\* Düşünme, araştırma ve çalışma gücünün artırılmasında,*

*\* Sporcuların ve yarış hayvanlarının performanslarının artırılmasında,*

*\* Kansızlığın giderilmesinde,*

*\* Karaciğer, prostat ve kanser hastalıklarında…* ***Arı Sütü*** - *Her ne kadar yeterli sayıda klinik test ve deneylerle kesin olarak ispatlanmamış olsa da tecrübe, yorum ve bazı gözlemler ışığında arı sütünün faydaları ve kullanılma alanları aşağıdaki gibi sıralanabilir:*

*\* Organizmaya canlılık kazandırılmasında,*

*\* Bedensel ve zihinsel yorgunlukların giderilmesinde,*

*\* Yaşlılıktan oluşan damar sertliği ve bitkinlik hallerinde,*

*\* Çocukların dengeli beslenmesinde,*

*\* Çocukların diş ve kemiklerinin gelişmesinde,*

*\* Hücre yenileyici özelliği ile cilt bakımında,*

*\* Kadınların periyodik dönemlerinde bozulan kan dengesinin düzenlenmesinde,*

*\* Saç dökülmelerinin önlenmesi ve saçlara canlılık kazandırılmasında,*

*\* Cinsel faaliyetlerin desteklenmesinde,*

*\* Genel vücut direncinin artırılmasında,*

*\* Kan dolaşımının hızlandırılmasında.*

*Ayrıca arı sütü; kansızlık, sarılık, yüksek ve düşük tansiyonun düzenlenmesi, erken bunama ve kolesterolün düşürülmesi gibi hallerde de fayda sağlamaktadır. Kanser hastalıklarında faydalıdır…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anzeraricilik.com](http://www.anzeraricilik.com).tr ve [www.anaari.com](http://www.anaari.com) adresli internet sitelerinin 21.04.2017 tarihli görünümünde, **“Anzer Balı”**, **“Polen”** ve **“Arı Sütü”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda / gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şahıs tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2016/3961**

**Şikayet Edilen: Zirve Sağlık Ürünleri Ümit AKAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kirmizishop.com](http://www.kirmizishop.com) adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünler ile takviye edici gıda niteliğindeki bazı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2016, 24.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kirmizishop.com](http://www.kirmizishop.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 01.11.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;*“****V-Pills Performans Gıda Takviyesi*** *– Penisin içerisinde “corpa cavernosa” adında süngerimsi doku vardır. Heyecanlanıldığında bu dokulara kan pompalanır ve ereksiyon meydana gelir. V-Pills hapları bilim adamları tarafından bu dokuların kapasitesini arttırmaya yardımcı olabilmek için geliştirilmiştir. Sonuç olarak bu dokulara daha çok kan pompalanır, ereksiyon daha uzun sürer…”* şeklinde ifadelere yer verildiği; diğer taraftan yine anılan internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, *“****7/24 Performans Kapsül*** – *7&24 Love Performans Kapsülü, erkeklere özel 3 güne varan etkisi performansınızın sınırlarını zorlar…”* şeklinde ifadeler ile tanıtım ve satışı yapılan ürünlere ilişkin tanıtıcı üst başlıklarda, *“performans kahvesi, sıvı performans çikolatası, performans cezeryesi, potioon bayanlara özel damla”* şeklinde ifadelerin yer aldığı, Benzer şekilde, anılan internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümde yer alan reklam ve tanıtımlarda, muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtıcı üst başlıklarda;*V-Gold Enlargement Cream, W-Fly Göğüs Sıkılaştırıcı Krem, W-Fly Bayan Uyarıcı Krem, Penis Kremi, Nely8 Breast Enlargement, Yohimbinum Penis Geliştirici Bakım Kremi, Lady Orga Kadınlara Özel Genital Bölge Jeli, Viaxi Tightening Gel, Erolife Orgazm Kremi, Kolossal Ereksiyon Kremi, Vagi Firming Vajina Daraltıcı Jel, Mega Penis Bitkisel Penis Masaj ve Bakım Kremi, Orgazm Kremi”* şeklinde ibarelere yer verildiği,

[www.kirmizishop.com](http://www.kirmizishop.com) adresli internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise; *“****Mega Penis Bakım Kremi*** *– Penis deri dokusu üzerindeki etkisiyle gerginliği sağlayan hoş kokulu uyarıcı bakım kremidir. Ortadoğu ve Hindistan menşeli "Fenugreek" olarak bilinen bir Akdeniz bitkisinden elde edilen fazla yağlı olmayan içeriğiyle kelimenin tam anlamıyla cilt üzerinde erir. Penis deri dokusu üzerindeki etkisiyle gerginliği sağlayan hoş kokulu uyarıcı bakım kremidir. Mega Penis ile daha büyük ve maksimum ebatta ulaşılabilirsiniz…* ***Lady Orga Jel Kadınlara Özel Genital Bölge Jeli*** *– Rahatlama ve ferahlık hissi uyandırır. Probiyotik besi ortamı içerir. Yararlı bakterileri korur, çoğaltır, zararlı bakterileri baskılar. Koku oluşumunu önler. Hijyeni arttırır. Su bazlı ve yağsızdır, pH derecesi optimaldir. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kirmizishop.com](http://www.kirmizishop.com) adresli internet sitesinin 11.01.2016 ve 21.04.2017 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, gıda takviyesi niteliğindeki ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda muhtelif kozmetik ürünlere yönelik tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilimsel veri sunulamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” 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 inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve dış ambalajda yer alacak bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**40)**

**Dosya No: 2016/3969**

**Şikayet Edilen: Öner Kozmetik Medikal Ticaret Bayram ÖNER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.freshecza.com](http://www.freshecza.com) adresli internet sitesinde **“İnfacol Damla”**, **“Mone Tablet”**, **“Black Berry for Woman Damla”** ve **“Hematab Bitkisel Tablet”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.freshecza.com](http://www.freshecza.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 06.10.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“****İnfacol Damla*** *– Gaz, kolik ve spazm ağrılarını dindirir. İnfacol Oral Damla, çocukların kolik ve gaz ağrılarını gidermeye, spazm ağrılarını dindirmeye ve gaz çıkarmasına yardımcı olur. Bebeğin gazını dindirdiği için ağlamanın şiddeti ve yoğunluğu azalır. Uzun süreli kullanımında gaz birikimi tamamen giderilebilir…* ***Mone 30 Tablet*** *– Cinsel isteği arttırıcı, performans arttırıcı…* ***Black Berry for Woman Damla*** *– Bayan cinsel istek arttırıcı damla…* ***Hematab Bitkisel Tablet*** *– Hemoroid…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.freshecza.com](http://www.freshecza.com) adresli internet sitesinin 06.10.2016 tarihli görünümünde, **“İnfacol Damla”**, **“Mone Tablet”**, **“Black Berry for Woman Damla”** ve **“Hematab Bitkisel Tablet”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Öner Kozmetik Medikal Ticaret Bayram ÖNER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2016/3971**

**Şikayet Edilen: İlim İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ilim.com.tr](http://www.ilim.com.tr) adresli internet sitesinde **“Estrogenolit”** ve **“Ravenella”** markalı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ilim.com.tr](http://www.ilim.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 25.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;*“****Estrogenolit for Woman*** *- Çiftlerin günlük hayatlarında yaşadıkları stres, yorgunluk, yoğun iş temposu vb. nedenlerden dolayı özel hayatlarındaki problemler de ciddi anlamda etkilenmeye ve artmaya başlamaktadır. Yorgunluk, yoğunluk ve günlük hayatın stresi veya bazı psikolojik sorunlar sebebiyle her çift birbiriyle yeteri kadar uyumlu olmayabilir. Bazen de cinsel isteksizlik gibi sorunlar yaşanabilmektedir. Cinsellik, çiftler arasında mutlaka yaşanması gereken en güzel ve en özel olmazsa olmaz duygulardan biridir. Bu şekilde yaşanabilecek olumsuz durumlarda çiftler bir uzmana görünmek konusunda çekinceleri olduğundan aralarında ister istemez bir soğukluk bir uzaklaşma ve isteksizlik olgusu meydana gelmektedir. Bu durum çiftlerin ayrılmasına kadar ilerlemektedir. Ülkemizde özellikle kadınlarda cinsellik gibi dürtüler ertelenmektedir ya da baskılanmaktadır. Aslında kadınlar ile erkekler aynı ölçüde dürtülere sahiptir. Kadının bizim kültürümüze göre yetiştirilme şartları, ahlaki ve dini kurallar kadının cinsel dürtülerini baskılamasına veya başka yönlere yönlendirmesine neden olmuştur. Kötü sonuçların doğmasına sebebiyet veren cinsel isteksizlik konusunda bazı bitkisel afrodizyaklar ile çözüm aranmıştır. Estrogenolit for Women (Bayan İstek Artırıcı) temelde bu sorunlara çözüm yaratmaya yardımcı olmak adına üretilmiştir. Oldukça etkili ve işlevsel bir üründür. İlişkiden yarım saat kadar önce 1 tablet kullanılarak 2 ile 3 saat arasında değişen bir etki göstermektedir. Estrogenolit almadan önce; gün içerisinde kafein, alkol ve bol şekerli içecekler kullanmamanız gerekmektedir.(çay, kahve, kola vb.) Bunun yanında eğer gebelik söz konusu ise kesinlikle jinekoloğunuza danışarak gönül rahatlığı içerisinde Estrogenolit for Woman’ı kullanabilirsiniz. Bitkisel içerikli, tamamen doğal ve herhangi bir yan etkisi olmayan Estrogenolit for Women (Bayan İstek Artırıcı) cinsel hayatınızda ciddi anlamda bir iyileşme sağlamaya yardımcı olabilir. Size yoğun olarak yaşanan gençlik ve güçlülük hissiyatı duygusu verebilir. Cinsel arzuyu önemli seviyede arttırmaya, kendinize olan güveni artırıp cinsel cazibenizi arttırmaya yardımcı olabilir. Sizin ve eşinizin aldığı hazzı en üst seviyeye ulaştırmaya yardımcı olabilir. Estrogenolit for Women, cinsel organlardaki kan dolaşımını artırıp, libido ve östrojen seviyenizi yükseltmeye yardımcı olabilir. Korkularınız sona erecektir. Bunun yanında sinir sistemlerini de düzenleyici etkisi olduğu da gözlemlenmiştir…* ***Estrogenolit for Man*** *- Toplumumuzda cinsel isteksizliğin genel olarak sadece kadında olduğu görüşü fazlasıyla yaygındır. Dolayısıyla bu konuda akla ilk gelen hep kadınlardır. Halbuki bilimsel araştırmalar her 10 erkekten 4’ünde cinsel isteksizliğe rastlandığını açıkça ortaya koymaktadır. Erkeklerde bu problem sıkça ortaya çıkan bir sorundur. Cinsel isteksizlik durumu; ‘cinsel istek azalması’, ‘cinsel soğukluk’, ‘azalmış cinsel arzu’, ‘azalmış cinsel dürtü’ veya tıbbi terminolojide de ‘hipoaktif cinsel istek’ olarak da bilinmektedir. Cinsel isteksizlik gerek günlük yaşamdaki yoğun iş temposundan, gerek stresten gerekse psikolojik olarak ortaya çıkabilmektedir. Bunların dışında aşırı alkol tüketimi, aşırı kilo, şeker hastalığı, depresyon, antidepresan ilaç kullanımı ve geçirilen ürolojik ameliyatlardan dolayı da kaynaklanabilir. Cinsel istek azalması (cinsel soğukluk) erkeklerde depresyon, kendine olan güven azalması ve ilişkide çeşitli sorunlarına yol açabilir. Cinsel isteksizlik ve sertleşme sorunu yaşayan erkekler eşinin kendisini aldatacağı paronayasına (şüphesine) kapılabilir ve bu da psikolojik anlamda ciddi sorunlar yaratabilir. Erkeklerin cinsel ilişki esnasında çok daha etkili olabilmeleri amacı ile cinsel performans artırıcı ürünler kullanılmaktadır. Ereksiyonu uzatmak konusunda yardımcı olabilecek ve cinsel hayatınıza renk katabilecek bir ürün olan Estrogenolit for Man (erkek istek artırıcı) saydığımız bütün bu sorunları ve olumsuzlukları ortadan kaldırmaya yardımcı olabilecek nitelikte üretilmiştir. Tamamen bitkisel gıda takviyesinden oluşan Estrogenolit for Man (erkek istek artırıcı) cinsel isteğinizi doruklara çıkarmaya yardımcı olabilecektir. Hem eşinizi hem sizi mutlu etmeye yardımcı olabilir. Cinsel ilişkiden yarım saat kadar önce tok olarak 1 adet kullanılması tavsiye edilmektedir…* ***Estrogenolit Stopex Erkek Geciktirici Tablet*** *- Erkeklerde günümüzde çok sık görülen cinsel sorunların başında erken boşalma gelir. Erkeğin kontrolü dışında boşalmasına erken boşalma denir. Öyle ki bazen cinsel ilişkiye başlamadan önce boşalma görülebilir. Bazen ise cinsel ilişkinin sadece ilk birkaç hareketinde boşalma yaşanabilir. Bazı erkekler için bu durum çok büyük problem olmasa da büyük bir kesiminde ciddi problem ve huzursuzluk yaratabilir. Özellikle 40 yaş altındaki erkeklerde görülen ve şiddetli olan durumlarda ise erkeklerin cinsel ilişkiye girmeme nedenleri arasında yer alan bir cinsel işlev bozukluğuna sebebiyet verebilir. Erken boşalmanın başlıca birkaç sebebi; seyrek cinsel ilişki de bulunmak, uzun süre kadınlardan ayrı kalmak, stres, cinsellikle ilgili olsun ya da olmasın erken boşalma gibi sorunlara neden olur. Erken boşalma sorun yaşayan bazı erkeklerde aynı zamanda sertleşme problemleri (iktidarsızlık) şikayetleri de sıkça görülebilmektedir. Yaşanılan problemler ilişkilerin ciddi anlamda zarar görüp çiftlerin birbirlerinden ayrılmalarına kadar büyük sorunlar yaratabilmektedir. Ülkemizde cinsel rahatsızlıklarda bir uzmana görünüp tedavi olmak konusunda çekinceleri olan çiftlerimiz bulunmaktadır. Estrogenolit Stopex (erkek geciktirici tablet) cinsel yaşamınızda karşılaştığınız erken boşalma sorununu ortadan kaldırmak ve bireylerin daha uzun süreli ilişkiye girebilmelerine olanak tanıyarak çok daha fazla haz almalarına destek verebilmektedir. Estrogenolit Stopex aynı zamanda, çiftlerin her birine hizmet vermiş olmaktadır. Erken boşalmayı önleyen Estrogenolit Stopex (erkek geciktirici tablet) bayanlarda da daha fazla zevk ve haz elde etmelerine olanak sağlar. İlişkiden sadece 20dk önce, 1 tablet kullanılması gerekmektedir. Bunun yanında kalp, şeker, tansiyon vb. rahatsızlıkları bulunanların kullanmadan önce mutlaka hekimlerine danışmaları gerekmektedir. Üretmiş olduğumuz Estrogenolit Stopex (erkek geciktirici tablet) ürünümüz erken boşalma sorunlarında kullanılan en etkili bitkisel gıda takviyelerinden birisidir…* ***Estrogenolit X-Large Penis Büyütücü*** *– Estrogenolit X-Large tablet doğal ve hızlı bir şekilde penis boyunun büyümesine yardımcı olabilir. Yan etkisi bulunmamaktadır. Penis boyu hem erkekler hem kadınlarda cinsel partner seçiminde oldukça önemli bir etken olarak görülür. Estrogenolit X-Large hayalini kurduğunuz penis için size yardımcı olabilir. Erkeklerin penis boyutu şimdilerde günümüz şartlarına bakıldığı takdirde gücün ve otoritenin göstergesi olarak görülebilmektedir. Bunun nedeni penis boyunun erkeklerin cinsel hayatı ile neredeyse tamamen doğru orantılı olmasıdır. Cinsel işlev bozukluğu olarak nitelendirilmese de, kadınlar için bir nevi cinsel hazzın doruk noktasına ulaşmada büyük bir etken olarak algılandığı herkes tarafından bilinir. Erkek cinsel yaşamı ile özdeşleşmiş bu araç, göz doldurmakla beraber aynı zamanda güç göstergesi olarak da ifade edilmektedir. Penis boyunun herkes için olması gereken standart bir boyutu yoktur. Fakat yine de cinsel doygunluğu artırmak amacıyla çoğu kadın daha fazlasını ister. Aslına bakıldığında erkeklerin de yetinmekte zorluk çektiği hassas bir konudur bu. Irklara, genlere hatta iklim çeşitliliğinde dahi değişkenlik gösterebilen penis boyutu için önemli olan bunu psikolojik bir sorun haline getirmemektir. Estrogenolit X-Large kullanıldığı ilk günden iltibaren etki gösterebilmektedir. %100 doğal ve bitkisel olan ürün sağlığınızı riske atmadan cinsel yaşamınızı düzeltmeye yardımcı olabilmektedir…* ***Estrogenolit One Night Tek Kullanımlık*** *- Tıpkı insanoğlu gibi kadın-erkek ilişkileri de doğar, yaşar ve ölür. Günümüzde çevremize baktığımızda 30’lu yaşların sonlarında, örneğin on yıldır evli olan ve tabii kendilerini uzun süredir evli hissedenler, hep aynı küçük mutluluklardan ve aynı büyük sıkıntılardan söz etmektedirler. Yaşanan bu sıkıntıların çoğu, heyecanlarının çok uzun süre önce tüketildiği, bütün havai fişeklerin patlatılıp artıklarının yıllar önce çöpe atıldığı, çok büyük problemler yaşanmasa bile çoktandır durağan ve can sıkıcı bir atmosferin hakim olduğu yerde yaşanır: yatak odasında. Bazı insanlar, evliliğin bu doğal sürecini kırmak, en azından yavaşlatmak için çaba gösteremeyecek kadar tembeldirler ve karı-kocalıktan kardeşliğe doğru hızla ilerlerken hiçbir girişimde bulunmamayı tercih ederler. Estrogenolit One Night hayatınızda, tek gecede her şeyi değiştirmesi muhtemel olarak üretilmiş bitkisel bir takviye tabletidir. Cinsel hayatınıza özel bir gece ile renk katıp yıllar önceki mutluluğu yaşamayı kim istemez. Estrogenolit One Night (Tek Kullanım) ürünümüz ilişkiden sadece 20dk önce hem siz hem eşiniz tarafından kullanılarak etkisini 2-3 saat boyunca gösteren bir üründür. İçeriğinde hem bayan hem erkek için özel üretilmiş 1’er adet gıda takviyeli tablet bulunmaktadır. İlişkinize tazelik kazandırmak sizin elinizdedir…* ***Estrogenolit Damla*** *- Bayanların cinsel yaşamlarında en sık yaşadıkları sorun olan isteksizlik için bayan istek arttırıcı damla kullanımı tavsiye edilmektedir. Bayanların yaşadığı isteksizlik aldatma, boşanma gibi kötü sonuçlara yol açabilmektedir. Bayanlardaki cinsel isteksizlik sorunu için Estrogenolit Damla, bayanların cinsel isteğinin artmasına ve ilişki için hazır duruma gelmelerine, cinsel dürtülerini doğal yollardan tetiklemeye yardımcı olabilir. Estrogenolit partnerinizde uyarıcı etki sağlayabilir ve içindeki ateşi ortaya çıkarmaya yardımcı olabilir. Bildiğiniz üzere hormonsal faaliyetleri tetiklemeye yardımcı olabilen bu ürün sayesinde (estrogenolit bayan uyarıcı damla) partnerinizin sizden uzaklaşmasına fırsat vermeyebilir. Bu ürün partnerinizle aranızdaki buzları eritmeye destek olabilir, sizden uzak kalmaya çalışan partnerinizi, bir anda size yaklaştırmaya ve karşı koyulamayacak bir arzu noktasına getirmeye yardımcı olabilir, gönül bağlarınızı kuvvetlendirme imkanına sahip olabilirsiniz. Her kadın yaşadığı cinsel ilişkiden en üst düzeyde zevk almak ve orgazmı doyasıya yaşamak ister. Çeşitli nedenlerden dolayı kadınlar zaman zaman cinsellikten zevk alamaz duruma gelirler. Bu nedenden dolayı ilişkiden uzaklaşan bayanlar eşleri tarafından da eleştiriye maruz kalabilmektedir. İşte bu sorunu kökten çözmek için günümüzde modern tıp uzun araştırmalar yapmış kadınlar için en yararlı cinsel istek artışı sağlayan bitkilerin özlerinden yararlanmıştır. Estrogenolit kadınlarda vajinal bölgeye kan akışını hızlandırmayı sağlayarak cinsel istekte artış meydana getirmeye yardımcı olabilir. Cinsel dürtünün devreye girmesiyle vücutta yükselen libido sayesinde tüm bünye cinsel ilişkiye hazır hale gelerek arzu ile dolar. Bu şekilde yaşanılan bir cinsel ilişki ile boşalma aynı oranda güçlü ve heyecanın doruklarda yaşandığı bir şekilde gerçekleşebilir…* ***Estrogenolit Sprey Erkek Geciktirici*** *- Erkekler cinselliği aktif olarak yaşamak isterler. Aktif yaşamak demek eğer ki erkekte bir sertleşme varsa cinselliğin olabilmesi anlamına gelmektedir. Kadın istese de istemese de cinselliği rahatlıkla yaşayabilmektedir, çünkü pasif yaşar. Cinselliğin tam anlamıyla yaşanabilmesi için erkeğin sertleşmesi ve eşinin orgazmının oluşmasına kadar bu sertleşmeyi sürdürebilmesi gerekmektedir. Eğer erkekte bir sertleşme bozukluğu ya da sertleşme kaybı varsa cinsellik ya başlamaz ya da tamamlanamaz. Genelde erkeklerde yaşanan erken boşalma sorununun nedeni psikolojiktir. Bunun ardında yanlış cinsel bilgilendirmeler, yaşanmış kötü cinsel deneyimler, sevgisizlik olabilir. Bu sebeplerle de performans anksiyetesi ve özgüven sorunu yaşanabilmektedir. Partnerleri ile konuşmayı tercih etmezler ve depresyon ise en sık yaşadıkları sorundur. Erken boşalma, aslında vajinismus ya da sertleşme gibi cinsel işlev bozukluklarından çok daha sık rastlanılan bir sorundur. Mesela sertleşme her 10 erkekten birinin problemi olmakla birlikte erken boşalma 2 – 2.5 kat daha fazla yaşanmaktadır. Erken boşalma sorunu cinsel birleşmeyi tamamen engellemektedir. Çocuk sahibi olamamaktan tutun aile birliğinin oluşmaması, çiftlerin evliliklerine son vermesi vb. dramatik pek çok sonuç doğurabilir. Erken boşalma, daha çok cinsel yaşamın kalitesine ilişkin problemler yaratmaktadır. Fakat şu da bilinmelidir ki her şeyin kalitesi olduğu gibi cinsel hayatın da bir kalitesi vardır. Ve bu basitliğe kalitesizliğe doğru giderse ilişkide çatlamalar oluşur ve ayrılıkla son bulur. Erkeklerin en büyük kabusu olan bu sorunu üretimini yaptığımız, Estrogenolit Sprey (erkek geciktirici) ile çözüme kavuşturuyoruz. İlişkiden sadece 20 dakika önce Estrogenolit Sprey (erkek geciktirici) kullanmanız yeterli olacaktır. Herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır…* ***Estrogenolit Jel*** *- İlim İlaç partnerinizle mutlu ve sorunsuz bir gece geçirmeniz için ultra kaygan Estrogenolit Jel’i üretti! Estrogenolit Jel ile kuruluk hissine veda edin. Kadınlarda özellikle menopoz ve doğum sonrasında yaşanan isteksizlik ve vajinal gevşemeye bağlı olarak vajinal kuruluk gerçekleşir. Cinsel sağlık konusunda yeterince bilgi sahibi olmayan çiftlerin çoğu, vajinal kuruluk hakkında birbirlerini suçlarlar. Halbuki özellikle menopozdan sonra kadınların tamı tamına %80’inde vajinal kuruluk sorunu meydana gelmektedir. Vajina doğum ve menopozdan önce normal durumda iken sonrasında vajinanın kendiliğinden salgıladığı doğal kayganlaştırıcı sıvıyı salgılayamaz hale geliyor ardından da hücre üretimi durur. Bu durum çoğunlukla 40 yaş üstünde gerçekleşirken, 40 yaş altında da görülmektedir. İlim İlaç, bu durumun giderek arttığını fark etmiş ve bu sorunun önüne geçmek için Estrogenolit Jel’i üretmiştir. Estrogenolit Jel karşılıklı maksimum verimi almak için satışa sunulmuştur. Estrogenolit Jel kuruluk hissini yok ederek tutkuyu alevlendirir ve romantizmi doruk noktasına çıkarır. Dermatolojik testlerden başarıyla geçip uzmanlar tarafından onaylanan Estrogenolit, aynı zamanda cep dostu fiyatıyla da alım gücünü kolaylaştırıyor. Beklentilerinizin de üstüne çıkacak bu ürün kayganlaştırıcı jeller içinde bir devrim nitelikte…* ***Ravenella Kilo Verdirici Kapsül*** *- Ravenella ürün faydalarını tam olarak hissedebilmek için ürün kullanım klavuzuna mutlaka uymanız gerekmektedir, aynı zamanda diyetlerinize dikkat etmeli ve ürün kullanımı sırasında sağlıklı beslenmenize önem vererek Yağlı yiyeceklerden uzak durmalı, bol su içmelisiniz. Ürünle birlikte elma sirkeside kullanılarak çok etkili sonuçlar alınabilmektedir. Modern tıp her geçen gün gelişmeye devam ediyor. Hastalıklara karşı hem hızlı hem de etkili çözümler için yeni yollar aranmakta. Tedavi yöntemlerinin büyük bir parçası ise ilaç tedavisi yoluyla oluşuyor. Fakat Ravenella ilaca ihtiyaç duymadan sadece takviye ile kilonuzu kontrol altına almaya yardımcı olabilir. İlaç tedavilerinin çoğunda tedavi ettiği sırada birçok yan etki ile karşı karşıya kalabilirsiniz. Fakat Ravenella’nın bilinen herhangi bir yan etkisi yoktur. Ayrıca Ravenalla’yı kullandıktan sonra bu gıda takviyesi ürününü kullanmaya devam etmemeniz sizin kilo almanıza veya kilo vermenize neden olmaz. Ravenellla size yeni bir beslenme alışkanlığı kazandırır. Bu sayede siz de bıraktıktan sonra bile düzenli beslenmeye ve yedikleriniz konusunda daha tutarlı davranmaya devam edebilirsiniz. Ravenella’nın yanında eğer ki steroid hormon almıyorsanız bu sizin hormon dengenizi bozmaz. Aksine düzene girmesinde de yardımcı olur. Ravenalla’yı kullanmadan önce doktorunuza danışabilirsiniz. İçeriğinde bulunan yeşil çay, noni yaprağı sayesinde kendinizi hem hafif hissetmenize hem de metabolizmanızın da düzene girmesinde yardımcı olur…* ***Estrogenolit Afrodizyak Parfüm*** *- “Tamamen bitkisel doğal içeriklerden oluşan Estrogenolit afrodizyak parfüm kadınlardaki cinsel isteği doruklara çıkarmaya yardımcı olabilir. (…) Estrogenolit Afrodizyak etkileyici parfüm erkek kullanımı içindir. Bayanlarda cinsel isteği uyandırabilen parfüm, feromon içerebilen etkileyici ve kalıcı olabilen kokusu ile eşlerinin başını döndürmek isteyen erkeklere yardımcı olabilmek için üretilmiştir. Bayanların şehvet, arzu, istek, tutku, bağlılık gücünü yükseltmeye yardımcı olabilir. Cinselliğe yönlendirmeyi amaçlayan ve hedefleyen bir üründür. Cinsel isteğinizi en üst seviyelere çıkarabilmenize olanak tanıyabilir…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ilim.com.tr](http://www.ilim.com.tr) adresli internet sitesinin 25.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak;

