**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 12 Aralık 2017

**Toplantı Sayısı :** 267

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/2223**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Ramazanda Vodafone’a gelene Bereket paketi hediye*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2017-28.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, gazete, açıkhava, internet

**Tespitler:** 26.05.2017-28.06.2017 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *" Ramazan Bereketi Kampanyası*" başlıklı reklamlarda; *" Siz de Vodafone'a gelin. 50TL'ye varan A101 alışveriş çeki, 6GB'a varan interneti ve daha pek çok sürprizi ile bereket paketini hediye edelim*" şeklinde ifadelere, altyazıda ise *" 18 Mayıs-30 Haziran 2017 tarihleri arasında Red tarifelerine numara taşıyarak ya da yeni tesis alarak gelen abonelere toplam 6GB'si 30 günde bie 2'şer GB olarak tanımlanır. 30 gün sonunda kullanım hakkı biter, yurtiçi kullanımda geçerlidir. Hatlarına 2GB başarılı bire şekilde 2GB tanımlanan aboneler, sadece A101 mağazalarında geçerli 50TL hediye şifresi almaya hak kazanır. Bereket 2GB 3636'ya, onay geldikten sonra Market50 yazıp 6666'ya SMS atılır. Şifreler 31 Ağustos 2017'ye kadar geçerlidir. Ramazan servisi için aboneler <Ramazan> yazıp 1111'e ücretsiz SMS atabilirler. Vodafone, tarife/paket koşullarını ve ücretlendirmesini değiştirme hakkına ve BTK usullerine uygun kampanyayı sonlandırma hakkına sahiptir. Market şifreleri stoklarla sınırlıdır. Detaylı bilgi: vodafone.com.tr"*  şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.vodafone.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde "*Faturasız Bereket 1GB paketine gelen aboneler tek seferde en az 50TL'lik yükleme yaptıkları takdirde şifreleri alabilecekledir. Katılım şifresi 15 Temmuz 2017'ye kadar alınabilir ancak 31 Ağustos 2017 tarihine kadar geçerlidir. Şifre A101 kasalarında kullanılabilir. Kampanya kapsamında alınan şifreler A101 şubelerinde kullanılabilecektir. (...) Kampanya stok ve kontenjanlarla sınırlıdır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin “Ramazan Bereketi” kampanya koşullarını yerine getirerek A101 mağazalarında geçerli 50TL hediye şifresi almaya hak kazandığı halde hediye çeklerini kullanamadığı, kampanya kapsamında 5000 tüketiciye hediye çeki tanımlandığı, 5000 adet çek talebi olduğu halde söz konusu hediye çeklerinden 3000 tüketicinin faydalandığı, dağıtılan çek miktarı kadar stok olması gerektiği halde hattına çek tanımlanan tüketicilere stokların dolduğu bilgisi verildiği, stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b,13,18 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci 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 **241.413TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2017/3207**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.digiturk.com.tr](http://www.digiturk.com.tr)“*Engelli vatandaşlarımız, gazilerimiz, şehit eşleri, vazife malulleri ve eşlerine %50 indirim”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.digiturk.com.tr](http://www.digiturk.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Engelli vatandaşlarımız, gazilerimiz, şehit eşleri, vazife malulleri ve eşlerine %50 indirim. Digiturk engelli vatandaşlarına sunmuş olduğu %50 indirimli avantaj kampanyasıyla, gazilerimiz şehit eşleri vazife malulleri ve eşlerine hizmet sunmaktadır. Engelli kimliği ya da raporu bulunan müşterilerimiz Digiturk Web abone merkezimizi kampanya kapsamında üyeliklerini gerçekleştirebilirler. Digiturk giriş paketini 12 ay taahhüt vererek 10TL'den başlayan %50 fiyat indirimlerinden yararlanmak için Digitürk Web abone merkezimizden ulaşabilir, Digiturk'ün engelli paketine üye olabilirsiniz."* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca tüketicinin faydalanmak istediği Sporun Yıldızı Paketi’nin liste fiyatı 140TL iken engelsiz kampanyası dahilindeki %50 indirimli fiyatının 70TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.digiturk.com.tr](http://www.digiturk.com.tr) adresli internet sitesinde “Engelli Kampanyası” başlıklı tanıtımlarda, kampanyaya dahil paketlerin fiyat tablosuna yer verildiği, Sporun Yıldızı Paketi için aylık liste fiyatının 140TL, engelsiz kampanya dahilindeki %50 indirimli fiyatın 70TL olarak belirtildiği, müşteri hizmetleri yetkilisi ile tüketici tarafından yapılan görüşmede de tüketiciye bu bilginin verildiği, dolayısıyla reklamlarda herhangi yanıltıcı bir unsurun bulunmadığı değerlendirilmiş olup, şikayete 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.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**3)**

**Dosya No: 2016/3908**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 01 Temmuz-15 Ağustos 2016 tarihleri arasında düzenlenen “*Bonkör Vadaa Petrol Ofisi’nde*” isimli kampanyaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** *“Bonkör Vadaa Petrol Ofisi’nde”* isimli kampanyaya ilişkin açık hava reklamlarında; *“Yapı Kredi world kart sahiplerine özel Petrol Ofisi akaryakıt kampanyası kapsamında farklı günlerde 4 adet 100 TL ve üzeri alışverişte 40 TL indirim fırsatı sizleri bekliyor. Kampanyaya yapı kredi cüzdan uygulaması üzerinden katılabilirsiniz. Kampanya 15 Ağustos tarihine kadar geçerli olup 16-25 Ağustos tarihleri arasında yapacağınız üye istasyonlarda 40 TL yakıt alarak indirim kazanacaksınız.”; “Yapı Kredi Cüzdan üzerinden kampanyaya katılarak 01 Temmuz – 15 Ağustos 2016 tarihleri arasında farklı günlerde 4 adet tek seferde 100 TL ve üzeri akaryakıt alışverişi yapan müşteriler, 16 – 25 Ağustos 2016 tarihleri arasında bir sonraki World Üye İşyeri PETROL OFİSİ istasyonlarından minimum 40 TL akaryakıt alımı yaptığında 40 TL indirim kazanacaktır. Bir müşteri kampanyadan en fazla bir kez faydalanabilir ve en fazla 40 TL indirim kazanabilir. Yapı Kredi Cüzdan üzerinden kampanyaya katılan müşteriler 16-25 Ağustos 2016 tarihleri arasında bir sonraki World Üye İşyeri olan PETROL OFİSİ istasyonlarından 40 TL’den daha az akaryakıt alımı yaptığında, SMS katılımı var ise en fazla 25 TL indirim kazanabilecektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Söz konusu kampanya kapsamında, World Üye İşyeri Petrol Ofisi Şubesi olarak faaliyet gösteren Çorum İlinde bulunan “Çorum Anitta Petrol” unvanlı akaryakıt istasyonundan 30/7/2016, 31/7/2016, 3/8/2016, 12/8/2016 tarihlerinde her biri 100 TL; 16/8/2016 tarihinde ise 50-TL olmak üzere toplam 5 adet akaryakıt alışverişi yaparak kampanya şartlarını yerine getiren başvuru sahibi tüketiciye, yapılan alışverişlerden birinde farklı banka POS cihazı kullanıldığı gerekçesiyle vaat edilen indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Bonkör Vadaa Petrol Ofisi’nde”* isimli kampanyaya ilişkin reklamlarda, Yapı Kredi World kart sahiplerine özel olarak, Petrol Ofisi istasyonlarından yapılan farklı günlerde 4 adet 100 TL ve üzeri akaryakıt alışverişlerinde 40 TL indirim fırsatı sunulduğu;

Söz konusu kampanya kapsamında, World Üye İşyeri Petrol Ofisi Şubesi olarak faaliyet gösteren Çorum İlinde bulunan “Çorum Anitta Petrol” unvanlı akaryakıt istasyonundan 30/7/2016, 31/7/2016, 3/8/2016, 12/8/2016 tarihlerinde her biri 100 TL; 16/8/2016 tarihinde ise 50-TL olmak üzere toplam 5 adet akaryakıt alışverişi yaparak kampanya şartlarını yerine getiren başvuru sahibi tüketiciye, yapılan alışverişlerden birinde farklı banka POS cihazı kullanıldığı gerekçesiyle vaat edilen indirimin uygulanmadığı,

Ancak, kampanyaya katılımın reklam veren firmaya ait POS cihazlarının kullanılması halinde mümkün olabileceği şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiye söz konusu reklamlarda yer verilmediği için, banka tarafından, kampanyaya katılım koşulları hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Öte yandan, söz konusu bilgiye yer verilmiş olsa dahi, kampanyaya katılım koşullarını yerine getiren ortalama tüketiciden, yapmış olduğu alışverişte kredi kartının hangi bankaya ait POS cihazından geçirilerek kullanıldığını takip etmesinin beklenemeyeceği, buna karşılık kampanyaya iştirak eden World üye iş yerlerinin, Yapı Kredi World kredi kartı kullanılarak yapılan alışverişlerin kampanya kapsamında geçerli olabilmesi için reklam veren firmaya ait bankanın POS cihazı kullanılarak gerçekleştirilmesi gerektiği hususunda bilgilendirilmesi gerektiği, bu nedenle başvuru sahibi tüketicinin kampanya şartlarında belirtilen World üyesi akaryakıt istasyonundan Yapı Kredi World kart ile yapmış olduğu akaryakıt alışverişinin, reklam veren firmaya ait bankanın POS cihazından gerçeklememiş olması nedeni ile kampanya kapsamında geçerli sayılmamasının, kampanyada belirtilen bütün şartları yerine getiren tüketici açısından haksız rekabet yaratıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 üncü; 18/2, 18/6 ncı; 28 inci; 30 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **5.812 -TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası)** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**4)**

**Dosya No: 2017/2061**

**Şikayet Edilen: Yegane Yatırım İnş. Paz. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Nurs TV” adlı televizyon kanalında “*Ardıç Kremi”* ve “*Çörek Otu Kremi*” adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından 20.11.2016 tarihinde 16:30:22-16:42:57 saatleri arasında “Nurs TV” adlı televizyon kanalında **“***Ardıç Kremi*” ve “*Çörek Otu Kremi*” adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında; ekranda durağan yazı olarak, *“Bel ağrısı, boyun ağrısı, baş ağrısı, eklem ağrısı. 2 kutu çörek otlu devam krem, 2 kutu ardıç yağlı devam krem, 4 kutu devam krem bedava. Kargo KDV Dahil 59,90 TL. 0212 496 01 01.”* şeklinde ifadelerin, sunucu şahıslar tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Lütfen televizyonun sesinin biraz yükseltsinler. Çünkü çok önemli, bakın değerli izleyenler, malumunuz kış ayları geldi. Kış aylarında ne oluyor? Ağrılar, sızılar, sancılar, boyun ağrıları, diz ağrıları, bel fıtıkları, boyun fıtıkları, romatizmalar oldukça çoğalmakta… Şimdi biz efendim çörek otlu ardıç yağlı devam kremini kış kampanyasına özel 4 tane alana 4 tane bedava diyeceğiz, 59 TL kargo kdv dahil kapınıza kadar göndereceğiz efendim… Çünkü biz 5 dakikada ağrıyı kesen devam kremini bugün yeni bir özel bir karışımla 3 dakikaya düşürdük. Bakın 3 dakikaya düşürdük, 3 dakikada biz iddia etmiyoruz biz garanti veriyoruz… Biz 4 tane vereceğiz diye konuşmuştuk ama siz 4 tane de hediye edeceğiz diyorsunuz, çünkü bunlar eczanelerde 60 TL’ye satılıyor. Evet, 1 tanesi aktarlarda eczanelerde kendi semtlerinde mahallelerinde gitsinler efendim araştırsınlar herkesin evinde internet var, araştırsınlar baksınlar efendim, 1 tanesi 60 TL… Biz bu zamana kadar dualarla buralara geldik, halkımız arkamızda durdu, samimiyetimize güvendi, Allah razı olsun, biz de hiçbir zaman mahcup olmadık sizi de mahcup etmedik. Evet, 3 dakikada nerende ağrı varsa ayağında mı, bileğinde mi, şu şekilde eline alıyorsun eline sürüyorsun Yunus Bey. Sürdüğün zaman zaten sıcaklığı yanıklığı hissedeceksin. Derinin altına nasıl işlediğini, kemiklere nasıl işlediğini, ağrıyı nasıl kestiğini hissedeceksin… Burada şunu söylemek istiyorum, zaten biz kendi kullanmadığımız ürünü halkımıza tavsiye etmiyoruz. Ben bunu belimde kullandım çok iyi geldi. 5 dakika içinde belim ağrıyordu, yanlış bir hareketten dolayı, sporla da ilgileniyorum. 5 dakika içinde ağrı olan yerimi iyileştirdi Elhamdulillah Allah’ın izniyle. Sen de mesela yukarı çıkarken ayağını biliyorsun arabadan inerken çarptın. Hemen gelir gelmez kremim merde dedin. Hemen kremini sürdün, 5 dakika içinde şifasını buldun değil mi inşallah Allah’ın izniyle… Ben bir de bunu kokladığım zaman çok keskin bir koku alıyorum. Çok keskin zaten sürdüğün zaman anında o sıcaklığı anında o ağrıyı nasıl aldığını, o sızıyı o bel ağrısını o kireçlenmeyi biliyorsun tıpta ilaç sanayisinde, evet zaten bunun ne kadar faydalı olduğu nu kokusundan keskinliğinden kalitesini çözebiliyorsunuz… İlaç sanayisinde bakın bunun bir çaresi yok, kireçlenmenin, romatizmanın, bel fıtığının, ilaç sanayisinde bir çaresi yok. Ne yapıyorsunuz, Allah-ü Teala Hazretlerinin bahşetmiş olduğu bu güzelliklerden istifade edeceğiz, hep birlikte istifade edeceğiz… Bütün bitkileri bir kremde birleştirdik halkımıza sunduk… Biz ne diyoruz, bak 3 dakika içerisinde, bak geldin 3 dakika içerisinde neren ağrıyorsa boynun mu ağrıyor efendim, ayakların mı ağrıyor, ayakların veya üşüyor mu, sen ayağında denedin bu ürünü, ben belimde denedim, ikimiz de faydasını gördük, tabi şifa rabbimden ama bu ürün çok önemli… Bakın eklem ağrısı olan, diz ağrısı olan, boyun ağrısı olan, ağrıyla ilgili baş ağrısı olan, migren bakın migrene değinmedik özellikle migren ağrısından başı çatlayanlar, fazla değil 3 dakikaya o kadar yoğun o kadar etkili ki, o kadar güzel ki içerisinde çörek otu var değerli izleyenler…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 20.11.2016 tarihinde 16:30:22-16:42:57 saatleri arasında NURS TV adlı televizyon kanalında yayınlanan tele-alışveriş reklamında yer verilen ifade ve tanıtımlara ilişkin olarak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği halde “Ardıç Kremi” ve “Çörek Otu Kremi” adlı ürünlere yönelik tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte söz konusu şin firma tarafından 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu 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,

- 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 **Yegane Yatırım İnş. Paz. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.625 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2017/2921**

**Şikayet Edilen: Lokum Kozmetik Medikal Turizm Sanayi Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“EM TV”* logolu televizyon kanalında 02.05.2017 tarihinde (09:41) yayınlanan reklamlarda “*Fenjilyan”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“EM TV”* logolu televizyon kanalında 02.05.2017 tarihinde (09:41) yayınlanan reklamlarda *Fenjilyan*isimli ürüne ilişkin olarak *“Evet bu güne özel bir kampanya Bu kampanyayı kaçırmayın. Çünkü neredeyse Feljilyandan daha pahalı bu maskeyi bedava veriyoruz... Feljinyanı indirimli al, yanında da hediyesini al. Black Mask siyah maske... Sivilcelerden, siyah noktalardan, tüm cilt aknelerinden kurtul ve cildin nefes alsın. üstüne de Feljinyanı sür; kırışıklıklar, cilt lekesi, göz çevresi morlukları yok olsun. son dakika****0212 909 20 20****Hemen ara! Fenjilyan...", " Fenjilyan indirimli. 89 lira yerine 69 lira. 2 tane alırsanız 60 lira, 3 tane alırsanız? tanesi 55 lira... Bu gün indirimli.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle 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 ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Lokum Kozmetik Medikal Turizm Sanayi Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2016/764**

**Şikayet Edilen: Dbd Medikal ve Tıbbi Malzeme Kimya İlaç Kozmetik Gıda Turizm Taşımacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.formsaglik.com](http://www.formsaglik.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ve gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2017 ve 30.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.formsaglik.com](http://www.formsaglik.com) adresli internet sitesinin 22.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “*Escus Jel 75 Ml”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bacaklarınızda belirginleşmeye başlayan kılcal damarlı görüntü, ağrı, ödem ve huzursuz bacak şikayetleri artık sizi üzmesin ! Yüzeysel kılcal damar genişlemesi-Varis. Yorgun ve ağrıyan bacaklar. Ödem. T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”,* “DDF Glycolic 10% Exfoliating Moisturizer 48gr” başlığı altında; “*Hücre yenilenmesini hızlandırarak cildi yeniler (…) kolajen yapımını tetikler, soyucu özelliktedir.”,* “Manxl Penis Büyütücü”başlığı altında; *“MANXL erken boşalma sorununu ortadan kaldırmaya yardımcı oluyor, ereksiyon süresini uzatarak ve birden fazla ilişkiye girmenizi sağlıyor.”,* “Bioder 90-60-90 İnceltici ve Sıkılaştırıcı Konsantre Jel”başlığı altında; *“BİODER 90-60-90, yağ parçalayıcı aktiflerle bel, basen, bacak gibi yağların yoğun olarak yerleştiği bölgelerde yağ oranını azaltırken, Kiraz Sapı Özü ile parçalanan yağların ve ödemin vücuttan atılmasına yardımcı olur.”* ve 30.03.2017 tarihli görünümünde yer alan “Breast Gain Plus Göğüs Büyütücü ve Dikleştirici (60 Tablet)”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“30 Gün gibi kısa bir sürede daha büyük, daha yuvarlak, daha sert göğüslere sahip olabilirsiniz! 30 gün gibi kisa bir sürede daha büyük, daha yuvarlak, daha sert göğüslere sahip olabilirsiniz. Breast Gain bayanlarin göğüslerinin büyüklüğünü, seklini ve sertliğini doğal olarak arttırmaya yönelik formüle edilmiş doğal bitkisel bir katkı maddesidir. Bayanların göğüslerinin doğal büyümesine ve gelişmesine yardımcı olmak üzere benzersiz 13 bitkiden özel olarak imal edilmiştir. Breast Gain Plus, güvenli, hepsi doğal içeriğinin dengeli birleşimi ile, bayanlara cerrahi müdahale olmadan daha dolgun, daha büyük, daha sert göğüslere erişme olanağı sunar. Piyasadaki 1 numaralı göğüs büyütme hapı. İçeriğindeki Doğal Bitkiler: Feneugreek Seed Extract ( Çemen Boyotu Özü ) : Göğüs büyütmek için şifalı ot satıcılarının tavsiye ettiği bitki ögelerini en yüksek yoğunlukta içerir. Ayrıca menopoz belirtilerinin tedavisinde hormon düzenleyicisidir ve dişilik sistemini dengede tutar. Fennel Seed ( Rezene Tohumu ): Bu taze kökün zerk edilmesi sarılık, gallstone (karaciğer safralarının biriktiği yerde oluşan tas) ve diğer karaciğer problemlerine iyi geldiğine inanılıyor…”,* “African Mango 60 Tablet”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“African mango bitkisel zayıflama kapsülü tüm Avrupa’da en çok satılan ve hala satışları devam etmekte olan yeni bir zayıflamaya yardımcı bitkisel zayıflama hapıdır. Bitkisel zayıflatma içeriğinin yanı sıra içerisinde A, B ve C vitaminleri de bulunmaktadır. Bunu sayesinde sadece kilo vermekle kalmayıp vücudunuz direncini ve enerjisini de artırabileceksiniz. Vitaminlerin kilo vermeye ve vücudu güçlendirmesinin yanı sıra cildinize ve saçlara faydalıdır. Metabolizmayı hızlandırır ve buna bağlı olarak dolaşım sistemini düzenler. Vücuda içeriğindeki A, B ve C vitaminleri sayesinde enerji verir. Lifli özelliği sayesinde tokluk hissi yaratır. Vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlar. İçeriğindeki bitkisel özler ve vitaminler sayesinde kilo kaybının yanı sıra saç ve cildi besler.”,* “Nutri Weg Çilek”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nutrı Weg Kilo Aldırıcı Aktivon Nutri Weg Kilo Aldırıcı Protein Desteği ile tanışın! Aktivon Nutri Weg Kilo Aldırıcı Protein Desteği; aşırı zayıflık, sürekli kilo vermek gibi durumlarda mükemmel bir takviyedir. Özellikle de sporla birlikte, vücut şekillendirmede ve kas geliştirmede harika bir yardımcıdır. Kuvvetli formülüyle kısa sürede kalıcı sonuçlar verir. Peynir altı suyu proteini konsantresi-Whey Protein: Peynir oluşumu sırasında elde edilen tozdur. Bu protein desteği özellikle de hızlı ve kuvvetli etkisinden dolayı sporcularda kas geliştirmede kullanılır. Aynı zamanda bağışıklık sistemini kuvvetlendirici ve kuvvet verici özelliği de bulunmaktadır. İçindeki lösin, arginin,valin, methionin ve arjinin amino asitleriyle kilo almak için mükemmel bir besin takviyesidir. Valin, lösin, izolösin amino asitleri, kas kaybının mümkün olduğunca azalmasına yardımcı olmaktadırlar. İnsülin seviyesini ve yağ depolanmasını arttırır. Kilo alımında ve kaslardaki protein sentezine önemli rol oynar. İçeriğindeki sülfür içeren sistein ve methionin sayesinde antioksidan düzeyini korumaya yardımcıdır…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**  Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, “Escus Jel 75 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan *“T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”* ifadesi ile söz konusu ürünün etkilerine ilişkin reklamlarda yer alan iddiaların Bakanlık tarafından onaylanmış olduğu izlenimi uyandırılmış olmasına rağmen kozmetik ürünlerin bildirime tabi ürünler olması nedeniyle söz konusu ifadenin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Diğer taraftan internet sitesinde yer alan *“STAG 9000 SPREY”, “V-PILLS 60 KAPSÜL”, “Penis XL Krem”, “Ddf Advanced Firming Cream”, “X-TRA GEL-EXTRA GEL”, “Skincode Body Firming Mouse*” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, anılan internet sitesinin 30.03.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“Breast Gain Plus Göğüs Büyütücü ve Dikleştirici (60 Tablet)”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan ve tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dbd Medikal ve Tıbbi Malzeme Kimya İlaç Kozmetik Gıda Turizm Taşımacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2016/767**

**Şikayet Edilen: Nihal Sönmez Ortaklığı Nihal Sönmez-Barış Emre ERTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eguzelmis.com](http://www.eguzelmis.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ve gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.04.2016, 24.04.2017, 13.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eguzelmis.com](http://www.eguzelmis.com) adresli internet sitesinin 18.04.2016 ve 24.04.2017 tarihli görünümlerinde yer alan “*Escus Jel 75 Ml*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bacaklarınızda belirginleşmeye başlayan kılcal damarlı görüntü, ağrı, ödem ve huzursuz bacak şikayetleri artık sizi üzmesin ! Escus Jel, at kestanesi, yaban mersinin özel bir kombinasyonu olarak formüle edilmiş, Sağlık Bakanlığı onaylı bir üründür. Lokal etkisiyle tüm yaş gruplarında ve hamilelikte bile kullanımı güvenli olan Escus Jel, 4 hafta boyunca günde 2 kez ilgili bölgeye, uygulanarak, iyileşme sürecini destekler ve varisin sebep olduğu görüntülerin ortadan kalkmasına yardımcı olur. Yüzeysel kılcal damar genişlemesi-Varis. Yorgun ve ağrıyan bacaklar. Ödem. T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır”,* “Tabia Nar Damlası 480 MG 90 Kapsül” başlığı altında; *“Nar çekirdeği Yağı cildi serbest radikallere karşı koruyarak cilt dokusunun daha pırıltılı ve elastik görünmesine yardımcı olmaktadır.”,* “Barielle Geliştirilmiş Formüllü Leke Giderici Krem 70,8 gr ” başlığı altında; *“Yaşlılık Lekeleri, çiller, ciltteki ton farklılıkları ve diğer ciltteki renk değişiklikleri ile ilgili sorunları gidermek için etkili ve güvenilir bir kremdir.”,* “Tabia Susam Yağı 25ml” başlığı altında; *“FAYDALARI; Yatıştırıcı olarak. Gaz giderici olarak. İdrar söktürücü olarak. Afrodizyak olarak. Antioksidan olarak.”* ve 13.06.2017 tarihli görünümünde yer alan “Neptune Organik Propolis 20 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;*“Karadeniz Teknik Üniversitesinin 14 yıllık bilimsel çalışmaları sonucunda üretilmiştir. Her fatura edilen Neptune Organik Propolis ücretinin belli bir kısmı, Karadeniz Teknik Üniversitesine Patent bedeli olarak gitmekte ve Türk Bilim İnsanlarının ARGE çalışmalarına destek olunmaktadır. Propolis'in Yararları Nelerdir? Propolis son yıllarda özellikle kanser tedavisine olan desteği yönüyle anılan ve bu konuda binlerce üniversite araştırmasına konu olan arı ürünüdür. Arıların değişik bitki ve ağaç kabuklarını çiğneyerek elde ettikleri macuna bazı enzimlerini eklemeleriyle ortaya çıkar. Antibiyotik olmadığı halde çok yüksek antibiyotik etkiler gösterebilmesi ve bu etkileri sadece enfeksiyona ya da hastalıklı dokuya yöneltmesi en dikkat çekici özelliklerindendir. Propolis, bağışıklık sistemini güçlendirir. Mantar-mayasıl sorunlarına, zararlı bakterilere, viral enfeksiyonlara karşı kullanılır. kanseri önlemede ve kanserle mücadelede etkili bir maddedir. Alışılmış antibiyotik etkilerin 100 misline yakın etkisi keşfedilmiştir. Bugüne kadar rastlanan en güçlü doğal antibiyotiktir. Propolis antiviral ve antibakteriyeldir. Diş sağlığı, deri hastalıkları, sindirim sistemi sorunlarının çözülmesine katkıları vardır. Pek çok zararlı bakteri ve mantar çeşidini engelleyici özelliktedir. Anti-bakteriyel, anti-fungal(mantar), anti-viral, ateş düşürücü, antiseptik ve kolesterol düşürücüdür. Gözün yüksek basıncını azaltır.Soğuk algınlığına iyi gelir. Ağız içi sağlığı ve sindirim sorunlarının giderilmesi için kullanılır. İçeriğindeki flavonoid oranı yüksektir. Flavonoidler bilindiği gibi en güçlü antikoksidanlardandır. Propolisin araştırmalar sonucu belirlenmiş bazı faydaları şöyledir:* *?Yaraların iyileşmesini 4 kata kadar hızlandırır.* *?100 kata kadar antibiyotik etki içerdiği tesbit edilmiştir.* *?Çok güçlü antioksidandır. ?Her gün bir kaç kez Propolis ekstarktı ile gargara yapıldığında, plak oluşumunu önler. ?Diş eti iltihabı ve ağız içi ve gırtlak enfeksiyonlarını giderir.* *?Diş abselerine, 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. ?Akut ve kronik kolite çözümdür ~~ arpacık: propolis merhemi kullanılır ağıziçi iltihabı: anjin: bademcik iltihabı: grip: tifo: fare tifosu bakterisinin (salmonella typhi) neden olduğu hastalıklarda tentürü içildiğinde, süratle iyileşme görülmektedir. gıda maddelerinin neden olduğu bu hastalık yaygın olarak görüldüğünde, önleyici olarak hergün 5 damla su ile alınmalıdır. blefarit: diş ağrısı: adet ağrılarını önleyici: genç kızların menstrüasyon başlama dönemindeki sancılanma çok veya az gelme şikayetlerinin ortadan kalkmasına yardım eder. menopoz döneminde kadınlara ateş basması, baş ağrısı, ani terlemeler, solunum darlığı gibi şikayetlerinin sona ermesine de yardımcı olmaktadır. tentürü bala karıştırılarak ağızdan alınabilir. zona: propolis herpes virüsünün neden olduğu zona (duygusal sinir) hastalığında, zor iyileşen yaralarda, çıbanlarda, siyatikte, tenis dirseği ve omurga kemiği hastalıklarında (bel, baş ağrıları gibi) merheminden yararlanılır. merhem 48 saatte bir tazelenir. prostat: propolis ileri yaşlarda görülen "özellikle başlangıç durumundaki" prostat şikayetlerinde fitil olarak kullanılır, ağızdan da alınabilir. kısa sürede etkisi görüldüğü, %90 şikayetlerin sona erdiği saptanmıştır. Bakterinin hücre bölünmesini engeller, hücre çeperlerini ve cytoplasmı antibiyotiklere benzer şekilde parçalar. Seksüel sistem: Büyümüş prostat ile ilgili kronik iltihaplanmayı azaltır. Leukorrhea ile ilgili iltihaplanmaları azaltır. Sindirim sistemi: Akut ve kronik kolitleri iyileştirir. Mikroorganizmaları baskılayarak ishalin iyileşmesinde yardımcı olur. Oral olarak gastrik ülserlerin iyileşmesini sağlar. Solunum sistemi: Üst solunum yolları enfeksiyonuna sebep olan zararlı mikro organizmaları öldürerek veya baskılayarak üst solunum yolları enfeksiyonlarını iyileştirir ve önlemeye yardımcı olur. Galangin içeriği dolayısıyla virüsleri baskılayarak soğuk algınlığını iyileştirir. Propolisin oral olarak alınması veya gargarası galangin in antibiyotik özelliği dolayısı ile boğazdaki farenjitleri iyileştirmeye yardım eder. Propolis, sinüziti iyileştirir. Propolis, galangin in antibiyotik özelliği dolayısı ile tonsillit leri iyileştirir ve önlemeye yardım eder. Uyarılar & Güvenlik: Bal alerjisi olanlar kullanmamalıdır Neptun Organik Propolis, Do ğ u Anadolu ve Karadeniz Bölgesinin 1500m üzerindeki organik kovanlardan elde edilmi ş tir. Alkol içermeyen Neptun Organik Propolis, üstün kalitede ve tamamen organik bir üründür. Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesinin 1500M ve üzerindeki dağlarının kır çiçeklerinden elde edilmiştir. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Tibbi Biyokimya Anabilim Dalının, Patenli su bazlı Propolis üretim tekniği ile, Türkiye nin ilk ve en büyük Organik Bal ve Arı Ürünleri Üreticisinde Üretilmiştir. Bu Ürün ISO 22000 Belgesine Sahip Tesislerde Üretilmi ş tir. Organik Propolis Nedir? Propolis, Arıların, kovandaki delikleri, çatlakları kapatmak ,zararlı bakteri, virüs ve mantarlardan korunması ve kovan içerisinde sterilizasyonu sağlamak amacı ile bitki reçinelerinden elde edilen balmumu kıvamında bir maddedir. Fenolik bileşikler bakımından son derece zengin olan Propolis e ait en eski bilgi MÖ 3000-5000 yıllarında, ölülerini propolisle mumyalayan eski mısırlılara aittir. Türk Propolisi Neden Daha Kalitelidir? Tüm Avrupa da 3000 Endemik bitki çeşidi varken Türkiye de ise 3700 un üzerinde endemik bitki çeşidi bulunmaktadır. Bu bakımdan organik üretilen Türk Propolisi, Dünyanın en kaliteli Propolislerinden birisidir. Alkol İçermez”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.eguzelmis.com](http://www.eguzelmis.com) adresli internet sitesinin 18.04.2016 ve 24.04.2017 tarihli görünümlerinde birçok kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlara ver verildiği ancak

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, “Escus Jel 75 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan *“T.C. Sağlık Bakanlığı Onaylıdır.”* ifadesi ile söz konusu ürünün etkilerine ilişkin reklamlarda yer alan iddiaların Bakanlık tarafından onaylanmış olduğu izlenimi uyandırılmış olmasına rağmen kozmetik ürünlerin bildirime tabi ürünler olması nedeniyle söz konusu ifadenin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinin *“(6) İlgili mevzuatı gereği bir mal veya hizmete ilişkin olarak düzenlenmesi zorunlu ruhsat, izin, onay, kayıt gibi belgeler ile uyulması gereken diğer yasal süreçler, o mal veya hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde reklamlarda kullanılamaz.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Diğer taraftan internet sitesinde yer alan *“Sebamed Anti Hair Loss Dökülme Engelleyici Şampuan 400 ml”, “Cosmed Yenileyici Serum 10 mlX10 Adet”, “Kozmetra Mezoterapi Etkili Şampuan 300ml”, “Prozinc Sampuan Women 300mlz”* gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, anılan internet sitesinin 13.06.2017 tarihli görünümünde yer alan “Neptune Organik Propolis 20 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan ve tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nihal Sönmez Ortaklığı Nihal Sönmez-Barış Emre ERTEKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2016/846**

**Şikayet Edilen: Ataysan Pazarlama Sanayi İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bonieshop.net](http://www.bonieshop.net) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik yer alan muhtelif kozmetik ve gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2016, 18.05.2016 ve 17.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bonieshop.net](http://www.bonieshop.net) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli kozmetik ürüne ait isimde *“varis”* ifadesine, 17.07.2017 tarihli görünümünde yer alan “GLN Bay uyarıcı Bayan Parfümü”, “GLN Bay uyarıcı Bayan Parfümü” ve “Bull Power Geciktirici Jel” isimli kozmetik ürünlere ait isimlerde sırasıyla *"Bay/Bayan uyarıcı”* ve *“geciktirici”* ifadelerine ve 17.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Alka Days” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *“İhtiyaç halinde zayıflamak isteyenlere kullanılması tavsiye edilen bir üründür”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.bonieshop.net](http://www.bonieshop.net) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli kozmetik ürüne ait isimde *“varis”* ifadesine ve anılan internet sitesinin 17.07.2017 tarihli görünümünde yer alan “GLN Bay uyarıcı Bayan Parfümü”, “GLN Bay uyarıcı Bayan Parfümü” ve “Bull Power Geciktirici Jel” isimli kozmetik ürünlere ait isimlerde sırasıyla *" Bay/Bayan uyarıcı”* ve *“geciktirici”* 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 tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin isimlerinde yer verilen *“varis” ,“Bay/Bayan uyarıcı”* ve *“geciktirici”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, firmaya ait internet sitesinin 17.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Alka Days” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *“İhtiyaç halinde zayıflamak isteyenlere kullanılması tavsiye edilen bir üründür”* şeklinde gıda takviyesi ile ilgili olarak 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 ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-5324 sayılı Kozmetik Kanununun 2 nci maddesi,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ataysan Pazarlama Sanayi İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2016/1224**

**Şikayet Edilen: Eeose Laboratuvarları Kozmetik ve İlaç San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanalları ve firmaya ait Youtube hesabı ile [www.eeose.com](http://www.eeose.com) adresli internet sitesinde yayımlanan muhtelif kozmetik ürünlerine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.04.2016, 23.02.2017, 27.03.2017, 06.01.2017-13.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** [www.eeose.com](http://www.eeose.com) adresli internet sitesinin 27.04.2016 tarihli görünümünde ve ürün ambalajlarında yer alan, “Éeose Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu 10 Ml” ve “Éeose Forte Kaş ve Kirpik Bakım Serumu Fırsat Paketi 2 X 10 Ml” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Eeose, içeriğindeki Peptide Complex sayesinde kirpikleri ve kaşları ihtiyaç duydukları 1 kür yani 6 hafta sonunda kirpik uzunluk ve yoğunluğunda istenilen seviyelere ulaşmasına yardımcı olur. Eeose Serum, içerisindeki Peptide Complex sayesinde yanlış kaş alımlarında kaybettiğiniz kaşlarınızı yeniden çıkartacak, küsen kaşlarınızla barışmanızı sağlayacaktır. Deri altında sağlığını kaybetmiş ya da aktif hale gelememiş kaş köklerini EEOSE ile onarıp yeniden kaş üretebilir hale getirebilirsiniz. “Evet. Kaş ve kirpik yaşam döngüleri ve yapıları, dökülme ya da zayıflama nedenleri birbirine benzer olduğu gibi tedavi yöntemleri de benzerdir. Ayrıntılı kullanım talimatı için lütfen prospektüse bakınız”* ifadelerine yer verildiği,

