**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 13 Şubat 2018

**Toplantı Sayısı :** 269

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/1189**

**Şikayet Edilen: Neomobile Turkey İletişim ve Mobil Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*AVG uygulamasını indiren Vodafone’lulara 8GB hediye”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart-Nisan 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram mecrası üzerinden "VodafoneTR Sponsorlu" şeklinde Vodafone'un isim ve logosunu kullanarak üye işyeriniz tarafından "*AVG uygulamasını indiren Vodafonelulara 8GB hediye*" şeklinde ifadelere yer verildiği, dipnot kısmında ise; *" Bu hizmet sadece Vodafonelular için geçerlidir. Vodafone ile hiçbir kurumsal bağlantımız yoktur. Uygulumayı indirdikten sonra e-posta adresinizi girerek 8GB internet kazanma hakkına sahip olabilirsiniz. Başvuran e-posta adreslerinde biri seçilerek 8GB'lık internet hediye edilecektir. Her türlü sorunuz ve sorununuz için* [*avgvodafone@gmail.com*](mailto:avgvodafone@gmail.com) *adresine ulaşabilirsiniz."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bunun üzerine, tüketiciler AVG uygulamasını yükledikten sonra buz2mobile'e yönlendirildiği, kısa mesajla 3544'ten gelen şifre ve kullanıcı adının tüketiciler tarafından uygulamaya girilmesinin ardından *" En güzel uygulamalar ve oyunların servisi olan Buz2Mobile'den merhaba. En güncel içerikler ile sürekli güncel kalabilirsiniz, hemen şimdi başlayın. iptal bm yazıp 3544e göndererek iptal edileiblir. İçerikler sürekli yenilenmektedir. Servisler vergiler dahil 14.0/ Haftadır ve haftalık otomatik olarak yenilenecektir. Şimdiden size iyi eğlenceler dileriz. Ref No:MH: 08503046741"*  şeklinde kısa mesaj gönderildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketiciler AVG uygulamasını yükledikten sonra buz2mobile'e yönlendirildiği, 3544'ten gelen şifre ve kullanıcı adının tüketiciler tarafından uygulamaya girilmesinin ardından tüketicilere kısa mesaj gönderildiği, ancak vaat edilen 8GB internetin tüketicilerin hatlarına yüklenmediği, üstelik 14TL haftalık servis ücretinin tahsil edildiği, ardından tüketiciler tarafından kısa mesajda yer alan telefon numarası arandığında ise sadece para tahsilatının yapıldığı, para iadesinin yapılamayacağının söylendiği,

Böylece, "hediye" olarak vaat edilen; söz konusu reklamın ana vaadi 8GB internetin tüketicilere yüklenmediği, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüketicilerin normal şartlar altında üye olmayacağı buz2mobile.com'a 8GB internet için üyelik işlemini yaparak 14TL tutarında haftalık servis ücretinin tüketicilerden tahsil edildiği, tüketiciler tarafından söz konusu tutarın iadesi istendiğinde ise para iadesi yapılmayarak tüketicilerin mağdur edildiği, ayrıca "VodafoneTR Sponsorlu" şeklinde Vodafone'un isim ve logosu kullanarak firmanızca itibardan haksız yararlanıldığı, bu durum sayesinde haksız kazanç elde edildiği şeklinde 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, 7/5ç, 9,11, 13, 15, 18, 28, 30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Neomobile Turkey İletişim ve Mobil Ticaret 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.

**2)**

**Dosya No: 2017/4801**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Yılmaz Vural’ın hep beklediği telefon neden gelmedi***?”** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında dış ses olarak*; "Nasıl oldu da Yılmaz Vural bazı takımları hiç çalıştırmadı? Kim bilir belki de aradılar. Ama Yılmaz Hoca tanımadığı numaraları asla açmazdı. Peki ya upcall'u olsaydı?(...) İşte Yılmaz Hoca gerçeği bu. Onun tek eksiği upcalldu. Ooo büyüksün hocam. -Turkcell'liyseniz upcallu indirin, sizi arayanının kim olduğunu bilin. Sonra ister cevap verin ister vermeyin.*" ifadelerine yer verildiği, altyazıda; " *Bu filmde gördüğünüz herşey hayal ürünüdür. UpCall uygulamasından Turkcell aboneleri faydalanabilir. Uygulama üzerinden sizi arayanlarn ismini görebilmeniz için arayanın isminin Turkcell rehberde veya Rehberlik Hizmetleri Servisi A.Ş.'nin veritabanında kayıtlı olması gerekmektedir. Detaylar turkcell.com.tr'de*", durağan yazıda ise; "*İNDİRİN ARAYANI BİLİN! UpCall ÜCRETSİZ İNDİR*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "UpCall" tarafından verilen hizmet ile rakip firmanın tescilli markası olan "ArayanıBil" servis içeriklerinin birbirinden farklı olduğu, reklamı yapılan "Upcall" hizmetine ilişkin telefonun çalma esnasında kimin aradığını göstermesi maksadıyla "Arayanı Bilin" ifadesine yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda herhangi bir yanıltıcı unsurun bulunmadığı tespit edilmiş 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.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**3)**

**Dosya No: 2016/717**

**Şikayet Edilen: Ömer Faruk TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.habervaktim.com](http://www.habervaktim.com) adresli internet sitesinde 10.05.2016 tarihinde yayınlanan görünümünde yer alan *“Lipo magnet Gıda Takviyesi”* başlıklı yazı, 01.06.2016 tarihinde yayınlanan *“Lipomagnet eczanede varmı? Lipo magnet hangi eczanelerde var?”* başlıklı yazı, 08.06.2016 tarihinde yayınlanan *“Lipomagnet ne kadar kilo verdirir? Lipomagnet ne kadar kullanmak gerekir?”* başlıklı yazı ve 21.09.2016 tarihinde yayınlanan *“Kadınlarımız için lipo magnet tabletler resmi site”* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.habervaktim.com](http://www.habervaktim.com) adresli internet sitesinde 10.05.2016 tarihinde yayınlanan görünümünde yer alan *“Lipo magnet Gıda Takviyesi”*başlıklı yazıda:

*“Şu ana kadar bilinen her hangi bir yan etkisine rastlanmayan bu doğal içerikli ürün lipomagnet suda eriyen efervesan tablettir.*

*Düzenli kullanıldığında kilo vermeye yardımcı olur. Yağ yakıcı etkisiyle bu ürün eriyen özel formülü kilo vermenize yardımcı olur. 15 yaşından küçükler kullanamaz. yeni ürün emziren ve hamile bayanların kullanılması tavsiye edilmez Bay ve bayan kullanımına uygun olan bu ürün suda eriyen özel formülü kilo vermenize yardımcı olur Kilo verme alternatifleri arasında kabul edilen bu ürün sabah ve akşam olmak üzere günde iki kere kullanılması tavsiye edilmektedir. Sağlığınızı düşünüyorsanız bu ürünü her hangi bir sağlık problemi yaşamadan kullanarak sağlık bir biçimde kilo verebilirsiniz. Yağ yakıcı formülü ile suda eriterek bu doğal ürün sabah ve akşam olmak üzere günde iki kere kullanarak istenilen kiloya kavuşabilirsiniz. Kilo verme noktasında önemli etkiye sahip olan lipomagnet bölgesel zayıflama konusunda etkileri anlaşılabilmektedir. Ürünü kutu üstündeki kullanım talimatlarına uygun olarak muhafaza edilmelidir.*

*Kilo vermeye yardımcı bu ürün lipomagnet düzenli kullanım sonrası etkisinin kısa bir süre içerisinde fark edeceksiniz. Yağ yakma etkisinin yanı sıra suda çözünebilen yapısıyla suda eritilerek kullanılır. Kadınların ve erkeklerin kullandığı bu ürünü bölgesel zayıflama konusunda etkileri kullanılanlar tarafından bilinmektedir. İçeriğinde kimyasal madde içermeyen lipo magnet bağırsakları düzenleyici etkiye sahiptir*

*Bölgesel zayıflama konusunda oldukça etkili bir ürün lipomagnet bağırsakların düzenleyici etkiye sahip bu ürün suda eritilerek kullanılıyor. Kişiler için kana karışmayan yapısı ile yediğiniz besinlerdeki yağların bağırsaklar yardımı ile kilo vücuttan atılmasını sağlar. Sizinde fazla kilo problemleriniz varsa günümüzün en favori ürünlerindendir.*

*Metabolizmanın çalışmasını düzenlediğinden ve yağ yakımını hızlandır kilo aya yardımcı olur.. olan bu ürün sağlık problemi yaşamadan kilo vermenize yardımcı olan bölgesel incelmede sağlar. Sizde bu ürünü ve sadece 20 gün kullanarak kilo verici etkisinden faydalanabilirsiniz. Sizin kilo problemi yaşayan bu ürün sayesinde fazla kilolarınızdan kısa süre içerisinde kurtulmanız sağlar ıza kalıcı olarak veda edebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği ve yazının içerisinde geçen “*lipo magnet*” linki ile ürünün satışının yapıldığı <http://orjinal-lipomagnet.com> adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı,

01.06.2016 tarihinde yayınlanan *“Lipomagnet eczanede varmı? Lipo magnet hangi eczanelerde var?”* başlıklı yazıda;

*“Lipomagnet eczanede varmı? Lipo magnet hangi eczanelerde var? Dünya genelinde pek çok ünlü tarafından fazla kilolarından kurtulmak veya formlarını korumak amacıyla kullandığı Lipo Magnet, benzersiz bir formüle sahip.*

*Son derece etkili olmakla birlikte, çok kolay uygulanan bir kilo verme yöntemi olarak benzersiz olan lipo Magnet, ülkemizde de her geçen gün daha fazla kullanıcı tarafından tercih edilen bir ürün. Tamamen doğal bir formülle geliştirilmiş olan ürün, suda eriyen tablet şeklinde hazırlanarak, her gün bir tane olmak üzere kullanılmasına paralel olarak, kısa bir süre içerisinde zayıflamanızı sağlıyor.*

*Tabletin kullanımı sırasında, besin alışkanlıklarınızda herhangi bir değişiklik yapmak, herhangi bir diyet programı uygulamak veya herhangi bir egzersiz programına uymak zorunda kalmadan, eşsiz bir şekilde zayıflayabiliyorsunuz. Gündelik yaşamınızda bir değişiklik yapmak zorunda kalmadan zayıflamanızı sağlayan Lipo magnet’ i ideal kilonuza ulaştığınız zaman kullanmaya devam ederek, formunuzu ve ideal kilonuzu korumaya devam edebilirsiniz. Ülkemiz gibi pek çok ülkenin ilgili sağlık kurulları tarafından onaylanmış olan lipo magnet eczane ve resmi satış sitesi dışında herhangi bir yerden satın alamayacağınız bir üründür.*

*Lipo magnet’ i kullanan kişilerin, kullanım deneyimleriyle ilgili detaylı bilgi bulabileceğiniz web platformumuz, aynı zamanda güvenli ödeme altyapısıyla, orijinal Lipo magnet ürünlerinin siparişini verebileceğiniz bir şekilde tasarlanmıştır. Lipo magnet’ i satın alabileceğiniz tüm yetkilendirilmiş eczanelerin bir listesini bulabileceğiniz lipo magnet hangi eczane kategorisi aracılığıyla, size en yakın satışa yetkili eczaneyi de öğrenebileceğiniz web platformumuz, aynı zamanda ürünle ilgili merak ettiğiniz her konuda detaylı bilgi bulabileceğiniz bir şekilde hazırlanmıştır.*

*Benzersiz özellikleriyle, bilimin sunduğu en son mucize olan Lipo Magnet, kısa bir süre içerisinde sadece her gün bir tableti suda eriterek içmek suretiyle kullanıldığında, fazla kilolarınızdan hızla kurtulmanızı sağlıyor. Tamamen doğal ürünlerden oluşan formülüyle, herhangi bir yan etkisi de bulunmayan ürün, dünya genelinde çok yoğun bir taleple karşı karşıya kalmış durumda. Sürekli artmaya devam eden kullanıcı kitlesiyle, obezite ve fazla kilolar konusunda sürdürülen mücadelede bir devrim yaratan bu eşsiz ilaca, sadece eczaneler ve resmi satış sitesi üzerinden ulaşabilirsiniz.*

*Tüm orijinal Lipo Magnet ürünlerinin üzerlerinde bulunan hologramlarda ki kodları, aynı zamanda resmi satış web sitesi olan platformumuzda test ederek, aldığınız ürünün orijinal olup olmadığını kolaylıkla öğrenebilirsiniz. Satın aldığınız tüm Lipo Magnet ürünlerinin, orjinalliğini platformumuz aracılığıyla test etmenizi öneriyoruz.”* ifadelerine yer verildiği ve yazının içerisinde geçen “*lipo magnet*” linki ile ürünün satışının yapıldığı <https://orjinallipomagnet.com/> adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığının görüldüğü,

08.06.2016 tarihinde yayınlanan *“Lipomagnet ne kadar kilo verdirir? Lipomagnet ne kadar kullanmak gerekir?”* başlıklı yazıda;

*“Lipomagnet ne kadar kilo verdirir? Lipomagnet ne kadar kullanmak gerekir?*

*Fazla kilolar modern yüzyılda sadece bayanlar için telaşlandırıcı bir durum olmaktan çıkarak erkekler içinde fazlasıyla ciddi bir problem haline geldi.*