Reklamı yapılan ürünlerden gıda takviyesi niteliğinde olan ürünlere yönelik tanıtımlarda, söz konusu gıda takviyelerinin kadınlarda ve erkeklerde cinsel performansı artıracağı, erkeklerde erken boşalma ve sertleşme sorununu ortadan kaldıracağı, penis boyunun büyümesini sağlayacağı, kadınlarda cinsel isteksizlik sorununu tedavi edeceği, ayrıca “Ravenella Kilo Verdirici Kapsül” isimli ürünün kilo kontrolü ve beslenme alışkanlığını kalıcı olarak sağlayacağı şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından tanıtımlarda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilimsel veri sunulmadığı, 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,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bununla birlikte reklamı yapılan ürünlerden kozmetik sınıfında yer alan ürünlere yönelik tanıtımlarda ise, söz konusu kozmetik ürünlerin erken boşalma gibi cinsel sorunlara çözüm olacağı ve kadınlarda cinsel isteği artıracağı şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; diğer taraftan firma tarafından söz konusu iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı,

Dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve dış ambalajda yer alacak bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- 5996 sayılı 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 Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2016/4013**

**Şikayet Edilen: Gökçek Gıda İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanız tarafından [www.gokcekmarket.com](http://www.gokcekmarket.com), [www.dogaltedavi.net](http://www.dogaltedavi.net), [www.dogaltedavi.com](http://www.dogaltedavi.com), [www.gokcektv.com](http://www.gokcektv.com) adresli internet siteleri ile **“Gokcekgida”** hesap adı ile [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.gokcekmarket.com](http://www.gokcekmarket.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; “Gökçek Epimedyumlu Kapsül” adlı ürünün tanıtımının yapıldığı <https://www.gokcekmarket.com/urun/gokcek-epimediumlu-kapsul/> URL adresinde, anılan ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtıcı etiketler içerisinde, *“Cinsel ürünler, Yetişkin ürünleri, Bitkisel, Cinsel, Epimedium, Güç, Performans”* şeklinde ibarelerin kullanıldığı;

[www.dogaltedavi.net](http://www.dogaltedavi.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; “Ürünlerimiz” üst başlığı altında firma tarafından satış ve pazarlaması yapılan 138 farklı ürünün listelendiği, bu ürünlere ilişkin alt başlıklarda ise;

*“Adaçayı Forte; Tonsilit, Bademcik iltihaplanması, Akne, Sivilce, Aft*

*Aloe Vera Forte; Bağışıklık sistemi, İmmünitet, Bağırsak Florası*

*At Kestanesi Forte; Varis, Venöz Yetmezlik, Flebit, Ödem, Toplardamar*

*Ayı Üzümü Forte; Sistit, İntersistiyel sistit, Aktif mesane, Nefrit*

*Biberiye Forte; Düşük tansiyon, Kansızlık, Antioksidan, Anemi*

*Cüce Palmiye Forte; Prostat Büyümesi, Prostat Kanseri, Prostatit, Total PSA*

*Çay Ağacı Yağı; Melaloyka, Tırnak Mantarı, Vajina Mantarı, Akne*

*Çentiyan Forte; İştahsızlık, Anoreksiya Nevroza, Halsizlik, Dermansızlık*

*Çoban Çantası Forte; Basur, Hemoroid, İç Kanama*

*Devedikeni Forte; Hepatit B, Hepatit C, Siroz, Sarılık, Karaciğer Zehirlenmesi*

*Epimedyumlu Kapsül; İktidarsızlık, Cinsel yetersizlik*

*Ginkgo Forte; Kulak Çınlaması, Erken bunama, Alzheimer, Unutkanlık*

*Harpago Forte; Romatizma, Artrit, Artroz, Fibromiyalji, Ankilozan Sp*

*Himalaya Tuzu; Astım, Alerji, Yüksek tansiyon, Diyabet*

*Huş Forte; Kronik böbrek yetmezliği, Nefrit, Böbrek taşı ve kumu*

*Isırgan Forte; Anemi, Kansızlık, Romatizma, Kemik erimesi, Artrit*

*Kekik Forte; Bronşit, Öksürük, Astım, Nefes darlığı, Göğüs sıkışması*

*Keten Forte; Kabızlık, İshal, Hazımsızlık, Şişkinlik, Gaz, Peklik*

*Kırkkilit Forte; Kemik erimesi, Osteoporoz, Bel fıtığı*

*Laden Forte; Atopik egzama, Alerjik egzama, Gastrit, Ülser, Reflü*

*Mahonia Forte; Sedef hastalığı, Psoriasis, Barsak mantarı, Deri hastalıkları*

*Sinirli Ot Forte; Öksürük, Bronşit, Vitiligo, Enfeksiyon, Ter Kokusu*

*Üzüm Çekirdeği Forte; Antioksidan, Anti-aging, Hücre yenileyici, Kanser*

*Yaban Mersinin Forte; Görze zaafiyeti, Glokom, Katarakt, Konjoktivit*

*Yoğurt Otu Forte; Kanser, Lösemi, Tümör, Kitle, Kist, Lipom, Miyom (…)”*

şeklinde ve yukarıda anılan ürünlerle sınırlı olmamak üzere ürün isimleri ile birlikte tanıtımı yapılan gıda takviyesinin iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği iddia edilen hastalıkların isimlerine yer verildiği, diğer taraftan yukarıda listelenen başlıklar altında ürünlerin tanıtımının yapıldığı sayfalarda ise, “Ürünün Kullanımı” alt başlığı altında endikasyon belirten ifadelerle ürün tanıtımlarına yer aldığı; bu hususlara ek olarak, ürünlerin tanıtımının yapıldığı söz konusu sayfalar içinde, İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından ilgili ürüne ilişkin tanıtıcı bilgilerin sunulduğu ve hastalık isimleri de zikredilerek ilgili ürünün çeşitli hastalıkları tedavi ettiği şeklinde beyanlarla ürün tanıtımının yapıldığı çok sayıda sayıda reklam filmine yer verildiği;

Yine [www.dogaltedavi.net](http://www.dogaltedavi.net) adresli internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise; “Hastalıklar” ana başlığı altında yer alan 459 adet alt başlık ile hastalık isimlerinin listelendiği, “KOAH, Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığı, Müzmin ve Kronik Bronşit” alt başlığı altında yer alan tanıtımlarda, ilgili ürün hakkında bilgi almak isteyen tüketiciler tarafından sorulan, “*Babamda koah+prostat var. İksir yada sinirliot kullanımı fayda sağlar mı? Tavsiyelerinizi bekliyoruz. Şimdiden teşekkürler.”* şeklindeki bir soruya İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından, *“Prostata karşı karşı Gökçek İksir, Gökçek Tonik ve PROSTAT çayı gerekir”*  ve *“KOAH ve prostata karşı Itır Forte, Sabal Forte, Spirulina Forte, Gökçek Aloe Vera Jel ve Gökçek İksir, Prostat çayı ve Bronşit Çayı kullanmanız gerekir. Barsak Mantar ve Bakterileri toksik maddeler üretir ve Karaciğer bu toksik maddeleri arıtmaz ise diğer organlara depolanır ve organlarda çeşitli rahatsızlıklar görülmeye başlar. Günümüzde Bakterilerin teşhisi kan, idrar ve gaita tahlilleri hemen yapılabilir, fakat mantarların teşhisi hemen hemen imkansız ve ancak belirtileri ve dilden anlaşılabilir. Kimyasal ilaçlar ve yanlış beslenme mantarları çoğaltır ve vücudun asit-baz dengesini bozulur ve oluşan asidik ortamda mikroplar hızlı çoğalırlar. Aksi halde çok yoğun cüruf oluşur. Cüruflu ortamda ise bakteri, virüs ve mantarlar çok kolay çoğalır ve bağışıklık sistemi zayıflar, kişi önce halsiz, dermansız, yorgun olur ve aşırı uyur sonra ise birçok hastalığa yakalanır.”* şeklinde cevapların verildiği; diğer taraftan, söz konusu başlık altında İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon belirten ifadelerle firma ürünlerinin tanıtımı yapılarak başta KOAH olmak üzere Verem, Astım, Bronşit, Akciğer Sıkışması ve diğer bazı hastalıkların tedavi edildiği şeklinde bilgiler içeren çok sayıda reklam filmine yer verildiği; bu hususlara ek olarak diğer hastalıklara ilişkin sayfalarda da benzer şekilde reklam filmlerinin, tanıtımların ve tüketiciler tarafından sorulan sorulara karşılık olarak tüketicilerin hastalıkların tedavisi için firma ürünlerine yönlendirildiği cevap ve yazışmaların yer aldığı;

Firma tarafından [www.dogaltedavi.com](http://www.dogaltedavi.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;

“Tüm Bitkiler” üst başlığı altında bazı bitki türlerinin listelendiği, bitki türlerine ilişkin alt başlıklarda ise ilgili bitkiye ait literatür bilgilere ve hangi bitkinin hangi hastalıkları tedavi ettiğine ilişkin bilgi ve açıklamalara, ayrıca İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon belirten sağlık beyanları ile ilgili bitkinin ve etken madde olarak bu bitkiyi içeren firma ürününün tanıtımının yapıldığı reklam filmine yer verildiği; bu itibarla, söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile tüketicilerin, hastalıkların tedavisi, önlenmesi ve iyileştirilmesi için ilgili bitkinin adını taşıyan ve firma tarafından üretilen takviye edici gıda ürününe yönlendirildiği,

“Bitkisel Ürünler” üst başlığına tıklandığında tüketicilerin firmaya ait takviye edici gıda ürünlerinin satışının gerçekleştirildiği [www.gokcekmarket.com](http://www.gokcekmarket.com) adresli internet sitesine yönlendirildiği,

“Videolar” üst başlığı altında ise, İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon belirten ifadelerle firmanız ürünlerinin tanıtımı yapılarak tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığın firma ürünleri ile tedavi edildiği şeklinde bilgilerin yer aldığı çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Firma tarafından [www.gokcektv.com](http://www.gokcektv.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;

“Kanser” üst başlığı altında, *“Göğüs Kanseri, Göğüs Kanserine Karşı Zerdeçal, Zerdeçal Forte, Zerdeçal ile Kansere Doğal Çözüm”*, *“Lösemide İksirin Etkisi, Lösemi Hastası Nasıl İyileşti, Lösemi Tedavisinde İksir”*, *“Graviola ile Kanser Tedavisi, Kanseri Tetikleyen Faktörler, Kolloidal Platin ile Kanser Tedavisi”*, *“Kolon Kanserinin Tedavisi, Beyin Tümörünü iksir ile Tedavi, Kansere Karşı Zerdeçalın Faydaları”*, *“Zerdeçal ile Lenfoma Tedavisi, Lenf Kanseri Tedavisi, Lenf Rahatsızlıklarına Yoğurt Otu”*, *“Nar Çekirdeği Yağı ile Kanser Tedavisi, Kansere Nar Çekirdeği Yağı, Kanser Tedavisi”*, *“Ormus İndigo Lösemi Tedavisi, Kan Kanserinin Tedavisi, Lösemi Hastalarının Raporları”* gibi alt başlıklar ile İbrahim Gökçek adlı şahsın yer aldığı ve firma ürünlerine ve bu ürünlerin kanser tedavisi üzerindeki faydalı etkilerine ilişkin bilgiler içeren çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Benzer şekilde, anılan internet sitesinde, “Bitkisel Tedavi”, “Genel Sağlık, Kalp ve Damar, KBB, Romatizma, Akciğer, Karaciğer, Mide, Böbrek Rahatsızlıkları, Eklem ve Kemik Rahatsızlıkları, Ruh Rahatsızlıkları, Göz Sağlığı, Çocuk Sağlığı”, “Cinsel Sağlık”, “Diyet ve Spor”, “Diyabet”, “Gebelik ve Bebek”, “Cilt Hastalıkları” ana başlıkları altında da firma ürünlerine ve bu ürünlerin hastalıkların tedavisi üzerindeki faydalı etkilerine ilişkin bilgiler içeren ve yine İbrahim Gökçek adlı şahsın yer aldığı çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Diğer taraftan, söz konusu reklam filmlerinin [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli video paylaşım sitesinde **“Gokcekgida”** kullanıcı adıyla <https://www.youtube.com/user/gokcekgida/featured> URL adresinde de yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gokcekmarket.com](http://www.gokcekmarket.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; “Gökçek Epimedyumlu Kapsül” adlı ürünün tanıtımının yapıldığı <https://www.gokcekmarket.com/urun/gokcek-epimediumlu-kapsul/> URL adresinde, anılan ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtıcı etiketler içerisinde, *“Cinsel ürünler, Yetişkin ürünleri, Bitkisel, Cinsel, Epimedium, Güç, Performans”* şeklinde ibarelerin kullanıldığı, bu itibarla tanıtımı yapılan ürüne yönelik “Cinsel ürün, Yetişkin ürünü, Cinsel, Güç, Performans” gibi **bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle** mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturulduğu, 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,

Firma tarafından [www.dogaltedavi.net](http://www.dogaltedavi.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; “Ürünlerimiz” üst başlığı altında firmanız tarafından satış ve pazarlaması yapılan 138 farklı ürünün listelendiği, bu ürünlere ilişkin alt başlıklarda ise;

*“Adaçayı Forte; Tonsilit, Bademcik iltihaplanması, Akne, Sivilce, Aft*

*Aloe Vera Forte; Bağışıklık sistemi, İmmünitet, Bağırsak Florası*

*At Kestanesi Forte; Varis, Venöz Yetmezlik, Flebit, Ödem, Toplardamar*

*Ayı Üzümü Forte; Sistit, İntersistiyel sistit, Aktif mesane, Nefrit*

*Biberiye Forte; Düşük tansiyon, Kansızlık, Antioksidan, Anemi*

*Cüce Palmiye Forte; Prostat Büyümesi, Prostat Kanseri, Prostatit, Total PSA*

*Çay Ağacı Yağı; Melaloyka, Tırnak Mantarı, Vajina Mantarı, Akne*

*Çentiyan Forte; İştahsızlık, Anoreksiya Nevroza, Halsizlik, Dermansızlık*

*Çoban Çantası Forte; Basur, Hemoroid, İç Kanama*

*Devedikeni Forte; Hepatit B, Hepatit C, Siroz, Sarılık, Karaciğer Zehirlenmesi*

*Epimedyumlu Kapsül; İktidarsızlık, Cinsel yetersizlik*

*Ginkgo Forte; Kulak Çınlaması, Erken bunama, Alzheimer, Unutkanlık*

*Harpago Forte; Romatizma, Artrit, Artroz, Fibromiyalji, Ankilozan Sp*

*Himalaya Tuzu; Astım, Alerji, Yüksek tansiyon, Diyabet*

*Huş Forte; Kronik böbrek yetmezliği, Nefrit, Böbrek taşı ve kumu*

*Isırgan Forte; Anemi, Kansızlık, Romatizma, Kemik erimesi, Artrit*

*Kekik Forte; Bronşit, Öksürük, Astım, Nefes darlığı, Göğüs sıkışması*

*Keten Forte; Kabızlık, İshal, Hazımsızlık, Şişkinlik, Gaz, Peklik*

*Kırkkilit Forte; Kemik erimesi, Osteoporoz, Bel fıtığı*

*Laden Forte; Atopik egzama, Alerjik egzama, Gastrit, Ülser, Reflü*

*Mahonia Forte; Sedef hastalığı, Psoriasis, Barsak mantarı, Deri hastalıkları*

*Sinirli Ot Forte; Öksürük, Bronşit, Vitiligo, Enfeksiyon, Ter Kokusu*

*Üzüm Çekirdeği Forte; Antioksidan, Anti-aging, Hücre yenileyici, Kanser*

*Yaban Mersinin Forte; Görze zaafiyeti, Glokom, Katarakt, Konjoktivit*

*Yoğurt Otu Forte; Kanser, Lösemi, Tümör, Kitle, Kist, Lipom, Miyom (…)”*

şeklinde ve yukarıda anılan ürünlerle sınırlı olmamak üzere ürün isimleri ile birlikte tanıtımı yapılan gıda takviyesinin iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği iddia edilen hastalıkların isimlerine yer verildiği, diğer taraftan yukarıda listelenen başlıklar altında ürünlerin tanıtımının yapıldığı sayfalarda ise, “Ürünün Kullanımı” alt başlığı altında endikasyon belirten ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu; bu hususlara ek olarak, ürünlerin tanıtımının yapıldığı söz konusu sayfalar içinde, İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından ilgili ürüne ilişkin tanıtıcı bilgilerin sunulduğu ve hastalık isimleri de zikredilerek ilgili ürünün çeşitli hastalıkları tedavi ettiği şeklinde bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle ürünün tanıtımının yapıldığı çok sayıda sayıda reklam filmine yer verildiği;