23.02.2017 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Rimel ve takma kirpiklerin sağladıkları uzun ve dolgun görünüm geçici ve yapaydır, Kişinin kendi gerçek kirpikleri üzerinde bir etkileri yoktur, Makyaj silinince ya da takma kirpikler çıkartılınca kişi yine kendi kısa ve cılız kirpiklerine geri döner, Rimel ve takma kirpikleri uygularken ya da çıkartırken uygulanan mekanik kuvvet kirpiklere kalıcı olarak zarar verebilir. Makyaj ürünleri ya da takma kirpik yapıştırıcılarının bazılarındaki kalitesiz kimyasallar kirpiklerin sağlığının yitirilmesine ve kirpiklerin dökülmelerine neden olabilir. Kadınların yüzünü güldürecek kozmetik buluş: Artık hayal ettiğiniz kaş ve kirpiklere ulaşmanın çok daha etkili bir yolu var. Hayal ettiğiniz kirpiklere ulaşmanın tek yolu takma kirpikler değil. Kendi gerçek kirpikleriniz ve kaşlarınız için dermokozmetik alanda son 10 yılın buluşları arasında değerlendirilebilecek yeni ÉEOSE FORTE Kaş ve Kirpik Serumu’nu kullanın. Sadece 14 günde sonuç almaya başlayın. Uzun, gür ve dolgun kirpikler; biçimli, dolgun ve bakımlı kaşlar herkesin hayalidir. Yeni ÉEOSE Forte Kaş & Kirpik Serumu, kirpik ve kaşlarınızın doğallığını bozmadan kirpikleri ve kaşları ihtiyaç duydukları maddelerle besleyerek, sağlıklı ve canlı bir görünüm kazandırır. ÉEOSE Serum ’un güçlendirilmiş bu yeni formülü ile hayal edilen kaş ve kirpiklere ulaşmak artık çok daha kolay! Yeni Eeose Forte Serum neden daha güçlü? Yeni ÉEOSE Forte Kaş ve Kirpik Serumu’nun içeriğinde, bir değil, Multi Peptide Complex’i oluşturan yüksek performanslı iki ayrı peptit kompleksi bulunmaktadır. Éeose Forte Serum ’un kaş ve kirpik bakımı üstündeki olumlu etkisi, bu 2 peptit kompleksinin, Myristoyl Pentaptide - 17ve Biotınoyl Tripeptide-1 ’in sinerjik etkisi sonucudur. Multi Peptide Complex en iyi etki gösteren peptitlerden formüle edilen çok özel bir peptit karışımıdır. ÉEOSE Forte Kaş & Kirpik Serumu ve aktif maddelerinin etkinliği ve güvenilirliği Fransa merkezli Dermscan Laboratuvarları'nda klinik çalışma ile test edilmiştir. ÉEOSE kullanımından sadece 14 gün sonra, kirpiklerin görünümünde gözle görülür bir etki göstermeye başlar. Ancak tam olarak sonuç alabilmek için 1 kür, yani 6 hafta boyunca kullanılması gerekir.\* ÉEOSE Forte Kaş & Kirpik Serumu oftalmolojik ve dermotolojik olarak test edilmiştir, güvenle kullanılabilir. \*Fransa Dermscan Laboratuvarları, klinik test sonuçlarına göre kirpik bakımı üzerine etkisi.”* *Kullanımından 2 hafta sonra kirpiklerin görünümünde; 1 ay sonra kaşların görünümünde gözle görülür bir etki göstermeye başlar” Multi Peptide Complex” geliştirilirken, kaş ve kirpiklerin doğal yapısında bulunan peptit molekülleri üzerinde çalışılmış, yüzlerce peptit karışımının biyolojik aktivitesi ve kaş ve kirpikler üzerindeki etkisi test edilmiştir”* ifadelerine yer verildiği,

06.01.2017-13.04.2017 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan televizyon reklamlarında ve firmaya ait Youtube hesabının 27.03.2017 tarihli görünümünde yer alan videoda, *“İstediğiniz kirpiklere ulaşmanın tek yolu takma kirpikler değil.”* ifadelerine yer verildiği,

[www.éeose.com](http://www.éeose.com) adresli internet sitesinin 27.04.2016 tarihli görünümünde ve ürün ambalajlarında yer alan “Éeose Sakal Serumu 60 ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sakal ve bıyıkları ihtiyaç duyulan maddelerle besler, bakım yapar, canlandırır ve sağlığına kavuşturur. “Eeose Sakal Serumu sakal ve bıyıklarınızı besler ve bakım yapar. Gür, canlı ve sağlıklı sakallar için Eeose Sakal Serumu ile dermatolojik destek alın. EEOSE Sakal Serumu, sakalları ve bıyıkları seyrek olanların ya da bölgesel boşlukları olanların kullanabileceği ilk ve tek dermotolojik serumdur. EEOSE Sakal Serumunun etken maddeleri: T. Terresteris: Bitkisel testesteron olarak da bilinir; Peptide Complex, Gp4g,Cell Active, Kerastime S, Forskohli ve Biotin, (…) Panthenol, Vital Et ve vitaminler: Cilt ve sakal bakımını destekler. (…) Cilt ve sakalı nemlendirir, canlandırır ve antioksidan etkisiyle onarır. Vitaminler: Sağlıklı kıl gelişimini destekler. Panthenol, Vital Et ve vitaminler: Cilt ve sakal bakımını destekler. Cilt ve sakaldaki kaşıntı ve hassasiyeti gidermeye yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği,

[www.éeose.com](http://www.éeose.com) adresli internet sitesinin 23.02.2017 tarihli görünümünde; “*Éeose Sakal Serumu, sakal ve bıyıkları, ihtiyacı duyulan maddelerle besler, bakım yapar ve canlandırır. Fransız Dermscan Laboratuvarları’nda klinik ve dermatolojik olarak test edilmiştir. Éeose Sakal Serumu:Éeose Sakal Serumu sakal ve bıyıkları, ihtiyacı duyulan maddelerle besler ve bakım yapar, Éeose Laboratuvarları tarafından geliştirilen serum, Fransız Dermscan Laboratuvarları’nda klinik ve dermatolojik olarak test edilmiştir.” i*fadelerine yer verildiği,

[www.éeose.com](http://www.éeose.com) adresli internet sitesinin 27.04.2016 tarihli görünümünde ve ürün ambalajlarında yer alan,

- “Eeose Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Bakım Şampuanı 300Ml ve bakım şampuanı (yağlı saçlar için) 300Ml” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Éeose Yavaş Uzayan Saçlar için Yoğun Bakım Şampuanı içerisindeki GP4G, bu canlandırıcı etkisi ile saça enerji verir, sağlıklı saç gelişimini destekler. Etki: Peptide Complex lipo-oligopeptide’lerden oluşmuş çok özel bir peptide formülasyonudur. Eeose Kaş ve Kirpik Serumunun da aktif içeriği olan Peptide Complex, EeoseSağlıklı Uzamayan Saçlar için Bakım Şampuanı içerisinde yeniden formüle edilmiştir. GP4F, çok yüksek mineralli sularda yaşayan, tuzlu su karidesi olarak da bilinen, Artemia Salina adı verilen bir planktondan ekstre edilmiş bir aktiftir. Çevresel koşullara dayanıklılığı ile bilinen Artemia, bu koşullar daha da kritikleştiğinde kendisini sert bir kapsül içersine alır ve bir tür uyku dönemine girer. Bu uyku sürecinde Artemia, GP4G adı verilen çok özel “yaşamsal” bir molekül sentezler ve depolar. Kurumuş kapsül içerisindeki Artemis, çok uzun seneler (ölçülen 70 sene) saklanabilir ve uygun koşullarda üretmiş olduğu GP4G molekülü sayesinde kapsülünden çıkarak tekrar gelişimine başlayabilir. GP4G, Artemia için yaşamsal enerji kaynağıdır. (…) Dökülmeye karşı etkili olur, olumsuz çevre koşullarından korur ve onarır. Eeose Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Bakım Şampuanı, ayrıca saçlara yoğun bakım yapmak üzere formüle edilen bitkisel kaynaklı Phtyocomplex (Nettle&Sage&Lavender Extract) içerir.”* ifadelerine yer verildiği,

-“Éeose Saç Dökülmesine Karşı Şampuan (Kuru normal saçlar için) 300 ml ve “Éeose Saç Dökülmesine Karşı Şampuan (Yağlı saçlar için) 300 ml” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*GP4G’nin bu canlandırıcı etkisi ÉEOSE Saç Dökülmesine Karşı Şampuan içerisinde dökülmeye karşı ve saç gelişimini desteklemek üzere yeniden formule edilmiştir”* ifadelerine yer verildiği,

-“Éeose Saç Dökülmesine Karşı Çift Etkili Dermatolojik Serum” ,simli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dünyada ilk kez bir ürün dökülme karşıtı bir serum ile sağlıklı saç gelişimi için başka bir serum formunu bir arada kullanıcılarının hizmetine sunuyor: Etki: GP4G, çok yüksek mineralli sularda yaşayan, tuzlu su karidesi olarak da bilinen, Artemia Salina adı verilen bir planktondan ekstrakte edilmiş bir aktiftir. Çevresel koşullara dayanıklılığıyla bilinen Artemia, bu koşullar daha da kritikleştiğinde kendisini sert bir kapsül içerisine alır ve bir tür uyku dönemine girer. Bu uyku sürecinde Artemia, GP4G adı verilen çok özel “yaşamsal” bir molekül sentezler ve depolar. Kurumuş kapsül içerisindeki Artemia, çok uzun seneler (ölçülen 70 sene) saklanabilir ve uygun koşullarda üretmiş olduğu GP4G molekülü sayesinde kapsülünden çıkarak tekrar gelişimine başlayabilir. GP4G, Artemia için yaşamsal enerji kaynağıdır (…) Saça enerji verir, olumsuz çevre koşullarından korur ve onarır. Serum No.2: Akşam kullanılan Stimu Peptide Serum ise içeriğindeki bioaktivitesi çok yüksek etken maddelerle saç gelişimini sağlıyor. Serum sayesinde siz uyurken saçlarınız güçlenmeye ve gelişmeye devam ediyor. Serum No.1: Sabah kullanılan Liposo Penatraitt Serum, saç dökülmesine karşı etkili. Her sabah 5-6 kez saçınıza püskürterek güne saçlarınızı dökülmeye karşı koruma altına alarak başlayabileceğiniz serum, Lipozom teknolojisi ile üretildi (…)Serum No.1.LiposoPenatraitt Serum: Dökülme Karşıtı, [Gündüz] 50 ML. Yenilik Éeose Laboratuvarları tarafından saç dökülmesine karşı formule edilen LiposoPenetraitt Serum. İçerik Rovisome, Serenoa Serrulata, Phytocomplex Etki: Deri kolay bir geçiş bölgesi değildir. Bu yüzden saçlı deri bölgesine uygulanan ürünler deri içinde kolayca ilerleyemediğinden etkilerini gösteremeyebilirler. Oysa Rovisome, içeriğindeki etken maddeleri cilde nüfus ettirebilmek için çok özel Lipozom teknolojisi ile üretilmiştir. Hücre zarı ile çok benzerlik taşıyan ve çok küçük kapsüller olan Lipozomlar hücreler tarafından kendisinden gibi algılandığından cildin derin epidermal tabakasına ulaşarak etkilerini gösterebilirler. Lipozom teknolojisi ile üretilen Rovisome, saç dökülmesini engellemeyi hedefleyen Biotin, Linoleic Acid(Vitamin F), Tocopherol Acatate, D-Panthenol ve Caffeine içeren çok etkili bir kombinasyondur. LiposoPenetraitt Serum, ayrıca saç dökülmesine karşı olumlu etkisi bilinen Serenoa Serrulata (Saw Palmetto Extract) ve yine saç dökülmesine karşı özel olarak formule edilen bitkisel kaynaklı Phytocomplex ( Nettle & Sage & Lavander Extract) içerir. Serum No.2. StimuPeptide Serum: Saç Gelişimi, [Akşam]: 50 ML. Yenilik Saç dökülmesi yaşayan kişilerde, dökülmenin engellenmesi yeterli değildir, sağlıklı saç için uygun ortam yaratılmalıdır. Éeose Laboratuvarları tarafından sağlıklı saç gelişimi için formüle edilen, Stimu Peptide Serumu erkekler ve kadınlar kullanabilir. İçerik. Peptide Complex, Procyanidin, GP4G, Caffeine & Forksohli, Keratım S. [Etki] \*\*Peptide Complex lipo-oligopeptidelerden oluşmuş çok özel bir peptide formülasyonudur. Eeose Kaş ve Kirpik Serumu’nun da ktif içeriği olan Peptide Complex, saçlar için Stimu Peptide Serum içerisinde yeniden formüle edildi. \*\*Procyanidin saç gelişini harekete geçirmede etkili doğal kaynaklı bir aktiftir. Yapılan bilimsel çalışmalar Procyanidin’in saç dökülmesine karşı olumlu etki gösterdiği, saç derisi hücrelerinin gelişimini harekete geçirdiği ve saçları dinlenme fazıdan aktif büyüme fazına geçirdiği gözlemlenmiştir. Procyanidin saçın yoğunluğunda ve saç teli çapında artışa neden olur.\*\*GP4G, çok yüksek mineralli sularda yaşayan, tuzlu su karidesi olarak da bilinen, Artemia Salina adı verilen bir planktondan ekstrakte edilmiş bir aktiftir. Çevresel koşullara dayanıklılığıyla bilinen Artemia, bu koşullar daha da kritikleştiğinde sert bir kapsül içerisine alınır ve bir tür uyku dönemine girer. Bu uyku sürecinde Artemia, GP4G adı verilen çok özel “yaşamsal” bir molekül sentezler ve depolar. Kurumuş kapsül içerisindeki Artemia, çok uzun seneler (ölçülen 70 sene) saklanabilir ve uygun koşullarda üretmiş olduğu GP4G molekülü sayesinde kapsülünden çıkarak tekar gelişimine başlayabilir. GP4G, Artemia için yaşamsal enerji kaynağıdır. GP4G’nin bu canlandırıcı etkisi StimuPeptide Serum içerisinde saç gelişimini desteklemek üzere yeniden formule edilmiştir. Saça enerji verir, olumsuz çevre koşullarından korur ve onarır. \*\*Caffeine & Forskohli, Stimu Peptide Serum içerisindeki diğer aktiflerin etkisini arttırıcı özelliği vardır. Kerastım Saç dökülmesine karşı etkili olurken saçın yoğunluğunun artmasına yardımcı olur.”* İfadelerine yer verildiği,

-“Éeose Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Saç Kremi 300 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Éeose Laboratuvarları tarafından geliştirilen bu krem formu incelen ve sağlıklı uzamayan saçlar için formule edilmiştir. Aynı zamanda saçlarınızın kolay taranmasını sağlar ve saça ihtiyaç duyduğu bakımı yaparak saçlarınızı onarır. Tarama ve saça şekil verme işlemleri sırasında meydana gelen hasarları giderir. İçerik: Peptide Complex & GP4G & Phytocomplex Etki: Peptide Complex lipo-oligopeptide’lerden oluşmuş çok özel bir peptide formülasyondur. Éeose Kaş ve Kirpik Serumu’nunda aktif içeriği olan Peptide Complex, Éeose Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Saç Kremi içerisinde yeniden formule edilmiştir. GP4G, çok yüksek mineralli sularda yaşayan, tuzlu su karidesi olarak da bilinen, Artemia Salina adı verilen bir planktondan ekstre edilmiş bir aktiftir. Çevresel koşullara dayanıklılığı ile bilinen Artemia, bu koşullar daha da kritikleştiğinde kendisini sert bir kapsül içersine alır ve bir tür uyku dönemine girer. Bu uyku sürecinde Artemia,GP4G adı verilen çok özel “yaşamsal” bir molekül sentezler ve depolar. Kurumuş kapsül içerisindeki Artemis, çok uzun seneler (ölçülen 70 sene) saklanabilir ve uygun koşullarda üretmiş olduğu GP4G molekülü sayesinde kapsülünden çıkarak tekrar gelişimine başlayabilir. GP4G, Artemia için yaşamsal enerji kaynağıdır.(…) Dökülmeye karşı etkili olur, olumsuz çevre koşullarından korur ve onarır. ÉEOSE Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Saç Kremi, ayrıca saçlara yoğun bakım yapmak üzere formüle edilen bitkisel kaynaklı Phytocomplex (Nettle&Sage & Lavander Extract) içerir.” Éeose Sağlıklı Uzamayan Saçlar için Saç Kremi içersindeki GP4G, bu canlandırıcı etkisi ile saça enerji verir, sağlıklı saç gelişimini destekler.”* ifadelerine yer verildiği,

- “Éeose Sericin Bio Moisturizing Cream Gel-Yağlı Ciltler- 60 ML” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *““Sericin Bio Moisturizing Cream Gel nemlendirici, mucizevi ipek proteini Sericin ile ipeğin yumuşaklığını, dayanıklılığını ve parlaklığını cildinizle buluştururken, Hyaluronic Acid ile cildin nem tutma kapasitesini maksimize ediyor. Kendi moleküler ağırlığının 1000 katı kadar su tutabilen Hyaluronic Acid bu özelliği ile esnek, pürüzsüz, parlak, kırışıksız ve canlı cilt oluşumunu destekliyor. Cildin yağ ve akneye eğilimine karşı Zinc Gluconate içeriyor.”* ifadeleri,

-“Éeose Sericin Bio %100 Doğal & Saf İpek Kozası”, “Éeose Sericin Bio Super Box #1 Tüm Cilt Tipler” ve “Éeose Sericin Bio Super Box #1 Yağlı Ve Akneye Eğilimli Ciltler” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda;*“ Kusursuz cilt 3 temel özelliğe sahiptir: 1-Gergin, sıkı, dolgun ve kırışıksız, 2-Eşitlenmiş bir cilt tonu, lekesiz, parlak ve canlı, 3- Pürüzsüz, yumuşak, siyah nokta ve ölü derilerden arınmış. Éeose Laboratuvarları yüzlerce etkeni inceledi ve sonunda bu 3 özelliği birden cilde kazandırabilecek bir biyolojik malzemeyi kullanıcılarının hizmetine sundu. Üstelik %100 doğal, %100 saf, cilt dostu ve de herhangi bir kliniğe ihtiyaç duymadan, evde kendi kendinize uygulayabileceğiniz kolaylıkta: Éeose Sericin Bio %100 Doğal ve Saf İpek Kozaları. İpekisi Bir Cilt Parmaklarınızın ucunda! Mucizevi ipek proteini olan Sericin ipeğe yumuşaklığını, dayanıklılığını ve parlaklığını veren proteindir. Doğal İpek kozalarında bulunan bu protein cildin amino acid içeriğinin dengelenmesinde yardımcı olur ve cildi uyarır. Cildin su kaybını önlemeye yardımcı olur, cildin nemini arttırır. Cilt yüzeyinde ince koruyucu bir film tabakası oluşturarak cildi dış etkenlere karşı korur, yaşlanma belirtilerini önlemede etkili olur. Lekesiz, pürüzsüz ve genç bir tene kavuşmanızı sağlar (…) Eeose Sericin Bio %100 doğal ve saf ipek kozaları, sıcak suda bekletilip uygulanırken, suda çözülebilen bu mucize protein, Sericin, cilde nüfus eder. Moleküler olarak çok küçük olduğu için de ciltten rahatlıkla geçebilir. Ve cilt yüzeyini de adeta koruyucu bir film tabakası ile kaplar. Fibroin: Fibroin ipeğin yapısını oluşturan diğer proteindir. Fibroin doğal ipek kozasının katı yapı malzemesidir. Dayanıklılığı ile bilinen bir proteindir. Öyle ki aynı kalınlıkta bir ipek ipi aynı kalınlıkta çelikten daha dayanıklıdır. İpek Kozası Sericin ile kaplanarak ve birbirine yapışmış, Fibroin’den örülmüştür.” (…)Eeose Sericin Bio’nun Faydaları: Cilt lekelerini azaltır. Cilt rengini düzeltir. Cilt tonunu iyileştirir. Kırışıklıkları önler, oluşmuş olan kırışıkların görünümünü azaltır. Cildin kendini yenilemesini teşvik ederek yaşlanmayı yavaşlatır. Doğal ipek koza bakımı ile ilk kullanımdan itibaren anında ipek gibi yumuşak, parlak, canlı ve sağlıklı bir cilde kavuşun. Eeose Sericin Bio’nun Faydaları: Ciltteki ölü dokuyu sağlıklı bir şekilde soyarak akne, sivilce, siyah noktaları giderir ve oluşumunu önler.”* ve “Éeose Sericinbio Superbox + Eeose Orijinal Boy Sericinbio Krem Hediye (Yağlı ve Akneye Eğilimli Cilt) ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.eeose.com](http://www.eeose.com) adresli internet sitesinde birçok kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlara ver verildiği ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, firma tarafından 06.01.2017-13.04.2017 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan ve firmaya ait Youtube hesabının 27.03.2017 tarihli görünümünde ve ürün ambalajlarında yer alan ifadelerin bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle kanıtlanması gerektiği, ancak tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispatına ilişkin olarak sunulan laboratuvar sonuçlarının, her ne kadar laboratuvar kontrolünde sübjektif değerlendirme (anket) çalışmalarını ortaya koysa da, katılımcıların kişisel görüş ve beklentileri sonucunda ortaya çıkan istatistiksel sonuçları yansıtmasından dolayı ürünlerin faydasını ispat edecek nitelikte bilgiler olmadığı, bu çerçevede ürünlerin faydalarını ortaya koyabilecek nitelikte “bilimsel bir çalışma” ile ispat edilemediği,

Ayrıca, firma tarafından 06.01.2017-13.04.2017 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan ve firmaya ait Youtube hesabının 27.03.2017 tarihli görünümünde yer alan “Éeose Forte Kaş Ve Kirpik Bakım Serumu 10 Ml” ve “Éeose Forte Kaş Ve Kirpik Bakım Serumu Fırsat Paketi 2 X 10 Ml” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“İstediğiniz kirpiklere ulaşmanın tek yolu takma kirpikler değil.”* ifadeleri ile takma kirpik görseline yer verilerek tüketiciler nezdinde tanıtımı yapılan ürünün kullanımı sonrasında takma kirpik görünümü oluşturacak kadar büyük bir etki yarattığı izlenimi verildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2017/2072**

**Şikayet Edilen: Hayat Kimya Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ürün ambalajları ve firmaya ait [www.familia.com.tr](http://www.familia.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*Familia Jumbo Havlu*” isimli ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart-Ekim 2017, 16.10.2017

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

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında ve firmaya ait Youtube hesabının 16.10.2017 tarihli görünümünde yayınlanan “Familia Jumbo Havlu” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Hayatım kağıt havlu bitti. Ay kağıt havlu bitmiş.. Kağıt havlumuz bitti mi? Yine bitmiş.. -Al bakalım. Familia Jumbo Havlu. Artık havlumuz hiç bitmesin. Tıpkı sana olan aşkım gibi. - Hayatım.. Familia’dan şimdi, çok büyük Jumbo havlu. Ee kağıt havlu dendiğinde.. Mantık Familia diyor, herkes bunu biliyor”* ifadeleri ile durağan yazıda *“1=6 Rulo. \*Sıradan kağıt havlulara göre.”* ifadelerine, “Familia Jumbo Havlu” isimli ürüne ait ambalajı üzerinde *“Jumbo Havlu. 1=6 Rulo. Mega Ekonomik. 560 yaprak”* ifadesine*,* [www.familia.com.tr](http://www.familia.com.tr) adresli internet sitesinde *“Jumbo Havlu: Familia Jumbo Havlu ile artık kağıt havlumu sık sık değiştirmiyorum. 1 rulosu 6 ruloya eşit Familia Jumbo Havlu sayesinde hem rulo depolama derdinden kurtuluyorum hem de ekonomi yapıyorum”* ifadelerine ve Familia Kağıt Havlu” isimli ürüne ait ürün ambalajının arka yüzünde “*100 x 6 (…) 600 yaprak*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Mart - Ekim 2017 döneminde ürün ambalajları üzerinde ve firmaya ait [www.familia.com.tr](http://www.familia.com.tr) adresli internet sitesinin 16.10.2017 tarihli görünümünde yer alan “Familia Jumbo Havlu” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Jumbo Havlu. 1=6 Rulo. Mega Ekonomik.”* ifadesineve anılan internet sitesinde *“Jumbo Havlu: Familia Jumbo Havlu ile artık kağıt havlumu sık sık değiştirmiyorum. 1 rulosu 6 ruloya eşit Familia Jumbo Havlu sayesinde hem rulo depolama derdinden kurtuluyorum hem de ekonomi yapıyorum”* ifadelerine yer verildiği, ancak, söz konusu reklamlarda yer alan *“1=6 Rulo”* ve *“1 rulosu 6 ruloya eşit Familia Jumbo Havlu”* iddialarının ispatına yönelik olarak firma tarafından sunulan raporların, piyasada yer alan sıradan ürünler ile yapılan karşılaştırma sonucu elde edildiği ancak tanıtımlarda 1=6 rulo’nun *“sıradan kağıt havlulara göre”* olduğu bilgisine yer verilmeyerek tüketici nezdinde bu karşılaştırmanın firmanın kendi ürünleri ile yapıldığı izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla söz konusu reklamlarda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Bununla birlikte, “Familia Jumbo Havlu” isimli ürüne ait ürün ambalajının arka yüzünde yaprak sayısı “560” olarak belirtilirken, “Familia Kağıt Havlu” isimli ürüne ait ambalajın arka yüzünde yaprak sayısının “100 x 6” olarak belirtildiği, buna göre “Jumbo Havlu” isimli ürünün tanıtımı yapılırken kullanılan “1=6 rulo” ifadesinin aradaki 40 yapraklık fark düşünüldüğünde gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**11)**

**Dosya No: 2017/1279**

**Şikayet Edilen: Aydan ERÇAYAN (Myclinica Nail Center)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 06.11.2017 tarihli görünümünde; *“Ameliyatsız Yüz Germe, Ameliyatsız Göz Kapağı Estetiği, Kırışıklık Tedavisi Yöntemleri, Cilt Lekeleri Tedavisi, Thermage, Kimyasal Peeling, Dolgu-Botoks, PRP(Kök Hücre Tedavisi), Gençlik Aşısı, Plexr, Dermapen, Ütüleme Epilasyon, Lazer Epilasyon, Tırnak Batığı Tedavisi, Botoks Kursu, Lazerle Dövme Silme”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin bilgilere yer verildiği;

Bununla birlikte; *“Dolgu-Botoks, PRP(Kök Hücre Tedavisi), Plexr, Dermapen, Galeri(Burun Estetiği, Dudak Dolgusu)”* gibi başlıklar altında tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.myclinicaguzellik.com](http://www.myclinicaguzellik.com) adresli internet sitesinde; kuruluşun isminin *“My Clinica Estetik ve Güzellik”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "*Güzellik salonlarının* *tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve* *açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlandığı, ne var ki [www.myclinicaguzellik.com](http://www.myclinicaguzellik.com) adresli internet sitesinde; kuruluşun isminin *“My Clinica Estetik ve Güzellik”* olarak nitelendirildiği; buna karşın kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve yanıltıldığı,

Bununla beraber; *“Ameliyatsız Yüz Germe, Ameliyatsız Göz Kapağı Estetiği, Kırışıklık Tedavisi Yöntemleri, Cilt Lekeleri Tedavisi, Thermage, Kimyasal Peeling, Dolgu-Botoks, PRP(Kök Hücre Tedavisi), Gençlik Aşısı, Plexr, Dermapen, Ütüleme Epilasyon, Lazer Epilasyon, Tırnak Batığı Tedavisi, Botoks Kursu, Lazerle Dövme Silme”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan ismin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aydan ERÇAYAN (Myclinica Nail Center)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2017/1280**

**Şikayet Edilen: Hürrem Güzellik Turizm Tekstil Gıda Tarım Ürünleri Hayvancılık İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Hürrems Güzellik ve Estetik ve Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/Hürrems-Güzellik-Estetik-Spa-493911077414018](http://www.facebook.com/Hürrems-Güzellik-Estetik-Spa-493911077414018) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](file:///C:\Users\Serkan\Desktop\www.greenpearl.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.09.2017 tarihli görünümünde kuruluşa ait sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Hürrem's Güzellik & Estetik & spa olarak; KIRIKKALE'DE Uzman kadromuzu en ileri teknoloji ile bütünleştirip estetik, güzellik ve spa hizmetlerini dünya gündemini takip ederek daha geniş kitlelere ulaşabilecek örnek bir güzellik ve sağlık hizmeti sunmak ve hasta memnuniyetini en üst düzeyde tutmaktır amacımız. Gül Savaş, Uzman Estetisyen, Medikal El-Ayak Sağlığı Uzmanı”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Hürrem's Güzellik & Estetik & Spa”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "*Güzellik salonlarının* *tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve* *açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlandığı, ne var ki inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Hürrem's Güzellik & Estetik & Spa”* olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı ve kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet gösterdiği anlaşıldığından söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan ismin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hürrem Güzellik Turizm Tekstil Gıda Tarım Ürünleri Hayvancılık İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Hürrems Güzellik ve Estetik ve Spa)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2017/1446**

**Şikayet Edilen: Ma Vie Estetik Güzellik Salonu Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Dudak Dolgu 600 TL*" ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** *“Dudak dolgu 600 TL”* başlıklı broşürde; *“Dudak dolgu 600 TL. Broşür ile gelen tüm müşterilerimize...Zayıflama Aşısı (Danışmanlık), Diyetisyen (Danışmanlık), Akupunktur (Danışmanlık)...Estetik Plastik Cerrahi ve Saç Ekimi Danışmanlık: Jinekomasti (Danışmanlık), Meme Büyütme-Küçültme (Danışmanlık), Karın Germe (Danışmanlık), Yüz Germe (Danışmanlık), Kepçe Kulak (Danışmanlık), Saç Ekimi (Danışmanlık), Dermatoloji ve Kozmotoloji Danışmanlığı: Yüz Gerdirme (Danışmanlık), Dolgu (Danışmanlık), Ameliyatsız Yüz Germe (Danışmanlık), Prp (Danışmanlık), Mezoterapi (Danışmanlık), Saç Aşısı (Danışmanlık), Leke Tedavisi (Danışmanlık)”* gibi tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu broşürde kuruluşun isminin “Ma Vie Estetik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bununla beraber; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*Güzellik salonlarının* *tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve* *açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlandığı, ne var ki inceleme konusu broşürde; kuruluşun isminin *“Ma Vie Estetik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet gösterdiğinin anlaşıldığı, bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu broşürde yer alan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisine yer vererek mevzuatı ihlal ettiği; ayrıca, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; bununla birlikte; “Güzellik Salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun tıbbi işlemlere yönelik danışmanlık hizmeti vererek bu işlemler hakkında tüketicileri bilgilendirici bir faaliyet içerisine girmesinin mevzuata aykırılık teşkil ettiği; dolayısıyla, söz konusu broşürde yapılan tanıtımlar ile kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırılarak benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; bu sebeple, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ma Vie Estetik Güzellik Salonu Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.034 TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2017/1849**

**Şikayet Edilen: Zehra BAYRAKDAR (Berillife Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 08.11.2017 tarihli görünümünde; *“Saç Mezoterapisi, Botoks, Dolgu, Ütüleme Epilasyon, Lazer Epilasyon, Kılcal Damar Tedavisi, Prp Gençlik Aşısı, Leke Tedavileri, Mezolifting, Selülit Tedavisi, Lipo Lazer”* gibi başlıklar altında kuruluşunuzda sunulan hizmetlere ilişkin bilgilere yer verildiği;

Bununla birlikte; *“Kılcal Damar Tedavisi”* başlığı altında tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla beraber; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (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 belirtildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde; *“Saç Mezoterapisi, Botoks, Dolgu, Ütüleme Epilasyon, Lazer Epilasyon, Kılcal Damar Tedavisi, Prp Gençlik Aşısı, Leke Tedavileri, Mezolifting, Selülit Tedavisi, Lipo Lazer”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**15)**

**Dosya No: 2017/1856**

**Şikayet Edilen: Ahmet KARATAŞ (Recency Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.recencyguzellik.com](http://www.recencyguzellik.com) adresli internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde; *“Ütüleme Lazer Epilasyon, Kavitasyon”* ifadesine yer verildiği,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde *“Recency**Güzellik & Estetik”* kullanıcı isimli sayfanın 16.11.2017 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkinbilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “*Recency Güzellik & Estetik, Recency Güzellik*” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzelliksalonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince,güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariçtıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon vedepilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "*Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,* *tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça* *'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlandığı, ne var ki inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Recency Güzellik & Estetik, Recency Güzellik” olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet gösterdiğinin anlaşıldığı, bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.recencyguzellik.com](http://www.recencyguzellik.com) adresli internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde; *“Ütüleme Lazer Epilasyon, Kavitasyon”* ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Recency**Güzellik & Estetik”* kullanıcı isimli sayfanın 16.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhteliftarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkinaçıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilenbu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusundayetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyetibulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkinaçıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileriyanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlıolan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusutanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafındanyapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleriuyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuataaykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcınitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16) Dosya No: 2017/2167**

Çağlar ÇOL Bahçeli Medikal unvanlı firmaya ait [www.eczaneyiz.com](http://www.eczaneyiz.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyesi ve kozmetik ürün tanıtımlarının mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, inceleme konusu internet sitesinin alan adı içerisinde “eczane” ismine yer verilmesi ile ilgili olarak şikayet edilen firmanın görüşüne başvurulması istemiyle **dosyanın ertelenmesine**karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2017/2546**

**Şikayet Edilen: Cihangir Yoga Hizmetleri ve Ürünleri Yayımcılık Tic. ve San. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.05.2017, 12.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 30.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Stavigo ile Aile Sergisi” başlığı altında; *“...aile dizimine yönelik bu yeni yaklaşım iyileştirme fikrinden uzakta olması sebebi ile genel anlamda daha az terapiye yer verir. Bu yaklaşım daha çok hayatı olduğu gibi kabul eder. Çünkü ancak bu şekilde spontane bir büyüme mümkün olur. Geçmiş travmaları kabul edip içsel şifa hareketlerini desteklerken içsel olarak ebeveynlerimize, aile üyelerimize ve eşlerimize oldukları halleri ile derin bir evet duygusu içinde bağlanırız. Ancak derin bir kabullenmede içsel bir uyum ve huzur bulmamız mümkün olur. Aile dizimindeki iç görüler sadece bir bireyi şifalandırmakla kalmaz, aynı zamanda dinler, uluslar ve sosyal gruplar arasındaki yaraları da şifalandırmaya yardımcı olur ama yine de gerçek barış bireylerin ruhunda gerçekleşir… bu eğitim bir yandan en derin şekilde kişisel bir keşif yolculuğu öte yandan da aile sergisi ya da svagilonun kendi yaklaşımını isimlendirdiği şekliyle sevginin kökleri aile sergisi çalışmasının basit temel teori ve uygulama prensiplerinin öğretildiği bir süreçtir. Bu sistemik ve fenomenolojik psikoterapi yöntemi göstermiştir ki mevcut fenomenlerin arkasında gizli kalan duygusal kilitlenmelerin çözümüyle semptomların ve yaşamsal krizlerin ortaya çıka eğilimleri kaybolabilmektedir. Bu sistem kişiye içinde bulunulan aile sistemindeki dinamiklere erişerek bugün hastalıklar para ve ilişki problemleri endişe depresyon bağımlılıklar vs. gibi yansımalarla ortaya çıkan problemleri oluşturan bilinçaltı dinamiklerini çok hızlı şekilde açığa çıkarma şansı sunmaktadır… Svagito 22 yıldan fazla olan terapistlik deneyimini mediatif bir merkezden güçlü bir şekilde aktarırken, katılımcılara danışman şifacı ya da bireysel olarak kişisel gelişim ve anlayış seviyelerinde çok daha derin ve geniş bir boyuta gidebilme imkanı sunmaktadır…her bir adımdaki terapist açıklamalarıyla kavrayacaklardır… Svagito’nun insanlarla çalışmak konusunda kişisel gelişim, terapi, sağlık ve eğitim alanlarında 35 yıllık pratik deneyimi vardır…travma çalışmaları üzerine kendi eğitim programlarını devam ettirmektedir”*,