*Fazla kilolar modern yüzyılda sadece bayanlar için telaşlandırıcı bir durum olmaktan çıkarak erkekler içinde fazlasıyla ciddi bir problem haline geldi. Özellikle son dönemlerde dünya genelinde fazla kilo problemi çok yüksek sayıdaki kişide görülüyor. Bu durumda günümüzde diyet, zayıflama ürünleri, sağlıklı yaşam ve spor gibi olguların özellikle bahar aylarının gelmesiyle birlikte fazlasıyla gündeme gelmesine yol açıyor. Bu noktada son dönemlere damga vuran ve sadece Türkiye’de de değil yurtdışında da oldukça popüler hale gelen lipomagnet zayıflama ürünü insanların çok kısa süreler içerisinde tamamen sağlıklı şekilde fazla kilolardan kurtularak, formda bir vücuda sahip olabilmelerine yardımcı oluyor.*

*Günümüzde lipomagnet zayıflama ürününün bu denli popüler bir hale gelmesinin en önemli nedeni elbette ki milyonlarca kişi tarafından tanınan dünyaca ünlü isimlerin formda vücutlarını kazanabilmek için düzenli olarak bu zayıflama ürününü kullandıklarını dile getirmeleri ve özellikle görsel içeriklerle sosyal medya hesaplarından paylaşmaları oldukça etkili olmuştur. Bunun dışında son derece ekonomik fiyata sahip olması sayesinde her kesimden kişi tarafından kullanılan lipo magnet zayıflama ürününe ilişkin olarak kullanıcıların sosyal medya ağlarında kullanım deneyim ve sonuçlarını paylaşıyor olmaları bu ürünü kullanmak isteyenlerin doğrudan kullanan kişilerin deneyimlerini görebilmelerini sağlıyor ki böylelikle lipomagnet zayıflama ürününün kullanımı gönül rahatlığıyla gerçekleştirilebiliyor.*

*Lipomagnet zayıflama ürünü tamamen doğal içeriğe sahip olan bir besin takviyesi olması sayesinde piyasada yer alan diğer tüm zayıflama ilaçlarından farklı olduğu gibi doğal içeriğinin yanı sıra çok kısa süreler içerisinde etkili sonuçlar vermesinden dolayı son derece yoğun ve sık bir şekilde kullanılıyor. Günümüz modern çağında son derece yoğun ve sık bir şekilde kullanılan lipo magnet zayıflama ürünü özellikle ekranlardan yıllardır tanınan ve fazla kilolar ile uğraşan isimlerin bu ürünü kullanmaya başladıktan sonra çok kısa bir süre içerisinde formda bir vücuda sahip olması da lipo magnet zayıflama ürünün ne kadar kilo vermeye yardımcı olduğunu gözler önüne seriyor.*

*Son dönemlerde oldukça popüler hale gelen ve dünyaca ünlü isimler tarafından kullanılan bir zayıflama ürünü olması lipo magnet zayıflama ürününün çok pahalı ve herkes tarafından erişilemeyecek fiyatta bir ürün olduğu yönünde bir algı oluşmasına neden oluyor. Ancak lipo magnet ne kadar diye bir internet araştırması ile ürünün her kesimden kişiye hitap edecek ve kesinlikle bütçeyi sarsmadan satın alınabilecek bir zayıflama ürünü olduğu anlaşılabiliyor. Günümüzde internet üzerinden resmi web satış portalı aracılığıyla veya Türkiye genelinde lipo magnet zayıflama ürününü satan eczaneler aracılığıyla son derece güvenli bir şekilde satın alabilme imkanı bulunuyor.*

*Ürün hakkında tüm merak ettikleriniz için: https://orjinallipomagnet.com/lipo-magnet-nasil-kullanilir/”* ifadelerine yer verildiği ve yazının içerisinde geçen <https://orjinallipomagnet.com/lipo-magnet-nasil-kullanilir/> linki ile ürünün satışının yapıldığı <https://orjinallipomagnet.com/> adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığının görüldüğü,

21.09.2016 tarihinde yayınlanan*“Kadınlarımız için lipo magnet tabletler resmi site”*başlıklı yazıda;

“*Kilo sorunlarının çözümünde kullanılabilecek diğer ürünlerin aksine lipo magnet uzun süreli olarak insan hayatında değişimler yaratabilecek noktalarda çok olumlu sonuçlar yaratabilecek kilo verdiricidir!*

*Kilo sorunlarının çözümünde kullanılabilecek diğer ürünlerin aksine lipo magnet uzun süreli olarak insan hayatında değişimler yaratabilecek noktalarda çok olumlu sonuçlar yaratabilecek kilo verdiricidir! Son yıllarda lipo magnet ürünlerinin bu denli önem arz etmesinin web siteleri üzerinden takibi çok kolay yapılabilmektedir! Ünlüler tarafından kullanılan diğer ürünlerin dışında lipo magnet belirli bir seviyede kilolarıyla ön planda olan kişilerin kullanabileceği çok özel ürün olarak bilinmekte ve sizleri etkileyebilecektir.*

*Kilo verme noktasında işe yarar olan lipo magnet ile alakalı bilimsel adımların atılabilmesi noktasında lipo magnetin işe yarar ve göstergeler noktasında başarılı adımların atılabilmesi çok olasıdır! Kadınlar ve erkekler için çok olumlu sonuçlar yaratabilmesi sebebiyle lipo magnet kesin olarak işe yarar görülmekte ve insan hayatında sizleri mutlak sürede olumlu etkileyecektir! Başarılı ve insan hayatında gerçektende hayati öneme sahip değişimleri oldukça fazla etkilediği için insanlar lipo magnet kullanıyor.*

*Son yıllarda lipo magnet kullanımı*

*Kadınların gözünde çok olumlu karşılıklar yarattığı için lipomagnet bilinen diğer ürünlerin çok ilerisinde ve hayatınızda kilolardan kurtulmayı sağladığı için insan hayatında değişimleri çok olumlu yönleriyle etkilemektedir! Birçok kişi için kilo vermeyi sağladığı için lipo magnet hayati öneme sahip bir tablet olarak görülmektedir! Bizler için çok özel ve kullanım alanında hızla kullanılabilecek diğer ürünlerin çok ilerisinde bir duruma ulaştığı için lipo magnet başarısını çok uzun süreli olarak insan hayatında etkili biçimde gösterebilmektedir!*

*Diğer başarılı ürünlerin aksine lipo magnet web üzerinden harikalar yaratabilmekte ve etkin biçimde kadınların ve erkeklerin hayatında değişimleri çok uzun süreli olarak gösterebilmektedir! Bizler için lipo magnet kullanımı tablet şeklikde ve 10 günlük kullanımlarla birlikte sizleri mutlu edebilecek kapasitede insan hayatında çok uzun süreli olarak görülmektedir! Birçok kişi için bilimsel ve hayati öneme sahip olan lipo magnet ile alakalı yorumların takip edilebilir olmasını da lipo magnet ürünleri çok iyi sağlamaktadır!*

*Kilo vermeye yardımcı yağ mıknatısı!*

*Etkili biçimde insan hayatında kilo verme yollarını arayan kişilerin hayatında büyük değişimler yarattığı için lipo magnet ürünleri birçok kişi için uzun süreli bir biçimde kilo veermeye yarayan kadınlarla erkeklerin kolay yoldan kilo vermesini sağladığı için lipo magnet büyük bir ilgi görmektedir! Bizler için harikalar yarattığı noktalarda lipo magnet uzun süreli olarak insan hayatında değişimler gösterebilmektedir! Bizim için üst seviyelerde bir karşılık yarattığı noktalarda gerçektende kilo vermek lipo magnet ile mümkün görülüyor.”* ifadelerine yer verildiği ve yazının içerisinde geçen “*lipo magnet*” linki ile ürünün satışının yapıldığı <http://www.lipomagnet.gen.tr/> adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu yazılar ile toplumun aydınlatılma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “*Lipo Magnet”* ürünü ile ilgili övücü ve talep yaratıcı birçok ifadeye yer verildiği, ürünün ticari olarak satışını yapan internet sitelerine açık yönlendirmeler yapıldığı, yazıda geçen ifadelerin Yönetmelik’te belirtilen abartısız ve orantılı olma, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde mal veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının teşvik edilmemesi ölçülerini aştığı, dolayısıyla *“Lipo Magnet*” adlı ürünün ve <http://orjinal-lipomagnet.com>, <https://orjinallipomagnet.com/> ve http://www.lipomagnet.gen.tr/ adresli internet sitelerinin örtülü reklamının yapıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu yazıların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 inci ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Ömer Faruk TUFAN** hakkında, inceleme konusu yazılara ilişkin olarak, örtülü reklam yönüyle **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2017/2006**

**Şikayet Edilen Reklam:** “4 Eylül TV” logolu televizyon kanalında 01.05.2017 tarihinde yayınlanan *“Gizli İlimler Penceresi”* adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: “**4 Eylül TV” logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Gizli İlimler Penceresi”* adlı programın 01.05.2017 tarihli bölümünde, Osman ÖZDEMİR adlı şahsın programa konuk olarak katıldığı; program sunucusu Gökhan GÜZEL tarafından adı geçen şahsın *“Hemen şimdi ekran başında izleyenlerimiz sizi görünce telefona sarılmışlar. Hoca ekranda deseler, telefona sarılır hocamıza sorarız diyorlar.”* şeklindeki ifadeler ile tanıtıldığı;

İnceleme konusu yayın esnasında, program konuğu ile çok sayıda izleyici arasında yapılan telefon görüşmelerinde; *“(…)Ben eşim için ve oğlum için aramıştım. Oğlum için, anne adı Hürriyet, oğlumun adı da Bilal Umut (…)”; “Sağlık için mi arıyorsunuz? (…)Kaç yaşında çocuğunuz?”, “Dört”, “Bu çocuğumuzun fazla bir şeyi yok, konuşmayla ilgili durumu nasıl?”; “İyi hocam, iyi ama yaşına göre gelişmesi yok, ne boy almış…”; “Çocuğumuzun kemiklerle ilgili, fiziği ile ilgili sorunu var. Bir de bunun sol kulağında sorun var. Sol kulağında sürekli iltihap ve ağrıları oluyor.”; “Peki ne yapmam lazım?”; “Kulağı için elma suyunu damlatacağız, ikincisi yemeği için eksik olanları, mesela kalsiyum için yoğurt yedir(…)”; “Yediriyorum ama iştahı yok(…)”; “Sen ne yap biliyor musun? Kur’an okumasını biliyor musun?”; “Evet, biliyorum hocam”; “İbrahim Suresi’nin birinci ve yedinci ayetine kadar oku(…) suya okuyacaksın, çocuğa içireceksin.”; ““Ben çocuğum olmuyor da onun için baktıracaktım.”, (…)İsimleri alalım inşallah(…)”; “Türkan oğlu Emre, Nafiye kızı Semra”; “Kaç yıllık evlisiniz?”; “21 ay oldu.”; “Tıbba göre sorun sizde görünüyor.”; “Evet, doğru Hocam,”; “Siz de sperm hücresi eksik, bir de sağ tarafınızda varikosel var. Orada damarın sarkması nedeniyle spermin hücre sayısı düşük oluyor.”; “Yardımcı olalım.”; “Yardımcı…ancak bir de irtibat numaramız var, oraya ancak tekrar isimleri yazdırıyorsunuz, bunun hem biyo enerji hem de bazı karışımları veriyoruz, inşallah hayırlı sonuçları alırsınız.”; “Şimdi Avrupa’dasınız. Buna bir şekilde Cin Suresi’ni göndersek, cin mektubunu, size ulaşabilir galiba.” Biz Avrupa’ya kargo gönderemiyoruz. Burada yakınlarınız var mı(…)Arasınlar kanalımızı, istesinler, sizlere de ulaştırsınlar.”; “Var orada irtibat numaralarımız, televizyondan numarayı mı alamadın? Alternatifimiz Osman Özdemir sayfasında var, oradan ulaşabilirler.”* gibi pek çok ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “4 Eylül TV” logolu televizyon kanalında yayınlanan “*Gizli İlimler Penceresi*” adlı programın 01.05.2017 tarihli bölümünde, Osman ÖZDEMİR adlı şahsın programa konuk olarak katıldığı;

İnceleme konusu yayın esnasında, program konuğu ile çok sayıda izleyici arasında yapılan telefon görüşmelerinde ve programa mesaj göndererek katılan tüketicilere, şikayetçi olduğu rahatsızlıklara ilişkin olarak, tedavi edici olduğunu belirttiği çözümler önerdiği;

Buna göre, inceleme konusu program içerisinde, Osman ÖZDEMİR adlı program konuğunun, hastalıkları tedavi ettiği izlenimi uyandırılarak, kendisine nasıl ulaşılabileceği konusunda yönlendirme yapılmak suretiyle, anılan şahsa yönelik övgü içeren ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği; böylelikle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkıldığı; dolayısıyla, adı geçen şahsın örtülü reklamının yapıldığı;

Bu nedenle anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Onat Medya Radyo ve Televizyon Yay. A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL(Onikibinyetmiş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**5)**

**Dosya No: 2017/3116**

**Şikayet Edilen: Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Evin TV” logolu televizyon kanalında 12.05.2017 tarihinde (05:20) yayınlanan *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Evin TV*”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik olarak *“vücudunun herhangi bir yerinde ağrı olabilir. Bu ürün sayesinde 15 dakika öyle 5 saniye 6 saniyede değil, 5 saniyede 6 saniyede ağrı mı gider yahu kimi kandırıyorsunuz", ".. Şok olmaya devam ediyorsunuz. 15 dakikada ağrıya son diyoruz, inanmıyorsunuz. Bakın komşusundan görenler arasın, inanmayanlar aramasın... Özellikle lafım merdiven altı üreticilere, çakmacılara...Öyle 10 tane krem verenlere lafımdır. Bakın bu kadar insanı kandıramazsınız.... Kireçlenme olanlar, boyun fıtığı olanlar, belinde fıtık olanlar, romatizması azanlar, ağrıdan sızıdan yatamayanlar, vücudunun herhangi bir yerinde ağrı olabilir. Bu ürün sayesinde 15 dakika diyorum bakın 15 dakika..."” “1 alana 1 bedava "”Kargo dahil 59 TL"”“0212 975 02 50”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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: 2017/3117**