Yine [www.dogaltedavi.net](http://www.dogaltedavi.net) adresli internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise; “Hastalıklar” ana başlığı altında yer alan 459 adet alt başlık ile hastalık isimlerinin listelendiği, “KOAH, Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığı, Müzmin ve Kronik Bronşit” alt başlığı altında yer alan tanıtımlarda, ilgili ürün hakkında bilgi almak isteyen tüketiciler tarafından sorulan, “*Babamda koah+prostat var. İksir yada sinirliot kullanımı fayda sağlar mı? Tavsiyelerinizi bekliyoruz. Şimdiden teşekkürler.”* şeklindeki bir soruya İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından, *“Prostata karşı karşı Gökçek İksir, Gökçek Tonik ve PROSTAT çayı gerekir”*  ve *“KOAH ve prostata karşı Itır Forte, Sabal Forte, Spirulina Forte, Gökçek Aloe Vera Jel ve Gökçek İksir, Prostat çayı ve Bronşit Çayı kullanmanız gerekir. Barsak Mantar ve Bakterileri toksik maddeler üretir ve Karaciğer bu toksik maddeleri arıtmaz ise diğer organlara depolanır ve organlarda çeşitli rahatsızlıklar görülmeye başlar. Günümüzde Bakterilerin teşhisi kan, idrar ve gaita tahlilleri hemen yapılabilir, fakat mantarların teşhisi hemen hemen imkansız ve ancak belirtileri ve dilden anlaşılabilir. Kimyasal ilaçlar ve yanlış beslenme mantarları çoğaltır ve vücudun asit-baz dengesini bozulur ve oluşan asidik ortamda mikroplar hızlı çoğalırlar. Aksi halde çok yoğun cüruf oluşur. Cüruflu ortamda ise bakteri, virüs ve mantarlar çok kolay çoğalır ve bağışıklık sistemi zayıflar, kişi önce halsiz, dermansız, yorgun olur ve aşırı uyur sonra ise birçok hastalığa yakalanır.”* şeklinde cevapların verildiği; diğer taraftan, söz konusu başlık altında İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon içeren ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle firma ürünlerinin tanıtımı yapılarak başta KOAH olmak üzere Verem, Astım, Bronşit, Akciğer Sıkışması ve diğer bazı hastalıkların tedavi edildiği şeklinde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bilgiler içeren bir reklam filmine yer verildiği; bu hususlara ek olarak diğer hastalıklara ilişkin sayfalarda da benzer şekilde reklam filmlerinin, tanıtımların ve tüketiciler tarafından sorulan sorulara karşılık olarak tüketicilerin hastalıkların tedavisi için firma ürünlerine yönlendirildiği cevap ve yazışmaların yer aldığı;

Firma tarafından [www.dogaltedavi.com](http://www.dogaltedavi.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;

“Tüm Bitkiler” üst başlığı altında bazı bitki türlerinin listelendiği, bitki türlerine ilişkin alt başlıklarda ise ilgili bitkiye ait literatür bilgilere ve hangi bitkinin hangi hastalıkları tedavi ettiğine ilişkin bilimsel olarak ispata muhtaç bilgi ve açıklamalara, ayrıca İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon içeren, ispata muhtaç, yanıltıcı ve aldatıcı sağlık beyanları ile ilgili bitkinin ve etken madde olarak bu bitkiyi içeren firma ürününün tanıtımının yapıldığı reklam filmine yer verildiği; bu itibarla, bazı bitkilerin insan sağlığı üzerindeki etkileri ile hastalıkların tedavisi ve önlenmesi üzerindeki rolüne ilişkin bilimsel olarak ispata muhtaç bilgilere yer verilen söz konusu internet sitesinde, tüketicilerin, hastalıkların tedavisi, önlenmesi ve iyileştirilmesi için ilgili bitkinin adını taşıyan ve firma tarafından üretilen takviye edici gıda ürününe yönlendirildiği,

“Bitkisel Ürünler” üst başlığına tıklandığında tüketicilerin firmaya ait takviye edici gıda ürünlerinin satışının gerçekleştirildiği [www.gokcekmarket.com](http://www.gokcekmarket.com) adresli internet sitesine yönlendirildiği,

“Videolar” üst başlığı altında ise, İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle firma ürünlerinin tanıtımı yapılarak tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken birçok rahatsızlığın firma ürünleri ile tedavi edildiği şeklinde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bilgilerin yer aldığı çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Firma tarafından [www.gokcektv.com](http://www.gokcektv.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda;

“Kanser” üst başlığı altında, *“Göğüs Kanseri, Göğüs Kanserine Karşı Zerdeçal, Zerdeçal Forte, Zerdeçal ile Kansere Doğal Çözüm”*, *“Lösemide İksirin Etkisi, Lösemi Hastası Nasıl İyileşti, Lösemi Tedavisinde İksir”*, *“Graviola ile Kanser Tedavisi, Kanseri Tetikleyen Faktörler, Kolloidal Platin ile Kanser Tedavisi”*, *“Kolon Kanserinin Tedavisi, Beyin Tümörünü iksir ile Tedavi, Kansere Karşı Zerdeçalın Faydaları”*, *“Zerdeçal ile Lenfoma Tedavisi, Lenf Kanseri Tedavisi, Lenf Rahatsızlıklarına Yoğurt Otu”*, *“Nar Çekirdeği Yağı ile Kanser Tedavisi, Kansere Nar Çekirdeği Yağı, Kanser Tedavisi”*, *“Ormus İndigo Lösemi Tedavisi, Kan Kanserinin Tedavisi, Lösemi Hastalarının Raporları”* gibi alt başlıklar ile İbrahim Gökçek adlı şahsın yer aldığı ve firma ürünlerine ve bu ürünlerin kanser tedavisi üzerindeki faydalı etkilerine ilişkin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve bilimsel olarak ispata muhtaç bilgiler içeren çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Benzer şekilde, anılan internet sitesinde, “Bitkisel Tedavi”, “Genel Sağlık, Kalp ve Damar, KBB, Romatizma, Akciğer, Karaciğer, Mide, Böbrek Rahatsızlıkları, Eklem ve Kemik Rahatsızlıkları, Ruh Rahatsızlıkları, Göz Sağlığı, Çocuk Sağlığı”, “Cinsel Sağlık”, “Diyet ve Spor”, “Diyabet”, “Gebelik ve Bebek”, “Cilt Hastalıkları” ana başlıkları altında da firma ürünlerine ve bu ürünlerin hastalıkların tedavisi üzerindeki faydalı etkilerine ilişkin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve bilimsel olarak ispata muhtaç bilgiler içeren ve yine İbrahim Gökçek adlı şahsın yer aldığı çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Diğer taraftan, söz konusu reklam filmlerinin [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli video paylaşım sitesinde “Gokcekgida” kullanıcı adıyla <https://www.youtube.com/user/gokcekgida/featured> URL adresinde de yayınlandığı,

Özetle, Gökçek Gıda İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.’ne ait yukarıda anılan internet adreslerinde, firma tarafından üretilerek “Gökçek Şifa” markası altında satışı yapılan takviye edici gıda niteliğindeki ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda ve bilhassa İbrahim Gökçek adlı şahıs tarafından firma ürünlerinin tanıtımının gerçekleştirildiği reklam filmlerinin tümünde, 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 firma ürünleri ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan iddialar ve sağlık beyanlarının ispatına ilişkin olarak hiçbir bilimsel veri sunulmadığı, 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,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gökçek Gıda İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2016/402**

**Şikayet Edilen: TAB Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Burger King restoran zincirinin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda yer alan “En iyi hamburger” ifadesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016 - 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen ve internette Google arama motoru üzerinden “burger king” ifadeleri ile yapılan arama sonuçlarına ait görselde, [www.burgerking.com.tr](http://www.burgerking.com.tr) adresli olup Burger King markalı hamburgerlerin tanıtımı ve satışına yönelik resmi internet sitesine ait üst başlıkta, *“****En İyi Hamburger****/Fast Food/Online Sipariş/Burger King ®”* ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: TAB Gıda San. ve Tic. A.Ş.** unvanlı firma tarafından Burger King markalı restoran zincirinin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan “En iyi hamburger” ibareli reklam ve tanıtımların gerçeklikten uzak, tüketicileri yanıltıcı ve rakip firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıcı olduğu iddiasına ilişkin olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, inceleme konusu reklamda yer alan “En iyi” ifadesinin subjektif bir değerlendirmeye işaret ettiği ve bu şekilde üstünlük belirten subjektif nitelemelerin reklamın temel işlevine uygun değerlendirmeler olduğu ve nihai olarak söz konusu ifadenin objektif ve somut bir veri belirtmemesi nedeniyle yanıltıcı nitelikte olmadığı, diğer taraftan reklam mevzuatı kapsamında reklamlarda yer alan somut iddiaların ispatlanmasının zorunlu olduğu, bununla birlikte, subjektif ve kişiden kişiye değişebilecek üstünlük içeren iddiaların kullanılmasında, doğruluk ve dürüstlük ile haksız rekabet yaratmama kurallarına uygun olma koşulu ile herhangi sınırlayıcı bir hüküm bulunmadığı, bu nedenle inceleme konusu tanıtımda yer alan “En iyi hamburger” ifadesinin mevzuata aykırı olmadığı, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2016/4043**

**Şikayet Edilen: ASA Bilişim Danışmanlık Eğitim San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.askdukkani.com](http://www.askdukkani.com) adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünler ile takviye edici gıda niteliğindeki bazı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2016, 27.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.askdukkani.com](http://www.askdukkani.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 22.11.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“V-Pills Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül – Erkeklerin son yıllarda yaşadığı en büyük sorun olan sertleşme ve erken boşalmanın artık sonu geldi. V-Pills Gold Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül erkeklerin kabusu olan cinsel sorunları bir bir düzeltiyor. (…) V-Pills Gold Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül ereksiyon ve erken boşalma gibi problemlere de etki eden mucizevi bir üründür. Bu nedenledir ki kullanılmakta olan pek çok ülkede erkek kurtarıcı olarak anılmaktadır. V-Pills Gold Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül ile cinsel ilişkide her şey daha… büyük, fazla, arzulu, uzun! V-Pills Gold Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül sperm sayısının ve kalitesinin arttırılmasında faydalı olabilir. V-Pills Gold Penis Geliştirici Bitkisel Kapsül peniste eğriliği ve yamukluğu olan erkeklerin yardımına yetişti… Ero Kadınlara Özel Uyarıcı Krem – Ero Kadınlara Özel Uyarıcı Krem daha fazla zevk almanıza yardımcı olabilir. Genital bölgede heyecanlandırıcı ve uyarıcı etki sağlayabilir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği; diğer taraftan yine anılan internet sitesinin 27.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, *“Lady Orga Kadınlara Özel Genital Bölge Jeli – Probiyotik besi ortamı içerir. Yararlı bakterileri korur, çoğaltır, zararlı bakterileri baskılar. Koku oluşumunu önler. Hijyeni arttırır. Su bazlı ve yağsızdır, pH derecesi optimaldir. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Boya içermez…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Benzer şekilde, [www.askdukkani.com](http://www.askdukkani.com) adresli internet sitesinin 27.04.2017 tarihli görünümde yer alan reklam ve tanıtımlarda, muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtıcı üst başlıklarda; *Development Penis Bakım Kremi, Ero Delay Kremi Ero Delay Sprey, Ero Aktif Erkeklere Özel Destekleyici Bakım Spreyi, Ero XXS Kadınlara Özel Tigthening Krem, Hot Intimate Care Hydro Genital Nemlendirici Jel, Hot O-Stimulation Kadınlara Özel Jel, Hot V-Activ Kadın Orgazm Kremi, Vagifirming Genital Bakım Kremi, Viaxi Breast Enlargement Göğüs Besleyici Bakım Kremi, Viaxi Whiteaning Cream Renk Açıcı Cilt Bakım Kremi”* şeklinde ibarelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.askdukkani.com](http://www.askdukkani.com) adresli internet sitesinin 22.11.2016 ve 27.04.2017 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, gıda takviyesi niteliğindeki ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda muhtelif kozmetik ürünlere yönelik endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilimsel veri sunulamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” 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 inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve dış ambalajda yer alacak bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2016/4056**

**Şikayet Edilen: Agor Sağlık Ürün. Teks. ve İnternet Hiz. Erdoğan KARAHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.agorshop.com](http://www.agorshop.com) adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünler ile takviye edici gıda niteliğindeki bazı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.agorshop.com](http://www.agorshop.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 05.05.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, gıda takviyesi niteliğindeki bir ürüne yönelik olarak;*“****Golden Lovita Damla*** *– Türkiye'deki ilk ve tek bayanlar üzerinde istek arttırmaya yardımcı yasal damladır. Yapılan araştırmalara göre, Türkiye'de Kadınların yüzde 33'ü hayatlarının bir döneminde bu sorunu yaşamaktadır. Cinsel isteksizlik ya da soğukluk, yeterli cinsel uyarı olmasına rağmen bayanların cinsel arzu duymaması durumudur. Sigara, alkol, stres ve kötü beslenme kişilerin cinsel sağlığını olumsuz yönde etkilemekte ve bunun sonucunda da cinsel aktivitelerinde bozulmalara yol açabilmektedir. Golden Lovita damla'nın formülünde bulunan L-Arginine, insan fizyolosinde nitrik oksit üretiminde, damar düzenlenmesinde, kan dolaşımının artmasında, hormonların yapımında ve cinsel isteğin artmasında da yardımcı olur. Ayrıca Golden Lovita damla sadece cinsel isteksizlik için değil, belli zamanlarda performans kaybı yaşayan bayanlarında yardımcısıdır. Golden Lovita damla ilk kullanımında etkisini göstermektedir ve 1 aylık kullanımda ise cinsel soğukluğu ve isteksizliği ortadan kaldırmaya yardımcı bir takviyedir. Golden Lovita, tamamen bitkiseldir ve hiç bir yan etkisi yoktur. Bayanlar gönül rahatlığıyla kullanabilirler. Golden Lovita Faydaları: Cinsel isteği ve performansı arttırmaya, Karşı cinsi ilişkiye hazırlamaya, Şehveti ve seks gücünü arttırmaya, Cinsel cazibeyi arttırmaya, Cinsel birleşmede alınan hazzı arttırmaya, Kan dolaşımını arttırarak cinselliği ön plana çıkartmaya, Cinsel hormonların üretimini desteklemeye, Sinir sistemini düzenlemeye yardımcı olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Yine [www.agorshop.com](http://www.agorshop.com) adresli internet sitesinin 05.05.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, kozmetik sınıfında yer alan ürünlere ilişkin olarak; *“****Maxi Penis Krem 50 ml*** *– Maxi Penis Krem 50 ml penisteki kan dolaşımın hızlandırarak ereksiyon daha fazla cinsel güç sağlar. Ereksiyonu ve sertleşmeyi arttırır. Erken boşalmayı önler. 50 ml civarındadır…* ***Multi-Gyn Liquigel*** *– Multi-Gyn LiquiGel, Bakım Yapan Vajinal Kayganlaştırıcı. 1-Vajinal kuruluğu anında giderir ve doğal nemlenmeyi sağlar. 2-Vajinal dokunun durumunu optimize eder. 3-Tahrişi önler ve mükemmel bir kayganlaştırıcıdır. 4-Doğaldır, güvenlidir ve vajina florasını korur. 5- Koruyucu içermez…* ***Viaxi Renk Açıcı Krem*** *– Viaxi Whitenning Cream 50 ml Renk Açıcı Cilt Bakım Kremi. Viaxi Whitening Cream özellikle hassas cilt bölgelerinde (bikini, genital, kol altı, diz, dirsek gibi) renk değişimi sorunlarına yardımcı olmak için doğal bitki özlerinden oluşan bir formülle geliştirilmiştir. Düzenli kullanımda cilt rengini açmaya yardımcı olur. KULLANIM: Temiz cilt üzerine uygulanır. Viaxi Whitening Cream, sürelecek bölgeye dairesel hareketlerle masaj yapılarak kullanılır. Daha etkili sonuç almanız için düzenli olarak sabah akşam olmak üzere, en az 3-4 hafta kullanılması tavsiye edilir…* ***Eropharm Clitorix Active 40 ml*** *– Hanımlarımızın % 90'lara varan büyük bölümünün cinsel yaşamlarında hak ettikleri mutluluğu yaşayamadığını yazılı ve görsel basından üzülerek takip ediyoruz. Neticede; evliliklerin, beraberliklerin bitimine dek uzanan mutsuz bir süreç başlıyor ki bu da kişinin beden ve ruh yapısında ve sosyal yaşam içindeki aktivitelerinde olumsuz etkiler yapıyor. Agor Shop olarak, Avrupa devinin bir nevi tetikçi olan ürünüyle kadın orgazmına giden yolu açmak istiyoruz. Vaginal ve klitoral uyarıcı olan bu ürün kan deveranını arttırarak sıcaklık hissiyle seksüel canlanmanın hissedilmesine, seksüel arzunun yoğunlaşmasına, kadının hazırlanmasına ve neticede de kadın libidosunun serbest almasına sebep olur…* ***Kolossal Penis Bakım Krem 200 ml*** *– Kolossal Cream 200 ml. (Penis Geliştirici Bakım Losyonu). Kolossal Seks Kremi 8 çeşit farklı bitki özlerinden elde edilen hoş kokulu, pembe renkli uyarıcı bir losyondur. Penis geliştirici elementler ve afrodizyak maddelerden oluşan Kolossal, penis boy ve kalınlığının gelişimini sağlar. Özellikle mikro kan dolaşımını hızlandırarak venous dolaşımın döngüsüne yardımcı olur. Cinsel gücü artırmaya yardımcı olur. Erkekler tarafından en çok tercih edilen Kolossal, penis için özel bakım losyonudur…* ***Viaxi Vajina Kremi 50 ml*** *– 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 artırır ve sıkışmasına yardımcı olur. Sadece ihtiyaç duyulduğunda uygulanan jel sonunda ilk günkü gibi daha sıkı bir vajinaya sahip olduğunuzu hissetmenizi sağlar…* ***Lady Orga Jel*** *– Rahatlama ve ferahlık hissi uyandırır. Probiyotik besi ortamı içerir. Yararlı bakterileri korur, çoğaltır, zararlı bakterileri baskılar. Koku oluşumunu önler. Hijyeni arttırır. Su bazlı ve yağsızdır, pH derecesi optimaldir. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.agorshop.com](http://www.agorshop.com) adresli internet sitesinin 05.05.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, gıda takviyesi niteliğindeki “Golden Lovita Damla” adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda muhtelif kozmetik ürünlere yönelik endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilimsel veri sunulamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” 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 inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve dış ambalajda yer alacak bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- 5996 sayılı 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 Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Agor Sağlık Ürün. Teks. ve İnternet Hiz.** - **Erdoğan KARAHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2016/4058**

**Şikayet Edilen: MSM E-Ticaret** - **Muharrem KÖMEÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.pendikerotikshop.com](http://www.pendikerotikshop.com) adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünler ile takviye edici gıda niteliğindeki bazı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2016, 05.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.pendikerotikshop.com](http://www.pendikerotikshop.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, takviye edici gıda niteliğindeki bir ürüne yönelik olarak;*“****Max 48 Azdırıcı Kapsül*** *– Cinsel ilişkiden 30 dakika önce bol ılık suyla kullanılmalıdır. Yarım saat içerisinde ereksiyon gücünüzü maximum seviyeye çıkarır, erken boşalma sürenizi maximum uzatır. Daha güçlü ereksiyon yaşamanıza, seksüel arzunuzun ve performansınızın yükselmesine, ilişki sürenizin uzamasına yardımcı olarak daha mutlu ve sağlıklı bir cinsel hayat sürmeniz konusunda size destek sağlar…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı;

Yine [www.pendikerotikshop.com](http://www.pendikerotikshop.com) adresli internet sitesinin 05.05.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise, kozmetik sınıfında değerlendirilen ürünlere ilişkin olarak; *“****Viaxi Vajina Bakım Jeli*** *– Vajina bakım jeli. Kadınlarda özellikle doğum sonrası sarkmalar, hormonsal değişiklikler ve yaşa bağlı yaşlanma gibi durumlarda oluşan deformasyon sorunlarına yardımcı olmak için üretilmiştir. Vajina daraltıcı, vajina düzeltici, vajina sıkılaştırıcı…* ***Mega Penis Cream 75 ml*** *– Mega Penis Cream 75 ml, Bitkisel Penis Masaj ve Bakım Kremi. Ortadoğu ve Hindistan menşeli Fenugreek olarak bilinen bir Akdeniz bitkisinden elde edilen fazla yağlı olmayan içeriğiyle kelimenin tam anlamıyla cilt üzerinde erir. Penis için hoş kokulu uyarıcı bakım kremidir. Bitkisel, bitkisel penis büyütücü krem, büyütücü, penis, penis büyütücü bitkisel krem…* ***Penis Development Cream 100 ml*** *– Penis Development Cream 100 ml, Penis Bakım Kremi. Erkeklere özel, bitki özlerine dayalı ayrıcalıklı penis bakım kremi. Penis Dev. Cream güzel kokusu ve kolay kullanımıyla haricen kullanılır. Büyütücü, krem, penis, penis büyütücü jel, penis büyütücü krem…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.pendikerotikshop.com](http://www.pendikerotikshop.com) adresli internet sitesinin 23.11.2016 ve 05.05.2017 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, gıda takviyesi niteliğindeki “Max 48 Kapsül” adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda muhtelif kozmetik ürünlere yönelik endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilimsel veri sunulamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” 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 inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve dış ambalajda yer alacak bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MSM E-Ticaret** - **Muharrem KÖMEÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2017/761**