-“Terapiler” başlığı altında; *“…KranioSakral Terapi: KranioSakral Terapi ellerle hafifçe dokunarak uygulanan ve bedenin doğal iyileşme kapasitesini artıran bir terapidir. KST bedenin kendi kendine baş edemediği sıkışma ve kısıtlanmaları açmasına destek verir. Bedenin derinliklerine hapsolmuş gerilimler yumuşak ve hafif dokunuşlarla kaynağında giderilir bu sayede işlev bozuklukları düzeltilir vücut sağlığı ve performansı iyileşir ve ağrılar ortadan kalkar. Kaygı, yorgunluk ve stres kaynaklı tüm hastalıklar, otoimmün rahatsızlıklar tüm sinir sistemi rahatsızlıkları baş ağrısı, migren, yaralanma, düşme gibi fiziksel travmalar, doğum travmaları gibi konularda çok etkili olan KST, beyin ve sinir sisteminin sağlıklı bir duruma getirilmesi sayesinde birçok kronik rahatsızlığın önlenmesinde de etkilidir… Hareket ve beden terapisi…hareket kısıtlıklarını eklem ağrılarını ve tutukluklarını ortadan kaldırmaktadır…bu masajla dengelenen dolaşım ve sinir sistemiyle iyileşme sürecinizi hızlandırabilir, kaslarınızın esnekliğini ve eklemlerinizin hareket kabiliyetini arttırabilir, duruş bozukluklarından kaynaklanan ağrıları geçirebilir, hastalıklara karşı vücut direncinizi arttırabilir, stresten arınabilir derin bir dinlenme yaşayabilirsiniz…”* ifadeleri ile,

Aynı adresli internet sitesinin 12.10.2017 tarihli görünümünde;

-“Depresyona Karşı Yoga” başlığı altında; *“Depresyona Karşı Yoga… sinir sistemini yeniden şekillendirir ve daha dingin hale getirir…Son yıllarda yapılan araştırmalar yoganın depresyona karşı olumlu etkilerini ortaya koymuştur. Yukarıda bahsettiğimiz faydalarına ilaveten yoga, anksiyete ve depresyon tedavisinde başarılı sonuçlar vermiştir. Asana uygulaması, kortizon ve adrenalin gibi stres hormonlarının seviyesini düşürerek bedeni gevşeme moduna getirmiştir. Beden ve zihin gevşemeye başlayınca kişi hislerinden kaçmak yerine onlarla birlikte kalmaya ve depresyon halini tetikleyen psikolojik faktörlere bakmaya başlar…”*,

-“ Fizyolojik Rahatsızlıklar için İleri Seviye Yoga Terapi Hocalık Eğitimi Öğrenci Görüşleri” başlığı altında; *“Fizyolojik Rahatsızlıklar için İleri Seviye Yoga Terapi Hocalık Eğitimi Öğrenci Görüşleri… solunum problemlerinden stres ve uyku sorunlarına uzanan, hem sık rastlanan hem de kişilerin hayat kalitesini düşüren rahatsızlıklar yelpazesinde yoga terapi çözümleri ile derinleşmemi sağlayan çok tatmin edici ve ilham verici bir eğitimdi… Bütün yoga anlayışım temelden değişti ve bir kez daha yoga ile şifa bulmak deneyimini yaşadım. Hayatımın bundan sonraki amacı, öğrendiklerimi başkalarına şifa vermek için kullanmak olacak…”*,

-“Zeynep Çelen ile Nörobilim Bakışıyla Yoga” başlığı altında; *“…Fakat yoganın beyin, sinir sistemi ve bedenimiz üzerindeki etkilerinin bilimsel olarak açıklaması nedir? Duyduğumuz her şey gerçekten doğru mu? Düzenli yoga pratiklerimiz nefes çalışmaları, meditasyonlar ve asanalar içeriyor. Peki, bu uygulamalar bize nasıl fayda sağlıyor?Bu soruları cevaplamak üzere, şu anda sinir bilimi yüksek lisansını Cenevre’de tamamlamak üzere olan Zeynep, bilimsel makaleleri tarayıp bize bir özet hazırladı. Bilimsel araştırmaların teknikler ile ilgili eleştirilerini de göz önüne alarak, bilimsel sonuçları bizimle paylaşacak. Ayrıca,12 yıllık yoga deneyimini, bilimsel alandaki eğitim ve araştırmaları ile birleştirerek atölye içinde bir yoga seansı da verecek. Bu uygulama, yoga deneyiminizi derinleştirmek ve sinir sisteminizi beslemek üzere tasarlandı…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ülkemizde hasta tedavi etme yetkisi, yalnızca, tıp fakültesinden mezun olan ve bu alanda diploma sahibi olan “tabiplere” ait olduğu,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; ancak, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşta, hastalıkların birtakım uygulamalarla tedavi edildiğine yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; dolayısıyla,söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1 ve 8 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2017/2967**

**Şikayet Edilen: Dişyap Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Polikliniği Ltd. Şti. (Side Diş Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.sidedis.com](http://www.sidedis.com) adresli internet sitesinin 25.09.2017 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Diş sağlığınız için doğru seçim, tecrübeli ve eğitimli hekim kadromuz ile diş sağlığınız için kalıcı çözümler üretmekteyiz…diş polikliniğimiz tecrübeli hekimleriyle ve güler yüzlü personeliyle; yüksek hijyenik standartlarda en iyi hizmeti vermek için yola çıktı. Bizi tercih etmeniz için birçok geçerli sebebimiz var. Uzman hekim kadromuz, teknolojik donanımlarımız, yüksek standartlardaki hijyenik kliniğimiz ile dişleriniz emin ellerde.”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“…diş polikliniğimiz tecrübeli hekimleriyle ve güler yüzlü personeliyle; yüksek hijyenik standartlarda en iyi hizmeti vermek için yola çıktı. Side Diş Polikliniği yerli ve yabancı herkese ağız ve diş sağlığı konusunda kaliteli hizmet sunabilen sıcakkanlı ve samimi bir ekibe sahip hijyenik ve modern yapısıyla daha ilk yılında Manavgat’ta çok önemli bir ihtiyaç haline geldi. Tam donanımlı dijital bir ortamda hastaların tüm şikayetlerine cevap verebilmek bizim için başka bir gurur kaynağı oldu. Diş polikliniğimizle ilgili bütün yenilikleri ve güncel gelişmeleri…”*,

-“Doktorlar” başlığı altında; *“Kliniğimizde faaliyet gösteren ve hasta kabul eden tecrübeli hekim kadromuz.”*,

-“Lazerli Tedavi” başlığı altında; *“Diş uygulamalarında kullanılmakta olan lazer teknolojisi ile kolay bir tedavi yöntemi…ABD’de FDA tarafından da onaylanan lazer tedavileri sağladığı kolaylıklarla diş hekimi korkusunu sona erdiriyor…diş hekimi fobisi bulunan hastalarda büyük kolaylık sağlamaktadır. LAZERİN SAĞLADIĞI AVANTAJLAR: Lazer ile diş ve diğer dokulara temas edilmeden çalışıldığı için ısı etkisi ve titreşim oluşmaz. Bu nedenle hastada genellikle ağrı oluşmaz ve anesteziye gerek kalmadan diş tedavileri yapılabilir. Ayrıca anestezi yapılmadığı zaman; anestezi sonrasındaki şişkinlik, yemek yiyememe, konuşma zorluğu gibi rahatsızlıklar oluşmaz. Hastalarımızı rahatsız eden ve cihazlardan çıkan yüksek ses lazerde yoktur. Bu nedenle hastalarımız daha konforlu bir tedavi görmektedir. Lazer ile yapılan cerrahi tedavilerde kanama minimum seviyeye iner. Ayrıca su ile çalışıldığı ve normalden daha az travma verildiği için operasyon sonrası oluşabilecek şişme, morluk gibi komplikasyonlar önlenmiş olur… Ayrıca lazer enerjisinin özelliğinden dolayı steril bir ortam yaratılır…sterilizasyon sağlanmaktadır. Kanal tedavisi yapılırken özellikle enfeksiyonlu kanallarda iyi bir sterilizasyon sağlandığı için iyileşme hızlı olur… lazer ile yapılan diş eti boyu ayarlamalarının çok daha güzel sonuçlar verdiği gerçektir… kanamanın durması ve doku iyileşmesini beklemeye gerek kalmadan diğer işlemlere geçilebilir…diş eti cepleri çok daha hızlı iyileşmektedir…hasta işlem sonrası hiçbir rahatsızlık duymadan yaşantısına devam edebilir…başka herhangi bir tedavi şekli bulunmamaktadır. Oysaki lazer ile aft ve uçukların üstüne ışın verilmesinin ardından normal süreçte 7 gün süren iyileşme süresinin hızlandığı… lazer ile tek seansta yapılmakta ve etkin sonuç alınmaktadır… ağrıların oluşumunu önler ve dolgu iyileşmesini hızlandırır.”*,

-“Botoks ve Dermal Dolgu” başlığı altında; *“…Dişlerimizi estetik laminalar, beyazlatma tedavileriyle daha güzel ve genç yapabilmekteyiz. Estetik Porselen Lamina ve Venerlerle istediğimiz gülümsemeyi tekrar geri kazandırabilmekteyiz… Yenilenmiş pırıl pırıl bir gülümsemeyle birlikte çevre dokularda desteklenirse tedavi tam sonuca ulaşmaktadır…dermal dolgu materyalleri ve botoxla daha estetik hale getirebilmekteyiz…”*,

-“Diş Beyazlatma” başlığı altında; *“Eğer kahkahalarınızı dudaklarınızın arasında kısıtlayan şey dişlerinizdeki renk bozukluğuysa sadece birkaç günde bundan kurtulmak elinizde…sonuç hemen görülebilir…Hasta ve hekim tarafından uygulaması gayet basit olan bu işlemin uzun vadede hiçbir komplikasyonu bulunmamıştır. Bu nedenle gülüşümüzü saklamak yerine böylesine kolay bir işlemle elde edilebilecek pırıl pırıl bir gülüşü sergilemek hepimizin hakkıdır.”*,

-“Periodontoloji” başlığı altında; *“…Periodontal tedavinin ana amacı umutsuz gibi görünen sağlıksız dişleri ağızda tutmaktır…operasyonlar olarak basitçe özetlenebilir…başarısını doğrudan etkiler. Periodontal tedavi, erken teşhis ile gerekli müdahaleler yapıldığında sonuçları kesin ve hasta memnuniyetinin en yüksek oranda olduğu diş hekimliği hizmetidir…”*,

-“Endodonti” başlığı altında; *“…Bugün için doğru tedavi yöntemi uygulanan kanal tedavilerde başarı oranı %90’a varmaktadır.”*,

-“Pedodonti” başlığı altında; *“…Çocukların ağız ve diş sağlığının mükemmel olması…Koruyucu diş hekimliğinde en etkili tedavi şekli olarak kabul edilen florür tedavileri…”*,

-“Ortodonti” başlığı altında; *“…Bu yaşlarda uygulanabilen koruyucu ve önleyici ortodontik tedaviler sayesinde ileride kapsamlı tedavileri gerektirecek bozukluklar, görece basit ve kısa girişimlerle önlenebilir…”*,

-“Cerrahi Tedavi” başlığı altında; *“…Cerrahi işlemlerin uygulanmasında hastaların konforu, var olan hastalıkları, tedaviden duydukları kaygı ve korku öncelikle dikkate alınmakta ve hastalar buna göre tedavi edilmektedir…”*,

-“İmplantoloji” başlığı altında; *“…implant destekli protezler hastaya konforunu iade etmektedir…Klasik radyografilerin yanı sıra komplike vakalarda üç boyutlu tomografi alınarak özel bir cihazda cenenin aynı ölçüde modeli elde edilerek implantların yerleştirileceği bölgeler en az hatayla planlanır…İyi bir tedavi için doğru bir planlama kuşkusuz en başta gelir daha sonrasında yapılacak operasyonun uzman, deneyimli bir ekip yeterli ekipman ve tüm sterilizasyon şartlarının sağlandığı bir ortamda yapılması kuşkusuz çok önemlidir…hastalarda genel anestezi sedasyon altında konforlu bir şekilde operasyon yapılır…Operasyondan sonra protezler yapılıncaya kadar estetik ve fonksiyonun devamı için geçici protezler yapılır.”*,

-“Protez” başlığı altında; *“…Ancak günümüz teknolojisinde bazı durumlarda sadece porselenle daha estetik ve doğal köprüler yapılması mümkün olmaktadır…Hepimiz protez kullandığımızda ağzımızdaki protezlerin hemen fark edileceğinden endişe ederiz. Ancak günümüz teknolojisinde, protezlerle doğal bir görüntü sağlamak ve hastanın estetik beklentilerini tam olarak karşılamak oldukça kolaylaşmıştır…Protezlerin temizlenmesi doğal dişlerin temizlenmesinden daha kolaydır…”*,

-“Diş Estetiği” başlığı altında; *“…titiz bir hazırlık ve planlama evresi gereklidir…bu gibi durumlardqa diş eti hastalıkları uzmanlarının yapacağı basit bir müdahale ile diş boyları uzatılabilir…son derece estetik sonuçlar ortaya çıkarılabilir…Porselen diş ve diş etiyle en uyumlu malzemedir. Ayrıca, kompozit dolgularda yapıldıktan belli bir zaman sonra karşılaşılan renklenme durumu porselen inleylerde ilk yapıldığı andan itibaren sahip oldukları estetik ve koruyucu özelliklerini uzun yıllar muhafaza eder.”* gibi ifadeler ile,

-“Diş Beyazlatma, Galeri” başlıkları altında hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; söz konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2017/3090**

**Şikayet Edilen: Tülay ARSU TÜREDİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://tr.linkedin.com/in/tulay-arsu-86090b48>, <https://tr.foursquare.com/v/drt%C3%BClay-arsu/5130b4bae4b06aa096a1c800> adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şikayet edilen şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://tr.linkedin.com/in/tulay-arsu-86090b48](https://trt.linkedin.com/in/tulay-arsu-86090b48) adresli internet sitesinin 14.04.2017 tarihli görünümünde; *“Aile ve Çift Terapisti, Bireysel ve Grup Terapisti, Terapist*” ifadelerine yer verildiği,

[https://tr.foursquare.com/v/drt%C3%BClay-arsu/5130b4bae4b06aa096a1c800](https://ttr.foursquare.com/v/drt%C3%BClay-arsu/5130b4bae4b06aa096a1c800) adresli internet sitesinin 14.04.2017 tarihli görünümünde; *“Dr. Tülay Arsu, Psikoterapist Tülay Arsu*” ifadelerine yer verildiği,

[www.facebook.com](file:///C:\Users\Serkan\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “Tülay Arsu” kullanıcı isimli sayfanın 14.04.2017 tarihli görünümünde; *“İstanbul'da Psikoterapist”* ifadelerine yer verildiği; ancak, şahsın *“Hemşirelik”* bölümünde lisans eğitimi aldığı “psikoloji” alanında herhangi bir eğitim almadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayete konu internet sitelerinde yer alan ifadelerle, şahsın yetkisi dahilinde olmayan unvanları kullanarak tanıtım yapmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; ayrıca, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1 ve 8 inci maddeleri ile Ek 13 üncü maddesinin (a) bendi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tülay ARSU TÜREDİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2017/2824**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Fatih ÖKTEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatihoktem.com.tr](file:///C:\Users\Serkan\Desktop\www.fatihoktem.com.tr) adresli internet sitesinde ve kuruluşa ait “Facebook, Instagram, Twitter” adresli sosyal mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatihoktem.com.tr](file:///C:\Users\Serkan\Desktop\www.fatihoktem.com.tr) adresli internet sitesinin 31.10.2017 tarihli görünümünde;

*-* Anasayfada; *“Hemen randevu al. İlk görüşme ücretsiz”*,

*-* “Ben Aldırma” başlığı altında; *“(...)Plexr tedavisi ile benlerin alınması artık daha kolay olmakta, iz konusunda da oldukça başarılı sonuçlar almaktayım.”,*

*-* “Genç Görünüm için Ameliyatsız Estetik İşlemler” başlığı altında; *“(...)Fakat birkaç işlem var ki hem daha uygun fiyatlı hem de ameliyat gerektirmeden kısa süreli iyileşebilme sürecine sahip. Bu işlemler estetik cerrahın ufak dokunuşları ile büyük değişimler yaşamanızı sağlayacak türden. (...)Botoks: Son yıllarda birçok rahatsızlığın tedavisi olarak da kullanılan botoks, güzellik ve gençlik gibi avantajlar sağlayan doğal bir etkendir. Estetik cerrahın belirleyeceği senaslarla ortalama birkaç ay içerisinde gözle görülür bir değişim yaşamak mümkündür. Ameliyatsız yöntemlerin artık daha yaygın olduğu günümüzde botoks gerçekten ilaç niteliğinde bir tedavi türüdür. Her cinsiyetten, yetişkin her insanın yaptırabileceği pratik bir işlemdir. Saç Ekimi:(...)Modern tıbbın mucizelerinden olan ve cerrahi bilgi birikimi ile doğal sonuçlar alınabilen saç ekim operasyonu hayat kurtarır nitelikte bir işlemdir. (...)Farklı ekim yöntemleri ile seçenekleri de bulunan bu işlem sonucunda doğal ve gür saçlara sahip olmak mümkün. (...)Lazer Lipoliz: Spor, diyet ve her türlü form ürününü denediniz fakat bölgesel yağlanmalar gitmiyor mu? Lazer lipoliz hem acısız hem de pratik bir vücut şekillendirme yöntemi olarak karşınızda. Vücutta direnç gösteren yağlanmaları lazer yöntemi ile parçalama tekniği olan lazer lipoliz, bilinen liposuction yöntemine göre daha rahat bir işlem. Vücutta ağrı ya da acı minimum düzeyde olurken iyileşme süreci de bir o kadar hızlıdır.”,*

*-* “Saç Ekimi” başlığı altında; *“(...)Fue saç ekimi tekniği, saç ekimi yöntemlerinde en çok kullanılan ve başarılı sonuçlar elde edilen yöntemdir. (...)Ben genelde sakal ve kaş ekimlerinde 0,6 mm, saç ekimlerinde ise 0,7-0,8 mm uçları tercih ediyorum. Greftleri mikromotor yardımı ile kendime ait özel yöntem ile topluyorum, böylelikle greftlerin toplanma esnasında kayıp oranı sıfıra yakın olmakta.(...)Fue saç ekimi tekniği diğer saç ekim tekniklerinden farklıdır. İyileşme süreci oldukça hızlı ve ağrısızdır. Uygulanan bölgede gözle görülür bir iz bırakmaz. Bu sebeple diğer yöntemlere göre daha çok tercih sebebidir. (...)Ben hastalarıma bu konuda izlenecek yolu (kaç greft alınacağı, alınan greftlerde kaç saç teli olacağı ve işlemin ne kadar sürebileceği gibi) detaylıca hastaya aktarıyorum. Operasyon günü saç ekimi yapılacak bölgelerin tespiti ve ön saç çizgisi belirlenerek, saçlar kesilir ve işleme başlanır. Operasyon lokal anestezi ile gerçekleştirilir. Saç ekiminde kullanılacak greftler iki kulak arasında olan, donör saha denilen bölgeden alınır. Bu bölgede bulunan saç kökleri diğer bölgelere oranla daha az dökülme eğilimindedirler. Saç ekiminde kullanılmak üzere alınacak kökler özel aparatlar sayesinde saç derisinden ayırılır. Her bir kök özenle ve titizlikle, tek tek çıkarılmalıdır. Bu köklerin herhangi bir şekilde zarar görmesi, kullanılamayacağı anlamına gelir. Bu sebeple tekrar belirtilmesi gerekir ki, bu işlem uzman plastik cerrah tarafından yapılmalıdır. Unutulmamalıdır ki, bu bir cerrahi işlemdir. Greftlerin uygun bölgelerden çıkarılması işlemi bitirildikten sonra, alınan greft yani saç kökleri soğuk ve steril bir özel solüsyonda bekletilir. Saç ekim işlemi kişinin saç yapısı, saç derisi yapısına bağlı olarak doktorun belirleyeceği seanslarla gerçekleştirilir. Bu seansların süresi ve aralıkları doktorun gözlemi ile belirlenecektir. Uygulamanın başarılı olabilmesi için ön tanı ve süreçte uyulması gereken kurallar önemlidir. Operasyon etkili ve hızlı bir şekilde sonuç verdiği için, iyileşme süresi de aynı oranda hızlıdır. Saç ekim operasyonunun tamamlanmasından 3 gün sonra hasta iyileşmeye başlar. 1 hafta en geç 10 gün sonra saç ekimi yapıldığı anlaşılamayacak hale gelir. (...)Saç ekiminin yapıldığı bölgeye pansuman ya da bandaj uygulanmaz. saç ekilen bölge açıkta bırakılır. Alım yapılan bölge kapatılır. Bu sebeple hasta belli bir süre ki bu genelde 3 günlük bir süreçtir, toplu taşıma araçlarına, kalabalık mekanlara mecbur kalmadıkça girmemelidir. (...) Tüm estetik operasyonlarda olduğu gibi saç ekimi uygulaması da Op. Dr. Fatih Öktem’in Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesinde yapılan değerlendirme ve tanıdan sonra, yine doktorumuzun bizzat katılımı ile anlaşmalı özel hastanelerde gerçekleştirilmektedir. Operasyon hakkında detaylı bilgi için, iletişim bölümümüzde bulunan numaralardan bize ulaşabilir ve ücretsiz randevu alabilirsiniz. Tekrar belirtmek isteriz ki, estetik operasyonlar hastane ortamında ve plastik cerrahın bizzat katılımı ile gerçekleştirilmelidir.”,*

*-* “Cilt Yenileme İşlemlerinde Uzman Tavsiyesi” başlığı altında; *“Cilt tabakasında derinlere müdahale etmek için medikal bilgi birikimi ve gerekli profesyonel ekipman gerekmektedir. Bu sebeple cilt deformasyonlarında plastik ve estetik cerrahlara başvurulması önemle tavsiye edilir.(...)Lazer tedavisi, kimyasal peeling, dermaroller, prp, mezoterapi gibi yöntemlerin uzman bir doktor tarafından uygulanması oldukça önemlidir. Ankara estetik cerrahlarından Op. Dr. Fatih Öktem, yine Ankara Ümitköy'de bulunan kliniğinde ameliyatsız cilt gençleştirme konusunda hastalarına profesyonel hizmet sunmaktadır. (...)Uzman bir yardım ve kaliteli ekipmanlar ile hem sağlıklı hem de yenilenmiş bir cilde sahip olmanız mümkündür. Ankarada cildinizle ilgili ulaşabileceğiniz, ayrıca tüm estetik prosedürler hakkında bilgi alabileceğiniz estetik ve plastik cerrahi uzmanı Dr. Fatih Öktem için detaylı bilgi ve sorularınız için iletişime geçebilirsiniz.”,*

- “Kavitasyon” başlığı altında; *“(...)İlk seansta yağlı bölgenin kalınlığına göre değişen 2-10 cm arasında ciddi bir incelme görülebilir.Sonraki seanslar haftada 2 seans, daha sonra haftada 1 seans olarak devam eder. Kişinin durumuna göre seans sayısı belirlenir. Tedaviyi desteklemek için, yağsız diyet, bol su içilmesi önerilir. Bölgesel incelme-kavitasyon, KayseriUygulama başlamadan bir gün önce ve sonraki gün en az 2,5 litre su içilmesi gerekir. Bu, eritilmiş olan yağların vücuttan atılması için mutlaka uyulması gereken bir kuraldır. Uygulama, haftada bir yada iki seans olmak üzere, kişinin durumuna göre 8-10 seansta tamamlanır. Bir seans ortalama 40 dakika sürüyor. İlk seansta yağlı bölgenin kalınlığına göre değişen 2-10 cm arasında ciddi bir incelme görüebilir. Sonraki seanslarda bu incelme tabiî ki azalarak devam eder. Kişinin durumuna göre seans sayısı belirlenir. Tedaviyi desteklemek için,yağsız diyet, bol su içilmesi önerilir. Lenf drenajı hızlandırılarak parçalanan yağların atılımı hızlandırılır bu da yaklaşık 1 hafta kadar sonra yağ ağırlığından kayıp olarak karşımıza çıkar. Kavitasyonun diğer yöntemlerden en büyük farkı; uygulamaların ağrısız ve acısız olması, seanstan sonra hemen günlük yaşama devam edilebilmesi, uygulama yerlerinde herhangi bir morluğun söz konusu olmaması.”,*

- “I-Lipo” başlığı altında; *“Haftada 2-5 cm zayıflamak ister misiniz? Fransa Paris’de Les Victoires de la beauté tarafından en iyi zayıflama ödülünü kazandı. Amerika’da FDA tarafından clearance aldı. Dünyada ciltle temas ederek uygulanan cihazlar içeresinde FDA Clerance alan ilk ve tek cihazdır.- Dünya üzerinde yüzlerce klinikte güvenle uygulanmaktadır. (...)Seanslar ağrısız, acısız şekilde gerçekleşiyor seans sonrası normal aktivitenize dönebiliyorsunuz. Uygulaması oldukça kolay olan bu sistem ile seans sonucunda 1-2 beden incelme sağlanır. İ-lipo nasıl uygulanır? İ-lipo tedavisi, istenilen bölgeye laser diodlar içeren dört pedin yerleştirilmesi ile gerçekleştirilir. Bu pedler, elastik bantlar ve cilt ile direkt temas halindedir. İstenildiğinde 2 lazer probu, tedavi bölgesine en yakın lenf düğümleri üzerine yerleştirilir. İ-lipo uygulama seansları ne kadar zaman alır? Kaç seans uygulama gerekir? Seanslar her bir bölge için ortalama olarak 20 dakika sürer.1 ay boyunca haftada 2 kez olmak üzere toplamda 8 seans uygulamak gerekir. Seans sonrasında ortalama 20 dakikalık egzersiz yapılır.(...)İ-lipo’nun Avantajları. İ-lipo ile anestezisiz, ağrısız, acısız, iğnesiz uygulanır.İşlem sonrası istirahat gerektirmez, kişi genel yaşam programına geri dönebilir, istediğinde motivasyon ve kilosunu korumak için i-lipo tedavisi almaya devam edebilir veya vücudun yeni bir bölgesine uygulama yaptırabilir.Diğer lazer ve ışık tedavilerinde, uygulama boyunca manipülasyon gerekirken, i-lipo uygulaması esnasında, siz istirahatinizi yapıp TV seyreder, veya müzik dinlerken uygulayıcınız başka tedaviler yapmakta serbesttir. Tedavi 20 dakikadan kısa sürede tamamlanabilen hızlı ve kolay bir tedavidir.”,*

- “Lazer Liosuction Liposakşın” başlığı altında; *“(...)Lazer liposuction uygulamasının yağ eritme haricinde cildi toparlayıcı özelliği de bulunmaktadır, bu avantajı sayesinde cildin gevşek olduğu durumlarda bile ciltte belirli bir toparlanma sağlayarak daha iyi bir sonuç vermektedir. (...) Günümüzde lazer destekli liposuction işlemi için geliştirilen son jenerasyon lazer liposuction cihazları çok başarılı sonuçlar vermektedir. Lazer liposuction ile pek kanama olmadan, yağ hücrelerinin lazer enerjisi ile tahrip edilerek içlerinde bulunan depo yağların sıvılaşıp akması sağlanmaktadır. Ayrıca sadece yağ hücrelerini etkilediği için diğer dokulara, damar ve sinirlere zarar vermemektedir. Lazer liposuction Sonuçlar: Yağ tamamen sıvılaşmış şekilde alınabilmektedir. Ayrıca yüz ve boyun gibi bölgelerde yağları lazer ile erittikten sonra almak gerekmemekte, kendiliğinden lenfatikler yardımı ile yok edilmekte, cilt sarkmaları ve kontur bozuklukları olmadan iyileşme sağlanmaktadır.”,*

- “Botoksun Cilt Üzerine Olumlu Etkileri” başlığı altında; *“(...)Uzman doktorlar tarafından yapıldığı takdirde kesinlikle güvenlidir. Botoks birçok kozmetik ürününe nazaran daha uzun süreli ve kalıcı etkilere sahip bir maddedir. Botoks uygulamasında temel alınan noktalar yüzde bulunan dinamik bölgelerdir. Uygun miktarda uygulanan botoks yüzde bulunan kırışıklıkların etkili bir şekilde giderilmesini sağlamaktadır. Botoks’un cilt üzerine etkilerini madde halinde sayacak olursak; tamamen bölgesel bir uygulamadır. Uygulanan bölgeyi etkiler. Uygulamadan ortalama 24-48 saat sonra etkisini göstermeye başlar. En etkili görünüme uygulamadan ortalama 15 gün sonra ulaşılır. Botoks’un tek seferlik uygulaması cilt yapısına göre değişiklik gösterse de ortalama 6-8 ay sürmektedir. Uzun süreli anti-age etki gösterebilmesi için botoks’un belirli aralıklarla tekrar edilmesi gerekmektedir. Vücuttaki sinirlerde herhangi bir tahribata yol açmaz ve bilinen bir yan etkisi yoktur. Kısacası botoks uygulaması belirli bir yaştan sonra -ki 35- 40 yaşlarında başlanılması tavsiye edilmektedir. Cilt üzerinde yaşlılığı geciktirici ve besleyici bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ankara’da botoks için uzman bir yardım almayı düşünüyorsanız, estetik cerrah Op.Dr. Fatih Öktem’in Ümitköy’de bulunan kliniğine ücretsiz görüşmeye gelebilirsiniz.”,*

- “Cilt Gençleştirme Ankara Ümitköy” başlığı altında; *“(...)Yüzde ve boyunda lifting etkisi yapan fokuslu ultrason ultraformer 3, mimik hareketlerimize bağlı kırışıklık tedavisinde kullandığımız ileri düzey toksin uygulamaları, yine cildimizde kollajen artışı yaparak cildimizde parlaklık, sıkılaşma, nemlendirme yapan gençik aşısı, PRP uygulamaları, kırışıklıkları açarak, doku eksikliklerinde kullanılan hyaluronic asit içeren dolgu uygulamalarında ve hydrafacial cilt bakımlarında yaz kampanyası eylül ayı sonuna kadar devam ediyor. Unutmayınız ki bu işlemler uzmanlık ister, her türlü sorunuz için Plastik Cerrahi Uzmanı Dr Fatih Öktem'i arayabilir, detaylı bilgi için bize ulaşabilirsiniz. Kampanyalı fiyatlarımızı öğrenmek için hemen arayın.”,*

- “Lazer Lipoliz” başlığı altında; *“(...)Bu tür yağlanmaların giderilmesi için günümüz teknolojisi ile birlikte gelişen ve yeni bir yöntem olan lazer lipoliz - lazer liposuction kullanılmaktadır. (...)Lazer lipoliz için uygulama yapılacak bölgeye anestezi uygulanır. Hastaların tercihine göre genel anestezi de uygulanabilir. Fakat her iki durumda da işlem ağrısız şekilde gerçekleştirilir. Uygulanacak bölgeye lazer uygulanarak katılaşmış yağların sıvılaşması sağlanır. Sonrasında vücuda açılan en fazla 3-4 mm lik deliklerden sıvı halindeki yağlar çekilir. Yağlar lazer kullanılarak eritildiği için sinir ve kaslara zarar vermez. Kılcal damarlar uygulama esnasında büzüldüğü için kanama ve işlem sonrası morluk görülmesi minimumdur. Lazer uygulaması sırasında yağlara travmatik dalgalanmalar verildiği için daha geniş bölgeye daha kalıcı olarak etki eden bir yöntemdir. İşlem süresi uygulanacak bölgeye ve yağlanmaya göre değişiklik gösterir. Aynı şekilde işlem sonrasında hastanede yatmanız ya da taburcu edilmeniz bu duruma bağlıdır. (...)Lazer lipolizde uygulanan yöntemler önceki yöntemlere göre daha hafif ve acısızdır. Hasta operasyon sonrasında yoğun geçirilen egzersiz sonrası hissedilen kas sertliğini ve ağrılarını hisseder. Operasyonun uygulandığı bölgede her hangi bir iz gözlemlenmez. Morarma ve kanama minimum derecededir. Hasta, uygulama sonrasında 2 hafta boyunca korse takmalıdır. Yapılan işlemin büyüklüğü ve uygulanan bölgenin genişliğine göre farklılık gösteren durumlardır. Ameliyat sonrası doktorunuzun verdiği ağrı kesiciler ve ilaçları kullanmanız gerekmektedir. Yine doktorunuzun vereceği beslenme programına uymanız gerekmektedir. Yine bu süreçte sıcak ortamlarda bulunmamanız önerilir. Banyo yapma ve günlük rutine başlayabilme durumları doktorunuzun belirlediği şekilde gerçekleşir. İyileşme süreci korsenin düzenli kullanımı ve doktorunuzun talimatlarını yerine getirmenize bağlı olarak hızlanacaktır. Lazer lipoliz operasyonu öncesi ve sonrası hakkında detaylı bilgi almak ve muayene olmak için doktorumuzun Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesine randevu alarak gelebilirsiniz. Randevu için iletişim bölümünde bulunan numaralarımızdan bize ulaşabilirsiniz.”,*