**Şikayet Edilen: Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “One Damla TV*”* logolu televizyon kanalında 13.05.2017 tarihinde (08:09) yayınlanan “*Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “One Damla TV*”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik olarak *“......elime sürdü nefesimi de açtı...rahatladım yani..",".....benim dizlerim ağrıyordu. Bir de boyun kısmım ağrıyordu. Ama şimdi Allah'a şükür bir şey yok...gayet iyiyim , rahatım yani...","....sizin bu kreminizden ben daha iyi oldum, çok iyi oldum. Boynum, kolum, bacaklarım her tarafım ağrıyordu....televizyonda gördüm....kullandım iyi geldi ,komşularıma da söyledim...","....ben cebimde bile taşıyorum. Ben cebimden çıkartmam bile....Boynum ağrıyor, kireçleniyor mesela. Sürüyorum, sürdüğüm 3 dakikada bakıyorum değişik bir şey rahatlık hissediyorum...nereye sürsem 3 dakika..."," ....işte belli bir yaştan sonra o romatizma ağrıları, siyatik ağrıları, bel ağrıları, sırt, bacak ağrılarına hakikaten ihtiyaç duyuluyor. Bu da muhteşem bir ürün.."," Ellerimde, sırtımda ağrılarım vardı.....Ben asa ile geziyordum. Şimdi asayı filan attım. Merdivenleri çıkıyorum şimdi.", Krem gençliğini verdi sana yani....dirildin yani. Kremin mucizesine bakar mısınız. Amcam dirildi kremden sonra...","....kendim zaten kalp hastasıyım, by pass ameliyatım var. Ben kullanıyorum.","....ağrım sızım vardı. Ben bu ilaçları kullanalı çok iyi geliyor bana. …. Bu yağı sürekli 15 gün kullandım ve hiçbir şeyim kalmadı.", Fırsatı Kaçırmayın-59 TL-Kargo Bedava- 3000 Yıllık Mucize Krem-1 Alana 1 Bedava-Satış Rekoru Kırıyor" 0.212.975 01 88”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**7)**

**Dosya No: 2017/3146**

**Şikayet Edilen: Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Süper TV” logolu televizyon kanalında 28.05.2017 tarihinde (07:41) yayınlanan “*Çörek Otu ve Ardıç Yağlı Deva Kremi”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Süper TV” logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“(…) Bel fıtığı ağrısından daha çabuk şekilde kurtulun. Şu an ekranda görmüş olduğunuz deva kremi yeni bir kardeş yeni bir evlat. Evet deva kremi. .. Biz deva kreminin içerisini yeniledik. Bakın deva kreminin içerisini yeniledik çörek otu yağı koyduk. Durmadık ardıç yağı koyduk. Bugün ne yaptık? Bugün ilk defa Türkiye televizyonlarında tarihinde belki şu an ilk defa benim sesimden duyacağınız çınar yaprağı yağlı deva kremi geldi. Herkese yararlı olsun. Çünkü çınar yaprağı kremini neden ilave ettik dostlar? Bakın çörek otu yağı ölümden başka her derde deva. Evet ağrıdan beş dakikada kurtuluyorsun. Yanında ardıç yağını da ilave ettik. Ağrıdan beş dakikada kurtuluyordun. Şimdi çınar yaprağını da ilave ettik. Ne oldu? Bel fıtığı, ağrısından üç dakikada kurtulacaksın üç dakikada yıllardır merdivenleri çıkamıyorsun niye bacaklarında romatizma ağrısı var. Bacakların romatizmadan şişiyor. Bacakların romatizmadan dolayı üşüyor bunun bir çaresini bulamadığınız için. Bunun çaresi burda sadece ama sadece bu ekranlarda. Değerli kardeşlerim bakın burda deva kremini sürüyorsun. Beş dakikada masaj yaparak üç dakikadan sonra bakın son üç dakika içerisinde bacaklarında ki o ağrıdan üşütmeden sızlamadan kurtuluyorsun...", " Çörek Otu Yağı Ve Ardıç Yağlı Deva Kremi - 5 Kutu Alana 5 Kutu Bedava - Toplam 10 Adet 49TL kargo - yeni formül toplam 10 adet - romatizma kireçlenme eklem ağrısı bel ve boyun ağrısı - 0212 981 13 13”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**8)**

**Dosya No: 2017/3335**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Agi” logolu televizyon kanalında 10.01.2017 tarihinde (15:02) yayınlanan “*Jenex Kırışık Giderici”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Agi”*”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda “*Jenex Kırışık Giderici”* isimli ürünle alakalı *“Dünyanın gelmiş geçmiş en hızlı gençleştirici kremini sizinle tanıştıracak. Sadece 2 dakika da 35 yaş birden gençleşeceksiniz. Bu değişime sizler de hazır mısınız? Gördüklerinize inanamayacaksınız. İşte gerçek mucize başlıyor. İnanılmaz! Bu tam bir mucize. Ne görüyorsunuz? Sizce de inanılmaz değil mi? Sadece 1 dakika 6 saniyede hem de. … burda söylenmesi gereken bir gözü 3 yaşında diğer gözü 35 yaşında nerdeyse. Yüzyılın mucize ürünü artık Türkiye'de. Hemen bizi arayın, 2 dakika da 35 yaş gençleşin. Sadece bayanlar değil erkekler de bu ürüne aşık olacak. Yaşlanmaya son. Kötü görünen göz altı torbalarına son. Ameliyatsız, doğal, kesin çözüm. … Nasıl gençleşti gördünüz mü? Bu mucizeye siz de sahip olmak ister misiniz? Hemen bizi arayın. "Sipariş Hattı: 0212 975 00 45 , Şok fiyat 39.90 TL +9.90 kargo”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**9)**

**Dosya No: 2017/3336**

**Şikayet Edilen: Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “One Bal TV” logolu televizyon kanalında 31.03.2017 tarihinde muhtelif saatlerde yayınlanan “*Çörek Otu Kremi*” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “One Bal TV” logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *Çörek Otu Kremi* isimli ürünle alakalı *“Çörek otlu ardıç yağlı deva kremiyle giriyoruz, bakın değerli kardeşlerim ağrı kremimize. Baş ağrısı, migren ağrısı, sinüzit ağrısı, eklem ağrısı, boyun ağrısı bakın boyun fıtığı ağrısı, omuz ağrısı, adele ağrısı kas ağrısı en önemlisi de romatizma ağrıları bel ağrılarından .. tamamen bitkiseldir.. bunu kullandığınız andan itibaren dua edeceksiniz, diyeceksiniz ki Allah sizlerden razı olsun, "0212 981 13 11 telefon numarası 39.90+kargo "4 adet siz alıyorsunuz 4 adet de biz size gönderiyoruz çağrı merkezimizi arayın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, Ayrıca, *“.. bunu kullandığınız andan itibaren dua edeceksiniz, diyeceksiniz ki Allah sizlerden razı olsun,”* şeklindeki ifadelerle toplumumuzun dini hassasiyetinin istismar edilerek ticari çıkarlara alet edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**10)**

**Dosya No: 2017/3337**

**Şikayet Edilen: Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yurdum TV” ve “365” logolu televizyon kanallarında 01.04.2017-06.04.2017 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan “*Deva Krem-Rahatlatıcı Masaj Kremi*” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2017-06.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Yurdum TV” ve “365” logolu televizyon kanallarında yukarda belirtilen tarihlerde yayınlanan reklamda *Deva Krem-Rahatlatıcı Masaj Kremi* isimli ürünle alakalı *“...Hocam ben vakit kaybetmeden konuya girmek istiyorum … " Evet bir devamız var, derdi veren devayı da şüphesiz ki veriyor. Deva kremleri ile artık bundan sonra ekrem ağrıları, baş ağrıları, romatizmal ağrılar, migren ağrılarına kadar bütün ağrıları sızıları tamamiyle ortadan kaldıracak doğanın bir mucizesi, Yüce Yaradan'ın bize sunmuş olduğu bir güzelliği halkımızla bugün inşallah buluşturacağız..Deva kremleriyle astımdan bronşite kadar, eklem ağrılarından romatizmal ağrılara kadar baş ağrısına kadar ki çekenler bilir..Şimdi ben şunun garantisini vereceğim bugün burda. Deva kremini ağrıyan bölgenize uygulayacaksınız yani süreceksiniz kremdir. 5 dakikada eğer ki o ağrıyı kesmezse bakın fazla değil öyle aylarca kullanmanız gerekiyor demiyorum 5 dakika, 5 dakikada eğer o ağrıyan bölgeyi ağrıdan sızıdan kurtarmazsa ben bütün halkımdan özür dileyeceğim verdikleri parayı da kuruşu kuruşuna iade edeceğim hanım kızım..”,****0 212 981 13 51****10 kutu 39 TL deva krem rahatlatıcı masaj kremi”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bahse konu kozmetik ürünle ilgili bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, Ayrıca, *“Evet bir devamız var, derdi veren devayı da şüphesiz ki veriyor. Deva kremleri ile artık bundan sonra ekrem ağrıları, baş ağrıları, romatizmal ağrılar, migren ağrılarına kadar bütün ağrıları sızıları tamamiyle ortadan kaldıracak doğanın bir mucizesi, Yüce Yaradan'ın bize sunmuş olduğu bir güzelliği halkımızla bugün inşallah buluşturacağız..”* şeklindeki ifadelerle toplumumuzun dini hassasiyetinin istismar edilerek ticari çıkarlara alet edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu bu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4/h ve 10/12 nci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Girişimcilik Telealışveriş Reklam ve Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**11)**

**Dosya No: 2016/3523**

**Şikayet Edilen:** **Juen Pet Market**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.juenpetmarket.com](http://www.juenpetmarket.com) adresli internet sitesinde yer alan “*Apex Herbo Deri Ve Tüy Sağlığı Koruyucu Kedi Ve Köpek Spreyi ve Beaphar Bio Spot On Repels Fleas Köpek Pire Damlası”* isimli ürünlere yönelik yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.juenpetmarket.com](http://www.juenpetmarket.com) adresli sitenin 20.04.2017 tarihli görünümünde, *“Beaphar Bio Spot On Repels Fleas Köpek Pire Damlası”* isimli veteriner tıbbi ürün niteliğinde bulunan ürünün tanıtımının ve satışının yapıldığı, “*Apex Herbo Deri Ve Tüy Sağlığı Koruyucu Kedi Ve Köpek Spreyi*” isimli ürünün tanıtım ve satışının ise mevzuata aykırı olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.juenpetmarket.com](http://www.juenpetmarket.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Beaphar Bio Spot On Repels Fleas Köpek Pire Damlası”* isimli veteriner tıbbi ürün niteliğindeki ürünün mevzuata aykırı bir şekilde satışının ve tanıtımının yapıldığı;

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 **Juen Pet Market** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2017/532**

**Şikayet Edilen: Erzurum Araştırma Yayıncılık İnşaat Malzemeleri Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Şifa Bağı” isimli Youtube kanalında 2017 yılında yayınlanan *“Benisilin”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.youtube.com/watch?v=fKiDoLb5lNs> linkinde yayınlanan “*Benisilin”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Boynunda, sırtında, yüzünde ve hassas yerlerinde et beni olanlar, et beninin rahatsız edici görüntüsünden kurtulmak isteyip çare bulamayanlar, işte size müjde. Bunu buraya sürdüğünüzde inanın bakın 7 gün diyorum size, burda gelicez diyecez ki hocam kullandım, görecektir ki çok çok daha iyiye gidecek…Günde bir defa, iki defaya da çıkabilirsiniz, bundan üstüne damlatacak, bir iki damla damlatacak ve sonra bire düşüreceksiniz, şimdi şunu söylemekte fayda var değerli izleyicilerimize, evvelallah kaybolur gider…Benisilini ister evinizde ister işyerinizde uygulayın ve birkaç günde et benlerinizden kurtulun…Benisilinle ağrısız sızısız ve çok uygun bir maliyetle et benlerinden kurtulacaksınız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.youtube.com/watch?v=fKiDoLb5lNs> linkinde yayınlanan “Benisilin” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; mevzuata aykırı ifadelere verildiği,