**Şikayet Edilen: S.S. Anzer Ballı Köyü 1 Nolu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anzerbali.com.tr](http://www.anzerbali.com.tr) adresli internet sitesinde **“Anzer Balı”**, **“Yerli Arı Sütü”**, **“Propolis”** ve **“Anzer Çayı”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [**www.anzerbali.com.tr**](http://www.anzerbali.com.tr) **adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda**; *“****Anzer Balı*** *- Bağışıklık sistemini düzenler, Ağrı ve sancıların giderir, Ameliyat yaralarını erken kapatır Ağız yaralarını iyileştirir, Akciğer hastalıklarını iyileştirir, Bademcik iltihabını yok eder, Bağırsak düzensizliklerini ve iltihabını giderir, Büyüme ve gelişmeyi son derece etkiler, Beyin hastalıklarının iyileştirir, Kanser hastalıklarında tedavi edicidir, Gözleri güçlendirir, Cilt bozukluğunu, lekelerini giderir, Cinsel gücü artırır, Damar sertliğini, damar tıkanıklığını yok eder, Dengesiz beslenme sorunlarını giderir, Düşünme yeteneğini arttırır, Gelişimi hızlandırır, Halsizliği giderir, Hazmı kolaylaştırır, Kasları güçlendirir, Kemikleri kuvvetlendirir, Kilo yapmaz, Hafızayı güçlendirir, İshali keser, İştah açar, Kabızlığı Giderir, Kalp damar hastalıklarını tedavi eder, Kalp çarpıntısını giderir, Kanı temizler, Kısırlığı giderir, Mide ülseri bağırsak hastalıklarında tedavi edicidir, Saç dökülmesini önler, Sarılık, hepatit B,C, hastalıklarında tedavi edicidir, Sporcularda enerji artırır, doping etkisi yapar, Metabolizmada bozulan dengeleri kurar, Nezle ve girip hastalığında tedavi edicidir, Öksürüğü, astım hastalığını tedavi eder, Sinir sistemini rahatlatır, Prostatı önler, Sedef hastalığını tedavi eder, Özellikle çabuk enerjiye dönüşen hazır bir gıda olması nedeniyle, yüzme, dağcılık, atletizm, basketbol, futbol, halter, bisiklet yarışı gibi sporlarla meşgul olan kimselere güç vermek ve yorgunluklarını hafifletmek içinde kullanılabilir. Anzer balı yaraların üzerine melhem olarakta sürülebilir…* ***Arı Sütü*** - *Bronşiyal Astım, Akciğer Hastalıkları Uykusuzluk, Mide Ülseri, Böbrek Hastalıkları, Kırıkların daha hızlı iyileştirilmesi, Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi, Saç, cilt ve tırnakların beslenmesi ve güçlendirilmesi, Sindirim sistemini sağlıklı tutmak Üreme ve boşaltım sistemini korumak, Ruhsal ve zihinsel (mental) dayanıklılığı artırmak, Düşük Tansiyon, Metabolizmayı canlandırmak, enerji vermek, Yorgunluk Soğuk algınlığı ve grip, Strese ve dış etkenlere karşı dayanıklılık, Bedensel ve zihinsel yorgunlukların giderilmesinde, Yaşlılıktan oluşan damar sertliği ve bitkinlik hallerinde, Hücre yenileyici özelliği ile cilt bakımında, Kadınların periyodik dönemlerinde bozulan kan dengesinin düzenlenmesinde, Saç dökülmelerinin önlenmesi ve saçlara canlılık kazandırılmasında, Cinsel faaliyetlerin desteklenmesinde…* ***Propolis*** - *Yaraların iyileşmesini 4 kata kadar hızlandırır. 100 kata kadar antibiyotik etki içerdiği tespit edilmiştir. Çok güçlü antioksidandır. Kronik bronşit ve bronşiyal astıma karşı etkin çözümdür. Diş eti iltihabı ve ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını giderir. Diş apselerine, çürüklere, ağız kokusuna karşı kullanılır. Diş beyazlatılmasına yardımcı olur. Sedef hastalığına iyi gelir. Deri enfeksiyonlarını giderir. Mantar ve zor öldürülen bakteri çeşitlerini engeller. Soğuk algınlığına iyi gelmektedir. Solunum enfeksiyonlarında; faranjit, kronik bronşit, nezle, burun iltihabı hastalıklarında etkin çözümdür. Şampuana katıldığında saç sağlığına ve kepeğe karşı faydalıdır. Sindirim sistemi rahatsızlıklarına iyi gelir.(Bağırsak Paraziti, ülser, mide iltihabı..vs) Kulak enfeksiyonlarına devadır.(İç kulak- dış kulak iltihapları, akut kulak rahatsızlıkları) Bağışıklık sistemi bozukluklarını düzeltir. İltihaplanmaların her türüne faydalarıdır.(Vajina-uterus, aseptik necrosis, iltihaplanmış yaralar, vs.) Tüberküloza denenmiş devadır. Ülserlilere super etkin devadır. Her gün bir kaç kez Propolis ekstarktı ile gargara yapıldığında, plak oluşumunu önler. Akut ve kronik kolite çözümdür…* ***Anzer Çayı*** - *Anzer Çayi Faydaları: Soğuk algınlığı, Gribal enfeksiyonlar, Bağırsak rahatsızlıklarını giderici, Bağırsak solucanı kurt düşürücü, Öksürük giderici, Bronşları açıcı…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anzerbali.com](http://www.anzerbali.com).tr adresli internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde, **“Anzer Balı”**, **“Yerli Arı Sütü”**, **“Propolis”** ve **“Anzer Çayı”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda / gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan ilgili kooperatif tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **S.S. Anzer Ballı Köyü 1 Nolu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2017/763**

**Şikayet Edilen: Torlak Arıcılık Tuğrulcan TORLAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anzerbalisatisi.net](http://www.anzerbalisatisi.net) internet sitesinde **“Torlak Arı Sütü”, “Torlak Komar Ilhamur Çifin Balı / Deli Bal”, “Torlak Propolis”, “Torlak Anzer Balı”, “Torlak Rize Kestane Balı”** ve **“Torlak Erzurum Çapans Çiçek Balı”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anzerbalisatisi.net](http://www.anzerbalisatisi.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 14.12.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“Torlak Arı Sütü – Arı sütü bir doğa harikası olarak aşağıdaki durumları önlemede veya**iyileştirmede yardımcı olmaktadır: Bronşiyal astım, Akciğer hastalıkları, Uykusuzluk, Mide**ülseri, Böbrek hastalıkları, Hafızayı güçlendirir, Kırıkların daha hızlı iyileştirilmesi, Bağışıklık**sisteminin güçlendirilmesi… Torlak Komar Ilhamur Çifin Balı/Deli Bal* – *1 çay kaşığı**aşılmamalıdır. Deli bal çok az tüketilmek şartıyla sinir bozukluklarına iyi gelir. Deli bal şeker**hastalıklarına da iyi gelmektedir. Mide ve bağırsak problemlerine de iyi gelir. Deli bal yüksek**tansiyon şikayeti olanlar için de faydalıdır… Torlak Propolis*– *Propolisin 100 kat antibiyotik**etkisi. Propolis son yıllarda kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda**binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. Propolis antiviral ve**antibakteriyeldir. Diş sağlığı, deri hastalıkları, sindirim sistemi sorunlarının çözülmesine**katkıları vardır. Pek çok zararlı bakteri ve mantar çeşidini engelleyici özelliktedir. Yaraların**iyileşmesini dört kata kadar hızlandırır. 100 kata kadar antibiyotik etki içerdiği tespit**edilmiştir. Çok güçlü antioksidandır. Diş eti iltihabı ve ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını**giderir. Sedef hastalığına iyi gelir. Deri enfeksiyonlarını giderir. Soğuk algınlığına iyi**gelmektedir. Solunum enfeksiyonlarında, faranjit, kronik bronşit, nezle, burun iltihabı**hastalıklarında etkin çözümdür… Torlak Anzer Balı*- *Anzer balının birçok faydası olmakla**birlikte kısaca aşağıda bahsedilmiştir: Ağrı ve sancıları giderir, Ameliyat yaralarını erken**kapatır, Damar sertliğini ve damar tıkanıklığını yok eder, Erken teşhiste kanser hastalıklarında**tedavi edicidir, Ağız yaralarını iyileştirir, Cilt bozukluğunu ve cilt lekelerini giderir, Cinsel**gücü arttırır, Akciğer hastalıklarını iyileştirir, Bademcik iltihabını yok eder… Torlak Rize* *Kestane Balı**– Bağışıklık sistemi, Diş ağrısı, Hazımsızlık, Grip, İdrar kesesi enfeksiyonları,**Kanser, Kalp hastalıkları… Torlak Erzurum Çapans Çiçek Balı**– Kanser, Kısırlık, Kalp**Hastalıkları, Kolesterol, Yaşlılık, Yorgunluk, Zayıflama…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anzerbalisatisi.](http://www.anzerbalisatisi.)net adresli internet sitesinin 14.12.2016 tarihli görünümünde, “Torlak Arı Sütü”, “Torlak Komar Ilhamur Çifin Balı / Deli Bal”, “Torlak Propolis”, “Torlak Anzer Balı”, “Torlak Rize Kestane Balı” ve “Torlak Erzurum Çapans Çiçek Balı”adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda / gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan firma tarafından söz konusu reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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 , 9, 13 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 **Torlak Arıcılık Tuğrulcan TORLAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2016/916**

**Şikayet Edilen: Emre Can ÇIKIŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cinselistekartirici.gen.tr](http://www.cinselistekartirici.gen.tr), [www.kamagraafrodizyak.com](http://www.kamagraafrodizyak.com) ve www.eczadansatis.net adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.201, 06.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cinselistekartirici.gen.tr](http://www.cinselistekartirici.gen.tr) adresli internet sitesinin 13.02.2017 tarihli görünümünde; **Cialis Demir Kutu** isimli ürüne yönelik olarak; *“Erkeklerin cinsel anlamda yaşadıkları en büyük problemler arasında elbette ki ereksiyon sorunları yer alır. Bazen ilerleyen yaşları dolayısı ile ve bazen de başka nedenlerden dolayı erken boşalma sorunu ortaya çıkabilir.* ***Cialis demir kutu*** *ile birlikte bu sorunlar ortadan kalkacaktır. Cialis Demir Kutu etkileri Erken boşalma sorunu bir erkek için cinsel anlamda yaşanılabilecek en büyük sorunlar arasında yer almaktadır. İçerdiği mucize etkiler ile Cialis demir kutu bu tarz yaşanacak olan sıkıntıları ortadan kaldırır. Mükemmel deneyimler yaşanmasını sağlar. Cinsellikte erkeğin çok daha yüksek bir performansa sahip olabilmesi ve de cinselliği haz dolu yaşayabilmesi adına Cialis geciktirici demir kutu içeriği hazırlanmıştır. Böylece cinsel deneyimler son derece haz dolu ve de mükemmel bir şekilde yaşanabilir. Bu partnerler için son derece önemlidir.”* **Amerikan Viagra** isimli ürüne yönelik olarak; *“Bayanlar erkeklerden daha uzun süre sonra orgazm olurlar. Bu nedenle de erkeğin uzun süre cinsel anlamda aktif olması gereklidir. Amerikan Viagra teneke kutu içeriği bu noktada oldukça özeldir ve de sıkıntı çıkarmaz. Diğer türlü erken boşalma yaşandığında bayan da orgazmı deneyimleyemez. Amerikan Viagra Tenek Kutu Etkileri Yaşanılan cinsel sıkıntıların en başında elbette ki ereksiyon sorunları gelmektedir. Erkekler bazen heyecandan ve bazen de başka nedenlerden dolayı cinsel isteksizlik yaşayabilirler. Bu sorunların ortadan kalkması için Amerikan Viagra teneke kutu içeriği hazırlanmıştır. Böylece cinsel birlikteliklerde bir sıkıntı yaşanmaz ve de cinsellik çok daha uzun süre devam edebilir. Hem erkeğin hem de bayanın cinsellikten daha fazla zevk alabilmesi adına erkeğin orgazm süresini düzenleyen Amerikan Viagra ereksiyon hapı teneke kutu son derece etkili bir üründür.”* **Scream Cream** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“****Scream cream*** *orgazm kremi**cinsel ilişki esnasında orgazm olmakta güçlük çeken bayanlar içi özel olarak üretilmiş ve bu**süreci daha kısa, daha rahat ve daha tatmin edici düzeye getirmek için yardımcı olan bir**üründür. Bayanların cinsel ilişki sırasında üst üste ve zorlamadan orgazm olmalarına destek**olur.* ***Scream cream etkileri*** *bayanların orgazm olmasını kolaylaştırır. Nitelikli ve tatmin edici**bir şekilde orgazm olmalarına yardımcı olur.”* **Viaxi Sensitive Gel** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“****Viaxi sensitive gel*** *bayan uyarıcı cinsel ilişki sırasında hem erkeğin hem de bayanın yaşanan beraberlikten aynı oranda zevk alması ve bunun yanında beraber orgazm olmasına yardımcı olan cinsel sağlık ürünü ile mutlu bir cinsel yaşama sahip olabilirsiniz. Bir cinsel aktivitenin kalitesini belirleyen en önemli özellik o ilişki anında kişilerin cinsel tatmine ulaşmış bir şekilde eylemi sonlandırabilmiş olmalıdır.* ***Viaxi sensitive gel bayan uyarıcı*** *sizlere bu kaliteli ve kusursuz cinsel ilişkiyi sunmaktadır.* ***Viaxi bayan uyarıcı jel*** *bayanların daha kısa sürede ve daha çabuk bir şekilde orgazma ulaşmalarına yardımcı olur. Aldıkları zevki de iki katına çıkartarak tatmin olmalarını sağlar. Üstelik bu jel sayesinde arka arkaya da rahatlıkla orgazm olabilirsiniz. Yaşayacağınız her cinsel ilişki deneyiminde sizi pembe bulutların üzerinde dolaştırabilecek etken maddeleri ile faydaları tartışılmaz olan* ***viaxi bayan uyarıcı jel*** *ayrıcalıklarını sizde keşfedin.”* şeklinde,

[www.kamagraafrodizyak.com](http://www.kamagraafrodizyak.com) adresli internet sitesinin 06.04.2017 tarihli görünümünde;**Orijinal Kamagra Jel** isimli ürüne yönelik olarak *“Seksüel hayatı şehvetli ve kaliteli yaşamak isteyen bireylerin kullanımını gerçekleştirdiği cinsel destek ürünlerinden biri kamagra jeller olmaktadır. Kadın ve erkeğin tereddüt etmeden kullanacağı kamagra jel ürünleri cinsel isteğin artmasını, ereksiyonun desteklenmesini ve cinsel performansın ön plana çıkarılmasında başarılı sonuçların alınmasını gerçekleştirmektedir. Cinselliğin yaşanması esnasında kişiler ister istemez bir takım sorunlar ile karşılaşmaktadır. Bu sorunlar çoğu zaman fark edilmediğinden dolayı kişi cinsel yaşantısında kimi zaman problemler yaşayabilmektedir.”* şeklinde,

[www.eczadansatis.net](http://www.eczadansatis.net) adresli internet sitesinin 06.04.2017 tarihli görünümünde;**Kamagra** isimli ürüne yönelik olarak; *“Kamagra Tablet Cinsel sorunlar küçük sorunlarmış gibi bilinse de bireyleri ilişkide eksi olarak etkilemektedir. Günlük yaşam içerisindeki koşturma iş yaşamındaki problemler ve birçok stresler bir araya gelerek cinsel yaşamı olumsuz olarak etkilemektedir. Bu nedenle cinsel sağlık sorunları fark edildiği an tedavi için harekete geçilmelidir. Son zamanlarda en yaygın olan cinsel isteksizlik sorunu olarak bilinmektedir. Bu sorununun çözümü adına özel geliştirilen kamagra tablet yüksek etkiye sahip bir cinsel sağlık ürünüdür. Kamagra Tablet Etkileri; Cinsel yaşamda erkeklerin diğer bir problemi olan ereksiyon olamama konusunda da yüksek etkiye sahip olarak üretilmiştir. Kullanım itibari ile etkisini gösteren kamagra tablet peniste uzun süreli sertlik meydana getirmektedir. Bu şekilde uzun süreli cinsel deneyimler yaşama imkanına sahip olacaksınız. Cinsel ilişki sürenizin uzaması ile sizde partnerinizde ilişkiden daha fazla zevk alarak mutlu ayrılacaksınız. Etiketleri; kamagra tablet, kamagra tablet kullanımı, kamagra tablet etkileri, kamagra tablet satış, kamagra tablet sipariş, kamagra tablet satan eczaneler, kamagra tablet eczanelerde, kamagra tablet fiyatı, kamagra tablet yorumlar, kamagra tablet blok”* **Titan Jel** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“Titan Jel Penis Büyütücü Sertleştirici Krem* ***Titan Jel Orijinal Penis Büyütücü Sertleştirici kullanım bilgisi ve ürün içeriği,*** *Son zamanlarda en büyük sorunlardan biri de özellikle de erkeklerin cinsel sorunları adına ilk olarak penisinin yeteri kadar büyük olmadığına inanmasıdır ve bu da artık* ***Titan Jel Orijinal Penis Büyütücü Sertleştirici*** *ile giderilebilmektedir. Bu son derece kaliteli büyük ürün sayesinde artık her erkek partneri ile birlikte gireceği bir ilişkiye son derece hızlı bir şeklide hazır olabilecek. Tek yapılması gereken bu sağlıklı ve işe yarayan ürünün bir ilişkiden önce penis bölgesin son derece dikkatli bir şeklide sürülmesi ve penin ne kadar hızlı bir şeklide istenilen geldiğini görmektir. Ki bu sayede de birçok çiftin küslükleri de son bulabilir. Öyle ki eğer bir çift kavga etmiş ise bunun en güzel çaresi bir cinsel ilişkidir. Bununla birlikte ayrıca bir başka sorun ise penisinin yeterince büyük olmamasıdır ve bunun için de bu* ***Titan Jel Orijinal Penis Büyütücü Sertleştirici*** *son derece kaliteli ve sağlıklı ürün ile böyle bir sorun içine girmiş her erkek artık bu sorununda kurtulabilecek. Ayrıca eğer bu büyük ürün düzenli bir şeklide kullanılır ise o zaman penisinin küçük olduğunu düşünen bir erkek 2 ya da 3 ay içerisinde penisinin büyüdüğünü son derece rahat bir şekilde görebilecek. Üstelik bu tür bir büyüme ise 4 ile 6 cm gibi bir büyümede olabilir. Bunu için de tek yapılması gereken bu kaliteli ve sağlıklı ürünü alıp kullanmaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitelerinde yukarıda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Cialis Demir Kutu, Amerikan Viagra, Orijinal Kamagra Jel** ve **Kamagra** isimli gıda takviyelerive benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu vetıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen, hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izleniminin oluşturulduğu; bununla birlikte, 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,

Ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen **Scream Cream, Viaxi Sensitive Gel** ve **Titan Jel** isimli kozmetik ürünler ve benzer birçok kozmetik üründe “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; 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 ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 12 nci maddeleri,

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

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 7/1 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 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 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 **Emre Can ÇIKIŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelli Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2016/3925**

**Şikayet Edilen: Serkan KARAGÖZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cinselsaglikhatti.net](http://www.cinselsaglikhatti.net) adresli internet sitesinin 04.04.2017 tarihli görünümünde;Jaguar Performans Hapı isimli ürüne yönelik olarak “*Jaguar Performans Hapı Jaguar performans hapı gingeng doğal karışımı ile uzak doğuda kaynaklı ve 12 saat etkili erkek performans hapıdır. Erkeklerde görülen sertleşme ve boşalma sorunlarını anlık etkisi ile tamamen ortadan kaldırır. Performans veya diğer adı ile ereksiyon hapı içildikten 20 dk sonra etkisini gösterir. Performans hapının etkileri 12 saat boyunca devam eder. Performans hapı etkileri başladıktan sonra penis sürekli olarak ereksiyona hazır halde kalır.  Ereksiyon hapı beynin östrojen hormunu salgılaması ile penisin İlişkiye hazır hale gelmesini sağlar. Jaguar performans hapının tedavi edici özelliği mevcut değildir anlık etki gösteren bir üründür. Çiflerin zaman zaman yaşadığı cinsel soğukluk durumlarını yani günlük stresten kaynaklanan cinsel iktidarsızlık durumunu, sorun ve durumlardan kaynaklanan iktidarsızlık veya sertleşme yani ereksiyon problemlerinin tamamını çözmeye yardımcı olur. Performans Hapı Nasıl Kullanılır Performans hapı tok karnına ilişkiden 30 dakika önce bol su ile içilmelidir. Etkileri başladıktan sonra terleme, tende kızarma ve yüksek kan akışı görülmektedir. Vücudun östrojen hormonu salgılaması ile etkileri ortaya çıkar. Penis ve testisler üzerinde etkili olan performans hapı penise kan pompalanmasını ve testislerin sürekli olarak sperm üretmesini sağlar. Günlük 1 dozdan fazla kullanılmaması önerilir. Ortalama olarak 12 saat içerisinde 6 defa ilişkiye girmenizi sağlar. Bu durum bünyeye göre farklılık göstermektedir. Jaguar ereksiyon hapı hiçbir kimyasal içermez. Tamamen doğal içeriği ile herhangi bir şekilde bağımlılık veya yan etki yapmaz. Kalp hastası olanlar, kalpten operasyon geçirmiş kişiler ve kronik hastalığı olanlar (tansiyon, şeker vb.) yarım doz olarak kullanmalıdır. Paket içerisinde 6 adet bulunur ve günlük kullanıma uygundur. Estrogenolit Performans Hapı* isimli ürüne yönelik olarak; “*Estrogenolit performans hapı uzun çalışmalar sonucu ortaya çıkmış bir üründür. Etkileri oldukça yüksek olan cinsel performans hapı anlık etki sağlar. Bol su ile ilişkiden 30 dakika önce kullanılan cinsel performans hapının etkisi 12 saat sürer. Bu süre sonucunda idrar yolu ile tamamen vücuttan atılır. Erkekler için üretilmiş Estrogenolit cinsel performans hapı kutu içerisinde 10 adet bulunur. Günde 1 adetten fazla kullanılmaması önerilir. Kutu fiyatı 99TL dir. Kapıda ödeme seçeneği sipariş verebilirsiniz. Estrogenolit performans hapı kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı üretilmektedir. İçildikten sonra 12 saat etki gösteren Estrogenolit cinsel performans hapı bir gecede birden fazla ilişkiye girmenizi olanak sağlar. Vücudun östrojen üretimi ile penise kan pompalanmasını sağlayarak sürekli olarak sizi ayakta tutar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, 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 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 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 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 **Serkan KARAGÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2016/959**