- “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“(...)Lazer Epilasyonun Diğer Epilasyon Türlerinden Üstün Yanları Nelerdir ? Lazer Epilasyonda amaç bireyin daha uzun süreli bir etki görebilmesidir. Diğer epilasyon yöntemlerinde cilt yüzeyinde işlem yapılır. Ve bu işlemler periyodik olarak tekrar edilmelidir. Fakat lazer epilasyon uygulaması direkt olarak kıl köklerine uygulandığı için belirlenen seansların bitiminde kişi uzun bir süre işlem yaptırmak zorunda kalmaz. Sadece belirlenen noktalara lazer ışını uygulanır ve bu sayede cildin hiçbir katmanı zarar görmez. Ciltte bulunan farklı epilasyon yöntemleri ile oluşmuş iz ve lekeler bu işlem sayesinde yok denilecek kadar azalır. Hızlı bir uygulama olduğu için lazer epilasyon yaptıracak kişi diğer epilasyonlarda hissedilen acı ve sızının %1 i kadarını hisseder. Kalıcı bir şekilde uygulama yapılmaya çalışıldığı için sonrasında çıkabilecek tüyler güçsüzdür ve renk dokularını kaybettikleri için belirgin değildirler. Diğer yöntemlerde karşılaşılabilecek risklerden biri olan, bulaşıcı hastalıklar ya da enfeksiyon ihtimalleri bu yöntemde kesinlikle görülmemektedir. FDA (Amerikan Besin ve İlaç Dairesi) tarafından onaylanmış bir işlem olup, belirtilen bir yan etkisi bulunmamaktadır. (...)Lazer Epilasyon yaptırmak isteyen hastalarımızın uygunluğu tanımlandıktan sonra, kaç seans ile bu işlemin uygulanacağı belirlenir. Lazer epilasyonda uygulanan yöntem, kıl köklerine uygulanan lazer ışınlarının ısıya dönüşerek kıl köklerinin tahrip edilmesidir. Kıl köklerinde bulunan ve renk verici özelliğe sahip olan pigmentlere uygulanan bu uygulamada en önemli etken kişinin kıl yoğunluğu ve yapısıdır. Herkesin farklı bir cilt yapısına sahip olmasından dolayı, işlem süresinin uzunluğu ve etkisi değişkenlik gösterir. Kişinin cilt yapısı göz önünde bulundurularak uygulanan bu yöntem en az 6 ay en fazla 1 yıl kadar süren seanslarla gerçekleştirilmektedir. Epilasyon sırasında uygulanan lazer dalga boyu yine uygulanacak bölgeye ve kişinin cilt yapısına göre değişiklik gösterir. (...)Uygulanan işlemin başarı oranı yüksektir ve hastaların memnuniyeti ile sonuçlanmaktadır. Lazer Epilasyonda Seanslar Ne Sıklıkla Gerçekleşir? Lazer Epilasyon, yüz bölgesi için 1 – 1.5 ay aralıklarla, vücut bölgesinde ise 1 – 2 ay aralıklarla uygulanmaktadır. Seans aralıklarının uzun olmasının sebebi, kıl köklerinin anajen, katajen ve telojen olarak 3 evrede gelişme göstermesinden dolayıdır. Her bir seansta bu evrelere müdahale edilir. Seans aralıkları doktorunuzun gözlemleri neticesinde değişiklik gösterebilir. Bu değişiklik genelde seans aralıklarının uzaması şeklindedir. Lazer Epilasyon Öncesinde ve Sonrasında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar: Lazer Epilasyon uygulanacak bölgelerin gerçek ten rengine yakın renkte olması gerekmektedir. Bu sebeple epilasyon öncesinde güneş ve solaryum gibi bronzlaştırıcı etkilerden uzak durulmalıdır. Lazer Epilasyon uygulamasından en az 20 gün önce kökten yapılan epilasyon uygulaması yapılmamış olması gerekmektedir. Uygulama için görüşmeye gelen hastalarımıza epilasyondan 3 gün önce, uygulama yapılacak bölgedeki kılları jilet ve makas gibi aparatlar yardımıyla kısaltmaları söylenir. (...)Tüm estetik operasyonlarda olduğu gibi Lazer Epilasyon uygulamasının öncesi ve sonrası hakkında detaylı bilgi almak ve muayene olmak için Doktorumuzun Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesine randevu alarak gelebilirsiniz. Randevu için iletişim bölümünde bulunan numaralarımızdan ulaşabilirsiniz”,*

- “Yağ Doldurma-Lipofilling” başlığı altında; *“(...)Son yıllarda başarılı teknik uygulamalar ve çok gelişmiş ekipman kullanımıyla sonuçlar çok iyidir. (...)Bu yeni teknikler ile uzun süreli yani kalıcılığı uzun uygulamalar yapabilmekteyiz. Çünkü alınan yağ hücreleri (kök hücreler) canlılıklarını uzun süre korumaktadırlar. Günümüzde gerçektende estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi alanında daha dolgun, daha genç bir görünümü sağlamada rakipsiz bir yöntemdir. Diğer çok büyük bir avantajı da kendi vücudunuzdan alındığı için bu dokuların uzun süre kalıcılığı ve toleransının çok iyi olmasıdır. Yağ transferi değerlendirme: Konsültasyon sırasında doktorunuz sizin tıbbi özgeçmişinizi ve aldığınız ilaçları sorgular. Aynı zamanda size yağ transferinin mekanizmasını ve ne beklemeniz gerektiği tartışılır. Yağ transferi işleminden ne beklenmeli. Yağ transferi lokal anestezi, spinal anestezi veya genel anestezi ile yapılabilir. Bu durum uygulama yerlerine ve uygulamanın büyüklüğüne göre değişir. Doktorunuz kanül denilen ince iğnelerle yağdan zengin bölgelerden (karın, kalça gibi) yağ alır. Bu işlem liposuctiona çok benzer. Yağ hücreleri santrifüje edilir. Böylece sağlam hücreler geride kalır. Canlı yağ hücreleri çok ince kanüller ile tedavi edilecek bölgeye enjekte edilir. Enjekte edilen yağların iyi kan dolaşımına sahip küçük ceplere veya kanallara verilmesi işlemin uzun süre kalıcılığı ve başarısı için gereklidir. Bu işlemde bir çeşit deri nakline benzer. Günümüzde bu uygulama en çok yüze uygulanır. Çok başarılı olan diğer vücut bölgeleri de el sırtına, bacak, kalça ve penil bölgeyedir. Kısaca bu yöntemle popo büyütme ve şekil verme, bacak eğriliklerinde şekil verme, baldır yani alt bacak yine eğrilik ve zayıflıklarında kamufle etmek için çok başarılı sonuçlar elde edilebilir. Yine penil bölgeye yağ transferleri ile de kişinin isteklerine göre daha memnun edici sonuçlar almak mümkün. Yağ transferi sonrası iyileşme: Bu uygulama sonrası size antibiyotik ve bazı antiviral ilaçlar (bazı kişiler herpes-uçuk sorunu yaşayanlar için) verilebilir.”,*

- “Velasmooth” başlığı altında; *“(...)Bayanların büyük çoğunluğu selülit ve bölgesel kilo problemlerine yönelik olarak ameliyatsız, ağrısız, ekonomik, etkin ve uzun süreli çözümler arıyor. VelaSmooth bu hedefe ulaşmayı başardığını klinik ortamda kanıtlamış FDA’den Class2 “Sellüliti etkili biçimde tedavi eden ilk medikal cihaz” onayı almıştır. Sektörde saygın yeri olan Prestige pierantoni innovation Award ödülünü kazanmıştır. (...)Elos™ (electro-optical synergy) Velasmooth sistemi, dört farklı teknolojiyi birleştirerek uygulanan devrim niteliğinde bir yöntem.”,*

- “Örümcek Ağı Mucizesi ile Gençleşme” başlığı altında; *“(...)Gelişen teknoloji ve teknik araştırmalar sayesinde ortaya çıkan yöntemlerden biri olan Örümcek Ağı mucizesi, estetik cerrahlar tarafından yaygın olarak uygulanan yöntemlerden biri haline gelmiştir. Örümcek ağı uygulaması oldukça pratik ve hızlı etki eden bir yöntemdir. (Örümcek ağı uygulaması oldukça pratik ve hızlı etki eden bir yöntemdir. Uygulanan yöntem sayesinde hasta, ameliyatsız neredeyse 10 yaş gençleşebilmenin rahatlığını yaşayabilmektedir.(...)Bu işlem, diğer yüz germe yöntemlerine göre daha hızlı ve acısız şekilde uygulanabilmektedir. Etkisi anında görülebilen örümcek ağı yöntemi ortalama 30 dakikalık bir işlemdir. Örümcek ağı işleminde, elastiki özelliğini kaybetmiş ciltlere PDO adı verilen alerjen etkisi olmayan ameliyat iplikleri kullanılmaktadır. Uygulamadan sonra hastanın yüzünde kızarma, şişme ya da morarma gibi etkiler görülmez. Acısız ve iz bırakmayan bir yöntem olması sebebi ile hasta aynı gün rutin hayatına dönebilmektedir. Birçok yüz germe yöntemine oranla daha uygun bir fiyata faha hızlı bir etki gösteren bu yöntem 2 yıl kadar etkisini sürüdürebilmektedir. Op. Dr. Fatih Öktem, estetik cerrahi alanında sıkça gerçekleştirdiği bu yöntem ile hastalarından memnuniyet içeren yorumlar ve geri dönüşler almaktadır. Estetik ve plastik cerrahi alanında uzman olarak Ankara’da uzun süredir hizmet veren Dr. Öktem, hastalarına Ümitköy’de bulunan muayenehanesinde ücretsiz bilgilendirme vermektedir.”,*

- “Soğuk Lipoliz” başlığı altında; *“(...)GCoolshaping 360, tedavi esnasında cryo enerjiyi vakum ve LED teknolojisinin tedaviyi arttırıcı etkisiyle birleştirir. (...) Soğuk lipolizin uygulanacağı bölge ya da bölgeler doktorunuz tarafından belirlendikten sonra cildinizin korunması için kişiye özel pedleri ile vücudunuzun uygulanacak kısmı kaplanır. Daha sonra cihazın uygulama başlığı belirlenen bölgeye yaklaştırılır. Bundan sonrası cihaz tarafından yapılır. Hafif bir vakum ile cihaz otomatik olarak ilgili bölgeyi haznesinin içine çeker ve yaklaşık 1 saat sürecek tedavisinin işlemine başlar.Yağ tabakasının bulunduğu alanı soğutur. (...)Soğuk lipoliz uygulaması tamamen ağrısız bir yöntemdir. (...)Her yaştan erkek ve kadınlara uygulanabilen, özellikle yoğun iş tempolı iş ve özel yaşamlarından ödün vermek istemeyen kişilerin tercih ettiği ağrısız, zahmetsiz ve sadece bir seanslık bir işlemdir. (...) Coolshaping 1 saat gibi kısa bir sürede incelme sağlayabilen bir yöntemdir. Soğuk lipoliz yöntemi, bugün uygulanan diğer yöntemlerden daha gelişmiş bir yöntemdir.”,*

- “Doğal Görünümlü Bir Burun ile Rahat Bir Uyku” başlığı altında; *“(...)Septum deviasyonu adı verilen burun içi kanallarının düzenli çalışması durumu, genellikle kulak burun boğaz uzmanlarının değerlendirmeye aldıkları ve tedavi aldıkları sağlık sorunudur. Fakat estetik ve plastik cerrahların burnu hem iç hem dışı ile bir bütün olarak değerlendirmeleri uygulanacak operasyonun daha olumlu sonuçlar vermesini sağlamaktadır. Burun estetiği yani rinoplasti istemi ile gelen hastaların %80 oranında oluşan kısmı aynı zamanda septum deviasyon problemi yaşamaktadırlar. Burun içi kanallarının nefes alırken verdiği rahatsızlık ya da tümüyle tıkalı kanallar, burun estetiği sırasında düzeltilebilmektedir. Burun estetiği ameliyatı olan birçok hastada gözlemlenen, ameliyat sonrası nefes kalitesine bağlı olarak uyku kalitesinin de artışı yönünde olmuştur. Ankara estetik cerrahlarından Fatih Öktem, gerçekleştirdiği burun ameliyatlarında hastanın hayat kalitesini öncelik almaktadır. Burun ameliyatlarında hastanın burun içi ve burun dışı olmak üzere bütün olarak memnun olması, operasyonun başarılı olduğunun kanıtıdır.”,*

- “Hydrafacial Cilt Yenileme Cihazı ile Ameliyatsız Genç Görünüm” başlığı altında; *“(...)Cilt yenileme işlemleri basit görünse de, uzman estetik cerrah tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir. (...) Ankara estetik cerrahlarından Fatih Öktem, klinik hizmetlerine bir yenisini daha ekleyerek ameliyatsız cilt yenileme işlemini Hydrafacial cihazı ile gerçekleştirmektedir. Türkiye’de sınırlı sayıda klinikte mevcut olan bu son teknoloji cihaz sayesinde, cildinizin ihtiyacı olan nem dengesine kavuşması mümkündür. Daha aydınlık ve daha parlak bir cilde kavuşmak için FDA onaylı bu cihaz, estetik cerrahlar tarafından da tavsiye edilmektedir.”,*

- “Ameliyatsız Yüz Gençleştirme Yöntemleri” başlığı altında; *“(...)Tüm bu uygulamalar, cerrahi müdahale gerekmeden ve hızlı şekilde uygulanabilmektedir. Op. Dr. Fatih Öktem, yüz gençleştirme alanında yaptığı çalışmalarında hasta memnuniyetini ön planda tutmaktadır. Ankara Ümitköy’de yapılan muayene ve genel görüşmelerde hastanın beklentileri ve istekleri dikkate alınarak konu hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. Cerrahi operasyonlar konusunda endişeniz var ise ameliyatsız yüz gençleştirme yöntemlerini değerlendirebilirsiniz. Konu hakkında detaylı bilgi ve randevu almak için iletişim kısmında bulunan irtibat bilgilerinden bize ulaşabilirsiniz.”,*

- “Meme Küçültme” başlığı altında; *“(...)Estetik operasyonlar içinde en başarılı sonuçlara sahip ve çok kısa zamanda onlara kendine güven ve daha aktif bir hayatı yaşama imkanı vermektedir. (...)Meme küçültme konsültasyon. Muayeneniz esnasında doktorunuz ayrıntılı tıbbi durumunuzu sorgular ve daha önce geçirmiş olabileceğiniz operasyonları öğrenir. Sizi muayene ederek operasyon sonrası bekleyebileceğiniz görünümü ve meme başının yeni yerini ve memenin olası boyutlarını gösterir. (...)Meme küçültme operasyonu genel anestezi altında yapılır. Aynı gün eve gidebilirsiniz. Bazı kombine operasyonlar ile birlikte yapıldığı zaman (örneğin karın germe) bir gece hastanede kalmak gerekebilir. Operasyon ortalama 2.5-3 saat sürer. Operasyon öncesi yapılan çizimlere uygun, operasyonda fazlalık deri, meme dokusu çıkartılır. Meme başı alttaki doku üzerinde taşınır ve istenilen pozisyona getirilir. Dikleştirilmiş bir meme elde edilmiş olur. Meme küçültme sonrası iyileşme Operasyondan hemen sonra memenizin yeni şekli ortaya çıkar ancak tam sonucu alması için 2-3 ay gereklidir. İyileşme döneminde beklenmesi gerekenler şunlardır: (...)”,*

- “Plastik ve Estetik Cerrahinin Psikolojik Değerlendirmesi” başlığı altında; *“ Estetik operasyon için hazır mısınız? (...) Ameliyat öncesi sinir bozukluğu, operasyonun çeşidi, operasyon süreci ve sonrası hakkında hastanın bilinçaltında bulunan ön yargılarından dolayı tetiklenebilir bir durumdur. Bu sebepledir ki hastaların estetik cerrahi operasyon kararı almadan önce bilinçli ve sakin bir şekilde kararlarını almaları büyük önem taşır. Oluşabilecek komplikasyonları ve süreçleri sadece operasyonu gerçekleştirecek estetik cerrahtan öğrenmeleri operasyonun psikolojik açıdan da başarıya ulaşmasında etkili olacaktır. Ankara estetik cerrahlarından Op. Dr. Fatih Öktem, randevu alarak muayenehanesine gelen hastaları ile geçirmek istedikleri operasyonlar hakkında birebir ve detaylı olarak konuşmaktadır. Hastalarını olabilecek tüm komplikasyonlar hakkında bilgilendirmekte ve onları ameliyat sonrası için hazırlamaktadır. Operasyonlar hakkında detaylı bilgi ve randevu almak için bizimle iletişime geçebilirsiniz.”,*

- “Gençleşmek için Mucize Yöntem; Hyaluronik Asit” başlığı altında; *“ Daha genç görünmek istemez misiniz? (...)Nedir peki dolgu yöntemi? Estetik cerrahların ameliyat korkusu yaşayan ve kısa sürede sonuç almak isteyen hastalarına tavsiye ettikleri oldukça etkili bir yöntemdir. Günümüz teknolojisi sayesinde hızlı ve kolay bir yüz germe yöntemi olan dolgu uygulaması, mucize yöntem olarak da literatürlere geçmiştir. (...)İşte bu noktada dolgu işlemi adeta bir kurtarıcı şeklindedir. (...)Kollajen üretimini tetikleyecek bölgelere belli oranlarda enjekte edilen Hyaluronic Acid, kısa sürede etkisini göstererek cildin toparlanmasına yardımcı olur. (...)Hyalüronik asit dolgu işlemi 15-20 dakika süren ve acısız bir işlemdir. Etkisi doktorunuzun uygun gördüğü süre zarfında tekrar eden seanslara göre belli olur. Bilinen herhangi bir yan etkisi bulunmamakla birlikte, görülebilecek ufak etkiler en fazla 7 gün içerisinde tamamen geçer. Ankara ameliyatsız estetik operasyonlarda tecrübe ve kalitesi ile adından söz ettiren Op. Dr. Fatih Öktem, tüm operasyonlarda olduğu gibi bu estetik operasyonda da memnun edici çalışmalar ortaya koymaktadır. Dr. Öktem cilt yapısı ve hastanın sağlık geçmişini göz önünde bulundurarak işlemleri başlatmaktadır. Ankara’da plastik ve estetik cerrahi uygulamalarda uzman bir yardım almak istiyorsanız bizimle iletişime geçmelisiniz.”,*

- “Kepçe Kulak Estetiği” başlığı altında; *“Kepçe kulak operasyonu yani otoplasti dediğimiz uygulama günümüz teknolojisi sayesinde acısız ve hızlı şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Hastanın küçük yaşta olması da iyileşme sürecinin hızlı olmasını sağlar. Çeşitli sebeplerden dolayı yetişkin döneme kalan operasyonlarda da herhangi bir sorunla karşılaşılmaz. Uzman doktorun görüş ve önerileri dikkate alındığı sürece başarılı ve memnuniyetle sonuçlanan operasyonlar gerçekleşir. (...)Kepçe kulak estetiği 6 yaşa kadar olan çocuklarda genel anestezi ile, yetişkinlerde ise lokal anestezi ile gerçekleştirilir. Ameliyat kulak arkasında açılan bir kesi ile başlar. Kulak arkasında bulunan kıkırdak açılır ve kulak kepçesinin uygun bir oranla arkaya doğru kıvrımı sağlanabilmesi için kıkırdak törpüsü kullanılır. Kıkırdak törpüsü ile kıkırdak belli oranda inceltilir. Kulak kıvrımının kalıcı olabilmesi için özel dikişler yardımı ile bölge dikilir. Kulakların baş ile doğal açısı 35 derece civarındadır. Doğal görünümü kazanabilmesi için bu açı verilerek her iki kulakta sargıya alınır. Kepçe kulak estetiği kulak arkasında açılan keşiden yapıldığı için dışarıdan herhangi bir ameliyat izi görünmez. Ameliyat sonrasında baskı şeklinde sargı uygulanır. İple Kepçe Kulak Estetiği : Son yıllarda kepçe kulak estetiğinde farklı bir yöntem daha kullanılmaya başlanmıştır. Bu da iple kepçe kulak estetiğidir. 15 dakikalık bir operasyonla kepçe kulak tedavisi gerçekleştirilir. Çok yaygın bir uygulama olmayıp sadece ameliyat ve anestezi hassasiyeti olan kişilerde kullanıma uygun bir yöntemdir. Klasik kepçe kulak estetiğinden tek farkı kesiler yerine şeffaf iplerle kıkırdağın şekillendirilmesidir. Uzman tarafından titizlikle gerçekleştirilmesi gereken bir işlemdir. (...)Bu operasyonun en büyük avantajlarından biri de hastanın işlemden bir gün sonra rutin hayatına dönebilmesidir. Bakımı ve iyileşme süresi daha hızlı ve pratiktir. Başarı oranı yüksek bir işlem olup doktor tanısı koyulduktan sonra yine uzman doktor tarafından gerçekleştirilebilecek bir uygulamadır. (...)Operasyon Sonrası: Operasyon sonrasında hasta aynı gün taburcu edilir. Ameliyatın ertesi günü pansuman için tekrar muayenehaneye gidilmesi gerekmektedir. Kulaktaki sargılar çıkarıldıktan sonra hastaya 1 hafta boyunca saç bandı takması tavsiye edilir. Takılacak bandın ne çok sıkı ne de çok gevşek olmaması gerekmektedir. Ameliyat sonrasında hastada ilk gün ağrı ve sızlama olması doğaldır. Bunun için yine doktorun yazacağı ağrı kesiciler kullanılır. İyileşme Süreci : Kepçe kulak estetiğinden sonra ortalama 5 gün kulaklarda şişkinlik ve ağrı olması muhtemeldir. Bu durum kalıcı değildir. Ve yine aynı süre sonunda şişlikler azalmaya başlar. Ameliyat sonrası kullanılan eriyen dikişler sayesinde dikiş aldırma problemi bulunmaz. Kulaklar zamanla doğal bir görünüm alarak iyileşir. Kepçe kulak estetiği çok kısa süreli bir operasyondur. Ve hastaların memnuniyetiyle sonuçlanır. Yapılan işlem kalıcıdır ve kulak verilen şekilde kalır. Tüm estetik operasyonlar doktorumuz Op.Dr.Fatih Öktem’in Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesinde ön tanı koyulduktan sonra Özel Medicana International Ankara hastanesinde yine doktorumuz tarafından gerçekleştirilmektedir. Kepçe kulak estetik operasyonu öncesi ve sonrası hakkında detaylı bilgi almak ve muayene olmak için Doktorumuzun Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesine randevu alarak gelebilirsiniz. Randevu için iletişim bölümünde bulunan numaralarımızdan ulaşabilirsiniz.”,*

- “Karın Germe” başlığı altında; *“Karın derisinde fazlalık ve sarkma olan kişilerde, karın germe ameliyatı tek seçenektir. Tam karın germe veya mini karın germe çok yüksek hasta memnuniyeti sağlayan operasyonlardır. (...)Abdominoplasti genel veya sıklıkla genel anestezi altında yapılır. Bir ya da iki gece hastanede kalmak gerekebilir. Abdominoplasti esnasında her iki kalça arasında pubik (kasık) kılları üzerinden ve göbek deliği altından deri ve altındaki yağları almak için bir elips planlanır çıkartılır. Göbek deliği karna bağlı bırakılır. Bir cep deri ve altındaki yağ dokusu altında meydana getirilir bu üst karın ve kaburga hattına doğru ilerletilir. Bu deri aşağı yönde gerilir ve alt insizyonla birleştirilir. Doğum yapan kadınlarda özellikle sıklıkla karın biçimini daha belirgin ve iyi verebilmek için karın kasları sıkılaştırmak gereklidir. Deri sütüre edilir edilmez, yeni göbek deliği için kısa bir insizyon yapılır ve göbek deliği yeni yerine dikilir. Deri altında sıvı v.s birikme olasılığı için drenler yerleştirilir. (...)İyileşme döneminde süreç Hemen operasyon sonrasında karın derinizi gergin hissedersiniz. İlk birkaç gün ayakta dik durmak biraz ağrılı olabilir. Orta-hafif ağrılarınız için size ağrı kesiciler verilecektir. Aspirinden kanama ihtimalini arttırdığı için sakınılır. Alt karın bölümünüzde hissizlik olması da normaldir. Sabırlı olun, bu bir kaç ay içerisinde düzelir. Bazı morarmalar olması da normaldir. İki-üç haftada tamamen geçer. Lasonil veya hirudoid pomadlar bu süreyi kısaltır. Çok nadir olarak bazı sıvı birikimleri deri altında olabilir. Bunları boşaltmak yine gerekebilir. (...)”,*

- “Kol Germe” başlığı altında; *“(...)Kol germe konsültasyonu. Bu muayene ve değerlendirme sırasında doktorunuz sizin ayrıntılı tıbbi geçmişinizi ve bu operasyondaki beklentilerinizi öğrenir. Doktorunuz operasyon sonrası beklenen skarı anladığınızdan emin olmak ister Çünkü vücut üzerindeki izlerin solması yüze benzemez. Daha zaman alır ve daha çaba gerektirir. Gevşek deri ve sarkan doku miktarı çok fazla değilse bu işlem yağ çekme (liposuction) ve kısa izli bir operasyon kombinasyonu olarak ta planlanabilir. Değerlendirime esnasında kısa izli operasyon için öncelikle uygun olmanız gerekir. Derinizin nispeten elastik ve çıkartılacak doku miktarının orta ölçeklli olması, belirgin güneş hasarlı bir cildinizin olmaması ve çok gevşek deriye sahip olmamanız durumunda doktorunuz sizi bu operasyona yönlendirebilir. Kol germe operasyonundan ne beklenmeli. Bu operasyonu olmayı planlıyorsanız, kol germe operasyonunuz genel anestezi veya sedasyon ile local anestezi birlikte yapılabilir. Aynı gün hastaneden ayrılabilirsiniz. Bu operasyon ortalam bir-iki saat sürer. Operasyon tekniğine bağlı olarak skar (iz) koltuk altı çukurundaveya kolun iç kımında kısa bir iz olarak ya da dirseğe dek uzanabilir. Kol germe operasyonu iyileşme. Kol germe operasyonu sonrası çok fazla bir rahatsızlık duyulmaz.(...)”,*

- “Uyluk Germe” başlığı altında; *“(...)Uyluk germe konsültasyonu. Doktorunuz bu konsültasyon sırasında size tıbbi öz geçmişiniz ve geçirilen operasyonlarınız hakkında sorular sorar. Yine bu görüşmede ne kadar bir değişiklik beklediğiniz ve kabul edilebilir skar yeri ve durumu hakkında tartışılır. (...)Uyluk germe operasyonunda genel anestezi veya spinal anestezi tercih edilir. Operasyon günübirlik gerçekleştirilir veya bir gün hastanede kalınabilir. Operasyon sırasında doktorunuz uyluk iç kısmına liposuctionda uygulayacaktır. Böylece bu bölgedeki volüm azaltılr sonra deri gerilir ve fazla kısım çıkartılır. Thigh reduction is usually done under general anaesthesia. İnsizyon doğal kasık çizgisinden başlar ve uyluk üst iç kısmına dek uzanır. Operasyon sonrası bir korse size uygulanır. Uyluk germe operasyonu sonrası iyileşme. Uyluk germe operasyonu çok ağrılı bir operasyon değildir. Bununla beraber ağrıkesiciler size verilir. Bunlar ilk bir hafta düzenli kullanılmalıdır. Bu sizin daha konforlu olmanızı ve daha rahat hareket etmenizi sağlar. İyileşme periyodunda aşağıdakileri bilmenizde fayda var: (...)”,*

- “Saç Mezoterapisi” başlığı altında; *“(...)Saç Mezoterapisi belli bölgelere küçük dozlarda uygulandığı için diğer işlemlere göre daha etkilidir. Saç Mezoterapisi Kaç Seans Sürer ? Saç tipi, derinin yapısı gibi durumlara göre 6 ya da 10 seans süren bir işlemdir. İlk seanslar 7 günde bir, sonraki seanslar 2-3 haftada bir uygulanır. (...)Saç Mezoterapisi, Op. Dr. Fatih Öktem tarafından Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanesinde yapılacak muayeneden sonra gerçekleştirilmektedir. Uygulamanın detayları hakkında ve randevu için bize ulaşabilirsiniz. En doğru ve detaylı bilgi için 0532 409 00 12 - 0312 240 39 99 telefonlarından bize ulaşabilirsiniz.”,*

- “PRP” başlığı altında; *“(...)Hastadan alınan kan, santrifüj denilen ayrıştırma cihazında trombositlere ayrıştırılır. Tüpün içerisinde yoğunlaşıp biriken plazma denilen trombositlerle zenginleştirilmiş sıvı, dolgu ya da mezoterapi adı verilen deri altına enjekte yöntemi ile tedavi edilecek bölgeye verilir. (...)PRP medikal bir uygulamadır. Uzman bir doktor tarafından uygulanması gerekmektedir. Ankara Ümitköy’de bulunan muayenehanemizde yapılan ön tanı ve muayene sonrasında işleme başlanmaktadır. Op. Dr. Fatih Öktem gerçekleştirdiği PRP uygulamalarında CE Class 2b sertifikasına sahip, sağlık bakanlığı onaylı PRP kitleri kullanmaktadır. Detaylı bilgi ve muayene için iletişim kısmında bulunan irtibat bilgilerinden bize ulaşabilirsiniz.”,*

- “Saç Lazeri” başlığı altında; *“(...)Tedavi süresi hastanın durumuna göre 2-4 ay arası değişiklik göstermektedir. Ortalama 20 dakikalık seanslarla işlem yapılmaktadır. (...)Gözlemlenen ya da bilinen bir yan etkisi bulunmamaktadır. Uygulanan lazer ışını düşük seviye ve soğuk olduğu için tedavi sırasında da herhangi bir acı ya da ağrı hissedilmez. (...)Tedavi başlangıcından itibaren 3 ay içerisinde etkisi görülmeye başlanır. Hızlı sonuç alınan pratik bir yöntemdir. Saç Lazeri tedavisi Ankara Ümitköy’de bulunan estetik ve plastik cerrahi muayenehanemizde ön tanı gerçekleştirildikten sonra, uzman doktorumuz tarafından bizzat gerçekleştirilen bir yöntemdir. Muayene ve işlem hakkında en doğru ve detaylı bilgi için 0532 409 00 12 - 0312 240 39 99 telefonlarından bize ulaşabilirsiniz.”* şeklinde ifadeler ile birlikte hasta görsellerine yer verildiği,

<https://www.facebook.com/opdrfatihoktem/> adresli internet sayfasının 31.10.2017 tarihli görünümünde; *“Güzelliğinizi uzman ellere emanet edin. (...)Geçirilmiş burun ve çene törpüleme ameliyatları sonrası oluşan deformiteler hyluronic acid içeren dolgu uygulaması ile artık yok.(...)Ultraformer, fokus ultrason teknolojisinin kullanıldığı cilt sıkılaştırma yöntemidir. Ciltte tek bir uygulama ile etkili ve memnuniyet verici sonuçlara ulaşmak mümkün olmaktadır. Ultraformer derin dokuları düzeltebilen tek cihazdır.(...)75 li yaşlarda tatlı mı tatlı bir teyzemiz “herşeyi göze aldım oğlum burun ameliyatı olmak istiyorum”* *dedi biz de üzerimize düşeni yaptık...sonuç güzel bir burun ve ruhu kadar genç bir hasta.(...)Isparta Anadolu Lisesinden arkadaşım Yavuz'un #kapalıteknikrinoplasti ameliyatını geçen hafta başarıyla gerçekleştirdik. (...)Hem burun şeklini değiştirdik, hem de daha önemlisi nefes alma sorununu düzelttik.(...)Genç...güzel...ve burun estetiğinden sonra daha da güzelleşen hastamızın 7.ay kontrolünden mutlu kareler ...mutlu son mutlu hasta mutlu ekip. (...)”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/drfatihoktem/> adresli internet sayfasının 31.10.2017 tarihli görünümünde; *“Yaz gelmeden nasıl zayıflarım diye düşünüyorsanız ve ne yapacağınızı bilmiyorsanız, zayıflama danışma hattımızı hemen arayın. (...)Saç ekiminde başarılı ve garatili sonuçlar için bizi arayın. FUE ve DHI saç ekimi hakkında bilgi almak ve ücretsiz öngörüşme için hemen arayın. (...)Geç kalma genç kal!!! Gençlik aşısı hakkında bilgi almak için bizi arayın. (...)Jinekomasti, erkekte meme küçültme ameliyatı. Lazer Lipoliz Ameliyatı ile doğal sonuçlar için bizi arayın.(...)Ultraformer, fokus ultrasın teknolojisinin kullanıldığı cilt sıkılaştırma yöntemidir. Ciltte tek bir uygulama ile etkili ve memnuniyet verici sonuçlara ulaşmak mümkün olmaktadır. (...)75 li yaşlarda tatlı mı tatlı bir teyzemiz "herşeyi göze aldım oğlum burun ameliyatı olmak istiyorum " dedi bizde üzerimize düşeni yaptık...sonuç güzel bir burun ve ruhu kadar genç bir hasta.(...)Isparta Anadolu Lisesinden arkadaşım Yavuz'un #kapalıteknikrinoplasti ameliyatını geçen hafta başarıyla gerçekleştirdik. Bugün burun alçısını çıkartıp bantlama yaptık. Hem burun şeklini değiştirdik, hem de daha önemlisi nefes alma sorununu düzelttik.(...)Genç...güzel...ve burun estetiğinden sonra daha da güzelleşen hastamızın 7.ay kontrolünden mutlu kareler ...mutlu son mutlu hasta mutlu ekip. (...)”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://twitter.com/drfatihoktem1> adresli internet sayfasının 31.10.2017 tarihli görünümünde; *“Güzelliğinizi uzman ellere emanet edin. Bugünün finalinde muhteşem değişim ve mutlu hasta var. Burun estetiği ve üst gözkapağı. (...)FUE ve DHI saç ekimi hakkında bilgi almak ve ücretsiz öngörüşme için hemen arayın. (...)Başarılı ekip başarılı sonuçlar. (...)Yaz gelmeden lazer lipoliz ile yağlarınızdan hızlı bir şekilde kurtulabilirsiniz. (...)Uygun hasta ve uygun tedavilerle leke problemlerinde tek seans sonrası bile yüz güldürücü (...)#vururyüzeifadesi ameliyatsız estetik en iyisi. soran olursa #hydrafacial dersiniz. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**21)**

**Dosya No:** 2016/3419

**Şikayet Edilen:** **Ümran Göz Sağlığı ve Kontakt Lens Uygulama Hizmetleri Tic. A.Ş (Avrupa Göz)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.avrupagoz.com.tr> adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar ve kuruluş tarafından Kütahya ilinde dağıtılan; *“Sadece emeklilere özel muayene kartı”* ibareli muayene kartları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, diğer (muayene kartı)

**Tespitler:** <http://www.avrupagoz.com.tr> adresli internet sitesinin 19.10.2017 tarihli görünümünde; “*No Touch lazerle dokunmadan 1499 TL… Lazer sayesinde gözlüklerinizden kurtulun!”,a*na sayfada; *“Oküloplasti… Güzelliğinize gölge düşmesin, oküloplasti ile göz çevrenizi yenileyin… Katarakt… Uzman hekimlerimiz ve FDA onaylı merceklerimiz ile katarakt tedavisinde sonuçlar mükemmelden biraz fazla!”,*

“Hakkımızda” başlığı altında; *“Avrupagöz Grup kendi uzmanlık alanında, her kesimden hastaların kaliteli sağlık hizmeti ihtiyaçlarını en iyi şekilde gidermek yönünde sürekli ve azimli çabaları temsil eder. Avrupagöz, alanında uzman doktorlara, deneyimlerini güler yüzlü hizmet anlayışıyla birleştiren sağlık personeline, hasta odaklı hizmet anlayışına ve ileri tıp teknolojisiyle donatılan tanı ve tedavi ünitelerine sahiptir. Avupagöz, Türkiye’de en fazla hastaya ulaşan ve sürekli gelişen, yenilikçi, lider göz sağlığı grubu olarak gelecekte de halkımıza kaliteli ve ekonomik hizmet sunmaya devam edecektir*.”,