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 ve tanıtımı yapılan ürüne ilişkin tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda, çeşitli televizyon programlarında genel sağlık konularına ilişkin olarak Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından verilen beyanların, reklamı yapılan kozmetik ürüne ilişkin olarak söylenildiği izlenimi yaratılarak, söz konusu kişilerin toplumda sağlamış olduğu itibardan haksız yararlanıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8, 11 inci, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Erzurum Araştırma Yayıncılık İnşaat Malzemeleri Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2017/1411**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Karadeniz Türk TV” isimli televizyon kanalında Ekim-Kasım-Aralık/2016 döneminde muhtelif gün ve saatlerde yayınlanan *“Ağrı Kremi (Çörekotlu Ardıç Yağlı Kremi)”* isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak “Tele-alışveriş” adı altında yayınlanan televizyon reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim-Kasım-Aralık/2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Karadeniz Türk TV” isimli televizyon kanalında Ekim-Kasım-Aralık/2016 döneminde muhtelif gün ve saatlerde yayınlanan *“Ağrı Kremi (Çörekotlu Ardıç Yağlı Kremi)”* isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak Tele-alışveriş adı altında yayınlanan televizyon reklamlarında; *“Ağrı Kremi (Çörekotlu Ardıç Yağlı Kremi) 8 Kutu. Romatizma, Bel Fıtığı, Kireçlenme, Baş Ağrısı. Sipariş hattı 0 212 709 50 01 Kargo Dahil 59.90 TL. Muhteşem kampanya bu fırsat kaçmaz 4 adet alana 4 adet bizden hediye toplam 8 kutu ağrı kremi sadece 59 TL. Şu anda Türkiye’de bütün tıp aleminin tavsiye ettiği Türkiye’de son zamanlarda en çok satan bitkisel ürünler arasında yer aldığı kanıtlanmıştır. ”* ve *“Değerli dostlar, Çörekotlu Ardıç Yağlı Deva Kremiyle…ağrı kremimizin baş ağrısı, migren ağrısı, sinüzüt ağrısı, eklem ağrısı, boyun ağrısı, bakın boyun fıtığı ağrısı, omuz ağrısı, adale ağrısı, kas ağrısı, en önemlisi romatizma ağrısı, bel ağrılarından beş dakika içerisinde etkisini gösteren, tamamen bitkiseldir. Kullandığınız andan itibaren dua edeceksiniz. Diyeceksiniz ki Allah sizlerden razı olsun…”*  şeklinde devam eden ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Karadeniz Türk TV” isimli televizyon kanalında Ekim-Kasım-Aralık/2016 döneminde muhtelif gün ve saatlerde yayınlanan *“Ağrı Kremi (Çörekotlu Ardıç Yağlı Kremi)”* isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak “Tele-alışveriş” adı altında yayınlanan televizyon reklamlarında mevzuata aykırı ifadelere yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda, “*Muhteşem kampanya bu fırsat kaçmaz 4 adet alana 4 adet bizden hediye toplam 8 kutu ağrı kremi sadece 59 TL.”* şeklinde ifadelere yer verilerek doğrudan satış reklamları ile ilgili olarak mevzuatta yer alan *“Bu tür reklamlarda; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilemez.”* hükmüne aykırı hareket edildiği,

Ayrıca, söz konusu tanıtımların; ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8, 26 ncı, 27 nci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dali Medya Hizmetleri San. İç. ve Dış. Tic. Ltd. Şti**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **11.625-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2017/1720**

**Şikayet Edilen: Arya İletişim Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**4 Eylül TV” isimli televizyon kanalında 01.05.2017 tarihinde yayınlanan “*İksir Krem*” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: “**4 Eylül TV” isimli televizyon kanalında 01.05.2017 tarihinde yayınlanan *“İksir Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ - Bugün inşallah sevgili hocamızla beraber mucizevi iksir ağrı kremini söylüyoruz ve söylemeye de devam edeceğiz. Ağrısı olan çok izleyicimiz var. Telefonla bağlanan, sms gönderen, mesaj gönderen, hocam benim belim ağrıyor, hocam bende bel fıtığı var, benim başım ağrıyor diyen izleyicilerimiz bize mesaj olatak gönderiyorlar. Bizler de onlara Osman Hocamıza ait olan mucizevi, Osman Hocamızın mucizevi iksir kremini tavsiye ediyoruz. Şimdi izleyenlerimiz bu ağrı kremini aldılar, ne yapacaklar?*

* *Ne mi yapacaklar? Ağıran ve eklemlerine vuran yel, bel fıtığı, boyun fıtığı, kireçlenme, damar sertliği dahil bu derilerdeki herhangi bir zedelenme varsa onu dail sürüp, kullanabilirler.*
* *Şimdi, ayağında ağrı varsa, bacağında bir ağrı varsa, kolunda bir ağrı varsa veya vücudunun herhangi bir yerinde bir ağrı varsa…*
* *Bedenin kombinesine bir faydası var, yeme içme hariç…*
* *Başımız ağrıyorsa…*
* *Sinüzit, migren, bunların hepsine…sinüzit, migrende zaten şu vardır, derinin kasıldığı an, damarların kasıldığı andır. Onu sürdüğü zaman zaten rahatlama, genişleme, bir de serinleme oluyor.*

*(…)*

* *O zaman şunu diyebiliriz. Ekran başında, ağrısı olan tüm izleyenlerimiz, eklem ağrısı, boyun ağrısı, bel fıtığı ağrısı, boyun fıtığı, yel ağrısı, baş ağrısı, bacağınızda dirseklerinizde, vücudunuzun herhangi bir yerinde ağrı varsa Osman Hocamızın mucizevi iksir kremini değerli izleyenlerimize gönderiyoruz. (…)”* şeklindeifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “4 Eylül TV” isimli televizyon kanalında 01.05.2017 tarihinde yayınlanan *“İksir Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda mevzuata aykırı ifadelere yer verildiği,

Ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve tanıtımı yapılan kozmetik ürünün bel fıtığı, boyun fıtığı, damar sertliği, migren, sinüzit gibi hastalıklardan kaynaklanan ağrıları tedavi edeceğine dair endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan söz konusu tanıtımların; ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda hediye olarak verileceği vaat edilen ürünlerin gerçek piyasa değerlerinin belirtilmediği ve bu durumun Yönetmeliğin “Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar” başlıklı 15 inci maddesinde yer alan *“(1) Mal veya hizmetlere yönelik çekiliş, yarışma ve promosyon gibi pazarlama tekniklerini kullanmak suretiyle yapılan reklamlarda aşağıdaki hususlara uyulması zorunludur: (…)b) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca promosyon olarak hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa, hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı, gerçek piyasa değeri ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresi açıklanır.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Açıklanan gerekçeler ile inceleme konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 15 inci, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Arya İletişim Bilişim Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2017/2369**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Molfix”* markalı bebek bezi ürününe yönelik muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Molfix-En yakın rakibine göre 7 kata kadar kuruluk”* başlıklı televizyon reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Molfix”* markalı bebek bezi ürününe yönelik muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Molfix-En yakın rakibine göre 7 kata kadar kuruluk”* başlıklı televizyon reklamlarında; *“Mutlulukla uyusun diye Molfix bir değil iki katlı emici tanecik ve bir değil ikinci kata da yeşil emici bölge sayesinde sıvıyı hızla emerek hapseder, böylece en yakın rakibine göre 7 kata kadar daha fazla kuruluk sağlar”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Molfix”* markalı bebek bezi ürününe yönelik muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda yer alan “en yakın rakip” ifadesine ilişkin olarak, bağımsız araştırma kuruluşu tarafından yapılan pazar payı satış verilerinin sunulduğu, ancak inceleme konusu reklamlarda yer alan alt yazıda söz konusu iddianın *“bağımsız araştırma kuruluşunda en yakın rakibe karşı yapılan teste göre”* ibaresine yer verilmekle beraber en yakın rakibin ‘pazar payı satış verilerine’ göre tespit edildiği bilgisine yer verilmediği,

Diğer taraftan *“en yakın rakibine göre 7 kata kadar daha fazla kuruluk sağlar”* ifadesinin ispatına ilişkin olarak, pazar payı araştırma sonuçlarına göre tanıtımı yapılan ürünün bir üst ve bir alt sırasında yer alan ürünler ile yapılan test sonuçlarının sunulduğu, ancak *“en yakın rakibine göre 7 kata kadar daha fazla kuruluk sağlar”* ifadesi ile tanıtımı yapılan ürünün kuruluk sağlamada piyasada bulunan en iyi üründen daha iyi olduğu algısı yaratılmasına rağmen, pazar payı araştırması sonucuna göre birinci olan ürünle yapılan test sonuçlarının sunulmadığı,

Bu nedenle söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu ve 28/1, 28/2 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **Hayat Kimya San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2017/3683**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fa Fresh Pulse” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan *“Fa Men’den Yeni Fresh Pulse”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanıza ait “Fa Fresh Pulse” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan *“Fa Men’den Yeni Fresh Pulse”* başlıklı reklam filminde *“Anti-bakteriyel Etki”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Fa Fresh Pulse” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan *“Fa Men’den Yeni Fresh Pulse”* başlıklı reklam filminde *“Anti-bakteriyel Etki”* ifadesine yer verilmekle beraber ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bu nedenle söz konusu reklam filminin,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 10 uncu maddesi,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8, 26 ncı, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**17)**

**Dosya No: 2017/3684**

**Şikayet Edilen: L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Garnier Mineral” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Yeni Garnier Mineral. Temizliğin Nefes Aldıran Ferahlığı”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Garnier Mineral” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Yeni Garnier Mineral. Temizliğin Nefes Aldıran Ferahlığı”* başlıklı reklamlarda *“Doğal ıslaklık emici mineral. 5 kat daha emici.\* (\*Talk pudraya göre 5 kat daha emici)”* ifadelerine tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Garnier Mineral” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Yeni Garnier Mineral. Temizliğin Nefes Aldıran Ferahlığı”* başlıklı reklamlarda *“Doğal ıslaklık emici mineral. 5 kat daha emici.\* (\*Talk pudraya göre 5 kat daha emici)”* ifadelerine yer verilmesine rağmen, “*Talk pudraya göre 5 kat daha emici”* iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan laboratuvar sonuçlarının, tanıtımı yapılan ürünün içeriğinde bulunan perlit mineralinin ıslaklığı emiciliği yönüyle, 3 ayrı talk etken maddesi ile karşılaştırılmasını içerdiği, buna karşılık reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün, talk pudrasından 5 kat daha emici olduğuna yönelik bir çalışmanın sunulan sonuçlar arasında yer almadığı, bu nedenle inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “*Talk pudraya göre 5 kat daha emici”* iddiasına ilişkin olarak sunulan raporların söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**18)**

**Dosya No: 2017/1289**

**Şikayet Edilen: Birgül KARDAŞ (Birgül Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.birgulepilasyon.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.birgulepilasyon.com.tr) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; *“Refleksoloji, Kavitasyon”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Birgül Epilasyon*” 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 gerçekleştirilmesi 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Birgül Epilasyon”olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.birgulepilasyon.com.tr](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.birgulepilasyon.com.tr) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; *“Refleksoloji, Kavitasyon”* 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 isminin 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;

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 **Birgül KARDAŞ (Birgül Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2017/1393**

**Şikayet Edilen: Esteati Güzellik ve Sağlık Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.esteati.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling, Kavitasyon, Saç ve Sakal Ekimi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Esteati Beauty & Wellness, Esteati Güzellik ve Sağlık Merkezi” 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 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Esteati Beauty & Wellness, Esteati Güzellik ve Sağlık Merkezi” olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; dolayısıyla, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.esteati.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling, Kavitasyon, Saç ve Sakal Ekimi”* 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 isminin 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;

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 **Esteati Güzellik ve Sağlık Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2017/1394**

**Şikayet Edilen: Ambrosia Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ambrosiaguzellik.com](http://www.ambrosiaguzellik.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:** 14.12.2016, 07.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ambrosiaguzellik.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 14.12.2016 tarihli görünümünde; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Refleksoloji”* hizmetlerinin sayıldığı,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Ambrosia güzellik salonu”* kullanıcı isimli sayfanın 07.11.2017 tarihli görünümünde yer alan 05.03.2013 tarihli paylaşımda; *“Bölgesel incelmede:Ultra Lipo Kavitasyon.Son yıllarda ameliyatsız bölgesel incelme teknikleri oldukça revaçta. Gelişen teknolojinin insanoğluna sunmuş olduğu nimetler getirdiği kolaylığın yanında konforu da beraberine ekliyor. Yaz mevsiminin yaklaşmış olduğu şu günlerde kadın ve ya erkek fark etmez bölgesel incelme anlamında arayış içinde. İşte kavitasyon uygulaması karın germe ve yağ emme dediğimiz cerrahi yöntemleri gerektirmeyen, ameliyatsız çözüm arayan kişilerde teknolojinin getirisi ile tıbbın varabileceği gerçek optimal sonuçlar sunmaktadır. Ultra Lipo Kavitasyon gelişen ultrason teknolojisi sayesinde özellikle estetik dünyasında geniş bir uygulama alanına sahiptir. Hatta dünyada rüştünü ispatlamış güvenli bir uygulamadır. Kavitasyon ultrasonik ses dalgaları ile uygulandığı bölge de deri altındaki yağ hücrelerinin patlatılması prensibi ile çalışır. Bu prensip sayesinde yapısında bozulma olan yağ hücreleri ve su şerbet kalarak karaciğerde metabolize edilecek hal alır. Uygulama cilt üzerinde yüzeyden temasla hafifçe prob gezdirilerek yapılır; işte bu nedenle cerrahi operasyon etkisi yaratmaz. Sadece kadınlara değil erkeklere de bu uygulama yapılabilir. Ağrısız, güvenli sonuç odaklı yağ hücreleri ve selülit parçalama prensibi ile çalıştığından son derece etkili bir yöntemdir. Burada önemli olan yaşa, cinsiyete ve bedene uygun hareket, beslenme ve yeterli su alımının ihmal edilmemesidir. Nasıl olsa böyle bir uygulama yaptırıyorum diyerek düzensiz beslenmek uygulamada parçalanan yağ hücrelerinin geri alınması demektir. Ultra Lipo Kavitasyon; akut ve ya kronik rahatsızlığı olanlarda; kalp, yüksek tansiyon, şeker hastalarında; uygulama yapılacak alanda üst deri tabakasında inflamasyon veya yara olan kişiler; uygulama yapılacak alanda metal protez bulunan kişilerde; hamilelerde uygulama yapılamaz. Kavitasyon sonrasında uygulama yapılan bölgede önce bir yumuşama ardından ise küçülme ile birlikte toparlama görülür. Optimal sonuç için 7 gün ara ile yapılacak toplam 8 ile 15 seans önerilir. Uygulama beraberinde yapılacak destekleyici uygulamalar ile bu süre değişkenlik gösterir.”* ifadelerine 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 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; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ve ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen *“Refleksoloji, Kavitasyon”* gibi 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 sitelerinde 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,