**Şikayet Edilen:** **Mustafa GÜNSELİ**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.tuketiciyorumlariniz.com adresli internet sitesinde yer alan "Solea”, “Rx1” ve “Maurers" adlı ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.tuketiciyorumlariniz.com adresli internet sitesinin 24.01.2017 tarihli görünümünde,

*“Rx-1, Bitkisel içeriği ile güçlü ve güvenli bir kilo kontrolü sağlar. Açlık hissini bastırır. Kan şekerini düzenler. Yağ kaybını hızlandırır. Yardımcı olur ve antioksidan etki göstererek serbest radikallerin yağların oluşumunu engeller. Hiçbir yan etkisi görülmemiştir. Bitkisel formülü ile dilediğiniz kiloya zahmetsizce ulaşabilirsiniz. Sindirim sisteminizi ve doğal dengesine hiçbir zarar vermeden, diyet yapmanıza gerek kalmadan kilo vermenizi sağlar..!*

*Solea’nın içeriğindeki turunç çiçeği ekstresi sayesinde vücudun doğal olarak toksinlerden arındırılmasına ve kilo verilmesine yardımcı olan; aynı zamanda formülasyonundaki antioksidanlarla serbest radikallerin oluşmasını engelleyen bir bitkisel üründür. Formülasyondaki Gotu Kola özellikle bacaklardaki kan akımını artırır. Bu sayede varis, selülit gibi sorunlara karşı da koruyucudur. İçeriğindeki enginar ise; ödem sökücü etkisi ile vücuttaki ödemi yok eder ve karaciğeri korur. Solea’nın aktif maddesi olan Citrus, Aurantium, Sevilla portakalı olarak bilinen meyvenin çiçeklerinden elde edilen doğal bir üründür. En büyük özelliği hızlı bir şekilde kilo verirken vücutta enerji düşüşüne sebep olmaz, aksine eşsiz formülasyonuyla enerji artışına neden olmasıdır.*

*Termojenik yag yakıcı özelligi bulunan Maurers oturduğunuz yerden kilo vermenize ve metabolizma – sindirim sistemi sorunlarını düzenlemeye yardımcı olmak için en iyi bitkiler ile hazırlanmış kilo vermenizi sağlamaya yardımcı mucize bir üründür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.tuketiciyorumlariniz.com adresli internet sitesinde “Solea”, “Rx1” ve “Maurers” adlı ürünlere 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,

- 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, 26/1 maddeleri,

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2016/1218**

**Şikayet Edilen:** **Emel YILMAZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.nasilgecerbitkisel.com adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde, *“Maurers tamamen doğal ve bitkisel gıda takviyesidir. İştahınızı keserek metabolizmayı hızlanmasına, Yağlarınızı hızla yakarak göbek basen ve hareketsiz bölgelerden çok kolay kilo vermenize, Termojenik etkisi sayesinde, oturduğunuz yerde terleten, spor yapar gibi kalori yakmanızı sağlamaya, Maurers Kalorileri ciddi oranda absorbe ederek kiloya dönüşmesini engellemeye, Yakılan yağları direk enerjiye dönüştürerek kilo verme esnasında zayıf ve güçsüz düşmemenize, Ayrıca içeriğinde bulunan C vitamini ile vücudun ihtiyaç duyduğu direnci sağlamaya yardımcı olur.”* şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.nasilgecerbitkisel.com adlı sitede “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,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme 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 7, 9 ve 13 üncü maddeleri,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2016/1294**

**Şikayet Edilen:** **Kayzer İnternet Hizmetleri Reklamcılık Ve Paz.-Kamil KÖSE**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.ruyamerkeziniz.com](http://www.ruyamerkeziniz.com) adresli internet sitesinde yer alan “Form Bitkisel Zayıflama Tableti” ve “Meksika Biber Hapı” adlı ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ruyamerkeziniz.com](http://www.ruyamerkeziniz.com) adresli internet sitesinin 19.12.2016 tarihli görünümünde,

*“Form Bitkisel Zayıflama Tableti 67 Form Bitkisel Zayıflama”* başlığı altında *“Her yaşta ve kiloda kişi kullanabilir. Form Bitkisel Zayıflama Tableti, Dr. Ömer Coşkun tarafından geliştirilmiştir.”;*

*“Kullanıcı yorumları- Meksika Biber Hapı”* başlığı altında *“Şu bir gerçek bu hapı ilk kullandığınızda zayıflayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ruyamerkeziniz.com](http://www.ruyamerkeziniz.com) adresli internet sitesinde “Form Bitkisel Zayıflama Tableti” ve “Meksika Biber Hapı” adlı ürünlere 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,

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu,

Buna göre, reklam veren **Kayzer İnternet Hizmetleri Reklamcılık Ve Paz.-Kamil KÖSE** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2016/1868**

**Şikayet Edilen:** **S.C.C. Grup Tekstil Bilişim Hizmetleri Bitkisel Ürünler İnşaat Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://iremnaturel.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan “İrem Tea” ve “Form Bella Bitkisel Kapsül” adlı ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://iremnaturel.com.tr> adresli internet sitesinin 22.03.2017 tarihli görünümünde,

*“Metabolizmanın da hızlanmasına destek sağlayarak sindirim sisteminin düzene girmesi için vücudu hazırlar. Bölgesel incelmelerde kullanıcılarından tam not alan Formbella Bitkisel Kapsül’ün içeriğindekiler; 1. Acı Su Kabağı Eksractı. İdrar söktürücüdür. Ödem atmaya yardımcıdır. Kabızlığa iyi gelir. Kan şekeri düzenleyici özelliğe sahiptir. 2. Lotus yaprağı Eksractı. Sindirim sistemini düzenleyici özelliği vardır. Ödem atmaya yardımcıdır. Kabızlığa iyi gelir. Kan şekeri düzenleyici özelliğe sahiptir. İdrar söktürücüdür. 3. Gojiberry Eksractı.*

*Kolesterolü düşürür. Güçlü bir antioksidandır. Yağ yakıcı özelliğe sahiptir. Uyku düzenini sağlar. 4. Alıç Eksractı. Kan dolaşımını düzenler. 5. Çin tarçını. Sindirim sistemini düzene sokar. İdrar yolunu temizler ve idrar söktürücü özelliğe sahiptir. Hazmı kolaylaştırır. 6. Geven otu Eksractı. Midenin rahatlamasına yardımcı olur. Sindirim sistemini düzenler. Şişkinlik yaşamanızı önler 7. Arpa Eksractı. Bağırsakların düzenli çalışmasına yardımcı olur.*

*10. Yeşil Çay Eksractı. Güçlü bir antioksidandır. Kansere karşı koruma sağlar. Kötü kolesterolü düşürür. Kalp sağlığına iyi gelir. Kan basıncını düşürür. Diş çürüklerini önler.*

*Diş eti hastalıklarına karşı koruma sağlar. Metabolizmayı hızlandırır. Kilo vermeye yardımcı olur. Bağışıklık sistemini güçlendirir.*

*İREMTEA*

*İçeriğindeki özel bitkiler tüketimden hemen sonra metabolizmaya hitap ederek vücudun forma girmesi için gerekli uyarıları sağlar. Sabah ve akşam olmak üzere günde 2 kez kullanılan iremtea metabolizmayı hızlandırırken tokluk hissi yaşamanızı sağlayacaktır. Forma girmenize ve formda kalmanıza destek olacaktır. İremtea içeriği;*

*1. Bamya çiçeği*

*İdrar yollarında görülen enfeksiyonları ortadan kaldırır sindirim sistemini düzene sokar. Kan şekerini düzenler. İnsülin direncini düzenler.*

*2. yeşil çay*

*Güçlü bir antioksidandır. Kansere karşı koruma sağlar. Kötü kolesterolü düşürür. Kalp sağlığına iyi gelir. Kan basıncını düşürür. Diş çürüklerini önler.*

*4. tarçın*

 *Sindirim sistemini düzene sokar. İdrar yolunu temizler ve idrar söktürücü özelliğe sahiptir. Hazmı kolaylaştırır.*

*5. meyan kökü*

*Kilo vermeye destek sağlar.*

*6. limon kabuğu.*

*Sindirim sistemine yardımcı olur. Mide kramplarını hafifletir. Gaz nedeniyle oluşan şişliğe iyi gelir. İdrar söktürücü olarak kullanılabilir. Karaciğeri temizler. Bağışıklık sistemini güçlendirir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://iremnaturel.com.tr adresli internet sitesinde “İrem Tea” ve “Form Bella Bitkisel Kapsül” adlı ürünlere 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,

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu,

Buna göre, reklam veren **S.C.C. Grup Tekstil Bilişim Hizmetleri Bitkisel Ürünler İnşaat Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2016/4141**

**Şikayet Edilen:** **Ece Fitoterapi Sağlık Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikayetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketiciyi yanıltıcı ve ilgili mevzuat hükümlerine aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.ilacsizyasam.com adresli internet sitesinin 03.03.2017 tarihli görünümünde genel olarak “Doktor Ümit AKTAŞ” markalı muhtelif takviye edici gıdaların görsellerine ve fiyatlarına yer verilmekle birlikte, sitenin ana sayfasının alt kısmında *“Orijinal Formüller”, “Doktor Onaylı Kapsüller” “%100 Doğal Ürünler”* gibi ifadeler ile *“T.C Gıda ve Tarım Bakanlığı Onaylı”* ifadesine yer verildiği; ayrıca, “İlaçsız Yaşam Hakkında” başlıklı link altında insanlık için ilaçsız bir yaşamın mümkün olduğu, bir başka ifadeyle ilaçlara ihtiyaç olmadığı yönünde açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ilacsizyasam.com adresli internet sitesinin 03.03.2017 tarihli görünümünde genel olarak “Doktor Ümit AKTAŞ” markalı muhtelif takviye edici gıdaların görsellerine ve fiyatlarına yer verilmekle birlikte, sitenin ana sayfasının alt kısmında yer verilen *“Orijinal Formüller”, “Doktor Onaylı Kapsüller” “%100 Doğal Ürünler”* gibi ispata muhtaç ifadelere yer verilerek tüketiciler nezdinde kavram kargaşasına yol açıldığı, ayrıca anılan sitede tanıtımı ve satışı yapılan ürünlerin benzer ürünlerden daha üstün olduğu algısının oluşturulduğu, özellikle *“Doktor Onaylı Kapsüller”* ifadesinin muğlak ve yanıltıcı olduğu, zira resmiyette böyle bir onay sisteminin olmadığı gibi, bu tür ürünlerin tanıtım ve reklamlarında sağlık profesyonellerinin tavsiyesine atıfta bulunmamın ilgili mevzuat hükümlerine göre yasak olduğu;

Diğer taraftan anılan sitenin en alt kısmında yer verilen Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın logosuyla birlikte *“T.C Gıda ve Tarım Bakanlığı Onaylı”* ifadesine yer verilerek sanki söz konusu ürünün etkinliği ile ilgili olarak anılan Bakanlıkça test ve araştırma yapıldığı ve onaylandığı gibi bir izlenim yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, oysa Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan alınmış ya da alınacak ruhsat/izin/belgeler doğru olsa bile bu tür belgelerin yalnızca üretim ya da ithal izni işlemlerine yönelik olup, söz konusu ürünlerin, bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediğinin bilinmesi gerektiği;

Ayrıca, “İlaçsız Yaşam Hakkında” başlıklı link atlında insanlık için ilaçsız bir yaşamın mümkün olduğu, bir başka ifadeyle ilaçlara ihtiyaç olmadığı yönünde açıklamalara yer verildiği, oysa günümüzde insanları tehdit eden bir çok hastalığın ancak ilaçların da dahil edildiği kişiye özel tedavi yöntemleri ile tedavi edilebildiği gerçeği göz önüne alındığında, söz konusu açıklamaların bilimsel yaklaşımdan uzak ve yanıltıcı açıklamalar olduğu,

Dolayısıyla tüm bu açıklamalar ışığında söz konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü 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 15/1-c 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, 9/4, 9/5, 16/3, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ece Fitoterapi Sağlık Ürünleri 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.

**56)**

**Dosya No: 2017/292**

**Şikayet Edilen: Gurme İçecek Yiyecek Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://chado.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://chado.com.tr adresli internet sitesinin 22.12.2016 tarihli görünümünde*; “Kavunlu Beyaz Çay: Beyaz Çay, kolon, prostat, mide kanseri gibi birçok farklı kanser çeşidine karşı koruyuculuğa sahip. Yüksek tansiyonu düşürmeye yardımcı ve damarların gelişimine destek oluyor. Ayrıca beyaz çay felç tahribatına karşı koruyucu etkiye sahip… Milk Oolong Çayı: başta kalp hastalıklarından korunmak, kan şekeri seviyesini korumak, cilt sağlığı olmak üzere çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde kullanılmaktadır… Champagne Formosa Oolong: Alerjik bünyelere olan faydalarından kolestrol düşürmeye ve zayıflamaya kadar birçok yararı da birlikte sunar… TK 1962 Detox Çayı: Sağlıklı beslenme ve diyet uzmanı Taylan Kümeli tarafından hazırlanan, yüksek miktarda demir içeren ve vücuttan fazla suyun atılmasına yardımcı olan ısırgan otunun, barındırdığı bir çok farklı vitaminle toksin arttırıcı özelliği bulunan kiraz sapı ile buluştuğu bu çayda ödem söktürücü özelliği olan maydanoz metabolizma hızlandırıcı özelliğiyle mate, hazımsızlık giderici özelliğiyle yeşilçay ve portakal çiçeği ektresiyle kuvvetlenip, güçlü bir detox imkanı sunuyor. Roobios Vanilla Poşet Çay: Anne sütünü arttırmaya yardımcı olduğu bilinen Rooibos Çayıı, be sebeple doğum sonrası dönemde özellikle tavsiye edilmektedir… Rooibos bitkisi, özellikle alerjik bünyeler için oldukça faydalıdır ve yüksek antioksidan etkisiyle hücreleri yeniler, bağışıklık sistemini güçlendirir. Yüksek mineral içeriğiyle özellikle sıcak günlerde vücutta canlılık kazandırır. Golden Pu-Erh Cakes: Çay keyfinin yanında kolestrol düşürmekten antimikrobiyal etkisine kadar vücuda sayısız faydası olan Golden Pu-er’i bazı çinlilerin ilaç niyetine tükettikleri bilinir…”* şeklinde ifadelere yer verilmiştir.

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

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

5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme 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, 15 ve 17/3 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, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**57)**

**Dosya No: 2017/293**

**Şikayet Edilen: Yasin KELEŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.koylubazaari.com adresli internet sitesinin 23.12.2016 tarihli görünümünde*; “Kara Üzüm ve Kara Dut Pastili: Kara üzüm: Kansızlığa iyi gelir, demir eksikliğini giderir, zihin açar, çocuklarda fiziksel gelişimi hızlandırır, iyi bir koruyucudur, kış hastalıkları ve kansere karşı koruyucudur. Anne sütünü arttırır, anne sütüne nüfuz ederek bebek gelişimine katkıda bulunur. Karadut: Ağız içi yaralar başta olmak üzere sindirim yolu yaralarına doğal çaredir. Kantaron Yağının Faydaları: Damar büzücü etkisiyle kanamayı durdurucu özelliği vardır. Bebeklerde pişik üzerinde iyileştirici etkisi vardır. Bel, sırt ve romatizma ağrılarında ağrı kesici etkisi vardır, kan şekeri yüksekliğinde ağızdan kullanımlarda, kan şekerini düşürülmesini sağlar. Organik Portakallı Keçi Boynuzu Özü: Çocukların zihinsel gelişimini arttırır, tansiyon problemine faydalıdır, hem ishal olanların hem de kabızlık çekenlerin yardımcısıdır. Düzenli tükettiğiniz takdirde solunum yollarını rahatlatır ve nefes darlığına iyi gelir. Keçiboynuzu özü cinsel gücü artırır. Kırılmış Keçiboynuzu Meyvesi: Ağrı kesici, astıma karşı, bakteri yok edici, bronşite karşı, kansere karşı, karaciğeri toksinden arındırıcı, bağışıklık sitemini güçlendirici, mikroplara karşı, antiseptik, kansere karşı koruyucu, ishale ve kabızlığa karşı, bronş genişletici, çocuk felcine karşı…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme 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, 15 ve 17/3 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, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2016/1424**

**Şikayet Edilen: Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.megamaxturkiye.com](http://www.megamaxturkiye.com), [www.instagram.com/ megamaxturkiye](http://www.instagram.com/%20megamaxturkiye), [www.twitter.com/megamaxturkiye](http://www.twitter.com/megamaxturkiye) ve [www.doktornatural.com](http://www.doktornatural.com) adresli internet sitelerinin 16.01.2017 tarihli görünümlerinde yer alan gıda takviyesi ve kozmetik ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.megamaxturkiye.com](http://www.megamaxturkiye.com) adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; *“Sağlıklı Beslenmek İçin. Megamax, bugüne kadar üretilen besin desteği ürünlerinden en büyük farkı içeriğinde toplam 12 doğal bitki ve özü kullanılmaktadır. Üstelik bu bitki ve özleri birçok botanik uzmanları tarafından besin desteği konusunda en etkili olanlarını seçmişlerdir. Doğanın bilinen en güçlü bitkileri bir araya getirilmiştir. Megamax Besin Desteği düzenli ve sağlıklı bir şekilde beslenmenizi sağlar. Megamax bu 12 besinden hepsini içinde bulundurduğu için birçok karbonhidrat ve protein alınmasında fayda sağlıyor. İçindeki bitkilerden dolayı vücut için gerekli olan tüm besinleri içinde bulunduruyor. (…)Siz de sağlıklı ve orantılı bir şekilde düzenli beslenmek istiyorsanız sitemizi ziyaret ederek siparişinizi verebilirsiniz. Mutlu ve sağlıklı günler için megamaxturkiye.com’u tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz.”,*

[www.instagram.com/megamaxturkiye](http://www.instagram.com/megamaxturkiye) adresli internet sayfasının 16.01.2017 tarihli görünümünde; *“(…)İlacınız sayesinde acayip yemek yiyorum iştahım aşırı derecede açıldı anlatamam size çok teşekkür ederim bir kutum bitmek üzere (…) Gerçekten çok teşekkür ederim size tam 5 kilo aldım. 2. Kutuya başladım hedef 60 inşallah sizin sayenizde o da olacak (…) Megamaxı 28 gündür kullanıyorum ve 4 kilo aldım size nasıl teşekkür edeceğimi bilmiyorum. (…)Merhaba. Sizin yüzünüzden yemek yemekten sıkıldım. Yerken acıkıyorum ben bu kadarını tahmin etmemiştim.”,*

[www.twitter.com/megamaxturkiye](http://www.twitter.com/megamaxturkiye) adresli internet sayfasının 16.01.2017 tarihli görünümünde; *“Ömrünüz boyunca zayıftınız! Ama şimdi mükemmel bir vücut için hazır olun! Megamax artık Türkiye’de! Kilo alma sorunu mu yaşıyorsun? Kilo alamayanlara ve sporculara özel bitkisel gıda takviyesi. (…)”,*

[www.doktornatural.com](http://www.doktornatural.com) adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde; *“Peloid Pelomin; (…) Hücreleri yenilemeye yardımcı olur. Yüzde yüz doğal bir ürün olan Peloid Pelomin güzellik ve bakım ürünü olmasının yanı sıra, tedavi edici özellik de taşıyor. (…) Uzman dermatologların tavsiyesi. Vücudun ihtiyacı olan mineralleri cilt bakımı ve güzelliğinde kullanan, öte yandan doğal olmayan hiçbir madde içermeyen Peloid Pelomin, genç ve natürel bir cilt görünümü isteyenlere doğal çözümler sunmanın yanı sıra, cilt tedavisinde destek olarak önerilen önemli bir üründür.(…)* *Star White Krem;* *Cildinizi doğal bir şekilde beyazlatan ve renk değişikliklerini hassas biçimde dengeleyen maddeler içerir. Güzelliğinize güzellik katar ve renk değişikliklerini neden olduğu rengi açar. Bu cilt beyazlatma formülünü, her koyu pigmentasyon üzerinde kullanın ve örneğin, anal ve diğer özel bölgelerinizin görünümünü güzelleştirin.(…) Starwhite Hassas Bölgeler için Renk Açıcı Krem Cildin rengini açan ve renk dengesizliğini düzenleyen formül vajinal, genital, anal bölgelerde ve koltukaltında oluşan renk dengesizliğini ve kararmayı ortadan kaldırarak güzel bir görünüm sağlar.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.megamaxturkiye.com](http://www.megamaxturkiye.com), [www.instagram.com/ megamaxturkiye](http://www.instagram.com/%20megamaxturkiye), [www.twitter.com/megamaxturkiye](http://www.twitter.com/megamaxturkiye) adresli internet sitelerinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

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

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

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

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu 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, 9/5, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama 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.