“Katarakt” başlığı altında; *“Ağrısız bir katarakt tedavisi için ne yapmalısınız? Ağrısız ve sızısız bir katarakt tedavisi için en ileri teknolojilerle donanmış göz sağlığı merkezi seçmeniz gereklidir. Bu bakımdan uzman doktor kadrosu kadar, tedavi merkezlerindeki donanımsal yeterlilik açısından da hastalarına en iyi çözümü sunan Avrupagöz’de, katarakt ameliyatı herhangi bir lokal veya genel anestezi uygulanmadan, ağrısız ve sızısız gerçekleşecek ameliyat sonrasında hastalar gündelik hayatlarına devam edebiliyor. Kataraktın, ilaçlarla ya da gözlüklerle tedavi edilmesi mümkün değildir. Günümüzde kataraktın tek tedavisi cerrahi müdahaledir. Avrupagöz’ün uzman kadrosu, kullandığı ileri teknoloji cihazlar ve FDA onaylı merceklerle katarakt ameliyatı sorun olmaktan çıkıyor. Fako Yöntemi: Uzman doktorlar tarafından yapılan inceleme sonrasında en uygun ölçülerdeki merceğin göz bebeğinin arkasına yerleştirilmesiyle tamamlanan tedavi şeklidir. Katarakt hastaları için fako yöntemi, ağrısız ve sızısız bir tedavi süreci anlamına gelir. Astigmat oluşum riskini düşürmesi, tedavi sonrasında gündelik hayata hemen dönülebilmesi ve küçük kesiyle tedavinin gerçekleşmesi, fako yönteminin giderek tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Doktorun hasta üzerinde genel tetkikleri yapmasından sonra mercek numarası özel cihazlarla ölçülür ve göz bebeği ameliyata hazır bir hale getirilir. Bu aşamada hasta, ameliyat boyunca hareketsiz kalarak, doktorun daha iyi çalışmasını sağlar. Anestezi için göz damlaları kullanır. Böylece ameliyat boyunca kişi, herhangi bir ağrı duymaz. Korneada küçük bir kesi yapılır ve ardından ultrasonik sesler kullanılarak mercek göz içerisindeki küçük parçalara ayrılarak emilir. Daha sonra da katlanır şekildeki mercek göze yerleştirilir. Multifokal (Çok Odaklı Merceklerle) Tedavi: Uzak ve yakın görme bozukluklarını aynı anda tedavi edebilmek için geliştirilmişlerdir. Tedavi sonrasında kişi, gözlük kullanmadan uzak veya yakın cisimleri net bir şekilde görebilir. Tedavide kullanılan mercek, özel geliştirilmiş yapısı sayesinde ışığı farklı odak noktalarında toplayabilmekte ve böylece cisimlerin net bir şekilde algılanmasını sağlamaktadır.”,* “Oküloplasti (Göz Estetiği)” başlığı altında; *“… Avrupagöz, deneyimli doktorları ve göz cerrahisi için tasarlanmış ameliyathaneleri ile Türkiye’nin önde gelen göz merkezlerindendir. Blefaroplastide cerrahi başarıda ve olabilecek problemlerin en aza indirilmesinde en önemli adım gözün ve özellikle göz kapaklarının detaylı muayenesinin yapılmasıdır. Göz kapağı estetiğinde ameliyat lokal anestezi altında yapılır. Kesiler alt göz kapağı kirpiklerinin hemen altından yapılır ve iyileştiğinde hemen hemen görünmez hale gelir. Belirgin torbalanma varsa yağ dokusu da çıkarılır veya normal yerine getirilir. Fazla deri bu kesi yerinden çıkarılır. Kesi ince dikişlerle kapatılır, dikişler 4-5 günde alınır veya kendiliğinden kaybolur.”,*

“Excimer Lazer” başlığı altında; *“Kişiye özel bıçaksız lazer tedavisi ile gözlüksüz hayat!”,*

“Katalog” başlığı altında; *“Avrupa göz tarafından sizlere ekonomik değerlerle ve güler yüzlü hizmet anlayışıyla sunulan kaliteli göz sağlığı hizmeti ile tanışmanız için önce görmek lazım 0 850 520 00 00.”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan kuruluş tarafından Kütahya ilinde *“Sadece emeklilere özel muayene kartı”* ibareli muayene kartı dağıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.dunyagoz.com.tr](http://www.dunyagoz.com.tr) adresli internet sitesi ve tanıtım kartı aracılığı ile kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesi ve kart üzerinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliği 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ümran Göz Sağlığı ve Kontakt Lens Uygulama Hizmetleri Tic. A.Ş (Avrupa Göz)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No:** 2017/1278

**Şikayet Edilen:** **Nurşen ESER (Aquamarine Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://tr-tr.facebook.com/aquamarineub/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://tr-tr.facebook.com/aquamarineub/> adresli internet sitesinin 27.10.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Aquamarine Unisex Beauty”* olarak isimlendirildiği, “Hakkımızda” başlığı altında; “*Aquamarine Unisex Beauty; hizmet kalitesini ilke edinmiş, hijyene en üst seviyede özen gösteren, 13 yıldır seçkin bay ve bayanların tercih ettiği merkez…”* gibi ifadelerle tanıtım yapıldığı, “Değerlendirmeler” başlığı altında; *“İzmir’in en elit güzellik merkezi bence her şey için teşekkür ederim. İlgi ve alakanız muhteşemdi. En kısa sürede tekrar geleceğim… Hijyen, profesyonellik, sağlık, güler yüzlü hizmet hepsi bir arada tek adreste buluşmuş. Teşekkürler Aquamarine beaut y& Day SPA çalışanları ve sahibine... Güler yüzlü sahibi ve güler yüzlü estetisyenleriyle en keyif aldığım güzellik merkezi... İzmir’de tercih ettiğim güvenilir merkez…”,* 8 Ekim 2017 tarihli paylaşımda; *“Tedavi edilemez cilt lekeleriniz için servet harcayıp hiçbir sonuç alamadıysanız müjde! Cildinizi 3 günde soyalım, 10 günde yepyeni bir yüze kavuşturalım! Dün açılan yerlere değil, 16 yıllık tecrübemize güvenin! Merkezimizde gelin, yüzlerce başarı fotoğrafı size umut olacak. 02322784004…”,* 22 Ekim 2017 tarihli paylaşımda; *“Tüm cilt renkleri için güvenli, acı ve yanık riski olmayan, en etkili teknolojiye sahip hibrit lazer ile dilediğiniz 4 bölge (bacak - ö. bölge - k. altı - çene - dudak üstü - göbek çizgisi -favoriler) 300 TL bacak fiyatına, herkes bu cihazla tanışsın diye. (Bayanlara özel kampanyadır, beyler ayrıca fiyat alabilirler) 02322784004 \*başka bir kampanya ile birleştirilemez…”,* 29 Eylül 2017 tarihli paylaşımda; *“Bitene kadar kampanyaları ölene kadar eziyetine dönüşmesin! Bu kış artık jiletten sirden, acıdan, eziyetten kurtarıyoruz. Dünyanın en ileri teknolojisi ile İzmir 'in en iyi fiyatını birleştirdik. Bay bayan koltuk altı tek fiyat, 300 TL dir. (Paket 6 seanstır ve yeterlidir. Ucuz fiyat cazibesiyle uzak doğu cihazlarının kölesi ve mağduru olmayın) 0542 278 40 04 & 0232 278 40 04…”* gibi ifadelere yer verildiği, ayrıca fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No:** 2017/1886

**Şikayet Edilen:** **Dr. Ayşe Gökşin PEKYALÇIN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.floryaestetik.com>, <http://drgoksinpekyalcin.com> ve <https://www.instagram.com/floryaestetik/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.floryaestetik.com> adresli internet sitesinin 31.10.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Florest Estetik Güzellik”* ve *“Florya Estetik ve Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

<http://drgoksinpekyalcin.com> adresli internet sitesinin 31.10.2017 tarihli görünümünde; ana sayfasında; *“Küçük bir dokunuş… Yeni nesil dolgularla yüzünüzün yeniden şekillendirilmesi ve ışıldaması mümkündür… Güzelliğinize güzellik katmamızı ister misiniz? Uzman ekibimizin yapacağı pek çok küçük dokunuşla harika bir görünüme kavuşabilirsiniz…”* ifadelerine yer verildiği,

“Faydalı Yazılar” başlığı altında, *“İstenmeyen Tüylerden Kalıcı Olarak Kurtulmak…”, “Cilt Problemlerini Buharlaştıran Enerji”* şeklinde tedavi yöntemlerine yer verildiği,

<https://www.instagram.com/floryaestetik/> adresli internet sitesinin 31.10.2017 tarihli görünümünde;*“Florest Dr. Ayşe Gökşin Pekyalçın Güzellik FLOREST'te başlar... Tel:0212 573 7400 Florya Şenlikköy Mh. Harman sok.no:33/1 Bakırköy WhatsApp:0533 931 37 www.drgoksinpekyalcin.com”* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.floryaestetik.com>, <http://drgoksinpekyalcin.com> ve <https://www.instagram.com/floryaestetik/> adresli internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No:** 2017/1887

**Şikayet Edilen:** **Dr. Rasime ERKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.lazermed.com> adresli internet sitesinin 01.11.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Lazermed Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği,

“Hakkımızda” başlığı altında, *“Lazermed Güzellik Merkezi 1997 yılında kurulmuştur. Kliniğimizde deri hastalıklarının tedavisi ve estetik uygulamalara yönelik hizmet verilmektedir. Amacımız dünyadaki güncel ve bilimsel verilere dayalı her türlü yenilik ve bilgiyi hastalarımıza ulaştırmaktır.”, “*Değerlerimiz” başlığı altında; *“Hastalarımızın, kendilerini değerli hissetmek istediğini biliriz, güler yüzle karşılanmayan hasta için diğer her şeyin teferruat olduğuna inanırız, hastalarımıza tutamayacağımız sözler vermeyiz, hasta bilgilerinin gizliliği ilkesine sadık kalırız, hastalarımızın özelliklerini bilmek, ihtiyaç ve beklentilerini anlamak için çaba gösteririz, hastalarımızı her zaman dinler, sorunlarını çözmek konusunda gerekli desteği veririz, tüm uygulamalarımızın hijyenik ortamlarda yapılmasından taviz vermeyiz.”,*

*“*Stratejilerimiz” başlığı altında; *“İstikrarlı ve sağlıklı büyümek. Hizmet alanların, çevrelerine referans olarak verebilecekleri ölçüde güven duymalarını sağlamak, Kalıcı ve koşulsuz müşteri memnuniyeti sağlamak. Hizmet alanlara, doğru çözümler sunmak.”,*

“Lazer Epilasyon Genel Bilgi” başlığı altında; *“Lazer epilasyon tekniği etkin, hızlı ve FDA tarafından onaylanmış güvenilir bir tedavi yöntemidir. Lazer epilasyon yöntemi 1997 yılından beri kullanılmaktadır ve ülkemizde ilk uygulayan iki merkezden biri biziz. Lazer epilasyon da istenmeyen tüylerin olduğu bölgeye, uygun dalga boylu lazer ışınları yine uygun doz, süre ve uygun lazer başlıkları ile uygulanmakta ve çevre dokuya minimal ve geçici etki etmektedir. Lazer ışınları, kıl köklerini çevre dokuya zarar vermeden yok etmekte ve bölgeye göre değişmekle birlikte ortalama 6-8 seans sonunda istenmeyen kılların %80-90’ından kalıcı olarak kurtulmayı sağlamaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.lazermed.com> adresli internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**25)**

**Dosya No:** 2017/1888

**Şikayet Edilen:** **İbrahim Eyüp DEMİR (My World Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://myworldguzellik.com> adresli internet sitesinin 01.11.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“My World Güzellik Merkezi”, “Bakırköy Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, “Hizmetlerimiz” başlığı altında; *“Lazer Epilasyon, Mezoterapi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ana sayfasında; *“Müşteri Memnuniyeti… İstanbul Bakırköy´de 2006 yılı ekim ayında hizmet vermeye başlayan MY WORLD GÜZELLİK olarak amacımız, siz değerli müşterilerimize, doğal olarak hazırlanmış olan cilt bakım ürünlerimiz ve son sistem epilasyon cihazlarımızla, uzman kadromuz eşliğinde hizmet vermektir. Merkezimiz hanım efendilere özeldir. Başka Şubemiz Bulunmamaktadır.”,* “Mezoterapi” başlığı altında; *“Selülite karşı en etkili yöntem: MEZOTERAPİ… Doktorlar selülitin sağlık riski taşımayan, ancak tedavi edilmesi gereken kozmetik bir problem olduğu görüşünde birleşiyor. Selülit, bugün her 4 kadından 3 ünü etkileyen bir estetik problemi oldu. Selülite aşırı beslenmenin neden olması mantıklı. Ancak zayıf kadınlarda dahi selülit görülmesi veya zayıflamakla tedavi edilememesi selülitin bu sebepleri için kafalarda soru işaretleri bırakıyor. Avrupalı doktorlar selüliti daha ciddi bir yaklaşımla, tedavi edilmesi gereken tıbbi bir problem olarak görüyorlar. Tedavi yöntemi ise mezoterapi. Mezoterapi "orta deri tedavisi" anlamına gelmektedir. Deri altına belirli açılardan iğneler batırıldıktan sonra, sinir uçları harekete geçer ve damar açıcı bir reaksiyon meydana gelir. Bu yöntem sayesinde eskiden ağız yoluyla alınan ilaçlar doğrudan hastalıklı bölgeye enjekte edilmeye başlanmış. Bu nedenle küçük dozlarda ilaçlarla bile daha etkin bir tedavi sağlanabiliyor. Örneğin hastalıklı bir yaprağı kurtarmak için ilacı ağacın köküne verip, belirli bir kısmının yaprağı iyileştirmesini beklemek yerine, ilacı daha az dozlarda direkt olarak hasta olan yaprağa enjekte ederek tedavi gerçekleştirilir. Sonuçta sağlam yapraklara zarar vermeden hastalıklı yaprak kurtarılır. Mezoterapi, sadece selülit tedavisinde değil, akne, saç dökülmesi, bel ağrısından migrene kadar pek çok rahatsızlığa karşı uygulanıyor. İlk kez 1952 yılında Fransa da uygulanan mezoterapi, 1972 de uluslararası bir yöntem haline gelmiş. Mezoterapi halen İspanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Belçika, İsveç, Danimarka ve Japonya da çok yaygın… Tedavi süresi nedir? Süre ekografi ile saptanacak selülit miktarına, yerleşim bölgelerine ve selülit tipine bağlıdır. Genelde iki seans olmak üzere 15 günde 2 beden incelme kaydedilir. Tedavi süresi 15 - 30 gün arasında değişmektedir. Seanslar ilerledikçe o bölgedeki fazla santimler, hızla azalacak, sarkma olmadan kişi normalde sahip olması gereken vücut ölçülerine kavuşacaktır…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://myworldguzellik.com> adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2017/471**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Jale ŞENYURT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://drjalesenyurt.com> adresli internet sitesinin 13.10.2017 tarihli görünümünde; *“Lazer epilasyon, istenmeyen tüylerden kurtulmanın en etkili ve güvenilir yollarından biri de lazer epilasyondur.,. Ağrısız sancısız yeni teknoloji cihazlar ile uygulanmaktadır.*

*Saçlarınız için keşke demeyin, konusunda uzman ve deneyimli kadromuz ile sonrasında da gözetim altında olacaksınız. Uygulama sonrası aradaki fark hemen görülebilir. Bu fark zaman geçtikçe daha net belli olacak, cildiniz giderek daha çok gerilecek. 3 ay sonra nihai sonuç tamamen görülebilir ve etkisini 12-18 ay boyunca sürdürecektir. Uygulama süresi yaklaşık 30 dakikadır.*

*İple yüz germe, çok kısa bir süre içinde yüz germe uygulaması yapılmaktadır. Tedavi sonrasında hemen makyaj kullanmanız mümkün. İpler kendiliğinden çözümlenebilir ve zararsızdır. Kolajen (büyüme faktörü içeriyor) üretimini aktive eder. İnce kırışıklıkları giderir. Gayet basit bir uygulamadır. Lokal anestezi altında uygulanır. İstenirse uygulama tekrarlanabilir.*

***İple Yüz Germe Estetiği Uygulamasının avantajları:*** *Çok kısa bir süre içinde yüz germe uygulaması, Ağrısız, Tedavi sonrasında hemen makyaj kullanmanız mümkün, İpler kendiliğinden çözümlene bilir ve zararsızdır, Kolajen (büyüme faktörü içeriyor) üretimini aktive eder, İnce kırışıklıkları giderir, Basit ve güvenli, Anında iyileşme, Lokal anestezi altında uygulanır, İz kalmaz, İstenirse uygulama tekrarlana bilir, Hiçbir yan etkisi yoktur.*

*DHI saç ekiminde, saçlar direk olarak, kalemle yön verilerek yerleştirildiği için, kesinlikle kanama olmaz ve ertesi gün yıkama işlemi yapılabilir. 1 hafta gibi kısa sürede tamamen iyileşme tamamlanır.*

*DHI Saç Ekimi, çok sık saçlar, sakal ekimi ve kaş ekimi için önerilir.*

***FUE ile DHI saç ekimi arasındaki farklar.*** *FUE Saç Ekimi Yönteminde, 1 cm kareye  40 saç yerleştirebiliyorsanız, DHI Saç Ekimi Yönteminde 120 saç yerleştirebilirsiniz.*

*FUE Saç Ekimi Yönteminde, saç ekim yapılacak alana, önceden saçların yerleştirileceği delikler açıldığı için, delik içinde kan pıhtılaşması oluştuğundan dolayı, saç çıkma yüzde oranı % 10 düşmektedir. DHI Saç Ekimi yönteminde, Choi iğnesi, direk cilt altına hem deliği açtığı ve hemde el değmeden saçları cilt altına yerleştirdiği için yüzde başarı oranı daha yüksektir.*

*Kesme ve dikiş işlemi yapılmaz. Sakaldan saça aktarma imkanı vardır. Kadınların saç ekimlerinde, saç kesme işlemi uygulanmaz. Fire verilmeden çalışır. İz kalmaz.  Daha sık bir ekim imkanı vardır. Daha doğal bir görünüm sağlar. İstenilen tarafa yön verilebilir. Doku transferi daha fazladır. Kısa sürede iyileşme gözlenir. Seanslar arasında bekleme ihtiyacı yoktur.*

*DHI saç ekiminin Avantajları; Kesme yok, Dikiş yok, Sakal dan saça aktarma imkanı, Bayanların ekimlerinde  saç kesme işlemi yok, Kanama yok, Fire yok, Hiç İz yok, Daha sık ekim imkanı, Daha doğal bir görünüm, İstediğin tarafa yön verme imkanı, Daha fazla doku transferi, Kısa sürede iyileşme, Seanslar arasında bekleme yok*

*Diode lazer;* *Diot lazer epilasyon teknolojisiyle cilde sıcak taş masajı yapılıyormuş hissiyle beraber hızlı ve konforlu seanslar gerçekleştirilir. Yıllardır sadece kış aylarında ve  açık tenlilere uygulanabilen epilasyon, bu teknoloji ile tüm mevsimlerde açık, esmer ve bronz tenlilere de uygulanabilir. Dört mevsim ve her tür kıl ve cilt tipinde uygulama imkanı veren diot lazer epilasyon tedavisinin yan etkisi minimaldir. Lazer epilasyon uygulamalarında çokça acı hissedilir. Lazer epilasyon ile bu bölgede minimum acı hissedilir. Cihazın safir ve soğuk başlığı bu hassas bölgede, uygulama esnasında konfor sağladığı gibi ciltte tahriş oluşmasına da izin vermemek üzere dizayn edilmiştir. Bu yeni teknoloji sayesinde cihaz, çok ince ve açık renkli tüyler de dahil olmak üzere her kıl tipini görebilir. Epilasyon teknolojisi, erkekler için de oldukça başarılı bir uygulamadır. Erkeklerde kıl yoğunluğu daha fazla olduğundan lazer epilasyon ihtiyacı daha fazladır. Epilasyon teknolojisi ile erkekler de etkin olarak tüylerinden kurtulabilir. İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en etkili ve güvenilir yollarından biri de lazer epilasyondur. Teknoloji güzelliğe hizmet etmeye devam ediyor. Lazer epilasyon için kullanılan cihazlardan biri de teknolojinin son ürünlerinden olan "Diode lazer" sistemidir.*

*Tıbbi uygulamalarda başarının kanıtlarından biri de "FDA" (Food and Drug Administration, Amerikan Gıda ve İlaç Kontrol Merkezi) onayıdır. Ütüleme epilasyon teknolojisi, dört mevsim uygulamaya imkan verir. Ütüleme epilasyon teknolojisiyle istenmeyen tüylerden çok daha konforlu ve hızlı kurtulmak mümkündür.*

***Boyun ve Dekoltede Ultherapy;*** *Bugün medikal estetikde geldiğimiz noktada boyun ve dekolte bölgesinde etkili yöntemlerden biri de ultherapy'dir. Ultherapy, ameliyatsız tek seansta boyun ve gıdı bölgesindeki sarkmayı düzeltmek amacıyla boyuna, dekolte bölgesindeki kırışıklıkları düzeltmek amacıyla dekolte bölgesine uygulanmaktadır.”* gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/jsenyurt](http://www.facebook.com/jsenyurt) adresli internet sitesinin 13.10.2017 tarihli görünümünde; “*Saç ekiminden 10 ay sonra sonrası. Sizce nasıl görünüyor.. saç ekimi öncesi sonrası örnek bir paylaşım yapalım. 2 seansta 6500 kök ekimlerine devam. Sakal ekiminde sabır çok önemli. 1 yıl sonraki görüntüler. Bayanlarda dsç çizgisi gerideyse öne alınabilir. Bu resim ekimin 2. Günüdür. Saç ekiminde Türkiye gerçeklerine devam. Ben 30 yıllık hekimlik hayatımın 20 yılını anestezi hekimliği yaparak ve aynı sürelerde yani 20 yıldır da saç ekimi ile ilgili olarak hastalarıma hizmet vererek geçirdim. Bu sürecin saç ekimi ilgili bölümünden Türkiye’de yapılan yanlışlardan bahsedeceğim. Saç ekimi 2000 yıllarda farklı teknikle yapılıp çok uzun sürede yapılabilmekteydi. Yıllar içinde yeni tecrübeler edindik ve paylaştık. Kalıcı makyaj yaptırıp pişman olanlar üzülmeyin üzerine yeniden saçınızdan saç kökleri alınarak kalıcı kaş ekimi yapıyoruz. Sonuçlar yüz güldürücü.”* gibi ifadelere, tedavi görsellerine ve videolarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://drjalesenyurt.com> ve [www.facebook.com/jsenyurt](http://www.facebook.com/jsenyurt) adresli internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep uyandıran, hastaları kuruluşa yönlendirmeye yönelik ve hekimlik mesleğini sürdüren şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği şeklinde değerlendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların bilgilendirme ve tanıtım kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2017/545**

**Şikayet Edilen:** **Kadıoğlu Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. - Epiderm Poliklinikleri**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2017,19.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.epidermlazer.com](http://www.epidermlazer.com) adresli internet sitesinin 19.10.2017 tarihli görünümünde, “*Epiderm en ucuz değil, en kaliteli ve ekonomik lazer epilasyon yapılan yerdir. Dijital ölçüm neticesi kişiye özel dozlar ile kısa zamanda ve kalıcı sonuç alırsınız*.”,

“Hakkımızda” başlığı altında; “*Prof. Dr. Teoman Cem Kadıoğlu ve Op. Dr. Hüsniye**Kadıoğlu tarafından kurulan Epiderm Poliklinikleri, 1993'den beri tıbbın çeşitli alanlarında hizmet veren Lazer Epilasyon Kadıoğlu Sağlık Hizmetleri Ltd. bünyesindedir. Epiderm Poliklinikleri 5 şubesinde de sadece lazer epilasyon uygulanan sağlık kuruluşlarıdır”* gibi ifadelere,

[www.facebook.com/Epidermlazer/](http://www.facebook.com/Epidermlazer/)adresli internet sitesinin 18.10.2017 tarihli görünümünde; “*Epiderm; en ucuz değil, en ekonomik ve kaliteli lazer epilasyon..! Epiderm ucuz fiyatla seans yapan yerlerden çok daha ekonomiktir çünkü daha az seansta kalıcı netice elde edersiniz. Cynosure marka 80 bin dolarlık cihazlar ve ölçüm sonucu size özel dozlar ile kalıcı ve güvenli epilasyon uyguluyoruz. Sağlığınızı ve paranızı korumak için tercihinizi dikkatli yapınız. Ucuz IPL cihazlar ile kalıcı sonuç elde edemezsiniz; kalıcı sonuç için gerçek ve kaliteli lazer cihazlarının etkin dozlarda kullanımı şarttır. Epilasyon için en iyi lazer olan Alexandrite lazeri tercih ediniz. Ekonomik, etkili ve güvenli epilasyon için : www.epidermlazer.com Nişantaşı-Etiler-Bağdat Cad.-Bakırköy-Bakü Prof. Dr. T. Kadıoğlu 0555 000-0-000* *Epiderm Polikliniklerinde uzman hekimlerimiz nezaretinde güvenli ve ekonomik olarak istenmeyen kıllarınızdan kalıcı olarak kurtulabilirsiniz. Prof. Dr. T. C. Kadıoğlu www.epidermlazer.com Nişantaşı- Etiler- Bakırköy- Bağdat cad.-Bakü* *Nişantaşı ve Bağdat Caddesi şubelerimizde iğneli epilasyon uygulamamız, konusunda uzman personelimiz tarafından hizmetinize sunulmuştur.* *Dijital ölçüm ile kişiye özel etkin doz sayesinde en az seansta kalıcı sonuç. Ekonomik, etkili ve güvenli lazer epilasyon için: www.EpidermLazer.com  Nişantaşı-Etiler-Bağdat cad.-Bakırköy-Bakü Alo Epiderm: 0555 000-0-000 Prof. Dr. T. C. Kadıoğlu.* *Alanında uzman personelimiz tarafından en doğru şekilde lazer hizmeti almak için 0555 000-0-000 numaralı telefonu arayarak bilgi alabilirsiniz… #Epidermlazer.* *Lazer epilasyon hızlı, güvenli ve uzun süreli sonuç sağlar. Mükemmel sonuçlar için 0555 000-0-000 numaralı telefonu arayabilirsiniz... #Epidermlazer*. *Kendinizi uzman olmayan ellere teslim etmeyin! En doğru çözümler için mutlaka sağlık merkezlerine başvurun... 0555 000-0-000 #Epidermlazer”* gibi ifadelere ve tedaviye yönelik videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.epidermlazer.com](http://www.epidermlazer.com) ve [www.facebook.com/Epidermlazer](http://www.facebook.com/Epidermlazer) yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan firma faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların bilgilendirme sınırını aşarak ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu, tüm bu durumların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**28)**

**Dosya No: 2017/1991**

**Şikayet Edilen: RTC Bilişim ve İletişim Teknolojileri Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maksim TV”* logolu televizyon kanalında 21.10.2016-22.10.2016 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan *“Tuttu Frutti Seti”* isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2016-22.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maksim TV”* logolu televizyon kanalında 21.10.2016-22.10.2016 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Tuttu Frutti Seti”* içerisinde yer alan muhtelif ürünlerin *“Geciktirici Mendil, Performans Arttırıcı Kapsüller, Aşk Kahvesi, Afrodizyak Etkili Bay ve Bayan Parfümü”* şeklinde isimlendirildikleri,

“Aşk Kahvesi” isimli ürüne yönelik olarak *“ Aşk Kahvesi, aşkınıza aşk katmak için kahveyi kullanabilirsiniz. Kahveyi hazır edin kahve o sırada hazır olmalı, yemeği boşverin, sonra bakacak zaman bulamayacaksınız, bizden söylemesi”*

“Performans Artırıcı Kapsül” isimli ürüne yönelik olarak; *“Mesela adam kendini güçsüz hissediyor. Bunu alırsa sıkıntı. O yüzden uyarımı da yapayım. Gündüz saati kendinizi güçsüz hissederken sakın bunu vitamin yerine kullanmayınız. Sakın. Gece. Aynen gece kullanın. Çünkü beş dakikada etkisini gösteren bir unsur hatırlatırım. Gündüz saati çok yorgun hissediyorum, ay şöyle olur ay böyle olur. Bunu kullandığınız vakit aklınız karışır, ne yapacağınızı bilemezsiniz, o yüzden çok önemli dikkat edin. Özellikle erkekler kullanacak bunu haberiniz olsun ve beş dakika içinde sizleri hazır tutacak ve ondan sonrasında yer yerinden oynayacak”*

*“*Afrodizyak Etkili Parfüm” isimli ürüne yönelik olarak; *“ Eve gidip napıyorsunuz beyler, eve gitmeden önce biraz sıkıyoruz, hanımlar sizde eşiniz gelmeden önce sıkıyorsunuz öyle kapıyı açıyorsunuz. Sonra muhteşem bir kavuşma oluyor anlatamam size.”*

“Mavi Boncuk” isimli ürüne yönelik olarak*; “ Utanmayacaksınız, o zaman ne diyoruz her eve üç çocuk, yaşasın mavi boncuk diyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği; gıda takviyeleri/kozmetik ürünlerin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu;tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi/kozmetik ürün” 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 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 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 **RTC Bilişim ve İletişim Teknolojileri Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625 -TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/1303**

**Şikayet Edilen:** **İbrahim ALTINDAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kullaniciyorumlari.co](http://www.kullaniciyorumlari.co) ile [www.dietlisteniz.com](http://www.dietlisteniz.com) adresli internet sitelerinde yer alan “Yeşil Kahve, NZT48” isimli ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kullaniciyorumlari.co](http://www.kullaniciyorumlari.co) adresli sitenin 03.01.2017 tarihli görünümünde, “*Hemen hemen herkes daha zeki, çevik ve daha akıllı bir zekaya sahip olmayı ister. Fakat çeşitli nedenlerden dolayı pek çok sorun ile karşı karşıya kalmamıza da neden olmaktadır. Bizleri bu konularda da yalnız bırakmayacak olan NZT 48 gibi yardımcı olabilecek ürün seçeneklerini de tercihleriniz arasına yerleştirerek beklenilen sonuçlarında doğru bir şekilde ortaya çıkmasına yardımcı olabilirsiniz. Düzenli olarak kullanımının sağlanmasında olumlu sonuçlar ile karşılaşmamıza da destekleyici olabilirsiniz.*

*Bunun yanı sıra nzt 48 gibi yardımcı olabilecek ürün seçeneklerini de tercihleriniz arasına yerleştirerek beklenilen sonuçlarında doğru bir şekilde ortaya çıkmasına da destekleyici olabilirsiniz. Aynı zamanda da zekamızın ihtiyacı olabilecek sağlıklı ve faydalı olabilecek besinlerde düzenli olarak tüketiminin sağlanması ilerleyen zamanlarda da beklenilen sonuçlarının da doğru bir şekilde ortaya çıkmasına da destekleyici olabilir. Bunun yanı sıra ilerleyen zamanlarda da olumlu sonuçları ile karşılaşmamıza da yardımcı olabilecek nzt 48 gibi yardımcı olabilecek ürün seçeneklerini de tercihleriniz arasına yerleştirerek ilerleyen zamanlarda da beklenilen sonuçların doğru bir şekilde ortaya çıkmasına da destekleyici olabilirsiniz.”*

[www.dietlisteniz.com](http://www.dietlisteniz.com) adresli sitenin 03.01.2017 tarihli görünümünde; *“Son zamanlar da televizyonlar da ve sosyal medya da çok fazla görünen yeşil kahve ürünü sağlıklı bir şekilde zayıflamanın vücuda etkilerini göstermektedir. Özellikle vücut içerisinde oluşan fazla yağların kısa süre içerisinde etkili bir şekilde yakılmasını sağlayan bu özel etki ile fazla kilolarınızdan hızlı ve sağlıklı bir şekilde kurtulabilirsiniz. Genellikle green coffee içerisinde yer alan yağ yakıcı ve metabolizma hızlandırıcı etkilerin tamamen sağlıklı bir şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Üstelik içerisinde yer alan doğal etkiler ile sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi mümkün olup, etkiler ile kısa süre içerisinde daha sağlıklı bir şekilde zayıflama gerçekleştirmeniz etki etmektedir.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kullaniciyorumlari.co](http://www.kullaniciyorumlari.co) ile [www.dietlisteniz.com](http://www.dietlisteniz.com) adresli internet sitelerinde yer alan “Yeşil Kahve, NZT48” isimli 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5 inci Maddesi,

- 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,

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**30)**

**Dosya No: 2016/1304**

**Şikayet Edilen:** **Emrah ÇALIŞKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bilgimnette.com](http://www.bilgimnette.com) adresli internet sitesinin 26.04.2016 tarihli görünümünde, *“Q7 zayıflama hapı bitkisel bir gıda takviyesidir. Düzenli kullanıldığında 1 ayda 5 ile 10 kilo arası kilo verdirir. Q7 zayıflama hapı içinde bulunanlar ve faydaları; Açal ekstre, açal meyvesi sayesinde senelerdir erimemiş yağları yağ yakışı özelliği ile kolayca yakar. Yeşil çay, antioksidan özelliği vardır. Hazmı kolaylaştırır. İştahı kapatır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bilgimnette.com](http://www.bilgimnette.com) adresli internet sitesinde yer alan “Q7” isimli 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5 inci Maddesi,

- 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,

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**31)**

**Dosya No: 2016/3741**

**Şikayet Edilen:** **Reklam Beş Tanıtım Ve Bilişim Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.diyetcim.net](http://www.diyetcim.net) adlı sitede yer alan “*Maurers*” isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.diyetcim.net](http://www.diyetcim.net) adresli sitenin 01.06.2017 tarihli görünümünde, “*Maurers sadece zayıflatmaz. Maurers ile göbek, bel ve basen bölgesi gibi hareketsiz bölgelerdeki yağlardan da kurtulursunuz. Türkiye’deki en iyi gerçek termojenik yağ yakıcı bitkisel kapsül Maurers hem bölgesel, hem genel zayıflama hem de sıkılaştırıcı etkiye sahip muhteşem bir üründür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.diyetcim.net](http://www.diyetcim.net) adlı sitede yer alan “*Maurers*”isimli 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 Yönetmeliğinin 5 inci Maddesi,

- 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, 8, 9, 13 üncü maddeleri,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Reklam Beş Tanıtım Ve Bilişim Hiz. Ltd. Şti.** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2017/228**

**Şikayet Edilen:** **Swisse Sağlık Ürünleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.swisse.com.tr](http://www.swisse.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*Neo Angin Pastil*” isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.swisse.com.tr](http://www.swisse.com.tr) adresli internet sitesinin 22.12.2016 tarihli görünümünde; “*Neo Angin Pastil, soğuk algınlığı, astım, akciğer bronşlarının tıkanıklığı gibi üst solunum yolu rahatsızlıklarında olumlu etkisi vardır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.swisse.com.tr](http://www.swisse.com.tr) adlı sitede yer alan “Neo Angin Pastil” isimli 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5 inci Maddesi,

- 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, 8, 9, 13 üncü maddeleri,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**33)**

**Dosya No: 2017/433**

**Şikayet Edilen:** **Asma Altı Marketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Asma Altı Marketine ait broşürde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tanıtım broşüründe 07.12.2016-21.01.2017 tarihleri arasında geçerli olmak kaydıyla muhtelif markalı ürünlerde indirime gidildiği ve her ürünün 2 adetle sınırlı olduğu bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Asma Altı Marketine ait broşürde kampanya başlangıç ve bitiş tarihleri ile “*Her ürün 2 adet ile sınırlıdır”* şeklinde cümleye yer verilerek indirimlerin sınırlı olduğu bilgisine broşürün son sayfasında yer verildiği tespit edilmiş olup dolayısıyla tanıtımların 6502 sayılı Kanun’a ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2016/3162**

**Şikayet Edilen: HK Performans Danışmanlığı Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turbomend.com](http://www.turbomend.com) ve [www.geliserekzayiflama.com](http://www.geliserekzayiflama.com) adresli internet sitelerinde “*turbomend*” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2016, 25.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.turbomend.com](http://www.turbomend.com) adresli internet sitesinin 19.08.2016 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, *“Turbomend aslında her şey”, “Kişiye özel zayıflama kürü destek ürünü Turbomend. Zayıflamanıza yardımcı 10 farklı vitamin, 11 özellikleri ayrıcalıklı özler, 6 temel mineral, 12 farklı amino asit profili ve HK-Ürün özel destek ekstresi”, “Üç boyutlu gelişerek zayıflama kürü destek ürünü turbomend”, “TurboMEND 10 farklı vitamin, 11 özellikleri ayrıcalıklı öz'ler, 6 temel mineral, 12 farklı Amino Asit Profili ve HK-Ürün Özel Destek Ekstresi içerir.”, “Turbomend ve size özel zayıflama kürü ile sağlıklı ve enerji dolu zayıflayın”, “Turbomend destekli zayıflama kür uygulamalarımız ile 28 günde vücut ağırlığınızın %9’u ile %17,6’sı oranında zayıflatıyoruz!”* şeklinde;