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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2017/1401**

**Şikayet Edilen: Grc Sağlık Kozmetik Hediyelik Eşya Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.10.2017 tarihli görünümünde örnek olarak;

-“Tazelenen Doğal Whey Protein İçeceği 8’li” başlığı altında; *“…kalp sağlığını destekler, bağışıklık sistemini güçlendirir, metabolizmanın hızlanmasına yardımcı olur…”*,

-“Lierac Phytolastil Solüsyon 75 Ml” başlıklı üründe; *“…ergenlik, kilo değişimi ve gebelik dönemi oluşan çatlak görünümü için solüsyon…var olan çatlak izlerinin giderilmesine ve ileride oluşabilecek çatlakların önlenmesine yardımcı olur…”*,

-“Multi-Gyn Actigel” başlıklı üründe; *“…Multi-Gyn Actigel bayanlarda görülen çeşitli vajinal rahatsızlıkları gidermede etkili bir yardımcı üründür…düzenli kullanımı ile tahriş, acı, yanma, rahatsız edici koku veya akıntı, mantar, cinsel ilişki sırasında veya sonrasında görülen aşırı duyarlılık ve kaşıntı gibi bayanların çok sık karşılaştığı olumsuzlukları gidermeye yardımcı olur. Multi-Gyn Actigel sayesinde bayanların genital bölgelerinde görülebilen rahatsızlıklar doğal yollardan çözüme kavuşur…”*,

-“System JO Maximizer Göğüs ve Kalça Şekillendirmeye Yardımcı Krem” başlıklı üründe; *“…vücutta yer alan doğal yağ hücrelerini harekete geçirerek göğüsleri büyütmeye, kalçalara hacim kazandırmaya yardımcı olur…”*,

-“Pulsemed CompMist Mini Kompresör Nebülizör” başlıklı üründe; *“Bu ürün kullanılan aerosol ilacın bronşiyal karaciğer hava yollarına etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayan kompakt bir tıbbi aygıttır. Uygun bakım ve kullanımla size yıllarca güvenilir bir tedavi sağlayacaktır. Pulsemed CompMist Mini Kompresör Nebülizör astım, alerjiler ve diğer solunum yolu hastalıklarının başarılı bir şekilde tedavi edilmesi için geliştirilmiştir. Özellikle seyehat için oldukça uygun bir ebatta olup, kullanımı oldukça kolaydır. Güçlü piston pompası etkili, güvenilir ve sessiz. Ultra kompakt dizayn rahatlıkla taşınır hale getirmektedir…”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; firmaya ait internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.10.2017 tarihli görünümünde örnek olarak;

-“Tazelenen Doğal Whey Protein İçeceği 8’li” başlığı altında; *“…kalp sağlığını destekler, bağışıklık sistemini güçlendirir, metabolizmanın hızlanmasına yardımcı olur…”* gibi ifadelere yer verildiği; ancak, söz konusu ifadelerin endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler olduğu; dolayısıyla, mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği ve gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan;

-“Lierac Phytolastil Solüsyon 75 Ml” başlıklı üründe; *“…ergenlik, kilo değişimi ve gebelik dönemi oluşan çatlak görünümü için solüsyon…var olan çatlak izlerinin giderilmesine ve ileride oluşabilecek çatlakların önlenmesine yardımcı olur…”*,

-“Multi-Gyn Actigel” başlıklı üründe; *“…Multi-Gyn Actigel bayanlarda görülen çeşitli vajinal rahatsızlıkları gidermede etkili bir yardımcı üründür…düzenli kullanımı ile tahriş, acı, yanma, rahatsız edici koku veya akıntı, mantar, cinsel ilişki sırasında veya sonrasında görülen aşırı duyarlılık ve kaşıntı gibi bayanların çok sık karşılaştığı olumsuzlukları gidermeye yardımcı olur. Multi-Gyn Actigel sayesinde bayanların genital bölgelerinde görülebilen rahatsızlıklar doğal yollardan çözüme kavuşur…”*,

-“System JO Maximizer Göğüs ve Kalça Şekillendirmeye Yardımcı Krem” başlıklı üründe; *“…vücutta yer alan doğal yağ hücrelerini harekete geçirerek göğüsleri büyütmeye, kalçalara hacim kazandırmaya yardımcı olur…”* gibi ifadelere yer verildiği; ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda kozmetik ürün tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadelere yer verilerek anılan ürünlerin sadece kozmetik amaçlı değil, tedavi amaçlı “tıbbi bir ürün” olduğu izleniminin oluşturulduğu; öte yandan şayet, bu ürünler reklamda belirtilen etkilere sahip iseler, o halde bu ürünlerin “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bununla birlikte;

-“Pulsemed CompMist Mini Kompresör Nebülizör” başlıklı üründe; *“Bu ürün kullanılan aerosol ilacın bronşiyal karaciğer hava yollarına etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayan kompakt bir tıbbi aygıttır. Uygun bakım ve kullanımla size yıllarca güvenilir bir tedavi sağlayacaktır. Pulsemed CompMist Mini Kompresör Nebülizör astım, alerjiler ve diğer solunum yolu hastalıklarının başarılı bir şekilde tedavi edilmesi için geliştirilmiştir. Özellikle seyehat için oldukça uygun bir ebatta olup, kullanımı oldukça kolaydır. Güçlü piston pompası etkili, güvenilir ve sessiz. Ultra kompakt dizayn rahatlıkla taşınır hale getirmektedir…”* gibi ifadelere yer verilerek “Buhar Makinaları” başlığı altında çeşitli markalara ait nebülizatör cihazlarının tanıtımının yapıldığı; ancak, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu ve bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, yine anılan Yönetmeliğin Ek-3 listesinde yer alan 10 adet cihazın haricinde kalan tıbbi cihazların gazete, radyo, televizyon, telefon aracılığıyla ya da kapıdan veya internet üzerinden satışının yapılamayacağının ilgili mevzuatta açıkça belirtildiği; bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, Yönetmelik Ek-3 listesinde belirlenen 10 adet cihazın (1. Diş macunu, 2. Diş protez bakım ürünleri, 3. Kondom, 4. Hasta altı bezi, 5. İnkontinans pedi, 6. Topikal uygulanan sıcak soğuk kompres, 7. Yara bandı, flaster, 8. Pamuk, 9. Ağız çalkalama suyu, 10. Nefes açıcı burun bantları) dışında kalan nebülizatör cihazlarının ilgili mevzuat gereği internet üzerinden satışının ve reklamının yapılmasının yasak olduğu,

Bununla beraber; ilgili mevzuat gereği, eczacılar ve eczaneler adına internet sitesi açılmasının yasak olduğu, bu bağlamda, eczacılar ve eczaneler adına dahi internet sitesi açılması yasak iken, eczane ruhsatnamesine sahip bulunmayan firmanın internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer vermesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 42/1, 43/1 ve 43/2 nci maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5/3 maddesi,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 ve 26 ncı maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2017/1447**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Acıbadem Psikoloji Org. Eğt. Ve Dan. Hizm. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 04.10.2017 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“İstanbul’da uzman klinik psikolog ekibimizle psikolojik danışmanlık…oyun terapisi, oyun odası içerisinde güvenli ve belirli sınırlar çerçevesinde çocuğa tercih ettiği oyun veya aktiviteyi sunarak isteklerini, korkularını, çatış koymasını sağlayan özel bir çalışma yöntemidir…Değerleri olan profesyonel bir yönetim anlayışı ile alanında uzman pedagog, aile danışmanı ve çift terapisti ile klinik psikologlardan oluşan kadroya sahiptir...Yeme Bozuklukları ve Beslenme Psikolojisi...”*,

-“Cinsel Terapi” başlığı altında; *“…Cinsel terapi çok kısa ve basitçe tanımlayacak olursak kadın ve erkeklerde ortaya çıkan çeşitli cinsel işlev bozukluklarının giderilmesi için gerçekleştirilen psikoterapötik süreci…”*,

-“Psikolojik Danışmanlık” başlığı altında; *“…Acıbadem Psikoloji psikolojik sorunlarınız için tecrübeli ve uzman bir kadroya sahiptir…”*,

-“Psikolojik Danışmanlık-Çocuk ve Genç” başlığı altında*; “…çocuk terapi odası özel olarak tasarlanmış ve hazırlanmıştır…terapistler; çocuk psikologları, pedagoglar ve ergenlik dönemi psikolojisi üzerine hem yurt içinde hem de yurt dışında öğrenimlerini tamamlamış, tecrübeli ve yetkin uzmanlardan oluşmaktadır…”*,

-“Psikolojik Danışmanlık-Aile Danışmanlığı, Çift ve İlişki Terapisi” başlığı altında; *“…Acıbadem Psikoloji’de alanında yetkin ve tecrübeli, aile danışmanlığı eğitimleri almış sertifika sahibi, aynı zamanda aktif olarak çalışan uzmanlar yer almaktadır…”*,

-“Psikolojik Danışmanlık-Cinsel Terapi” başlığı altında; *“…bu süreç alanında eğitimli, yetkin, etik ilkelere bağlı ve gizlilik prensiplerine tam anlamıyla uyan cinsel terapist tarafından yürütülür.”*,

-“Denver 2 Gelişim Tarama Testi-Envanteri” başlığı altında; *“…anlamaya ve gözlemlemeye yarayan geçerliliği ve güvenilirliği olan bir testtir…”*,

-“MMPI Testi” başlığı altında; *“…objektif olarak değerlendirmeyi amaçlayan bir testtir…profesyonel uygulayıcılar tarafından…yetkin psikologlar tarafından uygulanmalı…”*,

-“Çalışan Destek Programı” başlığı altında; *“…ancak bu alanda çalışan kurumun etik standartlara uygunluğu, uzmanların akademik kariyeri, tecrübesi ve çalışma alanı önemlidir. Acıbadem Psikoloji öğretim üyeleri dahil profesyonel uzmanların görev aldığı, etik standartlara tam uyum sağlayan, sadece psikolojik danışmanlık ve bu konuda eğitim hizmetleri sunan bir merkezdir…”*,

-“Okulöncesi Çocuklar İçin Psikolojik Takip Programı” başlığı altında; *“…Acıbadem Psikoloji okul öncesi eğitimi önemsemekte…Okul Öncesi Kurumsal Psikolojik Danışmanlık Hizmeti İçin Neden Acıbadem Psikoloji? Acıbadem Psikolojik destek hizmeti verilen okulöncesi eğitim kurumundaki çocuk ve ailelerin psikolojik/pedagojik sorunlarıyla ilgili profesyonel çözüm ortağıdır, okulöncesi gibi çocuklar için kritik olan bir dönemde sağlanan danışmanlık hizmetleri ileride oluşabilecek problemleri önleyici olacaktır, her biri alanında deneyimli ekibiyle hem ailelere hem de kurumlara güven verir, destek hizmeti alınması marka değerini arttırır ve prestij kazandırarak tanıtıcı değer katar, alınan hizmet karşılığında ödenen bedel faturalandırılarak vergi indirimi sağlanır, etik değerlerden ödün vermeden kapsayıcı ve kaliteli hizmet anlayışı sunar…”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.05.2014 tarihli ve 29007 sayılı Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlandığı ve klinik psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabilecekleri hastalık olmayan durumlar ise aynı Yönetmeliğin Ek-1/A kısmında belirtildiği,

Yine anılan yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; *“Klinik psikolog; a) Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında cinsel işlev bozukluğu, yeme bozukluğu gibi hastalıkların da yer almakta ve dolayısıyla anılan hastalıkların tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği,

Bu bağlamda, kuruluşun sağlık alanında hizmet sunabilmesi için Sağlık Bakanlığı'ndan alınmış ruhsat veya benzeri bir izin belgesine sahip olmamasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde “cinsel işlev bozukluğu, yeme bozukluğu” gibi “hastalık” olarak tanımlanan sorunların tedavilerine yönelik ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu; diğer taraftan, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşlar dahi reklam yapamazken söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı beyanlarda bulunmasının sağlık mevzuatında belirlenen reklam kurallarına uygun olarak faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve Ek-13/a 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 **Tasfiye Halinde Acıbadem Psikoloji Org. Eğt. Ve Dan. Hizm. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2017/1847**

**Şikayet Edilen: Art Bella Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://artbellaguzellik.com> adresli internet sitesinin 08.11.2017 tarihli görünümünde; *“Dolgu, Botoks, Saç Ekimi, Diyet ve Beslenme Danışmanlığı, Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Art Bella, Art Bella Güzellik Merkezi, Art Bella Güzellik, Art Bella Beauty Center” 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 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Art Bella, Art Bella Güzellik Merkezi, Art Bella Güzellik, Art Bella Beauty Center” olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; <http://artbellaguzellik.com> adresli internet sitesinin 08.11.2017 tarihli görünümünde; *“Dolgu, Botoks, Saç Ekimi, Diyet ve Beslenme Danışmanlığı, Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling”* 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 isminin 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;

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 **Art Bella Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2017/1852**