**59)**

**Dosya No: 2016/2727**

**Şikayet Edilen: Mukaddes GÜZELLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.elitecza.com](http://www.elitecza.com) adresli internet sitesi ve muhtelif mecralarda yer alan gıda takviyesi ve kozmetik ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.elitecza.com](http://www.elitecza.com) adresli internet sitesinin 21.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“İnceltici Ürünler”* başlığı altında; *“Lipo Magnet Yemek yerken formda kalın! Bitkisel içeriğe sahip suda çözünebilen ve kullanımı kolay efervesan tablet ile kilonuz kontrol altında! (…) Amerika’dan sonra Türkiye’de Mucize formül (…)”*,

[www.instagram.com/elitecza](http://www.instagram.com/elitecza) adresli internet sayfasının 21.02.2017 tarihli görünümünde; *“Kısmetse Olur sunucusu Seda Akgül’ün mucize değişimi (…) Yemek yiyerek zayıflayın (…)Amerika’dan sonra Türkiye’de, Türkiye’nin zayıflama formülü”* ,

<https://www.youtube.com/watch?v=qTN827quBs> adresli internet sayfasının 21.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Lipo Magnet ürününü Seda Akgül önermektedir”* başlıklı videoda; *“- Öncelikle dikkatli ve az beslendim, 2 öğün yedim. İkincisi, çok fazla çalıştığım için, çok fazla ayakta durmam ve enerji gerektiği için de destek aldım. Kendime uygununu seçtim. Bu bir vitamin destekli, zayıflamaya da yardımcı, tok tutmaya da yardımcı bir, benim hani keşfettiğim ve bendeki bazı mineralleri de takviye eden ürün. (…) Kısa sürede vermeme de ve yıpranmadan, hiç deformasyona uğramadan, ne bileyim vücudumda, yüzümde bir sarkma, çatlama, bir performans düşüklüğü yaşamadan (…) yapabilmemin nedenlerinden biri de tabi ki de aldığım bu destek – Ama o kadar sağlıklı ve güzel bir süreç gerçekleşti ki (…) kullanmaya başlayan insanlar da kendilerindeki farklılığı sizinle paylaşmışlar. Yani geri dönüşü de hızlı olan bir ürün olmuş açıkçası. – Evet, yani hem tok tutuyor hem ayakta tutuyor (…)”*,

Muhtelif internet sitelerinde *“Lipo Magnet”* adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan Google reklamlarında; *“Seda Akgül öneriyor! Sağlıklı ve kolay zayıflama yöntemi. ElitEcza Sağlıkta güvenin adresi”*,

<https://www.youtube.com/watch?v=YTljCt8qRU8> adresli internet sayfasının 21.02.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Fiber Shake”* başlıklı videoda; *“Glucomannan midenizde şişerek açlık hissinizi önler. L-Carnitin sayesinde yağları yaktırır, enerji verir. Gün boyu dinç tutar. Vücudunuzdan ödem atımını kolaylaştırır. Fiber Shake Toz ile tok kalın. Hızlıca kilo verin. Midenize doğal kelepçeyi Fiber Shake ile uygulayın, hem tok kalın hem de yağlarınızı yakın. (…) 30 gün sonunda mideniz küçülmeye başlar. (…) Fiber Shake midenizi doldurarak açlık hissinizi azaltıyor. Gün boyu yiyecek tüketmeden zayıflamanıza yardım ediyor. (…) Ortalama 4-7 kilo vermenizi sağlar.”*,

[www.elitecza.com](http://www.elitecza.com) adresli internet sitesinin 21.02.2017 tarihli görünümünde; *“Zigavus One Minute Yaşlanma Karşıtı Sıkılaştırıcı Krem; (…) Cildin diriliğini ve dolgunluğunu kalıcı olarak desteklemek için Tip I nem sentezini uyarır. Pepha®Tight, cilt yüzeyinin sıkılaşmasına, parlaklaşmasına ve kırışıklıkların düzelmesine yardımcı olur. İçerdiği Ubiquinone ve bitki özleri, göz altında meydana gelen kırışıklık, torbalanma ve şişkinlikleri yumuşatır, pürüzsüz ve lekesiz bir görünüm kazandırır. (…) Guarana Bayanlara Özel İnceltici Krem; Guarana Bayanlara Özel sıkılaştırıcı krem. İncelmenin ve ince kalmanın en doğal yolu (…) Ero Marathon Uzun Etkili Krem; Dayanıklı, erotik ve doyum sağlayan aşk oyunları için. (…) Yohimbinum Krem; özel anların süresini uzatmak isteyen erkekler için krem formunda üretilmiş bir üründür.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- 5996 sayılı 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 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 15 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu 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, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**60)**

**Dosya No: 2016/2747**

**Şikayet Edilen: Mert BAYDAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinin 25.01.2017 tarihli görünümünde *“Ege Aktar Baharat”* kullanıcı adı ile satışa sunulan “Lipo Magnet” adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://urun.n11.com/baharat/lipomagnettablet10daysorjinalklinikonayliP102555678> adresli internet sayfasının 25.01.2017 tarihli görünümünde *“Ege Aktar Baharat”* kullanıcı adı ile satışa sunulan “Lipo Magnet”adlı ürüne yönelik olarak; *“Lipomagnet Tablet 10 Days Orjinal Klinik Onaylı (…) Seda Akgül Lipomagnet Öneriyor! (…) Kısmetse Olur Sunucusu Seda Akgül’ün İnanılmaz Değişimi! 2 Ayda 25 Kilo. Siz De Yapabilirsiniz!”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1, 42/2ve 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 Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9 13 ve 15 inci 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, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**61)**

**Dosya No: 2017/199**

**Şikayet Edilen: Özkan Mehmet BİLİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinin 09.03.2017 tarihli görünümünde *“ozkanmehmetbilik”* kullanıcı adı ile satışa sunulan “Mamsel Still Tee” adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [http://urun.n11.com/sutarttiricilar/mamselstillteeannesutuarttirici200grcayP938680 45](http://urun.n11.com/sutarttiricilar/mamselstillteeannesutuarttirici200grcayP938680%2045) ve <http://urun.n11.com/sutarttiricilar/mamselstillteeannesutuarttirici200grcayP93867475> adresli internet sayfalarının 09.03.2017 tarihli görünümünde; *“Anne Sütü Arttırıcı Çay”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- 5996 sayılı 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 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 Yönetmeliğinin 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 Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2017/214**

**Şikayet Edilen: Jvr Frambbo İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinin 31.01.2017 ve 04.05.2017 tarihli görünümlerinde *“OrangeBerry”* kullanıcı adı ile satışa sunulan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2017, 04.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**:<http://urun.n11.com/sutarttiricilar/galactagoannesutuarttiricibitkiseldamla50mlP97584119> adresli internet sayfasının 31.01.2017 tarihli görünümünde; *“Galactago Anne Sütü Arttırıcı Bitkisel Damla Galactago damla ile sütü yetersiz olan annelerin emzirme dönemi boyunca salgıladıkları süt miktarını ve kalitesini arttırır. Ayrıca annenin bağışıklık sistemini güçlendirir (…)”*,

<http://urun.n11.com/sutarttiricilar/mamselstilltee6liekopaketP152746825> adresli internet sayfasının 04.05.2017 tarihli görünümünde; *“İçeriğinde bulunan bitkiler yüzyıllardan beri anne sütünü arttırıcı özelliğinden dolayı güvenle kullanılmaktadır. Mamsel Still Tee bu bitkilerin dengeli bir karışımını içerir. Sütü yetersiz olan annelerin emzirme dönemi boyunca salgıladıkları süt miktarını arttırmaya yardımcıdır, ayrıca emzirme döneminde artan sıvı ihtiyacını giderir. (…)Sütü yetersiz olan annelerin laktasyon dönemi boyunca salgıladıkları süt miktarını arttırır, ayrıca emzirme döneminde artan sıvı ihtiyacını giderir. Mamsel Still Tee’nin içeriğinde bulunan bitkiler anne sütünü arttırıcı özelliklerinden dolayı kullanılan galaktogoglardır. Mamsel Stil Tee Emzirme Çayı’nın içeriğinde bulunan bitkiler, hipofiz ve süt bezlerini uyararak prolaktin ve oksitosin hormonlarının salgılanmasını sağlar. Bu sayede, anne sütü üretimi hızlanır ve miktarı artar.”,*

<http://urun.n11.com/diger/nurseharveysbitkiselsurup145mlP152747133> adresli internet sayfasının 04.05.2017 tarihli görünümünde; *“Nurse Harvey's Bitkisel şurup (…) içeriğinde bulunan dereotuyağı ve kimyonyağı bitkisel karışımı sayesinde bebekleri her açıdan rahatlatır. 1 yaşına kadar tüm bebeklerin rahatlıkla kullanabileceği üründür. (…) Hitap ettiği Yaş Aralığı : 0-12 ay Fonksiyonları: Gaz Giderici (…) Kullanım Amacı ve Faydası: Bebeklerde gaz ve kolik sancılarını gidermede, kabızlık sorunlarında ve pamukçuk tedavisinde kullanılır. (…)”,*

[http://urun.n11.com/sampuan/leafactionardickatranisampuani400mlP15274 6793](http://urun.n11.com/sampuan/leafactionardickatranisampuani400mlP15274%206793) adresli internet sayfasının 04.05.2017 tarihli görünümünde; “*Ardıç Katranı Şampuanı (…) Düzenli olarak kullanıldığında saç dökülmelerini durdurur, saç hücrelerinin güçlenmesini sağlayarak saçın sağlıklı bir şekilde uzamasını sağlar. Ardıç katranı, saç dökülmesi, kepek, mantar, egzama ve sedef hastalıklarına karşı etkilidir. Antiseptik özelliği sayesinde, deri hastalıklarında kullanılır. Sistit durumunda çok etkili bir antiseptiktir, mikrop kırıcıdır. Kaşıntılı ve sivilceli cilt temizliğinde kullanılır. Ciltteki tahrişe karşı etkilidir. Cilt üzerine yerleşen mikroorganizmaların üremesine engelleyerek (dezenfekte ederek) saç ve cilt yaraları, kızarıklık, kaşıntı, sivilce, mantar, egzama ve sedef hastalıklarının iyileşmesinde etkilidir. (…) Ardıç katranın ayrıca afrodizyak özelliği vardır. Ardıç katranından çıkarılan yağ katran ile yapılan sabun, şampuan başta kellik, egzama, saçkıran, uyuz, sedef hastalığına karşı oldukça faydalıdır. (…). Saçlardaki dökülmeyi durdurur. Egzama ve ciltte oluşan diğer hastalıklara karşı olarak Ardıç Ağacının dal, kök ve gövdesinin kuru olarak yakılmasından Ardıç Katranı elde edilir. (…)Ardıç Katranının saç kökü cilt problemlerinin giderilmesine yardımcı olduğu bilinmektedir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sayfalarında 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,

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

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

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

- 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,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin 13/ğ maddesi,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu 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, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**63)**

**Dosya No: 2017/223**

**Şikayet Edilen:** **Hünnap Doğal Ürünler - Abdullah Sari**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında 10.01.2017-16.01.2017 tarihleri arasında yayınlanan “Hünnap Keçiboynuzu Özü ve Vitamin İçeren Takviye Edici Gıda”adlı ürün reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2017-16.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Hünnap Keçiboynuzu Özü”isimli gıda takviyesi niteliğindeki ürüne yönelik olarak 10.01.2017-16.01.2017 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda;

*“Hünnap keçiboynuzu özü, zengin gallik asit içeriği ile solunum problemlerinizin çözümüne yardımcı olur.”*,

*“Hünnap keçiboynuzu özü, çocuklarınızın beslenme sorunlarını çözmeye yardımcı olur.”*,

*“Hünnap keçiboynuzu özü, antioksidan etkisiyle serbest radikallerin yok edilmesine yardımcı olur.”,*

*“Hünnap keçiboynuzu özü, doğal vitaminleri ile çocuklarınızın fiziksel ve zihinsel gelişimini destekler.”,*

*“Hünnap keçiboynuzu özü, yüksek demir içeriği ile sağlıklı kan hücrelerinin yapımına yardımcı olur.”* ve

*“Hünnap keçiboynuzu özü, yüksek kalsiyum içeriği ile kemik gelişimine ve korunmasına yardımcı olur.”*şeklinde ifadelere yer verilirken,

Diğer taraftan; “Hünnap Keçi Sütlü Bebe Bisküvisi”adlı ürün etiketi ile [www.hunnap.com.tr](http://www.hunnap.com.tr) adresli internet sitesinin 17.02.2017 tarihli görünümünde; *“Keçi sütü, anne sütüne en yakın süttür. Anne sütü değerlerine en yakın keçi sütünün yoğun olarak kullanıldığı(…)”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Hünnap Keçiboynuzu Özü ve Vitamin İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürüne yönelik olarak 10.01.2017-16.01.2017 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *Hünnap keçiboynuzu özü, zengin gallik asit içeriği ile solunum problemlerinizin çözümüne yardımcı olur.”*, *“Hünnap keçiboynuzu özü, çocuklarınızın beslenme sorunlarını çözmeye yardımcı olur.”*, *“Hünnap keçiboynuzu özü, antioksidan etkisiyle serbest radikallerin yok edilmesine yardımcı olur.”* ve *“Hünnap keçiboynuzu özü, doğal vitaminleri ile çocuklarınızın fiziksel ve zihinsel gelişimini destekler.”* şeklindeendikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, *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 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,

Bununla birlikte, söz konusu ürün içeriğinin anılan reklamlarda yer alan*“Hünnap keçiboynuzu özü, yüksek demir içeriği ile sağlıklı kan hücrelerinin yapımına yardımcı olur.”*ve*“Hünnap keçiboynuzu özü, yüksek kalsiyum içeriği ile kemik gelişimine ve korunmasına yardımcı olur.”*ifadeleri ile Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin Ek-2’sinde izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

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 24/3 maddesi,

- 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 Yönetmeliğinin 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 Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hünnap Doğal Ürünler - Abdullah Sari** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2017/1046**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen *“İç Bi’Nescafe Teklife Gel”*başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2017-15.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nescafe.com.tr](http://www.nescafe.com.tr) ve <https://www.facebook.com/Nescafe.TR>/ adresli internet sitelerinde *“Her yolladığın şifre 1 puan sayılsın, 20 puan topla aşağıdaki hediyelerden birini kap*” ifadelerine yer verilerek, Nescafe 3ü1 arada ulusal kampanyası kapsamında firmaya ait web sitesi üzerinden kampanya üyelik formunu dolduran ve 20 şifre gönderen kullanıcılara hediye olarak Burger King restoranlarından 1 adet Köfteburger Menü ve 1 adet Nescafe Allegria ödülü verileceğinin vaat edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**65)**

**Dosya No: 2016/1770**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Galaxy S7 Edge” isimli telefona ilişkin olarak 20.07.2016 tarihinde Kanal D adlı televizyon kanalında yayınlanan **“Suya dayanıklı S7 Edge”** temalı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Suya dayanıklı S7 Edge” temalı reklamlarda,***“Senin için ilk olacaksa mutlaka yaparsın. Suya dayanıklı Galaxy S7 Edge ile daha fazlasını yaparsın”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, reklam görselinde “küçük bir kız çocuğu havuza atlarken babası rolündeki oyuncu tarafından reklamı yapılan telefon ile video kaydı yapıldığı, bu esnada telefonun bir miktar havuzun içine girdiği ancak çekim yapmaya devam ettiği ve çalışmasını sürdürdüğü” şeklinde görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dosyanın incelenmesinden, suya ve toza dayanıklılık iddialarının dayandırıldığı IP68 standardındaki sertifikanın sunulduğunun anlaşıldığı, söz konusu sertifikaya göre suya dayanıklılığın saf suda 1,5 metre derinliğe ve 30 dakikaya kadar geçerli olduğu, reklamda kullanılan görsel ve sesli ifadelerin söz konusu sertifikaya aykırı bir durum içermediği,

Bununla birlikte reklamın 20.07.2016 tarihinde Kanal D adlı televizyon kanalında yayınlanan versiyonunda; suya dayanıklılığın saf suda 1,5 metre derinliğe ve 30 dakikaya kadar yapılan IP68 testine dayandığı ve suya dayanıklılığın belirli koşullarda geçerli olduğuna dair önemli bilgilere reklam altyazısında ya da reklam videosunun herhangi bir bölümünde sesli, yazılı ya da görsel olarak yer verilmediği, reklamda altyazının mevcut olmadığı, böylelikle tüketicilerde suya dayanıklılığın her hal ve koşulda geçerli olduğu izlenimi oluşturulduğu ve tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ENERJİ**

**66)**

**Dosya No: 2017/389**

**Şikayet Edilen: Duracell Satış ve Dağıtım Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Duracell Sarj Edilebilir Turbo AA Piller”* isimli ürüne ilişkin *“5 yıl ömür/dayanma garantili”* ve *“ 400 kez yeniden sarj edilebilir*” şeklinde tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**  2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, internet sitesi

**Tespitler:** “Duracell Sarj Edilebilir Turbo AA Piller*”* isimli ürüne ait ürün ambalajında *“5 yıl ömür garantili”* ifadesine yer verildiği ancak herhangi bir iletişim numarasına yer verilmediği, [www.duracell.com.tr](http://www.duracell.com.tr) adresli internet sitesinde ise *“5 yıl dayanma garantisi mevcuttur.”* ve *“400 kez yeniden şarj edilebilir”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca “Ücretsiz Tüketici Hattı: 00800 49177628282 (Türk Telekom Sabit hatlarından aranabilir) Tüketici Hattı: 0 850 502 61 40 (Tüm hatlardan aranabilir)” şeklinde iletişim numaralarının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “*Duracell Sarj Edilebilir Turbo AA Piller”* isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında*“5 yıl ömür/dayanma garantili”* ve internet sitesinde *“400 kez yeniden sarj edilebilir*” şeklinde yer alan ifadelerin ispatlandığı, ayrıca firmaya ait internet sitesinde tüketicilerin ulaşabileceği iletişim bilgilerine yer verildiği, dolayısıyla reklamlarda herhangi yanıltıcı unsurun bulunmadığı tespit edilmiş olup şikayete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**67)**

**Dosya No: 2017/780**

**Şikayet Edilen: Çiğdem Medya İnteraktif Canlı Yayın Hizmetleri**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.elektroniksigaraelite.com](http://www.elektroniksigaraelite.com) adresli internet sitesinde elektronik sigara siparişine ilişkin tanıtımlar ve satışlar yapıldığı, söz konusu tütün ürünlerine ilişkin olarak fiyat bildirimlerinde bulunulduğu ve indirim kampanyaları düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.elektroniksigaraelite.com](http://www.elektroniksigaraelite.com) adresli internet sitesinde elektronik sigara siparişine ilişkin tanıtımlar ve satışlar yapıldığı, söz konusu tütün ürünlerine ilişkin olarak fiyat bildirimlerinde bulunulduğu ve indirim kampanyaları düzenlendiği tespit edilmiştir.