2[www.turbomend.com](http://www.turbomend.com) adresli internet sitesinin 25.10.2017 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda ise; *“Evet, artık kesinlikle hemfikiriz ki, beslenme niyetine standart besin içerikleri tamamen out! Doğal olduğunu düşündüğümüz şeyleri ancak damak zevki ve keyif için tadımlık olarak, aralıklarla alsak da, beslenme amaçlı tüketemeyiz. Bu tarz yaklaşımlar, sırf nostaljik sebeplerle ve romantik bilinçle olması muhtemeldir artık!”; “Yani; sofra kurup yemek yemek, artık beslenmek için geçerli bir yöntem değil. Sofralarımıza gelen gıdalar, sağlıklı bir beslenme düzeni oluşturamayacak kadar tahrip olmuştur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

[www.geliserekzayiflama.com](http://www.geliserekzayiflama.com) adresli internet sitesinin 25.10.2017 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“Sofra kurup yemek yemek, artık beslenmek için geçerli bir yöntem değil. Sofralarımıza gelen gıdalar, sağlıklı bir beslenme düzeni oluşturamayacak kadar tahrip olmuştur.”; “Açlık tokluk gibi kavramlar eğitim süreci boyunca içlerini dolduracağımız ve genelde yanlış bilgiye sahip olduğumuz kavramlar olduğundan dolayı açlık-tokluk sorgusuna bakmadan, Turbomend’in kişinin gün içinde ihtiyacı olan tüm besin değerinin %130’unu karşıladığı bilincini özümseyip, bu paralelde Turbomend’i günün içine kendi imkan ve hislerimizi belirleyerek yayacak şekilde yudumlayacağız. Çeşitli dış etkenlere ve geçmiş dönem alışkanlıklarına bağlı olarak gelişen %90’ını yapay olan açlık hislerini yaşadığımızda yudumlayarak da bu yapay hisleri Turbomend’in mikro özleri sayesinde baskılayarak kontrol altına alıp doğru sinyalleri yaşamanın keyfini süreceğiz.”; “Turbomend; özellikleri itibariyle, adını, anlamıyla eşdeğer olan turbo destekleyici, turbo onarıcıdan alır. Eşsiz kombinasyonda karbonhidratlar, hem zihinsel hem de fiziksel yönde onarıcı proteinler ve lifler yanı sıra; içerdiği zengin vitaminleri ve ateşleyici uyaranları ile maksimum yağ yakımı ve sinir sistemi desteği sağlar.”, “Uygulanma şekli ve süreç sorumluluklarının yerine getirilmesine bağlı olarak bütün içerisinde kullanıldığında, vücut ağırlığının %5’i ile %18’i arasında değişim sağlanmaktadır.”, “Zihinsel ve fiziksel anlamda bağımlılık yaratan ve sürekli tüketim isteği uyandıran her türlü kimyasaldan, sinirsel ve zihinsel tahribat yaratan virüslerden, bedenen ve zihnen arınma sağlamaktadır. Beden Turbomend’in etkisini keşfetmekle birlikte temizlenme ve sonraki süreçte ulaşılacak kümülatif etkinin hazırlığını yapmakla geçirecek ve ilk olumlu sonuçları heyecanla hissettirecektir. İçeriğinde var olan yağ yakıcı özler yağ hücrelerine saldırarak bedende var olan fazla yağları parçalayacak ve bedenden atılmasına yardımcı olacaktır. Çünkü; Turbomend lokal ve istenmeyen yağları, bağlarından koparacak ve yağ hücrelerinin içinin boşaltılması ve küçülmesini sağlayarak, vücuttan sıvı ile atılmasını sağlayabilmek üzere formüle edilmiştir. Bunun yanı sıra kişinin kendisini daha verimli hissetmesi ile birlikte performansının da aynı oranda artmasını sağlayacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ayrıca, “HK Kurumsal” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“HK Performans, Üstün Performans Uzmanı Halil Kargulu tarafından 2006 senesinde kurulmuştur. Kurum olarak Sağladığımız kaliteli hizmet ve etkin beslenme stratejileriyle üyelerimizin her daim yanında olup onlara değer katarak; onlardan aldığımız enerji ve birlikte oluşturduğumuz sinerji ile Türkiye ve Dünyada kitleleri peşinden sürükleyen “Sağlık Hareketi” olmak nihai hedefimizdir. İnsanların her yıl daha fazla kilo almasına neden olan mevcut sistemdeki önyargıları, kemikleşmiş inanışları yıkarak zihinleri özgürleştirmek misyonu ile çalışmalarına devam etmektedir. HK performans olarak; Obezite’nin bir sağlık problemi olmanın ötesinde ağır sosyal ve psikolojik yıkımlar doğuran bir sorun olduğuna ve uzmanlık gerektiren bir takım çalışmasıyla halledilebileceğine inanırız. Gelişimi bir yaşam biçimi olarak benimseriz. Yaptığımız her işte, ürettiğimiz her üründe ve sunduğumuz her hizmette en yüksek performansı hedef alırız. Üyelerimiz, gelişme anlayışımızın odak noktasıdır.*” şeklinde ifadelere ve “Zayıflama Kampı&Kilo Bekçiliği Başarısı” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, anılan firma tarafından “Zayıflama Kampı” adı altında sunulan hizmetin kilo vermede etkili olduğuna ilişkin, *“Noter tasdikli 62 kilo, yarı yarıya zayıflama programı, HK Performans zayıflama kampı sizi değiştirir”* gibi çok sayıda ifadelere yer verildiği; diğer taraftan, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği;

Tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.turbomend.com](http://www.turbomend.com) ve [www.geliserekzayiflama.com](http://www.geliserekzayiflama.com) adresli internet sitelerinde “turbomend” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda sağlık beyanlarına yer verilerek, bahsi geçen ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı; böylece, sadece anılan ürünün tüketilmesiyle kiloların hızlı bir şekilde verilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürün 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,

Bununla birlikte, *“Sofra kurup yemek yemek, artık beslenmek için geçerli bir yöntem değil.”, “Turbomend’in kişinin gün içinde ihtiyacı olan tüm besin değerinin %130’unu karşıladığı bilincini özümseyip,(…)”, “%90’ını yapay olan açlık hislerini yaşadığımızda”* gibi kullanılan ifadeler ile sadece anılan ürünün tüketilmesi suretiyle günlük beslenme ihtiyacının karşılanacağı izleniminin uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı ve sağlığının tehlikeye atıldığı;

Ayrıca, *“HK Kurumsal”* başlığı altında yer verilen ifadelerde ve *“Zayıflama Kampı&Kilo Bekçiliği Başarısı”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, anılan firma tarafından “Zayıflama Kampı” adı altında sunulan hizmetin kilo vermede etkili olduğuna ilişkin, *“Noter tasdikli 62 kilo, yarı yarıya zayıflama programı, HK Performans zayıflama kampı sizi değiştirir”* gibi çok sayıda ifadelere yer verildiği; bu suretle, tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve tabip tarafından tedavi edilmesi gereken hizmetlerin anılan kuruluş tarafından uygulandığı izleniminin uyandırıldığı; bununla birlikte, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin, 6/1, 6/2, 6/3, 6/4; 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,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

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

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un; 1, 8 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, 9/4, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **HK Performans Danışmanlığı Tic. Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353-TL(Altmışbinüçyüzelliüç TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2016/774**

**Şikayet Edilen:** **Aykut ZORBA**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://gojiberry.site> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://gojiberry.site> adresli internet sitesinin 14.03.2016 tarihli görünümünde*;* *“Goji Berry Faydaları: Doğanın meucizesi süper meyve Goji Berry; vitaminler ve minarellerden oluşan bir protein deposudur… Dünyadaki en yüksek antioksidan yiyeceklerinden biridir… Başlıca Etkileri: Tokluk hissi yaratmaya yardımcı olur. Metabolizmayı hızlandırmaya yardımcı olur. Çok kuvvetli bir antioksidandır. Yağ yakımına yardımcı olur. Detoks etkisi ile vücuttaki zararlı toksinlerin ve maddelerin atılmasına yardımcı olur. Şişkinlik ve hazımsızlık hissinin azaltılmasına yardımcı olur. Bağırsakların düzenli çalışmasına yardımcı olur. Doğal ve hızlı kilo vermenize yardımcı olur. Goji Berry ile kaç kilo verebilirim? Goji üzümü insan metabolizmasını 5 kat hızlandırdığından, vücuttaki yağ hücrelerinde kayda değer bir düşüşün gerçekleşmesinde katkıda bulunur. Goji üzümleri karaciğerde yer alan, obeziteye neden olan tüm kötü kolesterolleri yakan bir madde olan beta-sitosterol içermektedir. Optimal kilo kaybı için (ayda 7-12 kilo) günde sabah ve akşam 10-15 adet Goji üzümü yenmeli veya değişik kulanma metotları ile tüketilmelidir.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda 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, 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu 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,

- Söz konusu reklamların yayınlandığı tarihlerde yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40/1, 42/1, 42/2 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**36)**

**Dosya No: 2016/812**

**Şikayet Edilen:** **Meftun AKKOÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dogalpazar.net](http://www.dogalpazar.net) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlereyönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogalpazar.net](http://www.dogalpazar.net)adresli internet sitesinin 20.06.2016 tarihli görünümünde*;* *“Gojiberry: Ömre ömür katan meyve; Goji hipofiz bezinden salgılanan insan büyüme hormonu (hCG, gençlik hormonu) salınımını arttırır. hCG’nin olumlu etkileri pek çoktur: vücut yağ oranını azalttığı, uyku düzensizliklerini engellediği, hafızayı güçlendirdiği, iyileşme hızını arttırdığı, vücuda daha genç, diri bir görünüm kazandırdığı gözlemlenmiştir. Cinsel Gücün Kaynağı. Gözler İçin Birebirdir. Baş Ağrısını Yok Edebilir, İyi Bir Uyku Çektirebilir. Kolestrolü Düşürmeye Yardımcı, Kan Seviyesini Dengelemede Etkili. En Değerli Şeyi; Dna'nızı Koruyabilir;* *Kimyasallar, kirlilik ve serbest radikallere maruz kalan DNA hasarlanır ve kırılabilir ve sonuç olarak genetik (kalıtsal) mutasyonlara, kansere ve hatta ölüme sebebiyet verebilir. Goji’deki betain ve ana molekül olan polisakkaritler hasarlı DNA’nın tamiri ve restorasyonunu gerçekleştirebilir. Tümörü Durdurabilir, Kemoterapi Etkisini Yok Edebilir: Bir hücresel protein olan Interlökin-2 (IL-2) bir çok kanser türünde oluşan anti-tümör cevapların oluşmasını sağlar. Çin kaynaklı araştırmalar Goji polisakkaritlerinin IL\_2 üretimini arttırdığını göstermiştir. ABD’de IL-2, 1983 yılından beri bazı kanser ve AIDS hastalığının tedavisinde bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Goji ayrıca, tümör hücresinin ölümüne neden olan apopitoz olayını hızlandırmaya yardımcıdır. Bir çalışmada, Akciğer kanser tedavisi sırasında uygulanan radyasyon etkisinin Goji alımıyla arttığı böylece uygulanan radyasyon dozunun azaltılabileceği gösterilmiştir. Bir başka çalışma Goji’nin radyoterapi ve kemoterapiye bağlı istenmeyen yan etkileri azalttığı gösterilmiştir. Karaciğeri Korumada Etkili. Sabah Bulantılarını Önleyebilir. Doğurganlığın Kaynağıdır. İyi Bir Hafıza İçin  Etkili. Mutluluk Verir. Kansere Karşı Faydalı. Hastalıklara Karşı Vücut Direncini Artırmada Etkili. Kalbi Güçlendirmeye Yardımcı. Kilo Verdirmede Etkili…Harems Doğal Zeytinyağlı Şampuan 400 ml: Zeytinyağının içinde bulunan linoleik asit, oleik asit, palmitik asit,alfa-tokoferol, E vitamini, fenolik maddeler, c vitamini, çeşitli minareller saç ve saç dibi derisindeki dermatolojik rahatsızlıkların tedavisine yardımcı olur. E vitamini anti-aging (Yaşlanma Önleyici) özelliği gösterir. Saç dibi epiderması ve saç hücrelerinde yenilenme sağlar. Linoleik ve oleik türünde doymamış yağ asitleri, oksijeni tutarak saç hücrelerinde biriken serbest radikallerin yıkımını kolaylaştırır. Zeytinyağı ekstresi bir bütün olarak ozmotik basınç yardımıyla saç hücresinin içindeki yağ-su dengesini regüle eder. Bu sayede normalleşen saçların parlamasını, güçlenmesini ve dolgunlaşmasını sağlamaya yardımcı olur. Etkileri: Sürekli ve düzenli kullanıldığında, zayıflamış saç kökü hücrelerini canlandırır, saç dökülmesi ve seboreik dermatit tedavisinde etkilidir. Zeytinyağı ekstresi kuru ve mat saçların yağ-su dengesini düzenler ve saçın normalleşmesini sağlar. Zeytinyağı ekstresi içinde bulunan oleiprine saç hücrelerinin genç kalmasını sağlar, bu hücreler yenilenir ve canlanır. Saç derisinde meydana gelen dermotolojik sorunların giderilmesinde önemli etkiye sahiptir. Bu nedenle body-shop olarak kullanılabilir. Zeytin yağı ekstresinin içindeki zengin doğal maddelerin varlığı sayesinde bütün sentetik ürünlere göre saç üzerinde üstün koruma sağlar. pH değeri, saç derisine ve cilde uyumlu olup alerji, irritasyona neden olmaz. Saç hücrelerinin içinde yer alan doğal saç özü sıvısının yağ-su dengesini düzenleyerek saçların parlak ve dinamik bir görünüm kazanmasını sağlar. Renklendirici içermez.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

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

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

5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 7/a, 7/b, 7/c inci maddeleri,

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

- Söz konusu reklamların yayınlandığı tarihlerde yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40/1, 42/1, 42/2 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**37)**

**Dosya No: 2017/303**

**Şikayet Edilen:** **Brm Medikal Kozm. San. Ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gogusbuyutuculerim.com](http://www.gogusbuyutuculerim.com) adresli internet sitesinin 30.03.2017 tarihli görünümünde; “*Bras Gein ile Daha Dolgun Göğüsler! Estetik ameliyattan çekinen ya da maddi imkanı olmayan kadınlar bu hapı kurtarıcı olarak görüyor. 3 ay kullanıldığında göğsü bir beden büyütüp sıkılaştırdığı ileri sürülen hapın daha çok Doğu ve Güneydoğu Anadolu ile Karadeniz kadınının ilgi gösterdiği hapı geçen yıl 120 bin kutu sattıklarını söyleyen resmi satış firması BRM Medical, hapı kullanan ve sonuçlarından memnun kalan kadınlar başkalarına tavsiyede bulunduğu için rakamların son iki yılda daha da arttığını söyledi.* *Bras Gein göğüs büyütücü nedir? Sizlere ürünümüzün nasıl çalıştığını anlatacağız. Öncelikle o kadar para harcanan, doktorların özenle uğraştığı bu estetik mucizesini bir kapsülün nasıl yapabileceğini ele alalım. Vücudumuzda yayılan hormonlar ile saç çıkar, bir başka hormonlarla boyumuz uzar, ve bir başka hormonlarla da göğüslerimiz büyür. Bras gein ürünümüzün içeriğinde ise göğüslerin büyümesine yarayan hormonları canlandırıcı bitkiler bulunur. Çemen boy otu özü: Göğüslerin büyümesine yarayan dışarıdan alınabilecek bitkisel bir hormondur. Rezene tohumu: Tonik ve uyarıcı etkisi sayesinde hormon yapısını uyarır. Melek otu kökü: Vücudun hormonlarının verimli kullanılmasına yardımcı olur. Karahindiba kökü: Hormon düzenleyicidir.* *Ve ürünümüzün içerisinde bulunan tüm bitkiler sayesinde göğüs büyümesi gerçekleşir. Ayrıca belirtmeliyim sevgili arkadaşlar, vücudun her yerinin büyümesi için farklı bir hormon salgılanır. Ürünümüz yan etki olarak kalça büyümesi, boyun büyümesi gibi şeyler yapmaz. Bu sorularınızdan artık vazgeçmelisiniz… Bras Gein’in etkisi kalıcıdır. Bras Gein’i 80 binden fazla bayan kullanmış ve memnun olmuştur. Bras Gein 1 ay kullanım sonunda minimum 1 beden,  3 ay kullanımdan sonra göğüsleri 3-6 beden büyütüp sıkılaştıran bir formüle sahiptir. Kahverengi bölgedeki solgunlukları, emzirme sonrasında olan deformasyonu, yaş ilerledikçe meydana gelen sarkmaları düzeltir. Göğüslerin dik ve sert görünmesini, emzirme sonrasında oluşan çatlakları, kilo alıp verme sonrasında oluşan bozuklukları ve göğüslerin büyümesini sağlayan bitkisel bir üründür.* *Etkileri Nelerdir? Breast Gain plus ( Göğüs Büyütücü ) bayanların göğüslerinin büyüklüğünü, şeklini ve sertliğini doğal olarak artırmaya yönelik formüle edilmiş doğal bitkisel bir katkı maddesidir.Bayanların göğüslerinin doğal büyümesine ve gelişmesine yardımcı olmak üzere benzersiz 9 dan fazla bitkiden özel olarak imal edilmiştir. Breast Gain Plus güvenli, hepsi doğal içeriğinin dengeli birleşimi ile bayanlara cerrahi müdahale olmadan daha dolgun, daha büyük, daha sert göğüslere erişme olanağı sunar. Dünya genelinde binlerce başarı öyküsü bulmak mümkündür. 90 - 180 gün arasında veya daha az sürede sonuç alınabilir. Bayanların göğüslerinde sarkmayı engeller, sertleştirir, gergin, diri ve dik göğüslere sahip olmayı sağlar. Breast Gain içerdiği %100 doğal bitki katkılarıyla bayanlarda cinsel istekliliği de arttırır. Bayanların premenopoz ve menepoz dönemlerinde hormon düzenleyici etki eder. İçerdiği bitkisel içeriklerle " Ağrılı Adet " dediğimiz dismenore dönemini rahat geçirmelerini sağlar. Ayrıca Breast Gain östrojen taklitçi çevresel toksinleri sistemden atarak, sağlıklı göğüs dokusu gelişimine yardımcı olur. Dişilik sistemini dengede tutar. Yumurtalıkta bulunan ve gebeliğe etkili hormonların sentezini geliştirir, Doğurganlığın artmasına yardımcı olur. Östrojen hormonu etkilerinden dolayı emziren anneler içinsüt salgısının artmasını sağlar. Maksimum 90 gün gibi kısa bir sürede dolgun göğüslere sahip olmayı sağlar. İçerdiği bileşenler 100% doğal olur güvenilir bir üründür. Breast Gain sayesinde göğüslerini doğal, ekonomik, acısız yoldan büyütebilir. Cerrahi müdahale olmadan daha dolgun, daha büyük, daha sert göğüslere erişme olanağı sunar. Bu sayede kısa sürede psikolojik açıdanda sorunlarından kurtulmak mümkündür. 100% Amerikan Gıda Birliği (FDA) onaylıdır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 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, 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2017/328**

**Şikayet Edilen:** **Enpa İnt. Tekn. Tur. İnş. Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermoshops.com](http://www.dermoshops.com) adresli internet sitesinin 04.10.2017 tarihli görünümünde *“Nasır Gidericiler, Varis Ürünleri, Hemoroid Bakımı, Terleme Önleyiciler, Selülit Gidericiler…”* gibi ürün başlıklarına ve *“Breast Gain Göğüs Büyütücü Hap, Percutalfa Çatlak ve İz Giderici Krem, Normaderm- Akneye Eğilimli Ciltler İçin Temizleyici Peeling…”* gibi ürün isimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda anılan internet sitesinde yer alan ürün isimlerinde sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No: 2017/1833**

**Şikayet Edilen:** **Ena Farma Sağ. Ür. İm. Ve Dış Tic.Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bactoblis Probiyatik Mikronizma İçeren Takviye Edici Gıda broşüründe ve [www.enafarma.com.tr](http://www.enafarma.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür, internet

**Tespitler: “**Bactoblis Probiyatik Mikronizma İçeren Takviye Edici Gıda” isimli broşürde, *“Bactoblis Solunum Yolu Probiyotiği, boğazınızın incisi tedavinin 1’incisi. Antibiyotik kullanımını azaltır. Bactoblis, viral tonsillofarenjitte atak sayısını %80 azaltmıştır. Kontrol grubunda bu oran %14 olarak kalmıştır… 3-12 yaş aralığındaki çocuklarda 90 gün tedavi. Bactoblis; antibiyotik kullanımını, okul ve iş günü kaybını azaltır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.enafarma.com.tr](http://www.enafarma.com.tr) adresli internet sitesinin 04.10.2017 tarihli görünümünde; *“Bactoblis: Ağız floranızı dengeleyin! Ağız ve boğaz floranızdaki dengesizlik; ağız kokusuna, ağız içi yaralara, diş eti problemlerine ve solunum yolu hastalıklarına zemin hazırlar. Ağız florasındaki denge işinizi kolaylaştırır. Bactoblis; düzenli kullanıldığında, doğal bakteri dengesini sağlar, bağışıklık sistemini düzenlemeye yardımcı olur. Maxerin Cooler Solüsyon: Gerilim ve Küme tipi hafif ve orta şiddetli baş ağrısında, haricen kullanım içindir. Cold-Mix Damla: Coldmix inhaler Damla doğal bileşenleriyle üst solunum yolu enfeksiyonların da sıklıkla karşılaşılan burun akıntısı ve tıkanıklığının giderilmesinde iyileşme sürecinin kısaltılmasına ve tedaviye ek olabilecek antibiyotiğe ihtiyacın azalmasına yardımcı olup yüksek anti-viral etki sağlar.Aile Boyu Doğal Koruma Bebeklerde, çocuklarda ve tüm ailede burun tıkanıklığı tedavisinde coldmix damla hep yanınızda! Coldmix inhaler damla, grip ve soğuk algınlığı, farenjit, sinüzit, bademcik iltihabı, orta kulak iltihabı gibi üst solunum yolu enfeksiyonlarından korunmada ve bu hastalıkların tedavisinde virüsün oksijen metabolizmasını yıkarak anti-viral etkinlik sağlar. Coldmix Damla; Burun tıkanıklığını giderir ve burun kanallarını açar. Bakteri ve virüslere karşı korur. Antiviral, antibakteriyel ve burun açıcı etki gösterir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Bactoblis Probiyatik Mikronizma İçeren Takviye Edici Gıda” isimlibroşür üzerinde *“Sağlık personelleri için hazırlanmıştır”* ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tüketiciler için basılan bir broşür olmadığı tespit edildiğinden, bununla birlikte [www.enafarma.com.tr](http://www.enafarma.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*Bactoblis”* isimli gıda takviyesinin ve “*Maxerin Cooler Solüsyon”* ve “*Cold-Mix Damla”* isimli tıbbi cihazların tanıtımlarında ilgili mevzuat hükümlerine aykırılık tespit edilmediğinden, söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri hükümleri ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2017/1843**

**Şikayet Edilen:** **Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sanalmarket.com](http://www.sanalmarket.com) adresli internet sitesinde yer alan “Doğalsan” markalı “*Humus Nohut Unu*” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sanalmarket.com.tr](http://www.sanalmarket.com.tr) isimli internet sitesinin 05.10.2017 tarihli görünümünde, “Doğalsan” markalı “*Humus Nohut Unu*” isimli ürüne ilişkin tanıtımda; “*Gluten içermediğinden çölyak hastaları tüketebilir” ifadesine yer verilmiş olmasına rağmen, ürün ambalajında, ürüne dair içindekiler kısmında “Alerjen Uyarısı: Bulaşı olarak Gluten İçerebilir*” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda anılan internet sitesinde yer alan söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme 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 Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**41)**

**Dosya No: 2017/2574**

**Şikayet Edilen: Mamsel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.youtube.com/watch?v=mazrf81d5iU&feature=youtu.be> adresli internet sayfasında yer alan *“Maflor Saşe”, “Maflor Damla”* ve *“Maflor Plus Kapsül”* isimli ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.youtube.com/watch?v=mazrf81d5iU&feature=youtu.be> adresli internet sayfasının kapalı olduğu, şikayetçi firma tarafından başvuru ekinde gönderilen tanıtım videosunda ise; *“Türkiye’nin bakteri kökenli ilk probiyotiği olan Maflor ülkemizde 10 yıllık bir klinik deneyime sahiptir. Probiyotik bilincinin oluşmasına öncülük eden Maflor’un proflakside ve tedavideki etkinliği kanıtlanmıştır. Maflor, başarılı klinik sonuçları ve yüksek kalitesiyle ülkemizin probiyotik gücü olarak kabul görmüştür. Maflor yüksek teknoloji ile üretilmiş olup stabilitesi garantilidir. Sağlık Bakanlığı ilaç ruhsatlı Maflor Saşe sinbiyotik etkilidir. Her bir saşe raf ömrü sonuna kadar en az 5 milyar CFU canlı ve aktif probiyotik içerir. Maflor Damla, probiyotiklerin altın standardı olarak kabul edilen Lactobocillus rhomnosusu GG içerir. Stabilitesi garantilidir ve raf ömrü sonuna kadar 5 damlasında en aza 1 milyar CFU aktif probiyotik mikroorganizma içerir. Maflor Plus Kapsül, Sağlık Bakanlığı ilaç ruhsatlı ve sinbiyotik etkilidir. Raf ömrü sonuna kadar her kapsülde en az 7 milyar CFU canlı ve aktif probiyotik bulunur. Maflor, Türkiye’de yapılan ulusal ve uluslararası tıbbi dergilerde yayınlanan 9 klinik çalışmaya sahip olan tek probiyotiktir. Bu klinik çalışmalardan dördü Maflor’un diyare tedavisindeki etkinliği üzerinde yapılmış ve etkinliğini kanıtlamıştır. P(…) Türkiye çalışması Maflor Saşe’nin akut enfeksiyöz diyare süresini yaklaşık 30 saat azalttığını ve 72. saatte diyare gözlenmeyen çocukların oranını 2,5 kattan fazla arttırdığını göstermiştir. Maflor Saşe’nin rotavirüs diyare süresini S.boulardii’ye göre 2,5 gün kısalttığı, ülkemizde yapılan bir diğer klinik çalışmayla gösterilmiştir. Bir başka klinik çalışma Maflor Saşe’nin akut enfeksiyöz diyare süresini plaseboya göre %25 oranında azalttığını göstermiştir. Çok düşük doğum ağırlıklı bebekler üzerinde yapılan çok merkezli propre-save klinik çalışması Mafloe Saşe’nin NEK ve mortalite sıklığını azalttığını ortaya koymuştur. Propre-save klinik çalışması Maflor Saşe’nin yenidoğan yoğun bakım ünitesindeki yatış süresini %21 oranında azalttığını da ortaya koymuştur. Dr. Sami Ulus Eğitim ve Araştırma Hastanesi’nde cyarotic congenital kalp rahatsızlığı olan 100 bebek üzerinde yapılan klinik çalışmanın sonuçlarına göre, Maflor Saşe hastane kökenli sepsis, NEK ve mortalite sıklığını anlamlı şekilde azaltmış olup Maflor Saşe verilen bebeklerin hiçbirinde NEK gözlenmemiştir. Ülkemizde yapılan bir diğer klinik çalışma, Maflor Saşe’nin irritabl bağırsak sendromlu çocukların iyileşme oranını sadece prebiyotik verilen çocuklara göre 3.1 kat arttırdığını ortaya koymuştur. Maflor Kapsül’ün H. Pyleri eradikasiyon tedavisine eklenmesi hem yan etkilerin azalması hem de eradikasiyon oranlarınınartmasını sağlamıştır. Maflor Kapsül eklenen grupta diyareye bağlı olarak 1. haftada gözlenen tedavi uyumsuzluğu oranı standart tedavi alan gruba göre %85 oranında azalmış, h.pyleri eradikasiyon oranı ise %22.6 oranında artmıştır. Patojenler bağırsak lümenine yerleşip gaz oluşumuna yol açar. Oluşan gaz da bağırsağı gererek koliğe neden olur. Maflor Damla bebeklerde sık görülen kolik ve diyare tedavisine yardımcı olur. İçerdiği sodyum aljinat bağırsak lümeninde bariyer etkisi sağlayan jel yapıda bir katman oluşturur. LGG, sodyum aljinat ile birlikte patojenlerin bağırsak lümenine tutunmasını önleyerek koliği ve diyareyi azaltır. Maflor damla içerdiği sodyum aljinatın oluşturduğu mekanik bariyer sayesinde gastrik içeriğin özafagusa kaçışını önleyerek gastroözofajiyal reflüyü de önler. Maflor Damla S.(…) 2014 önerilerine göre diyarede (…)düzeyinde olan LGG içerir. Napoli Üniversitesi Pediyatri Kliniği’nce yapılan klinik çalışma, LGG’nin diyare süresini oral rehidratasyon solüsyonuna göre 37 saat, saccharomyces boulandii’ye göre 26.5 saat ve bacillus clausii’ye göre 39.5 saat azalttığını göstermiştir. Ülkemizin probiyotik gücü Maflor’un etkinliği ve güvenilirliği klinik çalışmalarla kanıtlanmıştır. Maflor. Probiyotik güç. Etkin koruma.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; [https://www.youtube.com/watch?v= mazrf81d5iU&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=%20mazrf81d5iU&feature=youtu.be) adresli internet sayfasının kapalı olduğu, şikayetçi firma tarafından başvuru ekinde gönderilen tanıtım filminin ise tüketicilere yönelik olmadığı tespit edildiğinden, söz konusu tanıtımların Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği anlaşılmış olup, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2017/3889**

**Şikayet Edilen: Biocodex İlaç Sanayi İthalat İhracat ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/alflorextr/](http://www.facebook.com/alflorextr/) ve [www.instagram.com/alflorextr/](http://www.instagram.com/alflorextr/) adresli internet sayfaları ile eczane içi tanıtımlarda yer alan *“Alflorex Probiyotik Mikroorganizma İçeren Takviye Edici Gıda”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tanıtım materyali

**Tespitler**: [www.facebook.com/alflorextr/](https://www.facebook.com/alflorextr/) adresli internet sayfasının 02.11.2017 tarihli görünümünde; *“Sindirim Sistemi Şikayetleri. Karın ağrısı/rahatsızlık hissi. Şişkinlik. Gaz. Kabızlık. (…)Alflorex’in içeriğinde yer alan Bifidobacterium infantis 35624 mikrobiyotanızı düzene sokar. Sağlıklı #bağırsak mikrobiyotası, şişkinlik ve gaz oluşumuna neden olan patojen bakteriler ve parazitlere karşı bizi korur. (…)Alflorex Türkiye- Funda Hanım merhaba, Alflorex’in huzursuz bağırsak sendromunda etkisi klinik olarak kanıtlanmıştır. Fakat huzursuz bağırsak sendromu kalıcı olarak tedavi edilemez. Alflorex gibi sindirim sisteminizi destekleyecek ürünler tedavi esnasında şikayetlerinizden kurtulmanıza yardımcı olur. Düzenli probiyotik kullanımı ile daha sağlıklı bir sindirim sistemine sahip olabilirsiniz. (…)* *Karnınızda oluşan şişkinlik ve gazdan mı rahatsızsınız?* *Karında oluşan şişkinlik ve gaz gündelik yaşamımızda bizlere rahatsızlık* *veren bir durumdur. Sağlıklı #bağırsak mikrobiyotası, şişkinlik ve gaz* *oluşumuna neden olan patojen bakteriler ve parazitlere karşı bizi korur. (…)Karında şişlik, ağrı, gaz ya da kabızlık gibi sıkıntılar mı yaşıyorsunuz? Bu gibi semptomlarla ortaya çıkan “Huzursuz Bağırsak Sendromu” olarak da* *bilinen #İBS’nin günlük yaşamınızı etkilememesi için bağırsak floranıza iyi* *bakın. #Alflorex #probiyotik (…)Alflorex Türkiye- (…)Etkisini görmek için günde tek doz, 4 hafta boyunca düzenli olarak kullanılması gerekmektedir. Alflorex'in kullanım alanları şöyledir; • Şişkinlik • Karın Ağrısı: • Kronik İshal • Kabızlık • Gaz”*,

<https://www.instagram.com/alflorextr/> adresli internet sayfasının 02.11.2017 tarihli görünümünde; *“ Kronik İshal, Gaz, Şişkinlik, Karın ağrısı, Kabızlık (…)Karnınızda oluşan şişkinlik ve gazdan mı rahatsızsınız? Karında oluşan şişkinlik ve gaz gündelik yaşamımızda bizlere rahatsızlık veren bir durumdur. Sağlıklı #bağırsak mikrobiyotası, şişkinlik ve gaz oluşumuna neden olan patojen bakteriler ve parazitlere karşı bizi korur. (…)Alflorex’in içeriğinde yer alan Bifidobacterium infantis 35624 mikrobiyotanızı düzene sokar.”*,

Eczane içinde yer alan tanıtımlarda; *“Alflorex ile Özgürlüğü Seçin. Sindirim Sistemi Şikayetleri. Karın Ağrısı. Kabızlık. Şişkinlik. Gaz.”*

Diğer taraftan,inceleme konusu Facebook ve Instagram sayfalarında; *“Alflorex, benzersiz Bifidobacterium infantis 35624 suşunu içeren bir probiyotiktir. 1 kapsülümüzün içerisinde 1 milyar bakteri bulunmaktadır. (…)#Alflorex neden bu kadar güvenilir? Çünkü, Bifidobacterium infantis 35624 tamamen sağlıklı bir insandan izole edilmiş olup, Amerika ve Kanada’da uzun yıllardır kullanılması sonucunda ciddi bir yan etkisine rastlanmamıştır!”, “(…)Dünya Gastroenteroloji Organizasyonu Bifidobacterium infantis 35624 suşu önermektedir. (…)Irish Pharmacy News (İrlanda Eczacılık Dergisi) tarafından “2017 yılının En iyi Gastrointestinal Ürünü” seçilen #Alflorex'in başarısı, bilim insanları ve gastroenterelogların ortak çalışması ile üretilen özel 35624 suşundan gelmektedir. (…)Amerikalı Gastroenterologların 1 numaralı tercihi artık Türkiye'de! (…)Amerika’nın 1 numaralı probiyotiği, ödüllü #Alflorex artık Türkiye'de”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek-2’sinde yer alan hükümler uyarınca probiyotik mikroorganizma içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; *“Probiyotik mikroorganizmalar, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.”* şeklinde yapılabileceği, ancak anılan reklamlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Diğer taraftan,inceleme konusu internet sayfalarında yer alan; *“Dünya Gastroenteroloji Organizasyonu Bifidobacterium infantis 35624 suşu önermektedir.”*, *“Amerikalı Gastroenterologların 1 numaralı tercihi artık Türkiye'de!”* ve *“Amerika’nın 1 numaralı probiyotiği, ödüllü #Alflorex artık Türkiye'de*” şeklindeki ifadelerin, söz konusu iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar niteliktebilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle kanıtlanamadığı,

Bu sebeplerle, inceleme konusu reklam ve tanıtımların ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu 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, 9/4, 9/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**43)**