**Şikayet Edilen: Divinia Beauty Center**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.divinia.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.divinia.com.tr) adresli internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde; *“Beslenme ve Diyet, Beslenme Danışmanlığı, Epilasyon Uygulaması, Kırmızı Mantar Problemi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Divinia Beauty Center, Divinia Güzellik Merkezi” 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 gerçekleştirilmesi 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 bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “Divinia Beauty Center, Divinia Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.divinia.com.tr](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.divinia.com.tr) adresli internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde; *“Beslenme ve Diyet, Beslenme Danışmanlığı, Epilasyon Uygulaması, Kırmızı Mantar Problemi”* 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 isminin 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;

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 **Divinia Beauty Center** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2017/2015**

**Şikayet Edilen: Jade Masaj Ekipmanları San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2017, 09.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 23.06.2017 ve 09.10.2017 tarihli görünümlerinde;

-“Üretim” başlığı altında; *“…Yatağımızda kullanılan yoğun teknolojiye rağmen, çevreye ve insana karşı hiçbir Radyoaktif dalga yayılımı yapmaz. Bu konu üzerinde tüm testler yapılmış ve Firmamız Uluslararası ROSH Belgesini almaya hak kazanmıştır…”*

-“Alkali Su Cihazı” başlığı altında; *“…Antibakteriyel & Dezenfeksiyon (99%'un üzerinde etkiye sahiptir.) İnsan sağlığına zararlı olan ağır metalleri giderir… C Vitamini gibi antioksidan etki yaratır.”,*

-“Sizden Gelenler” başlığı altında; *“…Daha çok yeniyim 6 gün oldu ama çok memnunum Arzu, Derya ve Hatice hocalarıma gösterdikleri sevgiden dolayı çok teşekkür ederim güler yüzlü insanlar, inşallah şifa bulurum bel fıtığı için gidiyorum…1 ay devamlı gittim sonra yeni Bosna’daki fabrikaya gittim yerinde inceledim ve satın aldım Allah herkese nasip etsin her derde deva evimizin bir odasını sağlık odası olarak ailecek kullanıyoruz sağlıklıyken de kullanmak lazım hasta olmamak için…Bende ve eşimde bel fıtığı, boynumda kireçlenme ,midemde rahatsızlık ve ikimizde de uyku bozukluğu vardı. Dört buçuk ay aralıksız bu masaj yatağına devamlı gittik. Şimdi rahatsızlıklarımız geçti, artık ilaçları bıraktık, durumumuz çok iyi. Bu faydalı hizmeti bizlere ücretsiz sunan, Iğdır şube başkanı Muharrem Beye, eşi Hatice Hanıma, oğlu Ceyhun Beye ve personeli Leyla Hanıma teşekkürlerimizi arz eder, sağlıklı yaşam için herkesi bu yatağa devam etmeye davet ediyoruz…Merhaba ben Melek, yaklaşık 1 buçuk aydır jade master yataklarına gidiyorum. Öncelikle iyileşmekten çok Arzu, Derya ve Hatice hocama ilgi-alakalarından dolayı saygı ve sevgililerimi sunuyorum. Rahatsızlığıma gelince skolyozum ve gastritim vardı, gastritimden kurtuldum skolyozum içinde aynı sonuçları sabırsızlıkla bekliyorum…”*,

-“Masaj Yatağı” başlığı altında; *“Jade Master Termal Masaj Yataklarının insan Omurgasına ve Bedenine hiçbir yan etki yapmamasının temel nedeni Yatağın belirli Prensiplere göre tasarlanmış olmasıdır. Bu Temel Prensipler sayesinde Yatak kullanıcılarına pek çok konuda şikayetlerinden kurtulmasına yardımcı olmaktadır. Bu Temel Prensipler; a. Kişinin Doğal İyileşme Gücünü en iyi şekilde kullanarak Sinir Sisteminin ve Dolaşım Sisteminin zindeleştirilmesi, b. Omurgayı olması gereken konuma getirme, c. Baskı altındaki sinirlerim çıkarılmasını sağlama, d. Kan Dolaşımının düzenli olmasına yardımcı olmak…Vücudun yapı ve durumu her ne olursa olsun Omurganın düzeltilmesi ve Sıkışmış Sinirlerin Çıkartılabilmesi için dizayn edilmiştir. Yatak içerisindeki mekanizma dönerli olarak hareket ettiği için belinde platin olan misafirlerin dahi yatabilmesi düşünülmüştür. Sadece Kuyruk Sokumu ile Bas arasında değil ayni zamanda baldır bölgesinde de çalışma yapabilen mekanizma sayesinde de özellikle bacak ve ayak ağrısı çeken kullanıcılar da düşünülmüştür…AKAPUNKTUR: Jade Master Termal Masaj Yataklarında uygulanan Akupunktur Özelliği, Vücudun doğal iyileşme reaksiyonunu harekete geçirmek için organlara baskı ve basınç yapma etkisidir. Bu özellik sayesinde beyin ve Bağışıklık Sistemi aracılığıyla vücuda hiçbir yan etki yapmadan uygulama yapılabilmektedir. Vücudumuzda 5 ana enerji hattı bulunmaktadır. Bu hatlardan ise 365 Akupunktur Enerji noktası oluşmaktadır…CYRO - PRACTIC: Jade Master Termal Masaj Yataklarının Omurgaya yapmış olduğu Germe – Çekme işleminin genel adidir. KIZIL ÖTESI ISIK (INFRARED LIGHT): Jade Master Termal Masaj yataklarında 14 uM değerin de insan Bedenine uygulanan Kızıl Ötesi Işık uygulaması sayesinde Beyin ve Sinir Sistemi tetiklenerek mevcut sorunların giderilmesine yardımcı olur. Bu Uygulama sayesinde Toksinlerin vücuttan atılması kolaylaşır…”*,

-“Yeşim Taşlı Isı Minderi” başlığı altında; *“…Bu bölgelerdeki ağrının alınmasında yardımcı olur. Yine bu bölgelerdeki kaslar, sinirlerde rahatlama eklem ve diskler arasında ki sıvıda yapılanmaya yardımcı olur. Yeşim taşının en önemli etkisi ısındığında uzun kızıl ötesi ısı vermesidir. Uzun kızıl ötesi ısıda var olan kalsiyum, magnezyum, demir, gibi maddeler kanda ve kemik dokusunda da bulunduğu için vücudunuza fayda sağlar. Yeşim taşlı ısı minderinin, insan vücuduna verdiği uzun kızıl ötesi ısı kan dolaşımını hızlandırır ve vücuttaki toksin, ödem, ve iltihap atımında etkilidir. Yeşim taşlı Isı Yeleği Veya Minderin Etkisi:1)Toksin, ödem, iltihap atımı sağlar. 2)Kan dolaşımını düzene girmesine yardımcı olur. 3)Hormonların düzenli çalışmasına yardımcı olur. 4)Yeşim taşı ve kil sayesinde vücudun nem miktarını dengeler. 5)Mikrop ve bakteri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur.”*,

-“Ayak Masaj Aleti” başlığı altında, *“…Asıl faydası rahatlatmaktır. Stresi azaltır ve derin bir sakinlik sağlar. Uykusuzluk, huzursuzluk gibi psikolojik sorunların tedavisinde tamamlayıcı tedavi olarak kullanılabilir…kan dolaşımı hızlanır. Vücudu toksin ve atık maddelerden temizler. Vücut sistemleri arasındaki uyumu sağlar. Vücut enerjisini yeniden canlandırır. Bağışıklık sistemini harekete geçirdiği için, sağlığı korur ve devamını sağlar.”*,

-“Alkali Su Cihazı” başlığı altında; *“…anti bakteriyel özelliği ile insan metabolizmasına yardımcı olan ve sağlık açısından doğal iyileştirme yetenekleriyle mükemmel sonuçlar vermektedir…Kızıl ötesi ışınlarla insan, bitki ve hayvan metabolizmalarını aktive eder…Alkali iyonize su, mükemmel bir bağışıklık sistemi koruyucusudur. Antioksidan yapısıyla vücuttaki asit/alkali dengesini korur. Mikro yapısı ile hücrelerde mükemmel nemlenme (hidratasyon) sağlar. Vücudun hücre seviyesinde yenilenerek genç, sağlıklı ve diri kalmasına yardımcı olur. İçerdiği yüksek değerde negatif iyonlar ile hastalıklara ve erken yaşlanmaya sebep olan "serbest radikal"leri temizler. Vücudumuzda uzun yıllar biriken asidik toksinleri nötralize ederek arınmaya yardımcı olur. İç filtre ve ön filtreler şehir suyunda bulunabilecek çeşitli kirlilikleri arındırır…Vücudun pH dengesini korumasına yardım eder ve hastalıkları engeller. Alkali iyonize su vücudun doğal pH dengesinin korunmasına ve düzenlenmesine yardımcı olarak vücutta zararlı bakteri, iltihaplanma ve hastalıkların oluşumunu engelleyen bir ortam yaratır. Olağanüstü hidrasyon (nemlendirme) ve detoks sağlar…Kilo verilmesine ve zayıflamaya yardımcı olur. Vücut, içinde biriken asidik atıkları etkisizleştirmek için yağ birikimi yapar. Alkali iyonize su asidik atık birikimini engellediği için vücudun yağ biriktirmesine de gerek kalmaz. Dolayısıyla doğal olarak zayıflamanıza yardımcı olur…”*,

-“Yeşim Taşlı Bileklik” başlığı altında; *“…Her biri farklı özelliklerdeki taşlar özellikle Kan dolaşımını hızlandırarak vücuda fayda sağlar…Yeşim taşını elinizde tuttuğunuz da rahatlama hissi ve sıcaklık verir. Kendisini taşıyan kişilerde cesaret ve adalet duyguları verir. Kişilerin görüş açılarına netlik kazandırır. Korku ve endişeleri kişilerin içinden atarak rahatlama duygusu verir. Vücutta enerji artışı sağlar ve daha zinde olmanızı sağlar…HEMATİT TAŞI: Stres için birebirdir. İnsanlar özel dönemlerinde oldukça stresli ve gergin olurlar. Bu dönemlerde vücuttaki stresi olarak rahatlama sağlar. Hematit taşı kendinizi çok yorgun ve halsiz hissettiğinizde size enerji verir. Bu taşın insan üzerinde ki psikolojik etkileri çok büyük tür. Bu etkilerden en bilineni insana mutluluk, pozitif düşünme ve cesaret vermesidir. Kararsızlığa birebir gelen hematit taşı seçimlerinizde en doğru olana yönlendirecek güç verir. GERMANİUM TAŞI: Alerjileri önlemeye yardım eder ve iyileştirir. Germanium vücudun oksijenden faydalanmasını sağlar. Germanium antioksidan özelliklere sahiptir. NANO SERAMİK(NEGATİF İYON): Çevremizdeki enerjiyi alarak vücuda verir. Metabolizmanın dengede kalmasını sağlar. Vücuttaki gergin, sinirli ve stresli yapıyı, havanın vitamini olarak bilinen negatif iyonları aldırır. Havadaki mikropların yok edilmesini yardımcı olur. NANO SERAMİK (KIZIL ÖTESİ IŞIK): Güneşten aldığımız faydalı ışık etkisini sağlar. Bu sayede az güneşli kış günlerinde vücudumuzun kışın yaşadığı birçok sorundan (ağrı, kasılma vb.) uzak kalmasına yardımcı olur. Stres ve yorgunluğu azaltır. Kas dokusunda rahatlama ve gevşeme sağlar. TURMALİN TAŞI: Denge ve uyum sağlar. Kişinin amaçlarına odaklanmasını sağlar. Kişinin bağımlılıklarından ve kendisini içsel olarak yıpratmasına neden olan beklentilerinden kurtulmasına destek olur. Böylece kişi kendini olaylarını yargılamaktan uzak tutarak içsel dinginliği koruyabilir. Kişiye dinginlik vererek daha geniş görüşlü olmasını sağlar ve böylece duygusal iniş çıkışları dengeler. Zihni güçlendirir ve arındırır, Sezgisel yanınızı güçlendirir yani sezgileriniz oldukça doğru çıkmaya başlayabilir, Kişinin kendisi ile barışını sağlar iç dünyanızı kötülüklerden arındırır. NEODYMİUM TAŞI (MIKNATIS ÖZELLİKLİ TAŞ): Kişinin kan akışını düzenler. Vücutlarındaki oksijen miktarını arttırır. Kişilerin vücut acı ve ağrılarının giderilmesinde etkendir. Kasları rahatlatır.”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 23.06.2017 ve 09.10.2017 tarihli görünümlerinde yer alan ifadelerin ispatlanamadığı, ürünleri kullandığı iddia edilen kişilerin tecrübesine dayanılarak satışı ve tanıtımı yapılan ürüne yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan; tanıtımı yapılan ürünlere ilişkin olarak, ilgili Bakanlıktan herhangi bir ruhsat veya benzeri bir izin belgesinin alınmadığı, şayet bu ürünler "tıbbi cihaz" kapsamında değerlendirilecek ise, Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin EK I-Temel Gerekler başlıklı bölümün I- Genel Gerekler başlıklı 6/a maddesinin, *“Tıbbi cihazın temel gereklere uygunluğu, Ek X’a göre yapılan bir klinik değerlendirmeyi içermelidir…”* hükmü gereğince, bir ürünün tıbbi cihaz olması durumunda; cihazın etkilerinin klinik araştırma ve çalışmalarla ispatlanması ve temel gereklere uygun olması gerektiği; bununla birlikte, inceleme konusu internet sitesinde yer alan "*Antibakteriyel & Dezenfeksiyon (99%'un üzerinde etkiye sahiptir.) İnsan sağlığına zararlı olan ağır metalleri giderir"* gibi iddialara istinaden, sözü edilen ürünlerin ilgili mevzuat gereği "biyosidal ürün" ruhsatı alması gerektiği, ayrıca söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların mevzuata uygun biçimde ve bilimsel anlamda geçerli olan belgelerle ispatlanması gerektiği;

Tüm bu durumlara ek olarak, inceleme konusu internet sitesinde bahsedilen cihazları satan ve kullanım hizmetini veren kuruluşun bünyesinde tedavi amaçlı uygulamalarda bulunulduğu ve kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim yaratıldığı; dolayısıyla, söz konusu ifadelerin benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

- Tıbbi Cihaz Yönetmeliğinin 5, “EK-I Temel Gerekler” başlıklı 1 ve 6, “EK X Klinik Değerlendirme” başlıklı 1.1 inci maddeleri,

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

- Aktif Madde İçermeyen Biyosidal Ürünler Tebliğinin 14/1 ve 14/2 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Jade Masaj Ekipmanları 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.