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

Bu doğrultuda firma tarafından satışa sunulan elektronik sigara ve likitleri hakkında, Sağlık Bakanlığı’nın görüşü çerçevesinde, bir an için Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığından rapor alınmış, Sağlık Bakanlığına tıbbi cihaz statüsünde müracaat yapılmış, tıbbi cihaz olarak kabul edilmiş, bütün iddialar kanıtlanmış olsa dahi, 4207 sayılı Kanun’a 24/5/2013 tarihinde getirilen ek yasal düzenlemeyle elektronik sigaraların ve likitlerinin de tütün ürünü olarak kabul edilmesinden dolayı reklam ve tanıtımlarının hiçbir şekilde yapılamayacağının aşikar olduğu,

Diğer taraftan bir an için tütün ürünlerinin internet üzerinden satışının ve tanıtımının yapılmasının serbest olduğu düşünülse dahi tüketicilerin sipariş ettikleri üründen başka ürünler gönderilmek suretiyle aldatıldıkları anlaşılmış olup;

dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

**-**Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 18 ve 19 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

**68)**

**Dosya No: 2016/1759**

**Şikayet Edilen: Koza Millenyum Hotel & Spa**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Koza Millenyum Hotel & Spa”*isimli tesise ilişkin olarak www.kozamillenyumhotelspa.com, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 04.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Koza Millenyum Hotel & Spa”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.kozamillenyumhotelspa.com](http://www.kozamillenyumhotelspa.com) adresli internet sitesinde *“Butik Otel”;*[www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde*“4 Yıldızlı Otel”*; www.neredekal.com adresli internet sitesinde ise *“4 Yıldızlı Otel”*ve*“Butik Otel”*olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Koza Millenyum Hotel & Spa”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.kozamillenyumhotelspa.com](http://www.kozamillenyumhotelspa.com) adresli internet sitesinde *“Butik Otel”;*[www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde*“4 Yıldızlı Otel”*; www.neredekal.com adresli internet sitesinde ise *“4 Yıldızlı Otel”*ve*“Butik 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 **Koza Millenyum Hotel & Spa** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2016/1760**

**Şikayet Edilen: Kırım Turizm İşletmecilik Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Şevki Bey Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.sevkibeyhotel.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr, [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) ve www.booking.com adresli internet siteleri ile tesise ait basılı materyallerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.08.2016, 04.11.2016

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

**Tespitler:** Kırım Turizm İşletmecilik Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Şevki Bey Hotel”* isimli tesisin *2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi’*ninKültür ve Turizm Bakanlığı’nın 05.06.2013 tarihli ve 109876 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine ve firmanın 31.05.2016 tarihli *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinin anılan Bakanlık tarafından 15.06.2016 tarihinde yapılan denetim sonucunda reddedilmiş olmasına karşın, söz konusu tesisin, [www.sevkibeyhotel.com](http://www.sevkibeyhotel.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinin 04.11.2016 tarihli görünümlerinde ve tesise ait basılı materyallerde *“3 Yıldızlı Otel”*; [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 04.11.2016 tarihli görünümlerinde ise *“2 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kırım Turizm İşletmecilik Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Şevki Bey Hotel”* isimli tesisin *2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi’*ninKültür ve Turizm Bakanlığı’nın 05.06.2013 tarihli ve 109876 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine ve firmanın 31.05.2016 tarihli *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinin anılan Bakanlık tarafından 15.06.2016 tarihinde yapılan denetim sonucunda reddedilmiş olmasına karşın, söz konusu tesisin, [www.sevkibeyhotel.com](http://www.sevkibeyhotel.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinin 04.11.2016 tarihli görünümlerinde ve tesise ait basılı materyallerde *“3 Yıldızlı Otel”*; [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 04.11.2016 tarihli görünümlerinde ise *“2 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar 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 **Kırım Turizm İşletmecilik Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2016/2492**

**Şikayet Edilen: Mek Otelcilik Turizm İnş. Taahhüt San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hotel Bitez Beach”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.hotelbitezbeach.com, www.tatilbudur.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mek Otelcilik Turizm İnş. Taahhüt San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Hotel Bitez Beach”*isimli tesise ilişkin olarak www.hotelbitezbeach.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Açık havuzu ve restoranı bulunan Hotel Bitez Beach, Bitez'de, denize sıfır konumdadır.”*ifadelerine; www.tatilbudur.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Deniz ve Havuz Özellikleri: Açık havuz”*ifadelerine; www.tatil.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise, *“Tesis; restoran ve 2 adet barı ile birçok lezzet alternatifini misafirlerinin beğenisine sunmaktadır. (…) Tesisin açık yüzme havuzu ve çocuk havuzunda yüzebilir; animasyon ve aktivite imkanları ile eğlenceli bir tatil geçirebilirsiniz.”* ifadelerine yer verilmesine karşın, söz konusu işletme tarafından tüketicilerin kullanımına sunulan restoran ve havuz gibi ortak kullanım alanlarının tesisin yakınında bulunan başka bir otele ait olduğu ve tüketicilerin bu kullanım alanlarından diğer otelin müşterileri ile birlikte faydalanabildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mek Otelcilik Turizm İnş. Taahhüt San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Hotel Bitez Beach”*isimli tesise ilişkin olarak www.hotelbitezbeach.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Açık havuzu ve restoranı bulunan Hotel Bitez Beach, Bitez'de, denize sıfır konumdadır.”*ifadelerine; www.tatilbudur.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Deniz ve Havuz Özellikleri: Açık havuz”* ifadelerine; www.tatil.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise, *“Tesis; restoran ve 2 adet barı ile birçok lezzet alternatifini misafirlerinin beğenisine sunmaktadır. (…) Tesisin açık yüzme havuzu ve çocuk havuzunda yüzebilir; animasyon ve aktivite imkanları ile eğlenceli bir tatil geçirebilirsiniz.”* ifadelerine yer verilmesine karşın, söz konusu işletme tarafından tüketicilerin kullanımına sunulan restoran ve havuz gibi ortak kullanım alanlarının tesisin yakınında bulunan başka bir otele ait olduğu ve tüketicilerin bu kullanım alanlarından diğer otelin müşterileri ile birlikte faydalanabildiği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- 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 **Mek Otelcilik Turizm İnş. Taahhüt San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2016/2493**

**Şikayet Edilen: Selçuklu Tatil Köyü**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Selçuklu Tatil Köyü”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.selcuklutatilkoyu.com](http://www.selcuklutatilkoyu.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 04.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Selçuklu Tatil Köyü”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.selcuklutatilkoyu.com](http://www.selcuklutatilkoyu.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“Türkiye'nin En Büyük İslami Tatil Köyü” , “Otelimiz Antalya Alanya Konaklı mevkiinde sizlere tatil keyfinizi en kaliteli biçimde sunuyor. Yaklaşık 40 dönüm arazi içerinde 930 adet standart oda ve 85 bloktan oluşan otelimiz, tam bir İslami Tatil Köyü şeklindedir. Bayanlar ünitesi, aile değerlerine uygun eğlence anlayışı ve İslami usullere uygun mutfağı ile otelimizde tatilin keyfini çıkarın!”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan şikâyet başvurularına ilişkin olarak; [www.selcuklutatilkoyu.com](http://www.selcuklutatilkoyu.com) adresli internet sitesinde yer verilen ifade ve görsellerle yapımının tamamlandığı algısı yaratılan *“Selçuklu Tatil Köyü”*isimli tesisin, başvuru sahibi tüketicilerin konaklama yaptığı tarihlerde halen inşaat halinde olduğu ve tanıtımlarında belirtilen özellikleri taşımadığı, dolayısıyla söz konusu tesise ilişkin olarak anılan internet sitesinde gerçeği yansıtmayan ifade ve görsellerle tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, söz konusu firmadan [www.selcuklutatilkoyu.com](http://www.selcuklutatilkoyu.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Türkiye'nin En Büyük İslami Tatil Köyü”*iddiasını kanıtlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istenmesine karşın, söz konusu iddiayı kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi veya belgenin tarafımıza gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tüm bu durumların da;

- 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 **Selçuklu Tatil Köyü** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2016/2638**

**Şikayet Edilen: Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mary Palace Resort & Spa”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.marypalacehotel.com/tr ve www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar ile tesise ait basılı materyaller.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 10.10.2016, 14.11.2016

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

**Tespitler:** Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Mary Palace Resort & Spa”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.marypalacehotel.com/tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtım logosunda ve firma tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı’na sunulan *“Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi”* talebine ilişkin başvuru dosyasında yer alan tesis logosunda *“\*\*\*\*\*” (beş yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* olarak; www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise *“Otel Sınıfı 4,5 yıldız - Mary Palace Resort & Spa 4,5\*”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“4,5 Yıldızlı Otel”* olarakreklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Mary Palace Resort & Spa”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.marypalacehotel.com/tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtım logosunda ve firma tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı’na sunulan *“Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi”* talebine ilişkin başvuru dosyasında yer alan tesis logosunda *“\*\*\*\*\*” (beş yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* olarak; www.tripadvisor.com.tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise *“Otel Sınıfı 4,5 yıldız - Mary Palace Resort & Spa 4,5\*”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“4,5 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 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 **Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2016/2642**

**Şikayet Edilen: Ova Turizm Tic. ve Dil Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Sunshine Holiday Resort”*** isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesise ait yönlendirme tabelalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2016, 30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Ova Turizm Tic. ve Dil Hiz. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan ***“Sunshine Holiday Resort”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesise ait yönlendirme tabelalarında ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ova Turizm Tic. ve Dil Hiz. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan ***“Sunshine Holiday Resort”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesise ait yönlendirme tabelalarında ***“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 **Ova Turizm Tic. ve Dil Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2016/3312**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Pegasus’la evinden havaalanına transfer sadece 19,90 TL”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak www.flypgs.com adresli internet sitesinde ve ***“TV8”*** logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 26.11.2016, 10.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. tarafından ***“Pegasus’la evinden havaalanına transfer sadece 19,90 TL”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak ***“TV8”*** logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda, ***“En Ucuz Havaalanı Transferi” , “Pegasus’tan sizlere büyük bir transfer haberi var. Şimdi İstanbul, İzmir ve Ankara’da evinizden havaalanına veya havaalanından evinize özel araçla transfer sadece 19,90 TL. Yalnızca Pegasus misafirleri Secure Drive’ın konforlu araçlarıyla rahat yolculuğun keyfini seyahatlerinin başında yaşıyor. Evlerinin kapısından havaalanının kapısına sadece ama sadece 19,90 TL’ye ulaşıyor.”*** ifadelerine yer verilmesine karşın söz konusu firma tarafından kampanya kapsamında İstanbul, İzmir ve Ankara’da yalnızca belirli bölgelerde havalimanı transfer hizmeti verilebildiği ve bu hususa reklamda altyazı olarak, ***“Transfer hizmeti havaalanından kampanya dahilindeki semtlere de sağlanmaktadır. Belirtilen ücret, kampanyaya dahil semtlerde geçerli tek kişi tek yön fiyatıdır.”*** şeklinde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. tarafından ***“Pegasus’la evinden havaalanına transfer sadece 19,90 TL”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak ***“TV8”*** logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda, ***“Pegasus’tan sizlere büyük bir transfer haberi var. Şimdi İstanbul, İzmir ve Ankara’da evinizden havaalanına veya havaalanından evinize özel araçla transfer sadece 19,90 TL. Yalnızca Pegasus misafirleri Secure Drive’ın konforlu araçlarıyla rahat yolculuğun keyfini seyahatlerinin başında yaşıyor. Evlerinin kapısından havaalanının kapısına sadece ama sadece 19,90 TL’ye ulaşıyor.”*** ifadelerine yer verilerek tüketicilerin herhangi bir adres sınırlaması olmaksızın söz konusu hizmetten yararlanabilecekleri algısının yaratıldığı, ancak gerçekte anılan firma tarafından İstanbul, İzmir ve Ankara’da yalnızca belirli bölgelerde havalimanı transfer hizmeti verilebildiği ve bu hususa reklamda altyazı olarak, ***“Transfer hizmeti havaalanından kampanya dahilindeki semtlere de sağlanmaktadır. Belirtilen ücret, kampanyaya dahil semtlerde geçerli tek kişi tek yön fiyatıdır.”*** şeklinde yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin niteliklerine ilişkin olarak birbiriyle çelişen ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, anılan firma tarafından söz konusu kampanyanın tanıtımına yönelik olarak www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ***“En Ucuz Havaalanı Transferi”*** şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırınitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**75)**

**Dosya No: 2016/3603**

**Şikayet Edilen: Dinleyici Turizm Reklam İnşaat Taahhüt Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesine ilişkin olarak www.google.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi: :** 25.01.2017, 26.01.2017, 29.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dinleyici Turizm Reklam İnşaat Taahhüt Tic. Ltd. Şti.’yeaitwww.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesinin, Google Adwords sistemi vasıtasıyla www.google.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda www.thy.com.online-ucak-bileti.com şeklinde tanıtımının yapıldığı ve anılan internet sitesinin ana sayfasında Türk Hava Yolları’na ait görsellere yer verildiği; diğer taraftan söz konusu firma tarafından www.google.com.tr adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan reklamlarda, ***“En Uygun Uçak Bileti”*** şeklinde; www.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise ***“En Uygun Uçak Biletleri”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dinleyici Turizm Reklam İnşaat Taahhüt Tic. Ltd. Şti.’yeaitwww.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesinin, Google Adwords sistemi vasıtasıyla www.google.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda www.thy.com.online-ucak-bileti.com şeklinde tanıtımının yapıldığı ve anılan internet sitesinin ana sayfasında Türk Hava Yolları’na ait görsellere yer verildiği, dolayısıyla ortalama tüketiciler nezdinde söz konusu internet sitesinin Türk Hava Yolları’nın resmi internet sitesi olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve söz konusu firmanın ticari itibarından haksız şekilde faydalanıldığı, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin***“İtibardan Haksız Yararlanma”*** başlıklı 11 inci maddesinin; ***“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”***hükmüne aykırılık teşkil ettiği;

Diğer taraftan, söz konusu firma tarafından www.google.com.tr adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan reklamlarda, ***“En Uygun Uçak Bileti”*** şeklinde; www.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise ***“En Uygun Uçak Biletleri”*** şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle ortalama tüketiciler nezdinde en ucuz uçak biletinin www.online-ucak-bileti.com adresli internet sitesinden alınabileceği algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı, dürüst rekabet ilkelerine aykırıve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11, 12 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dinleyici Turizm Reklam İnşaat Taahhüt Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2017/386**

**Şikayet Edilen: Ede Profil İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Satrapia Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.satrapiahotel.com, www.tatilsepeti.com, www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.etstur.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Ede Profil İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Satrapia Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, www.satrapiahotel.com, www.tatilsepeti.com, www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.etstur.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ***“Satrapia Boutique Hotel”*** ifadesine yer verilmek suretiyle ***“Butik Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ede Profil İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Satrapia Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, www.satrapiahotel.com, www.tatilsepeti.com, www.tripadvisor.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.etstur.com ve www.tatil.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ***“Satrapia Boutique Hotel”*** ifadesine yer verilmek suretiyle ***“Butik 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 **Ede Profil İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2017/1028**

**Şikayet Edilen: Lucis Global Turistik Yatırımlar ve İşletmecilik Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Avantgarde Levent Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.avantgardecollection.com, www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Lucis Global Turistik Yatırımlar ve İşletmecilik Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Avantgarde Levent Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 05.06.2009 tarih ve 11907 sayılı ***“Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.avantgardecollection.com, www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Lucis Global Turistik Yatırımlar ve İşletmecilik Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Avantgarde Levent Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 05.06.2009 tarih ve 11907 sayılı ***“Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.avantgardecollection.com, www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar 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 **Lucis Global Turistik Yatırımlar ve İşletmecilik Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DİĞER**

**78)**

**Dosya No: 2016/2000**

**Şikayet Edilen: Pal Medya Yayıncılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** MMC TV logolu televizyon kanalında *“Samsung Galaxy S5 229TL*” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:**MMC TV logolu televizyon kanalında;"*Samsung Galaxy S5 Akıllı Telefon ~~1000TL~~ 229tl+Kargo*" başlıklı tanıtımlarda; "*Bu ürünün fiyatının kullananlar bilir, kullanmayanlar varsa hemen önünüzde internet var açın bakın gerçek ana fiyatına görün bakın. Fiyatını hemen söyleyeyim size. Siz de interneti açtığınızda göreceksiniz Samsung Galaxy S5'in fiyatını, 850TL'dir sevgili izleyenler. Ama bugün ben kotalar vereceğim ya siz izlediğiniz anda ilk arayanlar olursa reklam anlaşması yaptık. Tabii ki hediye babında 5 kişi 3 kişiye dağıtacağız. Diyeceksiniz ki sevgili izleyenler ya Çağrı sen şaka mı yapıyorsun. Acaba bir şüpheye mi düşmeliyiz? Gerçekten önündekiler S5. Bu telefonlar mı gelecek bize de. Değerli izleyiciler benim adım Çağrı ÖZTÜRK. Bu zamana kadar bu ülkede en dürüst teknolojik ürünleri satmış bir insanım. Ki bugün satış yok. Bugün beni izlemeyi başaranlara hediye var. Neden bunu hediye ediyorum. Çünkü ben bu "Teknoloji Pazarı" adlı programda çok şey anlatacağım. Sevgili izleyenler, ben kendi sektörümdeki yalan dolan ürünlerin satılmasından dolayı ne yazık ki töhmet altında kalıyorum. Ben insanlar tarafından dışarıda görüldüğüm zaman " merhaba Çağrı" yerine " gerçek mi senin sattığın ürünler" sorularını cevaplamak zorunda kalıyorum. İşte bunları bu ekrandan cevaplandırmak adına bu açıklamaları yapıyorum. Gerçekten beni ciddiye alıp beni dinlemeyi başaran benim gerçek izleyicime de hediye edeceğim bugün. Hiç başka yerlerden almayın diye. 850TL yerine gerçek Galaksi Samsung S5*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “*Samsung Galaxy S5 Akıllı Telefon”* isimliürünün orjinal olduğu yönünde yapılan tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca tüketicilere gönderilen "*Satın aldığınız Galaksi S5 telefonunuz şubenizdedir. Aldıktan sonra arayarak 100-TL değerinde hediye dakika yüklemenizi yapabilirsiniz."* şeklinde gönderilen kısa mesajların yanıltıcı nitelikte olduğu ve gerçeği yansıtmadığı,

Reklamı yapılan ürünün isminin Samsung Galaxy S5 olarak lanse edildiği ancak tüketicilere vaat edilen orjinal ürün yerine oyuncak cep telefonu gönderilerek tüketicilerle alay edildiği, böylece Samsung firmasının itibarından haksız yararlanıldığı, ayrıca tüketicilerin ürünleri iade etmek istemelerine rağmen firmanıza ulaşılamadığı, böylece tüketicilerin mağdur edildiği,

Ayrıca, ürünün hediye edileceği yönünde ifadelere yer verildiği halde 229 TL bedelinin olduğu, sunucu tarafından "*Bugün satış yok, hediye var.(...) Hediye babında 5 kişiye 3 kişiye dağıtacağız"* şeklinde çelişkili sözlere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 11, 13, 14, 15, 18, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pal Medya Yayıncılık San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625.-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2017/408**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Philips Avent SCXF332/01 Natural Elektronik Göğüs Pompası*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**[www.hepsiburada.com](file:///D%3A%5CUsers%5C16111554172%5CAppData%5CLocal%5CMicrosoft%5CWindows%5CTemporary%20Internet%20Files%5CContent.Outlook%5CW2K0RAQ8%5Cwww.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan "*Phillips Avent SCXF332/01 Natural Elektronik Göğüs Pompası"*  isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *" GÜNÜN FIRSATI. SON 42 ÜRÜN. Kalan süre 5 gün 18 saat 10 dakika 11 saniye, %98 indirim ~~562.38TL~~ 9.90TL. 3 saat 51 dakika içinde sipariş verirseniz bugün kargoda SÜPER HIZLI"*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar üzerine tüketicinin ürünü satın aldığı ve satın alma işlemi onaylandıktan sonra sipariş detaylarında "ürünün tedarik edildiğine" dair firma tarafından bilgi verildiği ve tanıtımlarda "süper hızlı bugün kargoda" dendiği halde kargolanmadığı, firma personelinin sehven ürün fiyatını yanlış girmesi sonucu siparişin iptal edildiği, ancak "günün fırsatı" sayfasında "son 42 ürün" ve "%98indirim" şeklinde yapılan tanıtımlar göz önüne alındığında sadece ürün fiyatının yanlış girilmesinden kaynaklı bir sorun olmadığı, firmanın basiretli bir tacir gibi davranmadığı, dolayısıyla çelişkili ifadeler ile tüketicinin yanlış yönlendirildiği ve 9.90TL'den tanıtımı yapılan ürünü göndermeyerek tüketicinin mağdur edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 13, 18, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353.-TL (AltmışbinüçyüzelliüçTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2017/1149**

**Şikayet Edilen: Kitapseç Yayıncılık Elek. Nak. ve San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “facebook” hesabı üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “facebook” hesabında yer alan tanıtımlarda *“Tüm alışverişlerinizde kargo bedava”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “facebook” hesabı üzerinden gerçekleştirilen tanıtımlarda, “*Tüm Alışverişlerinizde KARGO BEDAVA*” şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, internet sitesinden alışveriş yapmak isteyen tüketicilerin; “*30 TL ve üzeri ücretsiz kargo*” ibaresi ile karşılaştığı, bu nedenle tüketicilerin yanlış yönlendirildiği; anılan ifadelerin birbirleri ile çeliştiği ve “facebook” hesabında yer alan söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki olan söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 15/1-a ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kitapseç Yayıncılık Elek. Nak. Ve San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2017/1174**

**Şikayet Edilen: Çiçek Marketçilik Çiçek ve Bilişim Teknolojileri Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.cicekmarket.com](http://www.cicekmarket.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamları ile firmaya ait “Youtube” kanalında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.cicekmarket.com](http://www.cicekmarket.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamlarında; *“Tüm Türkiye’ye çiçek teslimi. Dilediğiniz çiçek buketi çok uygun fiyatlarla dilediğiniz adrese aynı gün teslim”* ifadelerine yer verildiği, ve yine firmaya ait “Youtube” kanalında yer alan tanıtımlarda ise “*Çiçek göndermenin en hızlı yolu”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.cicekmarket.com](http://www.cicekmarket.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamları ile yine firmaya ait “Youtube” kanalında yer alan reklamlarda;

Google reklamlarında; *“Tüm Türkiye’ye çiçek teslimi. Dilediğiniz çiçek buketi çok uygun fiyatlarla dilediğiniz adrese aynı gün teslim.”* şeklinde ifadelere yer verildiği; ancak ilgili internet sitesi incelendiğinde Türkiye’deki bazı illerin tüm ilçelerine (ör: Elazığ, Tunceli, Şırnak) teslimat yapılamadığının anlaşıldığı, bu durumun “Tüm Türkiye’ye çiçek teslimi” ifadesinde yer alan vaat ile çeliştiği ve dolayısıyla tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu,

Firmaya ait “Youtube” kanalında yayınlanan reklam filminde “*Çiçek göndermenin en hızlı yolu*” şeklinde bir alt yazıya yer verildiği, bununla birlikte ilgili kanalda yer alan tanıtımlarda; *“Tüm Türkiye'ye aynı gün, hızlı teslimat!”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca yine [www.cicekmarket.com](http://www.cicekmarket.com) adresli internet sitesinin Google reklamlarında ise; “*En geniş ve hızlı dağıtım ağı”* şeklinde iddialara yer verildiği, ancak firma tarafından gönderilen cevap yazısında söz konusu iddialara karşı hukuken kabul edilebilir bir delilin bulunmadığı, dolayısıyla herhangi bir somut delile dayanmayan bahsi geçen iddiaların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**82)**

**Dosya No: 2017/1175**

**Şikayet Edilen: Zekai MEYDAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.ciceksepeti.net](http://www.ciceksepeti.net) adresli internet sitesinin “Google” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ciceksepeti.net](http://www.ciceksepeti.net) adresli internet sitesinin “Google” reklamlarında; *“Türkiye’nin her yerine hızlı teslimat ile sektörde lider.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.ciceksepeti.net](http://www.ciceksepeti.net) adresli internet sitesinin “Google” reklamlarında; *“Türkiye’nin her yerine hızlı teslimat ile sektörde lider.”* ifadelerine yer verildiği, firmanın faaliyet gösterdiği sektörde pek çok e-ticaret firmasının da faaliyette olduğu, dolayısıyla diğer e-ticaret siteleri arasında anılan internet sitesinin “Sektörde Lider” olduğuna dair iddianın ispata muhtaç olduğu, ancak anılan firma tarafından gönderilen cevap yazısında ilgili iddiaya ilişkin hukuken kabul edilebilir bir delil gönderilmediği, dolayısıyla ilgili ifadelerin tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, aynı şekilde “*Türkiye’nin her yerine hızlı teslimat*” ifadesinin de ispata muhtaç olduğu, hali hazırda firmaya ait internet sitesinde Türkiye’deki bazı illerine (Ör: Elazığ, Tunceli, Şırnak) ait tüm ilçelere çiçek teslimatı yapılamadığı, dolayısıyla bu durumun “Türkiye’nin Her Yerine” şeklinde belirtilen vaat ile çeliştiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No: 2017/1176**