**Dosya No: 2017/650**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan “AMD Ryzen 7 1700X 3.4GHz 16MB Cache Soket AM4 İşlemci” ve “Asus ROG Crosshair VI Hero Amd X370 2666 MHz DDR4 Soket AM4 ATX Anakart” isimli ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “*AMD Ryzen 7 1700X 3.4GHz 16MB Cache Soket AM4 İşlemci*” ve “*Asus ROG Crosshair VI Hero Amd X370 2666 MHz DDR4 Soket AM4 ATX Anakart*” isimli ürünlere ilişkin belirtilen indirimli fiyatlarının sepete yansımadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu, [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “AMD Ryzen 7 1700X 3.4GHz 16MB Cache Soket AM4 İşlemci” isimli ürünün 1.915,19 TL olan satış fiyatının, sepete eklenmesi durumunda 1.627,91 TL’ye düşeceğinin belirtildiği, ancak sepete eklendiğinde fiyatın 1.627,91 TL’ye değil 1.803,50 TL’ye düştüğü, yine benzer şekilde satış fiyatı 1.265,31 TL olan “Asus ROG Crosshair VI Hero Amd X370 2666 MHz DDR4 Soket AM4 ATX Anakart” isimli ürünün sepete eklenmesi halinde fiyatının 1.075,51 TL’ye düşeceğinin belirtildiği, ancak sepete eklendiğinde fiyatın 1.075,51 TL’ye değil 1.188,93 TL’ye düştüğü, dolayısıyla anılan internet sitesinde yer alan söz konusu ürünlere ilişkin indirimli fiyatların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2017/1016**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sony Xperia E5” isimli telefona ilişkin olarak [www.mediamarkt.com.tr](http://www.mediamarkt.com.tr) adresli internet sitesinde ve mağazalardaki ürün tanıtım kartlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ürün tanıtım kartı

**Tespitler:** “Sony Xperia E5” isimli telefona ilişkin olarak 2017 yılı Şubat ayında, [www.mediamarkt.com.tr](http://www.mediamarkt.com.tr) adresli internet sitesinde ve mağazalardaki ürün tanıtım kartlarında yer alan bilgilerde ürünün pil gücünün “*2700 mAh*” olarak belirtildiği, ancak gerçekte ürünün pil gücünün “*2300 mAh*” olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “**Sony Xperia E5” isimli telefona ilişkin olarak 2017 yılı Şubat ayında, [www.mediamarkt.com.tr](http://www.mediamarkt.com.tr) adresli internet sitesinde ve mağazalardaki ürün tanıtım kartlarında yer alan bilgilerde ürünün pil gücünün “2700 mAh” olarak belirtildiği, ancak gerçekte ürünün pil gücünün “2300 mAh” olduğu, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**45)**

**Dosya No: 2016/4578**

**Şikayet Edilen: Semih GÖRKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ankarakombi.com.tr](http://www.ankarakombi.com.tr) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ankarakombi.com.tr](http://www.ankarakombi.com.tr) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği,

Ancak “Viessmann” markasının Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve Türkiye’de tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şahıs arasında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer vermek suretiyle “*Viessmann Servisi*” olarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-f, 11 ve 28/1, 28/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Semih GÖRKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2016/4579**

**Şikayet Edilen: Mustafa YAVUZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.42servis.com](http://www.42servis.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.42servis.com](http://www.42servis.com) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.42servis.com](http://www.42servis.com) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği,

Ancak “*Viessmann*” markasının Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve Türkiye’de tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şahıs arasında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan internet sitesinde *“Viessmann*” logosuna yer vermek suretiyle “*Viessmann* Servisi” olarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Bu nedenle söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-f, 11 ve 28/1, 28/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mustafa YAVUZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2016/4580**

**Şikayet Edilen: İsmail KOYUN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ustatamirci.com](http://www.ustatamirci.com) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ustatamirci.com](http://www.ustatamirci.com) adresli internet sitesinde “*Viessmann*” logosuna yer verildiği ,

Ancak “Viessmann” markasının Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edilmiş bir marka olduğu ve Türkiye’de tescil sahibi veya onun münhasıran yetkilendirdiği şirket ile şahıs arasında yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan internet sitesinde “Viessmann” logosuna yer vermek suretiyle “Viessmann Servisi” olarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Bu nedenle söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-f, 11 ve 28/1, 28/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**48)**

**Dosya No: 2017/419**

**Şikayet Edilen: Zincirko Dijital Pazarlama Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hirdavatmarketim.com](http://www.hirdavatmarketim.com) adresli internet sitesinde *“Einhell BT-PG 3100/1 Benzinli Jeneratör 4.1 kW”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hirdavatmarketim.com](http://www.hirdavatmarketim.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, *“Fırsat 799-TL ve üzeri alışverişlerde 1001 parça ev hırdavat seti hediye”* şeklinde kampanya düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hirdavatmarketim.com](http://www.hirdavatmarketim.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, *“Fırsat 799-TL ve üzeri alışverişlerde 1001 parça ev hırdavat seti hediye”* şeklinde kampanya düzenlendiği;

Buna göre, başvuru sahibi tüketici tarafından 10.12.2016 tarihinde, satış fiyatı 799-TL’nin üzerinde olan *“Einhell BT-PG 3100/1 Benzinli Jeneratör 4.1 kW”* adlı ürün satın alınmış olmasına rağmen; kampanya kapsamında vaat edilen hediye ürünün gönderilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda yapılan tanıtımlarda, hediye edilen ürünün gerçek piyasa değeri ile bu ürünün verilmesine ilişkin geçerlilik süresinin açıklanmadığı;

Dolayısıyla, anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 13, 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Zincirko Dijital Pazarlama Ticaret Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL(Ellisekizbinyüzyirmiyedi TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2017/383**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan “*Baby Max Prato Jogger Bebek Arabası*” isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 14.01.2017 tarihli görünümünde yer alan “Baby Max Prato Jogger Bebek Arabası” isimli ürünün 109,91 TL bedelle “Ebebek” (En Ucuz Paz. Tur. Rek. ve Tel. Tic. A.Ş.) isimli satıcı tarafındansatışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu, [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 14.01.2017 tarihli görünümünde yer alan “*Baby Max Prato Jogger Bebek Arabası-Mavi*” isimli ürünün 109,91 TL bedelle “Ebebek” (En Ucuz Paz. Tur. Rek. ve Tel. Tic. A.Ş.) isimli satıcı tarafından satışa sunulduğu, ancak ürünü bu fiyattan satın almak isteyen tüketiciye “söz konusu ürüne yanlış görsel konulduğu ve yanlış ürün ismi verildiği” gerekçe gösterilerek “Kraft Domino Kanguru” isimli ürünün gönderildiği, dolayısıyla bahsi geçen ürüne ilişkin olarak anılan internet sitesinde yer alan ürün ismi, ürün görseli ve fiyat bilgilerinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**50) Dosya No: 2017/1382**

**Şikayet Edilen: Zekiye SIZMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sizmazticaret.com](http://www.sizmazticaret.com) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen *“elektronik sigara, e-likit, yedek parçalar, likit aroması”* isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Zekiye SIZMAZ isimli şahsa ait olduğu tespit edilen 0 212 519 19 66 ve 0 530 152 53 53 numaralı telefon hatları aracılığıyla, [www.sizmazticaret.com](http://www.sizmazticaret.com) adresli internet sitesinde; *“elektronik sigara, e-likit, yedek parçalar, likit aroması”* isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımların gerçekleştirildiği ve fiyat bildirimlerinde bulunularak indirim kampanyalarının düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Zekiye SIZMAZ isimli şahsa ait olduğu tespit edilen 0 212 519 19 66 ve 0 530 152 53 53 numaralı telefon hatları aracılığıyla, [www.sizmazticaret.com](http://www.sizmazticaret.com) adresli internet sitesinde; *“elektronik sigara, e-likit, yedek parçalar, likit aroması”* isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımların yapıldığı, fiyat bildirimlerinde bulunularak indirim kampanyalarının düzenlendiği ve ilgili mevzuata göre tütün ürünlerinin internet mecrasında satışı ve/veya tanıtımının yapılmasının her halükarda yasak olduğu,

Bu doğrultuda, elektronik sigara ve elektronik sigara likitlerinin sipariş, satış ve tanıtımları ile ilgili olarak; 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’ un; 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” ve “elektronik sigara likitleri” 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 anılan şahıs tarafından satışa sunulan elektronik sigara ve likitleri hakkında, Sağlık Bakanlığı’nın görüşü çerçevesinde, 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 değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 9, 18 ve 19 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 14, 26, 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 **Zekiye SIZMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2017/1384**

**Şikayet Edilen: İpek ULKAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.esigarakapida.net](http://www.esigarakapida.net) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen *“elektronik sigara, e-likit dolum sıvısı, yedek parça, atomizerler”*  isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İpek ULKAY isimli şahsa ait olduğu tespit edilen 0 545 714 86 57 numaralı telefon hattı aracılığıyla, [www.esigarakapida.net](http://www.esigarakapida.net) adresli internet sitesinde; *“elektronik sigara, e-likit dolum sıvısı, yedek parça, atomizerler”* isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımların gerçekleştirildiği ve fiyat bildirimlerinde bulunularak indirim kampanyalarının düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İpek ULKAY isimli şahsa ait olduğu tespit edilen 0 545 714 86 57 numaralı telefon hattı aracılığıyla, [www.esigarakapida.net](http://www.esigarakapida.net) adresli internet sitesinde; *“elektronik sigara, e-likit dolum sıvısı, yedek parça, atomizerler”* isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımların yapıldığı, fiyat bildirimlerinde bulunularak indirim kampanyalarının düzenlendiği ve ilgili mevzuata göre tütün ürünlerinin internet mecrasında satışı ve/veya tanıtımının yapılması her halükarda yasak olduğu,

Bu doğrultuda, elektronik sigara ve elektronik sigara likitlerinin sipariş, satış ve tanıtımları ile ilgili olarak; 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’ un; 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” ve “elektronik sigara likitleri” 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,

Anılan şahıs tarafından satışa sunulan elektronik sigara ve likitleri hakkında, Sağlık Bakanlığı’nın görüşü çerçevesinde, 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 9, 18 ve 19 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 14, 26, 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 **İpek ULKAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**52)**

**Dosya No: 2016/3604**

**Şikayet Edilen: Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Akropol Termal Mega Kent”*isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.akropol.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Akropol Termal Mega Kent”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.akropol.com adresli internet sitesinin 01.12.2016 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Başkentin gözbebeği Beypazarında 1.350.000 m² (1.350 dönüm) alan üzerine kurduğumuz, 7 etaptan oluşan Akropol Termal Şehir, Türkiye ve Avrupa'nın en büyük Termal Şehir Projesidir. 36.000 adet devremülk, ultra-lüx villalar, özel yüzme havuzları, hastane, rehabilitasyon merkezi, cami, fizyoterapist eğitim okulu, 110 dönüm üzerine kurulacak olan Avrupa'nın en büyük Aqua Parkı ve su oyunları merkezi, spor tesisleri, AVM, mini hayvanat bahçesi, ayrıca 50.000 m2 lik sosyal tesisler bu şehrin bir parçası. Ayrıca Türk Hamamı, Fin Hamamı, sağlık üniteleri, sauna, termal havuzlar, çamur banyoları, (…) ile Akropol, kusursuz bir şehir olma adına her geçen gün büyümektedir.”, “hastane, rehabilitasyon merkezi, fizyoterapist eğitim okulu, (…), sağlık üniteleri, (…) çamur banyoları, (…) ile Akropol, kusursuz bir şehir olma adına her geçen gün büyümektedir.”, “5 Yıldızlı Otel”, “Akropol Termal Şehir sadece tatil ihtiyacını giderecek şekilde değil, iş dünyasının önemli isimlerini ve kuruluşlarını ağırlayacak şekilde dizayn ediliyor. 4.500 kişilik kongre merkezi, 7 kral dairesi bulunan 5 yıldızlı oteli; toplantı salonu, seminer merkezi, etkinlik alanı ve iş dünyasının yeni kamp merkezi olmaya aday yapısıyla Akropol Termal Şehir business yaşamın da merkezi.”, “Başkentin gözbebeği Beypazarında 1.350.000 m² (1.350 dönüm) alan üzerine kurduğumuz, 7 etaptan oluşan Akropol Termal Şehir, Türkiye ve Avrupa'nın en büyük Termal Şehir Projesidir.” , “Termal Kompleksler Arasındaki Türkiye'nin En Büyük Kongre Merkezi & Otel”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş.’yeait *“Akropol Termal Mega Kent”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak www.akropol.com adresli internet sitesinin 01.12.2016 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Başkentin gözbebeği Beypazarında 1.350.000 m² (1.350 dönüm) alan üzerine kurduğumuz, 7 etaptan oluşan Akropol Termal Şehir, Türkiye ve Avrupa'nın en büyük Termal Şehir Projesidir. 36.000 adet devremülk, ultra-lüx villalar, özel yüzme havuzları, hastane, rehabilitasyon merkezi, cami, fizyoterapist eğitim okulu, 110 dönüm üzerine kurulacak olan Avrupa'nın en büyük Aqua Parkı ve su oyunları merkezi, spor tesisleri, AVM, mini hayvanat bahçesi, ayrıca 50.000 m2 lik sosyal tesisler bu şehrin bir parçası. Ayrıca Türk Hamamı, Fin Hamamı, sağlık üniteleri, sauna, termal havuzlar, çamur banyoları, (…) ile Akropol, kusursuz bir şehir olma adına her geçen gün büyümektedir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ancak Ankara Valiliği Halk Sağlığı Müdürlüğünce tesis mahallinde yapılan incelemeler sonucunda, tesis bünyesinde hastane ve rehabilitasyon merkezi gibi sağlık birimleri ile fızyoterapist eğitim okulunun bulunmadığı; söz konusu tesiste Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Uzmanı Dr. Tahir ONURLU’nun uzman hekim olarak görev yaptığı, ancak tesiste bulundurulması zorunlu sağlık personeline yer verilmediği; ayrıca SPA merkezi içerisinde peloid uygulamasına yönelik bir bölüm oluşturulduğu, ancak uygulamaya yönelik herhangi bir ürüne rastlanılmadığı hususları tespit edilmiş olup; bu itibarla söz konusu termal tesisin tanıtımına yönelik olarak www.akropol.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“hastane, rehabilitasyon merkezi, fizyoterapist eğitim okulu, (…), sağlık üniteleri, (…) çamur banyoları, (…) ile Akropol, kusursuz bir şehir olma adına her geçen gün büyümektedir.”* ifadeleriyle tesis bünyesinde yer aldığı belirtilen birim ve merkezler ile tesiste hali hazırda bulunan izinli birimlerin bire bir uyuşmadığının görüldüğü, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, www.akropol.com adresli internet sitesinin 01.12.2016 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“5 Yıldızlı Otel”, “Akropol Termal Şehir sadece tatil ihtiyacını giderecek şekilde değil, iş dünyasının önemli isimlerini ve kuruluşlarını ağırlayacak şekilde dizayn ediliyor. 4.500 kişilik kongre merkezi, 7 kral dairesi bulunan 5 yıldızlı oteli; toplantı salonu, seminer merkezi, etkinlik alanı ve iş dünyasının yeni kamp merkezi olmaya aday yapısıyla Akropol Termal Şehir business yaşamın da merkezi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı kayıtlarında yapılan incelemede, tesisin *Termal Kür Tesisi Turizm Yatırımı Belgeli* olduğu, tesis belgesine göre bünyesinde konaklama ünitesi (müşteri yatak odası, süit oda, apart oda gibi) bulunmadığı, ayrıca tesise ait Turizm Yatırımı Belgesinin de 01.03.2016 tarihinde iptal edildiği ve tesisin halen Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgesiz olduğu hususlarının tespit edildiği, dolayısıyla anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.akropol.com adresli internet sitesinde *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, www.akropol.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Başkentin gözbebeği Beypazarında 1.350.000 m² (1.350 dönüm) alan üzerine kurduğumuz, 7 etaptan oluşan Akropol Termal Şehir, Türkiye ve Avrupa'nın en büyük Termal Şehir Projesidir.” , “Termal Kompleksler Arasındaki Türkiye'nin En Büyük Kongre Merkezi & Otel”* şeklinde gerçeği yansıtmayan ve ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127.TL (Ellisekizbin yüzyirmiyedi Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/387**

**Şikayet Edilen: Hitit Ayaş Termal Sağlık İnş. Tur. Org. Eml. Gıda Taş. Taah. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü (Hattuşa Vacation Thermal Club Ankara)”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan *“Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezi - Suyla Sağlık”* başlıklı broşürler ile www.hattusa.com.tr ve www.hititayastermalblog.com/tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2017, 24.02.2017, 24.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** *“Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü (Hattuşa Vacation Thermal Club Ankara)”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürlerde, *“Suyla Sağlık” , “Hattuşa Vacation Club Ankara Sağlıklı Yaşam Anahtarınız” , “Şifa niyetine” , “Bir Doğan Jeotermal Grup projesi olan Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü, Doğan Jeotermal’in 25 yıllık birikimi ve yaptığı önemli Ar-Ge çalışmaları sonucu Türkiye’nin ve dünyanın en değerli termomineral su kaynaklarından birinin üzerinde yer alıyor.” , “Suyun mucizesi - İçmece ve banyo kürlerinin yanı sıra çamur ve soluma kürlerine de uygun olan termomineral suyumuz, eşi bulunmaz bir şifa kaynağı…” , “Termomineral kaynak suyumuz kan dolaşımında oksijeni artırır, hücreler ile hayati organlarda tazelenmeyi sağlar, yaşlanmayı yavaşlatır ve vücudun ısısını yükselttiği için zararlı mikrop ve virüslere karşı koruma sağlar. Metabolizmayi hızlandırır, sindirimi kolaylaştırır, hormonel fonksiyonların normal değerlerde olmasını sağlar. İçeriğindeki yüksek negative iyon sayesinde elektriğinizi alır, sakinleştirir ve ruhunuza huzur verir. İç organları düzenli çalıştırır. Böbrek, safra kesesi taşlarının düşürülmesini sağlar. Mide, bağırsak, karaciğer tembelliklerine iyi gelir. Nedeni bilinmeyen baş ağrılarını giderir. Kanı temizler, toksinlerin dışarı atılmasını sağlar. İdrar yolları iltihaplarını tedavi eder. Hormon ifrazını artırır. Cinsel gücü artırır. Romatizma, Lumbago, Siyatik, Nevrali, Nevrit tedavisinde etkin olarak kullanilir. Kadin hastalıkları tedavisinde yardımcı olur. Kırık ve çatlaklardan sonraki mafsal yapışıklıklarında en uygun tedavi şeklidir.” , “Termomineral Su + FTR = Tedavi” , “Modern tıp ile termomineral suyun şifası - Şehrin yoğun temposundan uzaklaşarak hem tatil yapabileceğiniz hem de termomineral suyun iyileştirici gücüyle pek çok ağrınızdan kurtularak tedavi olabileceğiniz Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezimizde, siz değerli konuklarımızı ağırlamak bizim için bir onurdur. (…) Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezi'nde modern tıbbın imkanlarını termomineral suyun şifasıyla bir araya getirerek sağlığınıza değer katmak, size buradan gençleştirerek ve sağlıklı yaşamanızı sağlayarak uğurlamak bizim en büyük amacımızdır. Sağlık Bakanlığı’na bağlı olan merkezimize gelerek doğanın insanlığa sunduğu mucizevi şifadan sizlerin de faydalanmanızı, sağlıkla dolu güzel günlere kavuşmanızı dileriz.” , “Buhar, Çamur, Sauna ve Tuz Odası - Kaslarınızın gevşeyerek rahatladığını, cilt gözeneklerinizin açılarak temizlendiğini ve vücudunuzun ihtiyaç duyduğu neme kavuştuğunu hissetmek için daha fazla beklemeyin. Peeling etkisiyle cilt yenileyen sağlık ve güzellik aktivitesi çamur banyosu ile çocuklar ve hamile kadınların bile güvenle yararlanabildiği tuz odası sayesinde; astım, bronşit, sinüzit, cilt hastalıkları, stres, uyku bozukluğu gibi rahatsızlıklar ile mücadele etmek artık çok kolay...” , “Binlerce mineralin iyileştirme gücü – 9563 doğal mineral katkılı kaplıca suyunun etkisiyle hastalıklar unutuluyor, yaşam kalitesi yükseliyor. Profesyonel fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri, uzun yıllardır hayatınızın bir parçası haline gelmiş rahatsızlıklarınızdan kurtulmanızı sağlıyor. Konusunda uzman doktorların termal kür ve havuz programları kapsamında, dünyaca ünlü mineralli suların iyileştirme gücüyle siz de tanışın.” , “Ağrıların son bulduğu yer - Günlük hayatın karmaşasından uzakta, hem ağrılarınızı dindirip iyileşeceğiniz hem de keyifli bir tatil geçireceğiniz Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezi, kendinize bir iyilik yapmanız için sizi bekliyor.” , “Termomineral su ile havuz keyfi - Binlerce yıl önce doğa olayları sonucu ortaya çıkan termomineral su zengin kürlerle harmanlanarak, eklem ağrılarından solunum yolu rahatsızlıklarına, dolaşım bozukluklarından spor yaralanmalarına kadar sayısız rahatsızlığın ilacı oluyor.” , “Fizik tedavide uzman kadro - Son teknoloji modern cihazlarla donatılmış Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezi, dünyaca ünlü kaplıca sularını Dr. Erdal Coşkun'un uzmanlığı ile buluşturarak profesyonel bir sağlık hizmeti sunuyor.” , “Bilinçli tedavi ile sıfır risk - Fizik Tedavi; ısı, ışık ve su egzersizleri, elektrik akımı, mekanik uyarımlar, egzersizler gibi fiziksel yöntemlerle yapılan tedavilerdir. Vücuda derinlemesine nüfuz eden cihazlarla hastalık tedavi edilir. Bilinçli bir şekilde uygulandığı takdirde yan etkisi ve vücuda zarar verme riski yoktur.” , “FTR'nin etkili olduğu hastalıklar; Romatizmal Hastalıklar • Romatoid Artrit • Ankilozan Spondi~it • Seronegatif Artritler • Gut Hastalığı • Parkinson Akut Eklem Romatizması • Eklem Kireçlenmeleri • Ortopedik Hastalıklar • Burkulma ve Kırık Sonrası Eklem Sertlikleri Tenisçi ve Golfçü Dirseği • Kas ve Eklem incinmeleri • Lumbago • Bel ve Boyun Tutulmaları • Bel Kayması • Boyun Fıtığı Kamburluk ve Omurga Eğrilikleri • Nörolojik Hastalıklar • Beyin Felci • Yüz Felci • Serebral Palsi • Bel Fıtığı MS • Kas Hastalıkları Siyatik • Sinir Sıkışmaları” , “Geniş yaşam alanları; Türkiye'nin en iyi markalarıyla döşenmiş mutfak, salon ve yatak odanızda hayat standartlarınızın yükseldiğini hissedip, (…) İçinde Osmanlı musluğu bulunan geniş jakuzinizde şifalı jeotermal su ile vücudunuzu sağlığına kavuşturabilirsiniz.(…)” , “Tatil yaparken iyileşmeniz için her şeyin kusursuz biçimde tasarlandığı Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi ve Tatil Köyü, sağlığınıza ve ruhunuza iyi gelecek bir tatilin kapılarını açıyor*.”ifadelerine yer verildiği;

www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, *“Tarihi termomineral suları ile hastalıklara şifa, bedenlere deva olan Hattuşa Vacation Termal Club Ankara; hayatınızı hafifletir, ruhunuzu tazeler, (…)” , “Hattuşa denince her ne kadar akla öncelikle devre tatil ve termal geliyorsa da, aslında bizler Hattuşa'mızı yalnızca bir devre tatil tesisi veya sadece bir termal otel olarak nitelendirmiyoruz. Bizler Hattuşa'mızı 21ci yüzyıla yakışır, hem tedavi/kür hem tatil boyutunun bir arada yaşandığı ileri yaşam merkezi olarak tanımlıyoruz. İleri yaşam merkezi denince de her kesimden her ulustan herkesin sağlıklı ve mutlu yaşadığı bir yaşam merkezi anlıyoruz.(…)” , “Hattuşa Thermal Ankara - Mucizeler Diyarı; Tarihi termomineral suları ile Hastalıklara şifa, bedenlere deva olan Hattuşa Vacation Thermal Club Ankara (…)” , “Studio Single Oda Özellikleri: Termal Su, (…)” , “Studio Double Oda Özellikleri: Termal Su, (…)” , “Spa Wellness; Bay - Bayan Spa merkezimizde tazelenebilir, termal havuzlardan, saunalara, buhar odasından, dinlenme salonlarına, çamur odasından, egzotik masaj odalarına, aroma terapiden, cilt ve vücut bakım ünitelerine kadar konusunda uzman kadrosuyla ve uzman hekim kontrolünde kendinizi yeniden keşfedebilir ve rahatlamanın dayanılmaz hafifliği ile bütün şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz.” , “Çamur Odası; Hattusa Vacation Thermal Club Ankara Sağlık merkezi bünyesinde bulunan çamur odaları rahatlatıcı özelliğinin yanı sıra pek çok hastalığın tedavisi için de yardımcı yöntem olarak kullanılıyor. Bağışıklık sistemine bağlı hastalıklar, sedef hastalığı ve selülit tedavisinde çamur odasının sıklıkla tercih edildiği bilinmektedir. Hitit Ayaş Termal ayrıcalığı ile sizde alternatif tıbbın nimetlerinden yararlanabilirsiniz.” , “Termal Havuz; (…) Açık ve kapalı havuzlarımızda her an dünyaca ünlü mineralli sularımız ile sağlığınıza sağlık katacaksınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu broşürlerde “*Suyun mucizesi-içmece ve banyo kürlerinin yanı sıra çamur ve soluma kürlerine de uygun olan termomineralli suyumuz, eşi bulunmaz bir şifa kaynağı....”*

Söz konusu işletmenin tanıtımına yönelik olarak yayımlanan broşürlerde ve www.hititayastermalblog.com/tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü”* ibarelerine,www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)* ibaresine yer verildiği, inceleme konusu reklamlarda *“5 Yıldızlı Tatil Köyü”* şeklinde tanıtımların yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü (Hattuşa Vacation Thermal Club Ankara)”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan *“Hattuşa Vacation Club Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Tıp Merkezi - Suyla Sağlık”* başlıklı broşürler ile www.hattusa.com.tr ve www.hititayastermalblog.com/tr adresli internet sitelerinde mevzuata aykırı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca Ankara Valiliği Halk Sağlığı Müdürlüğü’nce söz konusu tesis mahallinde yapılan incelemeler sonucunda; işletmenin kaplıca tesisi işletme izninde belirtilen iki adet termal tedavi havuzunun, ayrıca işletme izninde yer almamasına rağmen fizik tedavi ünitesinde bir adet termal tedavi havuzunun bulunduğu; işletme içerisinde çamur odasına yer verilmesine ve paketlenmiş peloid satışı yapılmasına karşın, inceleme konusu broşürlerde “*Suyun mucizesi-içmece ve banyo kürlerinin yanı sıra çamur ve soluma kürlerine de uygun olan termomineralli suyumuz, eşi bulunmaz bir şifa kaynağı....”* ibaresiyle belirtilen çamur kürlerine Halk Sağlığı Müdürlüğünce herhangi bir iznin verilmediği; söz konusu broşürlerde ve www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, odalarda termal su bulunduğu belirtilmesine karşın, yapılan denetimde odalarda termal suyun bulunmadığı; anılan broşürlerde “içme kürleri” ifadesine yer verilmesine karşın, yapılan incelemede içme kürü uygulamasının olmadığı hususları tespit edilmiş olup, söz konusu termal tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda gerek termal suyun endikasyonuna yönelik ifadelerin, gerekse tesiste bulunduğu iddia edilen birim ve merkezlerin, tesiste hali hazırda bulunan izinli birim ve merkezlerle bire bir uyuşmadığının görüldüğü, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu işletmenin tanıtımına yönelik olarak yayımlanan broşürlerde ve www.hititayastermalblog.com/tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Hitit Ayaş Termal Sağlık Merkezi & Tatil Köyü”* ibarelerine,www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)* ibaresine yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan incelemede tesisin anılan Bakanlıktan turizm belgesinin bulunmadığı hususunun tespit edildiği, dolayısıyla söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“5 Yıldızlı Tatil Köyü”* şeklinde tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hitit Ayaş Termal Sağlık İnş. Tur. Org. Eml. Gıda Taş. Taah. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2017/1341**

**Şikayet Edilen: Demir Grup Turizm Lojistik İnş. Gıda Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Abacı Konak Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Demir Grup Turizm Lojistik İnş. Gıda Tic. ve San. Ltd. Şti.’ye ait *“Abacı Konak Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.yakala.co adresli internet sitesinde yayınlanan *“Şehrin içinde zamanın dışında”* başlıklı reklamlarda, *“Rezervasyon gereklidir”* ibaresine yer verildiği, ayrıca söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”*; www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Demir Grup Turizm Lojistik İnş. Gıda Tic. ve San. Ltd. Şti.’ye ait *“Abacı Konak Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“3 Yıldızlı Otel”*; www.trivago.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Demir Grup Turizm Lojistik İnş. Gıda Tic. ve San. 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.

**55)**

**Dosya No: 2017/2100**

**Şikayet Edilen: Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“*[*Kervansaray Kundu Beach Hotel*](javascript:void(0);)*”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.kervansarayhotels.com.tr, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.’ye ait *“*[*Kervansaray Kundu Beach Hotel*](javascript:void(0);)*”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.kervansarayhotels.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.’ye ait *“*[*Kervansaray Kundu Beach Hotel*](javascript:void(0);)*”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.kervansarayhotels.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”;* www.tripadvisor.com.tr ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbin üçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2017/2101**

**Şikayet Edilen: Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kervansaray Lara Convention Center & SPA”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.kervansarayhotels.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com, http://kervansaray-lara-convention-center-spa.antalyahotel.org/tr/, www.tripadvisor.com.tr, www.bavul.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.’ye ait*“Kervansaray Lara Convention Center & SPA”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.kervansarayhotels.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve http://kervansaray-lara-convention-center-spa.antalyahotel.org/tr/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tr, www.bavul.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.’ye ait *“Kervansaray Lara Convention Center & SPA”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.kervansarayhotels.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve http://kervansaray-lara-convention-center-spa.antalyahotel.org/tr/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tr, www.bavul.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbin üçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2017/2112**

**Şikayet Edilen: Hancı Palace Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“*[*Hancı Palace Hotel*](javascript:void(0);)*”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.hancipalacehotel.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.06.2017, 13.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“*[*Hancı Palace Hotel*](javascript:void(0);)*”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hancipalacehotel.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“*[*Hancı Palace Hotel*](javascript:void(0);)*”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hancipalacehotel.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hancı Palace Hotel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbin üçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2017/2113**

**Şikayet Edilen: Mahidevran Vaha Beach**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mahidevran Vaha Beach”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.mahidevran.com.tr, www.heryerdentatil.com, www.ucuzgit.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2017, 13.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Mahidevran Vaha Beach”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.mahidevran.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“4 Yıldızlı Tatil Köyü”;* www.heryerdentatil.com ve www.ucuzgit.comadresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı, ayrıca söz konusu tesisin tanıtımına yönelik olarak www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda *“Türkiye'nin En Büyük İslami Tatil Köyü”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Mahidevran Vaha Beach”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.mahidevran.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“4 Yıldızlı Tatil Köyü”;* www.heryerdentatil.com ve www.ucuzgit.comadresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda ise *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, firma tarafından www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda yer alan *“Türkiye'nin En Büyük İslami Tatil Köyü”* iddiasını kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin Bakanlığımıza gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mahidevran Vaha Beach** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbin üçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2017/2115**

**Şikayet Edilen: Saydes Eml. İnş. Gıda Tur. Taah. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Saydes Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak www.saydes.net ve www.saydesotel.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2017, 13.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Altındağ Belediye Başkanlığı’ndan adına pansiyon ruhsatı düzenlenen *“Saydes”* isimli tesise ilişkin olarak www.saydes.net adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) yeni tesisimiz SAYDES Otel & Konukevi Anafartalar Mah. Soydaşlar Sok. No:9 Altındağ / ANKARA adresinde hizmetinizde olmaya devam edeceğiz.”* ifadelerine;www.saydesotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“32 Oda, 105 yatak kapasiteli SAYDES Otel ve Konukevi Ankara'daki yeni eviniz.” , “SAYDES Otel & Konukevleri, SAYDES bünyesinde faaliyet göstermekte olan ve temel amacı SAYDES üyeleri ve  diğer misafirlerimize çok avantajlı konaklama imkanları sunmaktır.”* ifadelerine; tesise ait tabelalarda ise *“SAYDES OTEL”* ibaresine yer verilmek suretiyle söz konusu tesisin *“Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Saydes Eml. İnş. Gıda Tur. Taah. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi ve Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamakla birlikte, Altındağ Belediye Başkanlığı’ndan adına pansiyon ruhsatı düzenlenen ***“Saydes”*** isimli tesise ilişkin olarak www.saydes.net adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“(…) yeni tesisimiz SAYDES Otel & Konukevi Anafartalar Mah. Soydaşlar Sok. No:9 Altındağ / ANKARA adresinde hizmetinizde olmaya devam edeceğiz.”* ifadelerine;www.saydesotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“32 Oda, 105 yatak kapasiteli SAYDES Otel ve Konukevi Ankara'daki yeni eviniz.” , “SAYDES Otel & Konukevleri, SAYDES bünyesinde faaliyet göstermekte olan ve temel amacı SAYDES üyeleri ve  diğer misafirlerimize çok avantajlı konaklama imkanları sunmaktır.”* ifadelerine; tesise ait tabelalarda ise *“SAYDES OTEL”* ibaresine yer verilmek suretiyle söz konusu tesisin *“Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Saydes Eml. İnş. Gıda Tur. Taah. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2017/2255**

**Şikayet Edilen: Akdeniz Pe-Tur Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.turna.com adresli internet sitesinde uçak bileti satışına ilişkin olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Akdeniz Pe-Tur Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret A.Ş. tarafından söz konusu iddialara ilişkin olarak Bakanlığımıza gönderilen cevabi yazıda yer alan ve söz konusu firma ile Türk Hava Yolları arasında 12.05.2017 tarihinde konuyla ilgili olarak yapılan yazışmaları içeren belgeler incelendiğinde, ilgili firmanın Türk Hava Yolları yetkilisinden durum hakkında bilgi istediği ve yetkili kişi tarafından söz konusu firmaya Samsun uçuşlarının kapatılmayacağı, kapatılacak olursa hak iadesi/değişikliğinin planlandığı yönünde bilgi verildiği, dolayısıyla Türk Hava Yolları’nın söz konusu uçuşu sisteminde sunmaya devam etmesi nedeniyle anılan firma tarafından [www.turna.com](http://www.turna.com) adresli internet sitesi üzerinden Samsun Çarşamba Havalimanı’na bilet satışına devam ettiği hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu iddialara ilişkin olarak yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda, Türk Hava Yollarının acente biletleme servisinde kapalı olan bir uçuşun başka bir internet sitesinde açık olarak görülmesinin teknik olarak mümkün olmadığı ve Türk Hava Yolları’nın anılan tarihlerde Samsun Çarşamba Havalimanı uçuşlarını sisteminde sunmaya devam etmesi nedeniyle Akdeniz Pe-Tur Turizm Seyahat Acentası tarafından [www.turna.com](http://www.turna.com) adresli internet sitesi üzerinden Samsun Çarşamba Havalimanı’na bilet satışına devam edildiği anlaşılmış olup, firma tarafından söz konusu tarihlerde verilmeyen bir hizmetin tanıtımı ve satışı yapılmak suretiyle tüketicileri yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla anılan ticari uygulamaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 inci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2017/2326**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Royal Garden Select & Suit Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.tatil.com ve www.royalgarden.cc adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar ile tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2017, 25.10.2017, 01.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Royal Garden Select & Suit Hotel”* isimli tesiste konaklamak amacıyla www.tatil.com adresli internet sitesi üzerinden rezervasyon yaptıran başvuru sahibi tüketicinin rezervasyonunun, söz konusu tesisin 4 yataklı bir tesis olması, tüketicinin ise 5 kişilik rezervasyon yaptırması nedeniyle tesise kabul edilmediği gerekçesiyle söz konusu firma tarafından iptal edildiği, ancak gerek www.tatil.com ve www.royalgarden.cc adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, gerekse www.tatil.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen rezervasyon işlemi esnasında bu şekilde bir bilgilendirmeye yer verilmediği, dolayısıyla verilmeyen bir hizmete ilişkin olarak rezervasyon işlemi gerçekleştirildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *“Royal Garden Select & Suit Hotel****”*** isimli tesiste konaklamak amacıyla www.tatil.com adresli internet sitesi üzerinden rezervasyon yaptıran başvuru sahibi tüketicinin rezervasyonunun, söz konusu tesisin 4 yataklı bir tesis olması, tüketicinin ise 5 kişilik rezervasyon yaptırması nedeniyle tesise kabul edilemediği gerekçesiyle firma tarafından iptal edildiği, ancak gerek www.tatil.com ve www.royalgarden.cc adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda, gerekse www.tatil.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen rezervasyon işlemi esnasında bu şekilde bir bilgilendirmeye yer verilmeyerek tüketicinin eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı ve verilmeyen bir hizmete ilişkin olarak rezervasyon işlemi gerçekleştirilmek suretiyle tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Zeynep Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**62)**