**26)**

**Dosya No: 2017/2167**

**Şikayet Edilen: Çağlar ÇOL Bahçeli Medikal**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 18.10.2017 tarihli görünümünde örnek olarak;

-“Dermoskin Nutrafarm Q-Ten 200 Mg 30 Kapsül” başlıklı üründe; *“…Coenzyme Q10'in güçlü bir antioksidan kapasitesi de bulunmaktadır. Elektron vererek ya da alarak serbest radikallerin zararsız hale getirilmesine yardımcı olur. Hücrenin enerji üretim merkezleri olarak çalışan mitokondrilerde enerji üretimine katkı sağlar…”*,

-“Lifetime Q Regu-Lax Tablets” başlığı altında; *“…bağırsak detoksu ve/veya geçici kabızlık durumlarında günde 1-4 tablet alınması önerilir…”*,

-“Humana Still-Tee 200 Gr Anne İçeceği” başlığı altında; *“…anne sütünü artıran bitki çayı…emzirme dönemi boyunca düzenli kullanıldığında süt bezlerini uyararak süt yapımının hızlanmasına ve artmasına yardımcı olur...anne sütü üretimi üzerindeki olumlu etkileri genelde 24-72 saat içerisinde görülmektedir...”*,

-“Vichy Idealia BB Cream Orta Ton 40 Ml” başlığı altında; *“…cildinize düzgün bir görünüm ve eşitlenmiş renk tonlaması katarken aynı zamanda cildinizi beslemeye, onarmaya, korumaya, kırışıklıkları gidermeye yardımcıdır...cilt dokuları güçlenir, yeni oluşumlar desteklenir…”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; firmaya ait internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi ve kozmetik ürün niteliğindeki bu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bir sağlık sorununun anılan ürünler ile önlendiği, tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların aynı zamanda bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün 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 mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla beraber; ilgili mevzuat gereği, eczacılar ve eczaneler adına internet sitesi açılmasının yasak olduğu, bu bağlamda, eczacılar ve eczaneler adına dahi internet sitesi açılması yasak iken, eczane ruhsatnamesine sahip bulunmayan firmanın internet sitesinin alan adında "eczane" ibaresine yer vermesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 42/1, 43/1 ve 43/2 nci maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5/3 maddesi,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2017/2244**

**Şikayet Edilen: Estebel Sağlık ve Estetik Hizm. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 30.11.2017 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Kliniğimizde son teknoloji olan Alexandrite Gentle Lase Pro Candela cihazımız ile…”*,

-“Ben Alımı” başlığı altında; *“…Cilde yepyeni bir boyut katan bu yöntem, hem benlerden kurtulmanızı hem de cildinizin sıkılaşmasını sağlayabilmektedir.”,*

-“Cilt Gençleştirme” başlığı altında; *“…Türkiye’de ilk ve tek: Aquashine + Somon DNA + Regen PRP üçlüsü ile Cilt gençleştirmede kombine yaklaşım… Formülündeki aminoasitler ve peptit kompleksleri ile cildi yeniden yapılandırırken, nükleik asitler ve oligoelementler ise ciltteki bağışıklık sistemini arttırarak koruyucu kalkan görevi görür… ciltte gün geçtikçe gençleşme meydana gelir. Cilt yaşlanmasını durduran ve yaşlanan cildin gençleşmesini sağlayan bu yöntem ile artık yaşlılık kavramı tarihe karışacak diyebiliriz…”*,

-“Varis Tedavisi” başlığı altında; *“…Lazer teknolojisi bu problemde etkili sonuçlar vermektedir… Lazerle varis tedavisinin ameliyattan farkları nelerdir? Lazerle varis tedavisinde narkoz gerekmez. Bacaklarda hiç bir şekilde iz kalmaz. Hastaneye yatış gerekmez. Hastalar işlemden hemen sonra yürüyerek eve dönebilir…”*,

-“Sedef Hastalığı” başlığı altında; *“…Ancak son yıllarda hastalıkla ilgili bilgilerimizin artması, yeni ve daha etkili tedavi seçeneklerinin kullanılmaya başlanması ile hastalık daha etkili bir şekilde tedavi edilebilmektedir…”*,

-“Yüz ve Boyun Germe” başlığı altında; *“…eski genç haline kavuşturmak için yüz germe ameliyatı yapılır…ameliyat izi hiçbir zaman belli olmaz.”*,

-“Çene Cerrahisi” başlığı altında; *“Bu ameliyatlar özellikle ortogantik cerrahi bilgilerin sahip tecrübeli cerrahlar tarafından yapılır…”*,

-“Göz Kapağı Ameliyatı” başlığı altında; *“…kişiler 45 dakikalık bir işlem ile bu görüntüden kurtulabilir…”*,

-“Lazerle Vajina Daraltma” başlığı altında; *“…İntima Lase: Vajinal genişlemeye ameliyatsız çözüm sunuyor. Vajinal kanalın fototermal etki ile sıkılaştırılması sağlanıyor. Kesi gerektirmeyen, kansız bir uygulamadır. Anestezi gerektirmez. Yüksek başarı oranı ve hasa memnuniyeti vardır…”*,

-“Lazerle Dövme Silme” başlığı altında; *“…Polikliniğimizde yeni bir yöntemle, fraksiyonel lazer ile kombine işlem yapıldığından, seans aralıklarını daha kısa tutarak dövmenin kaybolmasını hızlandırabiliriz…”*,

-“Cilt Çatlakları” başlığı altında; *“…doku kendi kendini yenileyebildiği için başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Bu nedenle cilt çatlaklarında başarılı sonuç almak için…Bu işlem, alanında tecrübe kazanmış doktor tarafından yapılmalı…Kliniğimizde alanında en iyisi olan Fotona SP Spectro Fraksiyonel lazer kullanılmaktadır…”*,

-“Skar İzi Tedavisi” başlığı altında; *“…baskılı kıyafet kullanımı elde edilen sonucun başarısını artırır…”*,

-“Lazer Lipoliz” başlığı altında; *“Klasik Liposuction belli bölgelerde toplanan yağların büyük çaplı kanüller kullanılarak alınması yöntemidir. Bu metod deride geniş boşlukların kalmasına ve kontür bozukluklarının oluşmasına sebep olabilir. Bu nedenle klasik liposuction yöntemi yerine Lazer Lipoliz yöntemi tercih edilebilmektedir…Klasik liposuction işlemine göre çok daha az morluk görülür, bu görünüm 10 gün içerisinde ortadan kalkar…”*,

-“Burun Dolgusu” başlığı altında; *“…burundaki kusurları ortadan kaldırmak amacı ile uygulanmaktadır…Yurt dışında da uygulanmakta olan bu yöntem, ekonomik olmasının yanı sıra son derece hızlı ve tatmin edici sonuçlar vermektedir. İşlemden sonra 1-2 gün hafif bir şişlik belirse de, 2-4 gün içerisinde istenilen görünüme kavuşulmaktadır…Ameliyatsız burun dolgusu işleminin önemli avantajlarından birisi de; travmalardan veya estetik burun operasyonlarından sonra ortaya çıkan deformitelerin çok çabuk bir şekilde düzeltilmesinin sağlanmasıdır. Ameliyat endişesiyle bekleyen hastalar, burun dolgusu uygulaması ile ameliyat stresinden neştersiz, kansız bir şekilde kurtarılmaktadır…Beğenilmediği takdirde bu dolgu maddesini 2-3 gün içerisinde eritebilen güvenilir maddeler de mevcuttur. Ancak şimdiye kadar burnundan memnun olmayan ve dolgusunu eritmek isteyen bir hasta profili ile karşılaşmadık…”*,

-Botox” başlığı altında; *“…deneyimli uzman doktorlar tarafından…soğuk kompresler işlemin daha konforlu yapılması sağlanmaktadır.”*,

-“Aquafilling ile Ameliyatsız Meme ve Kalça Büyütme” başlığı altında; *“…Dolguyla göğüs büyütme, yani Aquafilling uygulaması ile tıpta implantlarla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling meme dokularının daha çekici ve doğal görünmesi için invaziv ve cerrahi olmayan bir yol sağlayan hidrofilik jeldir. Bu jel memelere enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik memeler çıkar. Meme hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir. Aquafilling yaptıranlar zaten bilir de, bir de bilmeyenler için Aquafilling ile göğüs büyütme hakkında yazalım: Memeye enjekte edilen bu dolgunun %98-i sudan oluştuğu için, meme dokularının doğallığını ve yumuşaklığını sağlarken, duyu hassasiyetini de tamamen korur. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Doğal içerikli bir dolgu maddesi olduğundan vücut tarafından reddedilmez ve işlem sonrası herhangi yan etki görülmez. Cerrahi bir işlem olmadığı için meme travmaya maruz kalmaz. Hastalar işlemden kısa süre sonra günlük yaşantılarına dönebilir. Hemen ertesi gün yeni göğüslerle işe gidebilir veya seyahat edebilir. Uygulama sonrası silikon ameliyatında olduğu gibi memede herhangi iz kalmaz…Aquafilling uygulaması ağrısız bir uygulamadır…Aquafilling ile meme büyütme uygulaması ile 30-40 dakika içerisinde yeni memelere kavuşmak mümkündür.Bu uygulamanın bir özelliği de şudur, işlem sonucunda size sürpriz, arzulamadığınız bir meme şekli ortaya çıkmaz…Memeleri küçük olan hastalarda Aquafilling uygulaması ile iyi sonuçlar alınmaktadır…Aquafilling hidrofilik jeli estetik tıpta başarılan gerçek bir ilerlemedir. Yumuşak doku dolgularıyla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling kadınların kalçalarının daha çekici ve doğal görünmesi için minimal invazif teknik sağlayan bir hidrofilik jeldir. Aquafilling uygulamasının klinik sonuçları beklentilerin ötesindedir. Bu dolgu maddesi popolara enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik popolar çıkar. Popo hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir… yavaş şekilde yıkılır ve yüksek güvenlikli, uzun süreli bir etki sağlar…”*,

-“Ameliyatsız Popo Büyütme” başlığı altında; *“…diğer yöntemlere göre avantajlarının neler olduğu anlatılır…Bu kriterlere göre, kalçanın çekici görünmesi için dolgunlaştırılması gereken yerler resimde işaretlenmiştir…Aquafilling İle Ameliyatsız Popo Büyütme Avantajları: Hasta için travma oluşturmayan ve cerrahi olmayan bir işlemdir. Aquafilling dolgusu insan dokularıyla yüksek uyuma sahip bir biyolojik maddedir; bileşiminin %98’inin sudan oluşması sayesinde insan vücudunun doğal görünümünü verir. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 sene arasındadır. Uygulama sonrası silikon popo ameliyatında olduğu gibi popoda herhangi iz kalmaz. Dolgu maddesi sadece iğne ucu kadar açılan delikten popoya enjekte edilmekte ve işlem sonrası delik kapatılmaktadır. Uygulama için hastanede yatmaya gerek yok. İşlem 30-40 dakika gibi kısa sürede tamamlanır. Uygulamadan kısa süre sonra hasta sosyal yaşantısına ve iş yaşamına dönebilir. Yumuşak dokularla doğal kıvamda olması, popoların doğal görünümünü sağlar; aynı zamanda duyu hassasiyeti de tamamen korunmuş olur…Ama artık günümüzde bunların hiçbirisi sorun değil. Bu sorunların bazıları estetik ameliyatla, bazıları da ameliyatsız yöntemlerle çözülmektedir. Artık özgüveni geri getirmenin ve içimizdeki güzelliği keşfetmenin zamanı…Oysa şimdi anlatacağımız ‘Aquafilling yöntemi ile popo büyütme’ uygulamasını dikkate almazsak, kalçalar sadece ameliyat yöntemi ile büyütülebiliyordu…Artık modern çağda, popo büyütmek için günlerce hastanede yatmaya gerek yok. 30-40 dakikalık bir yöntemle yeni dolgun popolara kavuşmak mümkündür…Aquafilling Kalça Büyütme fiyatları ve diğer yöntemlerle karşılaştırılması: Kalça büyütme ameliyatı fiyatlarını araştıranlar bilir. Bu ameliyatlar masraflı olur. Ama diğer kalça büyütme estetiği yöntemleri ile karşılaştırma yaparsak Aquafilling yöntemi daha hesaplıdır. Diğer popo büyütme ameliyatı yöntemlerinin tek dezavantajı fiyatlar değildir. Örneğin yağ enjeksiyonu ile popo büyütme yaptıranların en çok şikâyet ettikleri konu yağın çok kısa bir sürede erimesidir. Yağ transferi ile kalça büyütme zamanı popoya enjekte edilen yağların yüzde 70-e kadarının çok kısa sürede eridiği gözlemlenmektedir. Ama Aquafilling kalça estetiği ile büyütülen popo dolgunluğunu en az 5 sene korumaktadır. Bazı hastalarda bu 8 seneye kadar çıkmaktadır. Veya silikon popo ameliyatı. Bu yöntemle kalça estetiği yaptıranların en büyük şikâyeti yapay durması, vücutta fazladan bir yükmüş gibi his oluşturması, zamanla buruşması-yapışması ve uzman ellerde yapılmamasından kaynaklı olarak içeride hareket etmesi yönündedir. Oysa, Aquafilling yaptıranlar bilir, bu yöntemle kalça estetiği yaptırdığımızda enjekte edilen edilen dolgu yumuşak dokuların kıvamında olduğu için tamamen doğal görünür ve vücuttan bir parça gibi izlenim oluşturur. Aynı zamanda, duyu kaybı da yaşanmaz. Aquafillingin zararları yok mu diye soranlar olabilir. Bu konuda defalarca tarafsız araştırmalar yapılmıştır. Araştırma detaylarına Ameliyatsız Meme Büyütme yazımızda ulaşabilirsiniz. Kısaca şunu ifade edelim: Tamamen doğal bir madde olan Aquafilling hidrofilik jeli vücutta hiçbir yan etki oluşturmaz. Jel göçü, en amasyon, parçalara ayrılma ve enjeksiyon bölgesinde infltrasyon gözlenmez.”*,