**Şikayet Edilen: Çiçekçibiziz İnternet Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cicekcibiziz.com](http://www.cicekcibiziz.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cicekcibiziz.com](http://www.cicekcibiziz.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamlarında; *“Türkiye’nin her yerine online çiçek siparişini Çiçekçibizizle verin”* ve *“Çiçek Sektöründe Öncü”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.cicekcibiziz.com](http://www.cicekcibiziz.com) adresli internet sitesinin “Google” reklamlarında; *“Türkiye’nin her yerine online çiçek siparişini Çiçekçibizizle verin”* ve *“Çiçek Sektöründe Öncü”* ifadelerine yer verildiği; firmanın faaliyet gösterdiği sektörde pek çok e-ticaret firmasının da faaliyette olduğu, dolayısıyla diğer e-ticaret siteleri arasında firmaya ait internet sitesinin “*Çiçek Sektöründe Öncü*” olduğuna dair söz konusu iddianın ispata muhtaç olduğu, ancak firma tarafından gönderilen cevap yazısında ilgili iddiaya ilişkin hukuken kabul edilebilir bir delil gönderilmediği, dolayısıyla ilgili ifadelerin tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, aynı şekilde “*Türkiye’nin her yerine*” ifadesinin de ispata muhtaç olduğu, hali hazırda firmaya ait internet sitesinde Türkiye’deki bazı illerin tamamına (Ör: Hakkari, Ardahan), bazılarının ise ilçelerinin bir kısmına (Ör: Elazığ, Tunceli, Ağrı) çiçek teslimatı yapılamadığının anlaşıldığı, dolayısıyla bu durumun “Türkiye’nin Her Yerine” şeklinde belirtilen vaat ile çeliştiği ve tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**84)**

**Dosya No: 2015/1328**

**Şikayet Edilen: Champanya Teknoloji Danışmanlık Dağıtım ve Pazarlama (Aygün PIRNAZOĞLU)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesajlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilere 20.10.2014 tarihi öncesi ve sonrasında anılan firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda “*Son gün! Kredi kartı alışverişlerinizden dolayı biriken bonus para puanlarınız 200 TL e ulaşmıştır. Lütfen Hemen 02129220022’yi arayıp aktifleştiriniz*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile tüketiciler tarafından daha önceden abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken para puanların belli bir miktara ulaştığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı;

Bu nedenle söz konusu hususların;

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönem yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin; 5, 7, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Champanya Teknoloji Danışmanlık Dağıtım ve Pazarlama (Aygün PIRNAZOĞLU)** unvanlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **25.000-TL(Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2017/696**

**Turksport Spor Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** unvanlı firmaya ait [www.decathlon.com](http://www.decathlon.com).tradresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2017/698**

**Kom Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi A.Ş.** unvanlı firmaya ait [www.kom.com](http://www.kom.com).tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2017/715**

**Şikayet Edilen: Benetton Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait; “*MALTEPE CARREFOURSA AVM - İSTANBUL*” şubesinin vitrininde yer alan “*ETİKETİN YARISI*” başlıklı afiş.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Afişte “*ETİKETİN YARISI*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu afişlerde yer verilen; “*ETİKETİN YARISI*” şeklindeki ifadelerin yer aldığı dipnot metninin okunamayacak kadar küçük olması ve indirimli satışın başlangıç ile bitiş tarihlerinin belirli olmaması sebebiyle inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin7, 9, 13, 14, 18, 19, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**88)**

**Dosya No: 2017/732**

**Şikayet Edilen: Penti Giyim Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait çorap ürünlerine ait ambalajlarda yer alan "KAÇMAZ" şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait ürün ambalajlarında yer alan; “*PENTİ KAÇMAZ! Çorabınızdaki en büyük kaçık sadece minik bir delik olacak!, yeni teknoloji ile geliştirilen ipliği sayesinde, deliklerin kaçığa dönüşmesini engeller, Premier Run Resist, çorapta devrim yaratan teknoloji ile geliştirilen ipliği sayesinde deliklerin kaçığa dönüşmesini engelleyen, 15 denye, mat, burnu ve külodu şeffaf, dikiş izi yapmayan külotlu çoraptır*.” şeklindeki ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ambalaj tanıtımlarında yer verilen; “*KAÇMAZ*”şeklindeki ifadelerin reklamın ana vaadi ile çeliştiği ve ortalama bir tüketici tarafından bu ibarenin “*çorabın delineceği* *ancak aşağı ya da yukarı kaçmayacağı*” şeklinde algılanamayacağı, diğer taraftan bahsi geçen “*KAÇMAZ*” şeklindeki ibarenin bilgi ve belgelerle kanıtlanamadığı değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin7, 9, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**89)**

**Dosya No: 2017/1250**

**Şikayet Edilen: Memişler Çay Gıda ve Tüketim Malları San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “*BAHAR ŞENLİĞİ BAŞLIYOR!*” başlıklı insertler.

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnsert

**Tespitler:** Cebeci şubesine ait insertlerde;“*Müşterilerimize ve ürünlerimize güveniyoruz, koşulsuz iade garantisi veriyoruz bahar şenliği başlıyor! Fındık kavrulmuş kg. 28.90 TL, Gönen baldo pirinç kg. 3.85 TL, İzmir Üzüm kg. 6.90 TL,* ***Lokum çeşitleri 5.75 TL****, Toz şeker 2.95 TL, Kabuklu ceviz kg. 17.90 TL, Alaca Ayçekirdeği kg. 5.95 TL, Pilavlık Bulgur kg. 1.59 TL …*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda indirimin geçerli olduğu şube adres ve bilgilerinin açık ve anlaşılır olduğu anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2016/1350**

**Şikayet Edilen:** **Birebin Şans Oyunları A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 13.02.2017 tarihli görünümünde; *“Üyesine en çok kazandıran online yasal bahis sitesi”* ve *“En çok anlaşmalı banka birebin.com’da”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinin 13.02.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“Üyesine en çok kazandıran online yasal bahis sitesi”* ve *“En çok anlaşmalı banka birebin.com’da”* şeklindeki ifadelerin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

“En çok anlaşmalı bankanın” anılan şirket bünyesinde olmadığı, bu durumun diğer yasal bahis sitelerinin sunduğu belgelerden anlaşıldığı,

Diğer taraftan sadece üç banka (Ziraat Bankası, Garanti Bankası, İş Bankası) nezdinde komisyon alınmadığı hususunun “üyesine en çok kazandıran online yasal bahis sitesi” iddiasını ispatlamak adına yeterli bir delil olmadığı, diğer online yasal bahis sitelerinin de üyelerine en çok kazandırabileceği farklı durumlar oluşabileceğinin değerlendirildiği,

Sonuç olarak tüketiciler açısından yukarıda bahsi geçen ifadelerin yanıltıcı, diğer elektronik bayiler açısından ise haksız rekabet yaratıcı olduğu değerlendirilmekte olup,

Tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 8, 9, 18, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- Spor Müsabakalarına Dayalı Sabit İhtimalli ve Müşterek Bahis Oyunları Uygulama Yönetmeliğinin 31 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**91)**

**Dosya No: 2017/398**

**Şikayet Edilen:** **Bilyoner İnteraktif Hizmetler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bilyoner.com](http://www.bilyoner.com) adresli internet sitesi ve billboardlarda yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2017

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

**Tespitler:** 22.01.2017 tarihinde İstanbul Atatürk Havalimanı çevresinde yer alan billboardlarda/afişlerde; *“Şans her an yanında...Türkiye’nin en çok kazandıran sitesi”* ile [www.bilyoner.com](http://www.bilyoner.com) adresli internet sitesinin 08.06.2017 tarihli görünümünde; *“En çok kazandıran bilyoner.com!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.01.2017 tarihinde İstanbul Atatürk Havalimanı çevresinde yer alan billboardlarda/afişlerde; *“Şans her an yanında...Türkiye’nin en çok kazandıran sitesi”* ile [www.bilyoner.com](http://www.bilyoner.com) adresli internet sitesinin 08.06.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“En çok kazandıran bilyoner.com!”* şeklindeki ifadelerin ispata muhtaç olduğu, Spor Toto Teşkilat Başkanlığı’ndan alınan yazı içeriğinde söz konusu şirketin 2015-2016-2017 yılları içerisinde en çok kazandıran yasal bahis sitesinin olmadığı, ne var ki “*Türkiye’nin en çok kazandıran sitesi”* ifadesinin tüketiciler nezdinde geçmişe dönük geneli kapsadığı şeklinde değil, hali hazırdaki bir durum algısı yarattığı, dolayısıyla yanıltıcı olduğu,

[www.bilyoner.com](http://www.bilyoner.com) adresli internet sitesinin 08.06.2017 tarihli görünümünde yer alan *“yeni sezonda da komisyon yok!”* ana başlıklı ifadesinin tüketiciler nezdinde tüm bankaların tüm ödeme kanallarında ve limit sınırı olmaksızın komisyon alınmayacağı algısı yaratıldığı, bu meyanda aynı sayfada yer alan istisna ifadelerle (\*ücretsiz ödeme kanallarımızı gösterir, \* 100TL ve üzeri para transferleri için ücretsiz ödeme kanallarımızı gösterir) çeliştiği ve hatta bazı bankaların bazı ödeme kanallarında her durumda komisyon alındığı,

Sonuç olarak tüketiciler açısından yukarıda bahsi geçen ifadelerin yanıltıcı, diğer elektronik bayiler açısından ise haksız rekabet yaratıcı olduğu değerlendirilmekte olup,

Tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 8, 9, 18, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- Spor Müsabakalarına Dayalı Sabit İhtimalli ve Müşterek Bahis Oyunları Uygulama Yönetmeliğinin 31 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2017/774**

**Şikayet Edilen: Birim Alışveriş Merkezleri Mağazacılık Rek. İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “facebook” adresli internet sitesinde ve billboardlarda/afişlerde yayınlanan; "*Yaşadığımız sel felaketi nedeniyle her şey etiketin yarısı"* başlıklı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2017

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

**Tespitler:** Mersin Toroslar ilçesinde yer alan billboardlarda, ilgili firmaya ait Birim Alışveriş Merkezi’nin Mersin şubesinin sel sebebiyle kapanacağı, bu nedenle ürünlerin %50 indirimle satılacağı şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca facebook adresli sosyal paylaşım sitesinde “*yaşadığımız sel felaketi sebebiyle her şey yarı fiyatına, 7 Ocak 2017’den itibaren geçerlidir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mersin Toroslar ilçesinde yer alan billboardlarda firmaya ait Birim Alışveriş Merkezi’nin Mersin şubesinin sel sebebiyle kapanacağı bu nedenle ürünlerin %50 indirimle satılacağı şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca facebook adresli sosyal paylaşım sitesinde “*yaşadığımız sel felaketi sebebiyle her şey yarı fiyatına, 7 Ocak 2017’den itibaren geçerlidir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Her ne kadar faturalarda toplam fiyat üzerinden %50 indirim yapıldığı belirtilerek “her şeyin yarı fiyatına” olduğu ispatlandığı iddia edilse de, ilgili Yönetmeliğin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinde yer alan “*(3) Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır.”* hükmüne rağmen; mağazadaki ürünlerin fiyatlarının selden hemen sonra arttırıldığı ve dolayısıyla anılan indirim oranının indirimli fiyattan bir önceki fiyat üzerinden yapılmaması sebebiyle yapılan indirim oranının/miktarının yanıltıcı nitelikte olduğu,

İndirimli satışların başlangıç tarihinin belirtilmesine rağmen herhangi bir bitiş tarihi belirtilmediği, ürünlerin stok miktarının mağazadaki ürünlerle sınırlı olduğu ifadesinin mevzuat kapsamında yeterli olmadığı stok sınırının açık ve anlaşılır şekilde ifade edilmesi gerektiği, ve fakat edilmediği için de anılan durumların mevzuata aykırılık teşkil ettiği anlaşılmış olup,

Bahsi geçen durumun;

**-** Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 13, 14, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Birim Alışveriş Merkezleri Mağazacılık Rek. 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.

**93)**

**Dosya No: 2017/906**

**Şikayet Edilen:** **Misli Elektronik Şans Oyunları ve Yayıncılık A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde;*“%0 komisyon…TÜM anlaşmalı bankalarda…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinin 27.03.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“%0 komisyon…TÜM anlaşmalı bankalarda…”* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen bazı anlaşmalı bankalar üzerinden yapılan işlemlerde her halükarda komisyon alındığı, bazılarında ise belirli meblağlar altında yapılan işlemlerde komisyon alındığı, bu bilgilerin ise reklamların ana vaadinde verilmediği bu sebeple ana vaat ile istisnai bilgi arasında uyumsuzluğa sebep olunmak suretiyle “*Reklamlardaki sesli ifadeler, görseller, dipnot, alt yazı veya durağan yazılarda yer verilen bilgiler birbiriyle çelişmemelidir.”* hükmüne açık aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan Google arama motorunda anılan firmayla ilgili olarak yapılan aramalar sonucunda; “*İddia en kolay Misli’de oynanır…”* şeklinde yer verilen ifadelere rağmen sadece [www.bilyoner.com](http://www.bilyoner.com) ve [www.tuttur.com](http://www.tuttur.com) adresli yasal bahis sitelerinden daha kolay iddia oynanabileceği yönünde ispatlama yapılmış olup, diğer bahis sitelerinden daha kolay iddianın oynanabileceği yönünde bir açıklama yapılmadığı, dolayısıyla söz konusu ifadenin diğer yasal bahis siteleri bakımından da ispata muhtaç olduğu,

Sonuç olarak tüketiciler açısından yukarıda bahsi geçen ifadelerin yanıltıcı, diğer elektronik bayiler açısından ise haksız rekabet yaratıcı olduğu değerlendirilmekte olup,

Tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 8, 9, 18, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- Spor Müsabakalarına Dayalı Sabit İhtimalli ve Müşterek Bahis Oyunları Uygulama Yönetmeliğinin 31 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2017/908**

**Şikayet Edilen:** **D Elektronik Şans Oyunları ve Yayıncılık A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 27.03.2017 tarihli görünümünde; “*İşte Türkiye'nin Bahis Sitesi Nesine.com…2006 yılından bugüne Spor Toto Teşkilat Başkanlığı'nın yasal elektronik bayii olarak hizmet veren D Elektronik Şans Oyunları ve Yayıncılık A.Ş. markası Nesine.com; şans oyunlarının güvenilir ve yenilikçi sitesidir…DOL bünyesinde yer alan Nesine.com aynı zamanda Milli Piyango İdaresi'nin de yasal elektronik bilet bayisidir. Ayrıca 2006 yılından 20.07.2011 tarihine kadar Türkiye Jokey Kulübü (TJK) Genel Müdürlüğü'nün yasal elektronik bayiliğini de güvenle sürdüren Nesine.com halen güncel at yarışı bülteni, istatistiki bilgiler ve yarış sonuçları gibi bilgilere yer vermektedir…Üyelerine İddia maçlarını canlı izleme imkanı sunan Nesine.com, en fazla ligden iddia maçlarını hem web sitesi üzerinden hem de mobil platformlarından yayınlayan Türkiye'deki ilk ve tek sanal bayidir…Bahsin yeni fenomenlerini buluşturmayı ve üyelerine birlikte kazanmanın yolunu açmayı hedefleyen Nesine.com…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinin 27.03.2017 tarihli görünümünde yer alan Türkiye'deki ilk ve tek sanal bayi olma iddiasının “*reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği ve bu sebeple hali hazırda tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Anılan internet sitesinin 29.03.2017 tarihli görünümünde yer alan *“0 komisyon…para transferleri ücretsiz…”* ana başlıklı ifadesinin tüketiciler nezdinde tüm bankaların tüm ödeme kanallarında ve limit sınırı olmaksızın komisyon alınmayacağı algısı yaratıldığı, bu meyanda aynı sayfada yer alan istisna ifadelerle çeliştiği,

“*…****Milli Piyango’da büyük ikramiyelerin çıktığı biletleri satan şanslı bayii olma*** *ve Spor Toto oynatma özelliğiyle...”*şeklinde yer verilen ifadelerde“Şanslı bayi” olma iddiası ile tüketicilerin anılan şirkete yönlendirilmek suretiyle diğer elektronik yasal bahis bayileri açısından haksız rekabet yaratıldığı,

değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 8, 9, 18, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- Spor Müsabakalarına Dayalı Sabit İhtimalli ve Müşterek Bahis Oyunları Uygulama Yönetmeliğinin 31 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**95)**

**Dosya No: 2017/910**

**Şikayet Edilen:** **S Şans Oyunları A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tuttur.com](http://www.tuttur.com) adresli internet sitesiyle ilgili olarak yapılan aramalar sonucunda; “*Dünyanın ilk ve tek sosyal bahis sitesi…”*şeklinde ifadelere yer verildiği, Facebook ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde anılan firmaya ait hesapta ise; *“sosyal bahis 2 katı kazandırıyor...”* şeklinde ifadeler ile “başka yerlerden oynayan üzgün insan” çizimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Google arama motorunda 27.03.2017 tarihinde firmaya ait [www.tuttur.com](http://www.tuttur.com) adresli internet sitesiyle ilgili olarak yapılan aramalar sonucunda; “*Dünyanın ilk ve tek sosyal bahis sitesi…”*şeklinde ifadelere yer verildiği, fakat sosyal mecralarda sadece anılan yasal bahis sitesinin hesabı değil diğer yasal bahis sitelerinin de hesabının bulunduğu, bu meyanda ilk ve tek ifadesinin ispatlanamadığı, hali hazırda da bu ifadenin bulunduğumuz dönem için geçerliliğinin kalmadığı,

Diğer taraftan Facebook ve Twitter isimli sosyal paylaşım sitelerinde anılan firmaya ait hesapta yer alan; *“sosyal bahis 2 katı kazandırıyor...”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ve “başka yerlerden oynayan üzgün insan çizimiyle” diğer benzer firmaların kötülendiği,

Tüketiciler açısından yukarıda bahsi geçen ifadelerin yanıltıcı, diğer elektronik yasal bahis bayileri açısından ise haksız rekabet yaratıcı olduğu,

değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 8, 9, 10, 18, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

- Spor Müsabakalarına Dayalı Sabit İhtimalli ve Müşterek Bahis Oyunları Uygulama Yönetmeliği’nin 31 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**96)**

**Dosya No: 2017/1232**

**Şikâyet Edilen: Tüyap Fuar ve Fuarcılık Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif mecralarda yer alan; "Türkiye’nin en büyük mobilya fuarı", "Bu yıl 13. kez Beylikdüzü TÜYAP ta düzenlenecek mobilya fuarı", "Avrasya’nın en büyük mobilya fuarı", "Dünyanın en büyük üçüncü mobilya fuarı" şeklindeki tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Açıkhava, dergi, gazete, billboard, televizyon, radyo

**Tespitler:** Radyo ve televizyon mecralarında; “Türkiye’nin en büyük mobilya fuarı" ifadesine yer verildiği, "Bu yıl 13. kez Beylikdüzü TÜYAP ta düzenlenecek mobilya fuarı" ifadesine ise sadece gazete haberlerinde yer verildiği reklam olarak bu yönde bir tanıtıma rastlanmadığı, "Avrasya’nın en büyük mobilya fuarı", "Dünyanın en büyük üçüncü mobilya fuarı" ifadelerine ise internet mecrasında yer verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2017/1233**

**Şikayet Edilen: Artemis Uluslararası Gayrimenkul Danışmanlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cb.com.tr](http://www.cb.com.tr), [www.zingat.com](http://www.zingat.com), [www.hurriyetemlak.com](http://www.hurriyetemlak.com) gibi muhtelif internet sitelerinde gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.zingat.com](http://www.zingat.com), [www.hurriyetemlak.com](http://www.hurriyetemlak.com) gibi muhtelif internet sitelerinin şubat 2017 tarihli görünümleri ile Google arama sayfasında yapılan 19.04.2017 tarihli görünümlerde, *“Bitez* ***Aktur’da*** *Komşu Evler projesinde satılık villa”* ifadeleri ile, [www.cb.com.tr](http://www.cb.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Sitenin sakinleri shuttle hizmeti ile Aktur koylarından ve plajlarından faydalanacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.zingat.com](http://www.zingat.com), [www.hurriyetemlak.com](http://www.hurriyetemlak.com) gibi muhtelif internet sitelerinin şubat 2017 tarihli görünümleri ile Google arama sayfasında yapılan 19.04.2017 tarihli görünümlerde, Coldwell Banker Artemis Gayrimenkul isimli firma tarafından Bodrum/Bitez’de yer alan Komşu Evler adlı projeye ait gayrimenkullerin pazarlanmasında; *“Bitez* ***Aktur’da*** *Komşu Evler projesinde satılık villa”* ifadeleri ile,

[www.cb.com.tr](http://www.cb.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Sitenin sakinleri shuttle hizmeti ile Aktur koylarından ve plajlarından faydalanacaktır.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle; “Aktur” firmasının tescilli markasından izinsiz faydalanılarak ticari kazanç sağlandığı,

Diğer taraftan “Komşu Evler villalarının” Aktur Tatil sitesi içinde yer almadığı, “Aktur” ibaresi Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescilli olup Kamuya ait olmadığı için de anılan evlerin pazarlaması yapılırken bu ibareden faydalanılamayacağı, bu ibareye yer verilmek suretiyle tüketicilerin “Aktur” tatil sitesinin türlü imkanlarından “Aktur tatil sitesi sakinleri” gibi faydalanabileceği izlenimi yaratılarak yanıltıldığı,

Söz konusu firma tarafından, Bakanlık yazımız doğrultusunda Coldwell Banker Türkiye firmasına yapılan ve anılan firma aracılığıyla Bakanlığımıza iletilen açıklamaların bahsi geçen iddiaları ispatlamaya yeterli olmadığı değerlendirilmiş olup;

bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 11 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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