**Dosya No: 2016/423**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.peturun.com](http://www.peturun.com) adresli internet sitesinde yer alan “*Herbio- Kedi ve Köpekler için Cilt Tüy Bakım Şampuanı”* isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.peturun.com](http://www.peturun.com) adresli internet sitesinin 26.01.2016 tarihli görünümünde, “*Herbio- Kedi ve Köpekler için Cilt Tüy Bakım Şampuanı*” isimli veteriner tıbbi ürün niteliğinde bulunan ürünün tanıtımının ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.peturun.com](http://www.peturun.com) adresli internet sitesinde yer alan “*Herbio- Kedi ve Köpekler için Cilt Tüy Bakım Şampuanı”* isimli veteriner tıbbi ürün niteliğindeki ürünün mevzuata aykırı bir şekilde satışının ve tanıtımının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 13/1 maddesi,

- 28152 sayılı Veteriner Tıbbi Ürünler Hakkında Yönetmeliğin 34/1 ile 50/4 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**63)**

**Dosya No: 2017/3350**

**Şikayet Edilen: Salih BİNGÖLBALİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nish Perde” isimli mağazada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Nish Perde” isimli mağazaya ait tabelada; “*Açılışa özel bedava fiyatına. Tül- fon perde zebra, stor ve ev tekstili ürünler*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "*Nish Perde*" isimli mağazaya ait reklam tabelasında; *" Açılışa özel bedava fiyatına. Tül, fon perde zebra, stor ve ev tekstili ürünleri"*  şeklinde ifadelere yer verildiği, *" açılışa özel bedava fiyatına*" ifadesinin ispatlanamadığı, söz konusu indirimli satışın başlangıç-bitiş tarihlerine yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a,7/5-ç, 13/1,14, 18/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2017/1048**

**Şikayet Edilen: Pal Kargo Danışmanlık Reklam İnş. ve Hırd. San. ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.essekampanya.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.essekampanya.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.essekampanya.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.essekampanya.com) adresli internet sitesinin 23.02.2017 tarihli görünümünde; *“Markamız İflas Erteleme Talebinde Bulunduğundan Dolayı Stoktaki Tüm Ürünlerimizi %80 İndirimle Satıyoruz! Ürünlerimiz Stoklarla Sınırlıdır, Tükenmeden Alınız!”, “Şok Fiyat!”, “673 TL… 129 TL”, “Orijinal Ürün”, “Kapıda Ödeme”, “Sınırlı Sayı”, “ %100 En Uygun Fiyat”, “%100 İade Garantisi,” , “Ürünlerimizin 21 (Yirmi Bir) Gün İade Garantisi Mevcuttur. (Tüm Ürünlerimiz 2 Yıl Esse Garantisi Altındadır.)”, “Türkiye Genelindeki Mağazalardan Gönderim (Kapıda Ödeme), “Orijinal Esse Teşhir Ürünleri”, “Ürünlerimiz Teşhir Ürünleridir. Türkiye Genelindeki Mağazalarımızdan Gönderim Yapılacaktır. (Tüm Ürünler Yeni/Sıfır Üründür.)”, “İnanılmaz Fiyata Esse Tencereler” , “Hemen Sipariş Ver”* ifadeli tanıtımlara yer verilerek “Esse" marka ürünlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.essekampanya.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.essekampanya.com) adresli internet sitesinin 23.02.2017 tarihli görünümünde; *“Markamız İflas Erteleme Talebinde Bulunduğundan Dolayı Stoktaki Tüm Ürünlerimizi %80 İndirimle Satıyoruz! Ürünlerimiz Stoklarla Sınırlıdır, Tükenmeden Alınız!”, “Şok Fiyat!”, “673 TL… 129 TL”, “Orjinal Ürün”, “Kapıda Ödeme”, “Sınırlı Sayı”, “ %100 En Uygun Fiyat”, “%100 İade Garantisi,” , “Ürünlerimizin 21 (Yirmi Bir) Gün İade Garantisi Mevcuttur. (Tüm Ürünlerimiz 2 Yıl Esse Garantisi Altındadır.)”, “Türkiye Genelindeki Mağazalardan Gönderim (Kapıda Ödeme), “Orijinal Esse Teşhir Ürünleri”, “Ürünlerimiz Teşhir Ürünleridir. Türkiye Genelindeki Mağazalarımızdan Gönderim Yapılacaktır. (Tüm Ürünler Yeni/Sıfır Üründür.)”, “İnanılmaz Fiyata Esse Tencereler” , “Hemen Sipariş Ver”* ifadeli tanıtımlara yer verildiği, tüketicilerin [www.essekampanya.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.essekampanya.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara istinaden “Esse Nutricook” marka düdüklü tencere sipariş ederek 139 TL ödeme yaptıkları ancak tüketicilere firma tarafından düzenlenen faturayla, “*Schrader*” markalı, daha düşük kalitede ve internet sitesinde ifade edilen özellikleri taşımayan farklı bir ürünün gönderildiği, firmanın “*Esse*” markasının itibarından haksız olarak yararlandığı, firmaya ulaşmak isteyen tüketicilerle sistematik olarak görüşülmekten kaçınıldığı ve dolayısıyla yukarıda ifade edilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Pal Kargo Danışmanlık Reklam İnş. ve Hırd. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2017/1901**

**Şikayet Edilen: Ceylan Ticaret-Burhan TOPUZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ayakkabidafirsat.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.ayakkabidafirsat.com) adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, [www.ayakkabidafirsat.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.ayakkabidafirsat.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde; *“%100 Orijinal Ürün Garantisi”, “%100 Orijinal Müşteri Memnuniyeti”, “%100 Güvenli Alışveriş Garantisi”* ve *“Ücretsiz Kargo”* ifadeli tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ayakkabidafirsat.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.ayakkabidafirsat.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde; *“%100 Orijinal Ürün Garantisi”, “%100 Orijinal Müşteri Memnuniyeti”, “%100 Güvenli Alışveriş Garantisi” ve “Ücretsiz Kargo”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği, tüketicilerin [www.ayakkabidafirsat.com](file:///D:\Users\10840279764\Desktop\www.ayakkabidafirsat.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara istinaden *“New Balance”* marka spor ayakkabı sipariş ederek 250 TL ödeme yaptıkları, ancak, firma tarafından düzenlenen faturayla, tüketicilere *“New Balance”* markasının benzeri, orijinal olmayan ve tüketicilere verdikleri siparişe konu spor ayakkabıyla alakası olmayan farklı ürünlerin gönderildiği, firmanın *“New Balance”* markasının itibarından haksız olarak yararlandığı, firmaya ulaşmak isteyen tüketicilerle sistematik olarak görüşülmekten kaçınıldığı ve dolayısıyla yukarıda ifade edilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 13, 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 **Ceylan Ticaret-Burhan TOPUZ** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2017/101**

**Şikayet Edilen: Güneş Elektrik Elektronik – Selim DURU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gunessolarenergy.com](http://www.gunessolarenergy.com) adresli internet sitesi ile firmaya ait “Facebook” hesabından gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gunessolarenergy.com](http://www.gunessolarenergy.com) adresli internet sitesi ile yine firmaya ait “facebook” hesabında “*1 KW” ve “2,5 KW Hazır Sistemler”,* bununla birlikte firmanızın “facebook” hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda ise; 12 Aralık 2016 tarihli “facebook” paylaşımında; “*Akmeşe Ersoy Tavukçuluk Ümit Bey Günlük Maksimum 2,5 KW Üreten Bir Sistem Montajımız Maliyeti 3500 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.gunessolarenergy.com](http://www.gunessolarenergy.com) adresli internet sitesi ile yine firmaya ait “facebook” hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda; “*1 KW” ve “2,5 KW Hazır Sistemler”,* “*Akmeşe Ersoy Tavukçuluk Ümit Bey Günlük Maksimum 2,5 KW Üreten Bir Sistem Montajımız Maliyeti 3500 TL”, “Yalova Altınova Murat Beyin Yazlık Evi Günlük Maksimum 12 Kw Üreten Bir Sistem Montajımız Maliyeti 11500 TL…”* ve *“…Kandıra Osman Beyin Çiftliği Günlük Maksimum 6 Kw Üreten Bir Sistem Montajımız Maliyeti 7500 TL…”* vb. ifadeler ile güneş enerjisi üreten panellere yönelik reklamlar yapıldığı, panellerin günlük ürettiği enerji miktarının vurgulandığı ancak tüm sistemin gücünün belirtilmesi gerektiği; bununla birlikte, söz konusu güneş panellerinin günlük ürettiği enerjinin belirtilmesi halinde üretilen enerji miktarının wattsaat (wh) enerji birimiyle sunulması gerektiği; buna rağmen firmanın bahsi geçen tanıtımları da günlük enerji birimi olan “wh” ile değil de güç birimi olan “watt(W)” ile yaptığı; inceleme konusu reklamların, eksik bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicileri yanıltıcı ve mağdur edici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, tüm bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde; bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki olduğu;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Güneş Elektrik Elektronik – Selim DURU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2017/2840**

**Jotun Boya San. ve Tic. A.Ş.** unvanlı firmaya ait [www.jotun.com.tr](http://www.jotun.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan, “*Fenomastic Hygiene Boya*” isimli ürüne ilişkin tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, şikayet konusu ürünün muhteviyatına ilişkin yapılacak detaylı inceleme, ilgili kurum kuruluşlardan görüş sorma istemiyle ***dosyanın ertelenmesine***karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2017/2886**

**Şikayet Edilen: İpragaz A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.goyakit.com.tr](http://www.goyakit.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Prins Otogaz Dönüşüm Kiti Alanlara 50 TL yüklü GoCard Hediye*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.goyakit.com.tr](http://www.goyakit.com.tr) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle, ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2016/4155**

**Şikayet Edilen:** **Floraplast Ambalaj San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.madplastik.com](http://www.madplastik.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda yer alantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** [www.madplastik.com](http://www.madplastik.com) adresli internet sitesi ve ambalaj reklamlarında; “*doğada çözünür mini poşet*”şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.madplastik.com](http://www.madplastik.com) adresli internet sitesinin “*Ürünlerimiz-Ambalaj Grubu-Mini Blok Torbalar”* başlığı altında kullanılan görsellerde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen poşetlerde ve ürün ambalajlarında “doğada bozunan, çevre dostu ürünler” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**70)**

**Dosya No: 2017/56**

**Şikayet Edilen:** **Yıldur Plastik (Ramazan YILDIRAN)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.yildurplastik.com.tr](http://www.yildurplastik.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda yer alantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** [www.yildurplastik.com.tr](http://www.yildurplastik.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda; “*Doğa Dostu Plastik Ürünler, ürettiğimiz tüm plastik ürünleri %100 doğada çözünebilen oxo-bio degradable olup 12-24 ay gibi bir sürede küçük parçalara ayrılarak karbondioksit, su ve az miktarda mineral içeren bir fosil haline dönüşür. Bu şekilde doğada çözünme sürecine girebilen ürünlerimiz hiçbir zararlı ya da zehirli madde içermez*.” ve “*Atlet Poşet T-Shirt Bag, oxo-biodegradable, doğada %100 çözünür, bu poşet doğada bakterilerin, nemin, ışığın ve oksijenin etkisiyle 24 ay içerisinde biyolojik olarak kaybolur*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.yildurplastik.com.tr](http://www.yildurplastik.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yıldur Plastik (Ramazan YILDIRAN)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2017/57**

**Şikayet Edilen:** **Ekomis Tüketim Ürünleri San. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ekomis.com.tr](http://www.ekomis.com.tr) adresli internet sitesinde yer alantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ekomis.com.tr](http://www.ekomis.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Doğa Dostu! %100 doğada çözünür ürünlerimiz ile her zaman doğanın yanındayız!”* ve “Kurumsal” başlığı altında; “*Digicom grup şirketleri çatısı altında kurulan Ekomis Tüketim Ürünleri San. ve Paz. A.Ş.**doğada çözünür çöp torbaları, endüstriyel çöp torbaları, ambalaj malzemeleri, mutfak yardımcı ürünleri (buzdolabı poşeti, kilitli buzdolabı poşeti, buz torbası, fırın torbası, yağlı pişirme kağıdı, alüminyum folyo, streç film), temizlik yardımcıları ve doğada çözünür sebze-meyve poşetlerinden oluşan tüketim ürünlerinin üretimlerini yapmaktadır.*

*Çevre dostu bir marka olmayı ilke edinen Ekomis, müşteri memnuniyetini üst düzeyde tutan, yüksek kalite ve hizmet anlayışını prensip haline getiren, müşteri odaklı yönetim sistemi, yaratıcı, yenilikçi ve doğaya dost ürünleri ile adından söz ettirmektedir. Ekomis üretimini Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan toplam 15.000 m2 alana kurulu tesisinde sürdürmektedir.*

*Ekomis tüketim ürünleri; birçok güçlü markanın var olduğu sektörde bir ilke imza atarak, doğada yüzde 100 biyolojik olarak çözünen bio çözünür çöp torbaları ve bio çözünür buzdolabı poşetleri üretimini gerçekleştirdi. İddialı ve fark yaratan bu ürünlerimizi, doğada tamamen çözünen, hiçbir plastik madde ve toksik zehir içermeyen, nişasta gibi tamamen yenilebilir kaynaklardan elde edilen malzemeler kullanarak üretmekteyiz. Bio-Çözünür ürünümüz, doğaya terk edildiğinde ilk 100 gün içerisinde çürümekte ve tamamı 24 ay içerisinde ASTM D 6866 ve ISO 14855 standart şartnamelerinde belirtildiği gibi bitkiler için yararlı gübre, çevre için zararsız atık haline gelmektedir*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ekomis.com.tr](http://www.ekomis.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı,ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**72)**

**Dosya No: 2017/58**

**Şikayet Edilen:** **Dönmez Plastik Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.donmezplastik.com.tr](http://www.donmezplastik.com.tr) adresli internet sitesinde; “*%100 geri dönüşümlü poşet üretimine başladık.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.donmezplastik.com.tr](http://www.donmezplastik.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dönmez Plastik Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2017/59**

**Şikayet Edilen:** **Gençpak Ambalaj Gıda Temizlik Plastik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gencpak.com](http://www.gencpak.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu internet ve ambalaj reklamlarında; “*Gençpak Çevre Dostu Üretim*” ve “*doğada* *%100 çözünür bu poşet doğaya bırakıldığında 18 ile 24 ay arasında çözünerek yok olacaktır.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gencpak.com](http://www.gencpak.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Gençpak Ambalaj Gıda Temizlik Plastik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2017/60**

**Şikayet Edilen:** **Karşıyaka Plastik Ambalaj Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.karsiyakaplastik.com](http://www.karsiyakaplastik.com).tr adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda yer alantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** [www.karsiyakaplastik.com](http://www.karsiyakaplastik.com).tr adresli ve ambalaj reklamlarında; “*Gücünü Doğadan Alan Teknoloji İnsana ve doğaya saygı, firmamızın sosyal sorumluluk bilincinin ayrılmaz bir parçası olup, yolumuzu aydınlatan faktörlerdendir Yeni ve gelişen teknolojiler ışığında; doğada çözünebilir, gıda sektöründe kullanılmaya elverişli, yüksek teknoloji eseri ürünlerimiz ile çocuklarımıza miras doğayı korurken, sizlere de yüksek verimli, çevre dostu ve ekonomik çözümler sunmanın gururunu yaşıyoruz*.*”* ve “*doğada %100 çözünür, bu poşet doğaya bırakıldığı zaman 18-24 ay arasında mikroorganizmaların güneşin ve nemin, ısının ve oksijenin etkisi ile biyolojik olarak tamamen bozunur, sülfür, nikel, kobalt içermez, doğa dostu poşet, doğada ışık, ısı, oksijen ve nemin etkisiyle bozulmaya başlar, bu poşet oxo-bio bozunur özelliğe sahiptir, doğaya bırakıldığında güneş ışığı, oksijen, nem, mikroorganizmaların bulunduğu ortamda 12-24 ay içerisinde parçalanır ve doğada çözünmeye başlar, doğada %100 dönüşür, gücünü doğadan alan teknoloji"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.karsiyakaplastik.com](http://www.karsiyakaplastik.com).tr adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Karşıyaka Plastik Ambalaj Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2017/61**

**Şikayet Edilen:** **Sürmeli Plastik Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sürmeliplastik.com.tr](http://www.sürmeliplastik.com.tr) adresli internet sitesinde yer alantanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sürmeliplastik.com.tr](http://www.sürmeliplastik.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Çevre Dostu Ekolojik Poşet Üretildiği malzemeler doğa dönüşümlü olan bu poşet doğaya terk edildiğinde diğer plastik poşetlere göre çok daha kısa sürede doğada yok olmaktadır. Taleplere göre biobozunur özellikli malzemelerden üretilmekte, doğaya terk edildiğinde biobozunur süreç başlamakta ve tamamen toprağa karışabilmektedir.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sürmeliplastik.com.tr](http://www.sürmeliplastik.com.tr) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada %100 bozunan, çevre dostu” şeklinde tanıtımların yapıldığı ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sürmeli Plastik Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2017/62**

**Şikayet Edilen:** **Naksan Holding A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.naksanplastik.com](http://www.naksanplastik.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** [www.naksanplastik.com](http://www.naksanplastik.com) adresli internet sitesinde ve ambalaj reklamlarında; “*Naksan Plastik, çevre bilinciyle gerçekleştirdiği “biodegradable” ürünleri ile plastik atık sorununa ideal bir çözüm sunmaktadır. Dönüştürülebilir özelliğe sahip bu ürünler, doğa içerisinde herhangi bir toksik etki oluşturmadan 12-24 ay arasında yok olmaktadır.*” ve “*doğada çözünür, biodegradable, daha temiz bir çevre için bu torbayı defalarca kullanınız, bu torba polietilenden imal edilmiş olup, hiçbir tehlikeli atık içermez ve tekrar geri kazanılabilir polietilen çevre dostudur, imalatı sırasında su ve hava kirletilmez.*”, “*çevre dostu, doğada çözünen poşet, bu poşet güneş nem oksijen ve mikroorganizmaların etkisiyle doğada zamanla çözünerek parçalanır ve biyolojik olarak çözünür.” ve* “*doğada çözünür, bu ürün doğaya bırakıldığı zaman 12-24 ay içerisinde bozulacak ve toprağa gömülmesi halinde mikroorganizmaların, nemin ve oksijenin bulunduğu ortamda ASTM 06964-04 standardına belirtildiği gibi biyolojik olarak kırılıp doğada bulunan basit materyallere dönüşecektir*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.naksanplastik.com](http://www.naksanplastik.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretimi gerçekleştirilen ambalajlarda “doğada %100 bozunan, çevre dostu ürünler” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketiciler açısından aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**77)**

**Dosya No: 2017/63**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** [www.mekmarambalaj.com](http://www.mekmarambalaj.com) adresli internet sitesinde; “*Mekmar Ambalaj ile çevre dostu ürünler kullanın, süper marketler için baskılı ve şeffaf rulo atlet poşet, doğa ile barışık ürünler kullanın çevremizi koruyun, gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakın, doğayı korumak sizin elinizde gelecek nesillere temiz bir dünya bırakmak için doğa ile barışık ürünler kullanın, çevremizi koruyalım çocuklara temiz çevre bırakın.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.mekmarambalaj.com](http://www.mekmarambalaj.com) adresli internet sitesinde ve firma tarafından üretilen poşet ve ürün ambalajlarında “doğada bozunan, çevre dostu ürünler” şeklinde tanıtımların yapıldığı, ancak bu iddiaların bilimsel geçerliliği olan güncel belgelerle ispat edilemediği, dolayısıyla tüketiciler açısından aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 17, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**78)**

**Dosya No: 2017/696**

**Şikayet Edilen:** **Turksport Spor Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.decathlon.com.tr](http://www.decathlon.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan çocuklara ilişkin görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.decathlon.com.tr](http://www.decathlon.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan; “Debolight, *Kamiye Alljely, Leony, Nabaıjı,, Tribord*” markalı bikini ve mayo tanıtımlarında kız ve erkek çocuk görsellerine yer verilidği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen internet sitesinde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; 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.

**79)**

**Dosya No: 2017/697**

**Şikayet Edilen:** **Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer alan çocuklara ilişkin görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer alan; “*Ayyıldız, Kom ever, Tribord, Yıldız, Kom Ever, Tribord, Reyna, Sunset, Ayyıldız, Berrak, Azra, Funkita*” markalı bikini ve mayo tanıtımlarında kız ve erkek çocuk görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen internet sitesinde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; 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.

**80)**

**Dosya No: 2017/698**

**Şikayet Edilen:** **Kom Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kom.com.tr](http://www.kom.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan çocuklara ilişkin görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kom.com.tr adresli internet sitesinde yer alan; “[*Lucky Alt, Sydney Costun, Capri Mayokini*](https://www.kom.com.tr/lucky-alt-02mm65011pemb) *Goal Sort*” markalı bikini ve mayo tanıtımlarında kız çocuklarına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.kom.com.tr adresli internet sitesinde yer alan;“[*Lucky Alt, Sydney Costun, Capri Mayokini*](https://www.kom.com.tr/lucky-alt-02mm65011pemb) *Goal Sort*” markalı bikini ve mayo reklamlarında kız çocuklarına erişkin mankenlerin davranışları taklit ettirilerek vücutlarının çeşitli kısımlarının maksadını aşarak ticari kazanç elde etmek amacıyla kullanıldığı, iç çamaşırı ve bikinili (üstsüz) görüntülerinin yer almasının çocukları istismar edici ve çocukların zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişimlerini olumsuz etkileyecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 9, 24 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**81)**

**Dosya No: 2017/699**

**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 çocuklara ilişkin görseller.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan; “*Ayyıldız, Silence of the Bees, Özkan, Nbb, Berrak, Miorre Crs, Seasoul, Armes ve Türen”* markalı bikini ve mayolara ait tanıtımlarda kız çocuk görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen internet sitesinde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; 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.

**82)**

**Dosya No: 2017/1424**

**Şikayet Edilen:** **MBA Dış Ticaret Tekstil Pazarlama Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait[www.merrysee.com.tr](http://www.merrysee.com.tr) ile www.n11.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan “*fantezi giyim*” başlıklı tanıtımlara ilişkin görseller

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.merrysee.com.tr](http://www.merrysee.com.tr) ile www.n11.com.tr adresli internet sitelerinde “*Merry See arkası kalpli kesin fantezi deri etek, Arkası lazer kesim deri etek, Süper mini seksi deri etek…”* başlıklı tanıtımlarda kadın ve erkek görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.merrysee.com.tr](http://www.merrysee.com.tr) ile www.n11.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan;“*Merry See arkası kalpli kesin fantezi deri etek, Arkası lazer kesim deri etek, Süper mini seksi deri etek…”* ve benzeri başlıklı birçok görselin “*pornografik*” nitelikte olduğu, daha fazla dikkat çekebilmek için görsellerde müstehcen bir şekilde, kadınların ve erkelerin mahrem bölgelerine açıkça yer verilerek kadın ve erkek mankenlerin bedenlerinin istismar edildiği ve bu durumun genel ahlak kurallarını ihlal edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **MBA Dış Ticaret Tekstil Pazarlama Hizmetleri** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2017/2099**

**Şikayet Edilen:** **Petra İnternet Teknolojileri Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait[www.pembeo.com](http://www.pembeo.com) adresli internet sitesinde yer alan “*fantezi giyim*” başlıklı tanıtımlara ilişkin görseller.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde yer alan; “*Merry See Fantezi Siyah Der, Slip Kemer Görünümlü Slip, Merry See Komik Hindi Fnatazi Slip…* ” başlıklı tanıtımlarda kadın ve erkek görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.pembeo.com](http://www.pembeo.com) adresli internet sitesinde yer alan;“*Merry See Fantezi Siyah Der, Slip Kemer Görünümlü Slip, Merry See Komik Hindi Fnatazi Slip…* ” ve benzeri başlıklı birçok görselin “*pornografik*” nitelikte olduğu, daha fazla dikkat çekebilmek için görsellerde müstehcen bir şekilde, kadınların ve erkelerin mahrem bölgelerine açıkça yer verilerek kadın ve erkek mankenlerin bedenlerinin istismar edildiği ve bu durumun genel ahlak kurallarını ihlal edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Petra İnternet Teknolojileri Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2016/1354**

**Şikâyet Edilen: Intimissimi**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Outdoor, açıkhava ve vitrin reklamlarındaki iç çamaşırı giyen kadın görselleri

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Outdoor, Açıkhava ve vitrin

**Tespitler:** Outdoor, açıkhava ve vitrin reklamlarında sutyen giyen kadın görselleri kullanılmak suretiyle tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatri Derneği’nden alınan görüş kapsamında yapılan incelemede; anılan görsellerin cinsel içerikli medya olmadığı, kadınların giydiği iç çamaşırlarına yönelik yapılan reklamların herhangi bir mevzuat kapsamında yasaklanmadığı ve anılan görsellerin genel ahlaka aykırı olacak şekilde müstehcenlik içermediği değerlendirilmiş olup, söz konusu 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.

**85)**

**Dosya No: 2017/2437**

**Şikayet Edilen: Kavsan Ayakkabı San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Fatih ilçesinde faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** Söz konusu mağazanın vitrininde kırmızı panolarda “*İndirim*”şeklinde ifadelere yer verildiği ve herhangi bir istisnai bilgiye yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İstanbul ili Fatih ilçesinde faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı panolarda *“İNDİRİM*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan, her ne kadar zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmasa da, firma tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerde vitrinde yer aldığı iddia edilen afişlerde indirimin başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu detayının yazdığı ifade edilse de anılan afişlerdeki yazıların okunamayacak kadar küçük olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 19/5, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kavsan Ayakkabı 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.

**86)**

**Dosya No: 2017/2888**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “*İNDİRİM/SALE*” şeklinde ifadelere yer verildiği ve herhangi bir istisnai bilgiye yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “*İNDİRİM/SALE*”şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan, her ne kadar zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmasa da, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerde vitrinde yer aldığı iddia edilen pleksilerde indirimin başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu detayının yazdığı ifade edilse de anılan afişlerdeki yazıların okunamayacak kadar küçük olduğu anlaşılmış olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 19/5, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Adil Işık Hazır Giyim 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.

**87)**

**Dosya No: 2017/2890**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “*SON İNDİRİM-FINAL SALE...%50 NET*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 03.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde “*SON İNDİRİM-FINAL SALE...%50 NET*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde BELİRTİLMESİ GEREKEN indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan her ne kadar zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmasa da, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerde vitrinde yer aldığı iddia edilen afişte indirimin başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu detayının yazdığı ifade edilen afişlerdeki yazıların okunamayacak kadar küçük olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 19/5, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**88)**

**Dosya No: 2017/2897**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın girişinde kırmızı afişlerde *“%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 02.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın önünde yer alan kırmızı panolarda *“%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile *“İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan afiş görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği,

Bir diğer taraftan, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerdeki dip notta indirimin başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu detayının yazıldığı görülse de, zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmadığı ve yukarıda bahsi geçen tüm durumların anılan tutanağın imzalanması suretiyle kabul edilmiş sayıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18/1, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Demsa 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.

**89)**

**Dosya No: 2017/2898**

**Şikayet Edilen: Oysho Giyim İthalat İhracat ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde *“%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 02.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde *“%50’ye varan indirim*”şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan A4 kağıdı üzerinde yer alan “başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu” bilgilerinin, mağaza vitrininde asılı olduğunu gösteren hukuken geçerli bir vitrin afişi olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18/1-2, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**90)**

**Dosya No: 2017/2899**

**Şikayet Edilen: Cemre Giyim San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Fatih ilçesinde yer alan “Accort” isimli mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Fatih ilçesinde yer alan “Accort” isimli mağazanın vitrininde *“%70’e varan İNDİRİM”* ve *“%30+ 2.üründe ekstra %50 indirim”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 02.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Fatih ilçesinde yer alan “Accort” isimli mağazanın vitrininde *“%70’e varan İNDİRİM*” ve *“%30+ 2.üründe ekstra %50 indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan incelemelerde hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunun açık olmaması sebebiyle tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle firma tarafından kabul edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18/1-2, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cemre Giyim 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.

**91)**

**Dosya No: 2017/2900**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağaza vitrininde yer alan panolarda; “*Up To %70 Sale*”” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 03.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde “*Up To %70 Sale*” *…%70’e varan indirim”* şeklinde ifadelere yer verildiğinin anlaşıldığı,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan, her ne kadar zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmasa da, firmanızca tarafımıza sunulan görsellerde vitrinde yer aldığını iddia ettiğiniz pleksilerde indirimin başlangıç bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünlerde geçerli olduğu detayının yazdığı ifade edilse de anılan pleksilerdeki yazıların okunamayacak kadar küçük olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 19/5, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Polo Giyim 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.

**92)**

**Dosya No: 2017/2912**

**Şikayet Edilen: ZA Giyim İthalat İhracat ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı yazı ile “*İNDİRİM*” ifadeleri ile kapı girişinde ufak bir panoda *“%70’e varan indirim*”şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir..

**Değerlendirme/Karar:** 03.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde kırmızı yazı ile “*İNDİRİM*” ifadeleri ile kapı girişinde ufak bir panoda *“%70’e varan indirim*”şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği,

Bir diğer taraftan her ne kadar zabıta tutanaklarında böyle bir görsele rastlanmasa da, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan görsellerde vitrinde yer aldığı iddia edilen afişlerde indirimin başlangıç bitiş tarihlerinin *" 29.06.2017-30.09.2017*" olduğu ifade edilse de tutanaklara istinaden bahsi geçen mağaza vitrin görsellerinde böyle bir afişin asılı olmadığı, bir an için asılı olsa dahi söz konusu afişte yer alan bilgilerin ve mağaza girişindeki pleksilerdeki yazıların okunamayacak kadar küçük olduğu,

Yine anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan ve mağaza vitrininde asılı olduğu iddia edilen "*seçili ürünlerde %70'e varan*" ibareleri kırmızı yuvarlak fonlu afişlere Zabıta tutanaklarında rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 19/5, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**93)**

**Dosya No: 2017/2914**

**Şikayet Edilen: Venn Giyim San. ve Tic. Ltd. Şti. (Tuğba Giyim)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Fatih ilçesinde faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Fatih ilçesinde faaliyet gösteren “Tuğba Giyim” isimli mağazanın vitrininde kırmızı panolarda “*NET %50 indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 01.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Fatih ilçesinde faaliyet gösteren “Tuğba Giyim” isimli mağazanın vitrininde kırmızı panolarda “*NET %50 indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Diğer taraftan *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde BELİRTİLMESİ GEREKEN indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği hususu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18/1-2, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**94)**

**Dosya No: 2017/2918**

**Şikayet Edilen: Abt Adnan Bulak Tekstil Temsilcilik Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren “Gebe” isimli mağazanın vitrininde kırmızı yazılarla *“%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 31.07.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren “Gebe” isimli mağazanın vitrininde kırmızı yazılarla *“%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu,

Bununla beraber, *“…(2) İndirimli satış reklamlarında, hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği veya ne kadar indirim uygulanacağı hususlarında anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez…”* hükmüne istinaden; mağaza vitrininde yer alan *“%50’ye varan indirim*” bilgisi dışında “yeni sezon ürünlerin indirime dahil olmadığı” şeklinde herhangi bir istisnai bilgiye rastlanmadığı gibi, mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu, bu tür koşulların mağaza dış vitrin afişlerinde yer alan ana vaadin istisnası olarak; aynı reklamda “alt yazı, durağan yazı veya dipnot” olarak belirtilmesi gerektiği,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Abt Adnan Bulak Tekstil Temsilcilik Tic. ve San. 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: 2017/2919**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren “Boyner” isimli mağazanın vitrininde kırmızı panolarda *“Büyük Boyner İndirimi”* ile *“%50’ye varan indirim”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 01.08.2017 tarihinde, İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Cevahir AVM’de faaliyet gösteren “Boyner” isimli mağazanın vitrininde kırmızı panolarda “*Büyük Boyner İndirimi”* ile *%50’ye varan indirim*” şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla beraber, mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden, hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu, nitekim “*Büyük Boyner indirimi*” denildiğinde kastedilen içeriğin, anılan firma beyanının aksine, ortalama tüketiciden beklenemeyeceği,

Diğer taraftan, *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gereken indiriminn başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, bu sebeple de *“detaylı bilgi kasa ve müşteri ilişkilerinde”* şeklinde ifadelere yer verilen afişlere ilişkin olarak indirimlerle ilgili detaylı bilgilerin kasalarda verildiğine ilişkin uygulamanın kabul edilemeyeceği,

Bir diğer taraftan, anılan firma tarafından Bakanlığımıza sunulan radyo reklamlarında; *“Büyük Boyner indirimiyle haydi sen de Boynerle. Tüm ürünlerde %50’ye varan indirim Boyner ve YKM’de. Üstelik Axcess ve Card Finansa özel 9 taksitle… ”* ifadesinin kullanılmasına rağmen tüm ürünlerde indirim uygulanmadığı, radyo reklamlarında hangi ürünlerde indirim yapıldığına dair istisnalara yer verilmediği ve başlangıç-bitiş tarihlerinden bahsedilmediği, anılan bilgilere reklamda yer verilememesi halinde uygulanması gereken mevzuat hükmünde yer alan “…*(3) Radyo reklamları, cep telefonlarına gönderilen kısa mesajlar, bant reklam gibi niteliği gereği alt yazı veya dipnota yer verilmesi mümkün olmayan reklamlarda, ana vaadin eksiksiz bir şekilde verilmesi koşuluyla, tüketicilerin ayrıntılı bilgi alabileceği müşteri hizmetleri numaralarına veya internet sitesine yönlendirme yapılması yeterlidir…”* şeklinde düzenlenen hükme rağmen tüketicilerin ayrıntılı bilgi alabileceği müşteri hizmetleri numaralarına veya internet sitesine yönlendirme yapılmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13/1, 13/9, 14, 18, 28 ve 29/1, 29/2-b-c ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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