-“Ameliyatsız Meme Büyütme” başlığı altında; *“Dolguyla göğüs büyütme, yani Aquafilling uygulaması ile tıpta implantlarla ilgili inanışları kökünden değiştirmiştir. Aquafilling meme dokularının daha çekici ve doğal görünmesi için invaziv ve cerrahi olmayan bir yol sağlayan hidrofilik jeldir. Bu jel memelere enjekte edilir; sonuçta ortaya büyük ve dik memeler çıkar. Meme hacminden veya şeklinden rahatsız olanlar polikliniğimizde Aquafilling uygulaması yaptırabilir. Aquafilling yaptıranlar zaten bilir de, bir de bilmeyenler için Aquafilling ile göğüs büyütme hakkında yazalım: Memeye enjekte edilen bu dolgunun %98-i sudan oluştuğu için, meme dokularının doğallığını ve yumuşaklığını sağlarken, duyu hassasiyetini de tamamen korur. Uzun süreli etki sağlar. Kalıcılık süresi 5 ila 8 yıl arasındadır. Doğal içerikli bir dolgu maddesi olduğundan vücut tarafından reddedilmez ve işlem sonrası herhangi yan etki görülmez. Cerrahi bir işlem olmadığı için meme travmaya maruz kalmaz. Hastalar işlemden kısa süre sonra günlük yaşantılarına dönebilir. Hemen ertesi gün yeni göğüslerle işe gidebilir veya seyahat edebilir. Uygulama sonrası silikon ameliyatında olduğu gibi memede herhangi iz kalmaz. Dolgu maddesi sadece iğne ucu kadar açılan delikten memeye enjekte edilmekte ve işlem sonrası delik yara bandı ile kapatılmaktadır. Aquafilling uygulaması ağrısız bir uygulamadır. İşleme başlamadan memeler lokal olarak uyuşturulur. Aquafilling ile meme büyütme uygulaması ile 30-40 dakika içerisinde yeni memelere kavuşmak mümkündür. Bu uygulamanın bir özelliğide şudur, işlem sonucunda size sürpriz, arzulamadığınız bir meme şekli ortaya çıkmaz. Uygulama esnasında, zaman-zaman aynada memelerinize bakarak fikirlerinizi söyleyebilirsiniz. Memeleri küçük olan hastalarda Aquafilling uygulaması ile iyi sonuçlar alınmaktadır. Bu uygulamalar sonucunda hem ameliyatsız meme büyütme, hem de ameliyatsız göğüs dikleştirme sağlanmış olur.”*,

-“Ameliyatsız Doldu ile Kalça Büyütme” başlığı altında; *“…Ama artık günümüzde bunların hiçbirisi sorun değil. Bu sorunların bazıları estetik ameliyatla, bazıları da ameliyatsız yöntemlerle çözülmektedir. Artık özgüveni geri getirmenin ve içimizdeki güzelliği keşfetmenin zamanı…Oysa şimdi anlatacağımız ‘Hidrofilik jelile popo büyütme’ uygulamasını dikkate almazsak, kalçalar sadece ameliyat yöntemi ile büyütülebiliyordu. Bu yöntemler yağ transferi ve silikon kalça ameliyatlarıydı. Demek ki, kadınlar ağrısız, acısız, travmasız bir şekilde dolgun kalça istiyor…Ameliyatsız meme büyütme de kullanılan yöntemlerden biri olan yağ enjeksiyonu ile popo büyütme yaptıranların en çok şikâyet ettikleri konu, yağın çok kısa bir sürede erimesidir. Yağ transferi ile kalça büyütme zamanı popoya enjekte edilen yağların yüzde 70’e kadarının çok kısa sürede eridiği gözlemlenmektedir. Amahidrofilik jelkalça estetiği ile büyütülen popo dolgunluğunu en az 5 sene korumaktadır. Bazı hastalarda bu 8 seneye kadar çıkmaktadır. Hidrofilik jel de ise, uzun süreli klinik etki 5 ila 8 yıla kadar sürdürülmektedir. Bu nedenle hidrofilik jel, dolgunlaştırma ve büyütme işlemlerinde daha çok tercih edilmektedir. Hidrofilik jel de dolgu maddesi sadece iğne ucu kadar açılan deliktenpopoya enjekte edilmekte ve işlem sonrası delik yara bandı ile kapatılmaktadır. İşleme başlamadanpopo lokal olarak uyuşturulmaktadır. İşlemin temel özelliği ameliyat sonrası iyileşme döneminin kısa olmasıdır.”*,

-“Ameliyatsız Dolgu ile Göğüs Büyütme” başlığı altında; *“…yağ enjeksiyonu işleminde, aktarılan yağların neredeyse yarısı 6 aya kadar kalıcılığını koruyabilmektir. Hidrofilik jel de ise, uzun süreli klinik etki 5 ila 8 yıla kadar sürdürülmektedir. Bu nedenle hidrofilik jel, dolgunlaştırma ve büyütme işlemlerinde daha çok tercih edilmektedir…işlemin temel özelliği ameliyat sonrası iyileşme döneminin kısa olmasıdır.”*,

-“Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“…lazer epilasyon, yetişkin bireylere güvenle uygulanabilinen konforlu, az acılı bir yöntem olup…ortalama 5-6 seansta tüylerden olarak kurtulunur…kliniğimizde lazer epilasyon tedavisinde başarılı sonuçlar için 2 farklı cihaz kullanılmaktadır…melanin pigmentine en etkili dalga boyu…epilasyon için en ideal cihazlardır. Cihazımız en son teknoloji ürünü olup açık ten renkli ve koyu kıllı insanlarda, kalın kıllarda çok etkilidir…her türlü ten renginde ve ince ayva tüylerde çok etkilidir. Polikliniğimizde kombine yapılan lazer epilasyon işlemleri ile çok iyi sonuçlar elde edilmektedir…”* gibi ifadeler ile,

-“Leke Tedavisi” başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2017/3869**

**Şikayet Edilen: Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti. (Dent Ekol Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:***“Dent Ekol Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* başlıklı broşürde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs-Haziran 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürde yer alan; *“...Dent Ekol'de diş muayenesi ücretsizdir. Diş tedavileri için diş hekimleri odasının asgari ücret tarifesi uygulanmaktadır. Kredi kartına 9 taksit imkanı...”* gibi ifadeler ile 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 veremeyeceği hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu broşürde yer alan ifade ve görüntülerin 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 değerlendirildiği,

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 **Dentekol İsmira Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti.(Dent Ekol Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2017/2825**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Yakup AVŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.yakupavsar.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.yakupavsar.com) ve <http://avsarestetik.com> adresli internet siteleri ile bu internet sitelerinin [www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.facebook.com) ve [www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarındaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.yakupavsar.com](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.yakupavsar.com) adresli internet sitesinin 05.12.2017 tarihli görünümünde;

*-* “Hakkında” başlığı altında; *“(...)2006 yılında mikro-rinoplasti yöntemini geliştirerek dünyada çekiç kullanmadan endoskopik burun estetiğinin duayeni oldu.”,*

*-* “İnovasyonlar- 3D Avsar Maske” başlığı altında; *“Bu teknolojiyi dünya üzerinde ilk defa kullanan Op. Dr. Yakup AVŞAR’dır.(...) Tabii ki bu süreçte hastasının beklentilerine de kulak veren Yakup AVŞAR, 3d maske şeklinde bir çıktı alıyor ve bunu incelemesi için hastasına veriyor.”,*

*-* “İnovasyonlar-Avşar İncelen Kanül” başlığı altında; *“(...)İç makyaj işlemi, Yakup Avşar’ın kendi geliştirdiği patentli incelen kanül (Avsar tapering cannula) yardımıyla uygulanıyor. (...)Yağın verildiği bölgede istenmedik potlar oluşmuyor ve yağ hücreleri dokunun katmanlarına rahat dağılabildiği için verilen yağ dokusunun tutulumu ve beslenmesi daha iyi oluyor. Sonuç olarak, çoklu ameliyat seansları en aza düşürülebiliyor. (...)Kolay Yağ Transferi (...)Bir defa yapıldıktan sonra farkı çok kolay görebiliyorsunuz.”,*

*-* “İnovasyonlar-Piramitlerin Dansı” başlığı altında; *“(...)Memeyi küçültürken veya dikleştirirken 3 boyutlu piramitler tarzında doku tasarımı yapıp bu piramitlerle yeni oluşacak memenin (Neo-breast) temelini oluşturmak Avşar tekniği adı altında ‘Piramitlerin Dansı’ olarak adlandırılmaktadır. (...)Tekniğe yatkınlık, 3 boyutlu tasarım ve tecrübe bir araya geldiğinde dev memeleri istediğimiz kadar küçültüp ve istediğimiz kadar dikleştirmemiz mümkün olmaktadır.”,*

<http://avsarestetik.com> adresli internet sitesinin 05.12.2017 tarihli görünümünde;

- “Hakkımızda-Avşar Estetik” başlığı altında; *“(...)Uluslararası innovasyonlara ve bilimsel ilklere imza atan kuruluşumuz 10.000'i aşkın estetik cerrahi ve klinik uygulama hasta listesi ve 30 kişilik ekibiyle, İstanbul, Levent' te VIP hizmet sunmaktadır.”,*

- “Hakkımızda-Op. Dr. Yakup AVŞAR” başlığı altında; *“(...)2006 yılında mikro-rinoplasti yöntemini geliştirerek dünyada çekiç kullanmadan endoskopik burun estetiğinin duayeni oldu.”,*

- “Estetik Cerrahi-Burun” başlığı altında; *“(...)Dr. Yakup Avşar’ın kendi tekniği olan mikro-rinoplastide ağırlıklı olarak endoskopi teknolojisi ve mikro-motor sistemi burnu kemik yapısını şekillendirmede ve deviyasyonların onarımında kullanılır, lazer teknolojisi ameliyatın bir kısmında ve mikrocerrahi ekipmanları burun ucu şekillendirmede kullanılır. Kendi tasarımı olan mikromotor uçlarının kullanıldığı bu teknik, son yıllarda tüm dünyada kullanılmaktadır. (...)Micromotor uçları ve endoskopi sayesinde kemiklerin üzerinde daha kontrollü ince işçilik şeklinde hareket edildiği için ameliyat öncesi tasarlanan burun şekline de daha kolay ulaşılmış olur. (...)Ağır deviyasonlar, darbe görmüş burunlar, ameliyat sonucu hasar görmüş yapılar bu sayede daha kontrollü ameliyat edilir. (...)Açık teknikte burnun son şeklini görmek için burun ucu altındaki kesiyi dikip kapatmak lazım, cerrah son şekli beğenmediği zaman tekrar bu dikişleri açmak zorunda, halbuki kullandığımız teknikte ameliyat boyunca burun ucu şekli kontrol edilerek seyreder ve kapama-açmaya gerek kalmaz.”,*

- “Estetik- Göğüs Büyütme” başlığı altında; *“(...)Serum fizyolojik içeren protezler herhangi bir sebepten dolayı (trafik kazası, kesici-delici alet batması, ateşli silah yaralanmaları vb.) delinir, patlar ya da sızıntı yaparsa dışarıya çıkan serum vücut tarafından emilir, vücuda zarar vermez. Ancak, protezin kıvamı ve su hissi zamanla hastayı rahatsız edebilir. Koheziv jel içeren protezlerin dış kılıfı silikon içi akıcı olmayan jel silikondur. Akıcı özellikte olmadıkları için, herhangi bir sebepten dolayı delinirse, sızarak bulunduğu bölgeye yayılması söz konusu değildir. Kıvamının koyu olmasından daha şekilli göğüsler elde edilir. Kombine protezler, görünüm olarak doğallığı sağladığı gibi küçük ayrıntıları da düzeltebilir. Şekillerine göre, Yuvarlak protezler yarım küre şeklinde olup özellikle, meme dekoltesini oluşturan üst yarıya dolgun bir görünüm sağlar. Anatomik protezler damla şeklinde olup, memenin doğal şekline daha uyumludur. Yerleştirildikten sonra memenin alt yarısında dolgun bir görünüm oluştururlar.”,*

- “Estetik-Göğüs Küçültme-Dikleştirme” başlığı altında; *“(...)Ameliyatın başarısı bu piramitlerin iyi tasarlanması ve başka bir değimle piramitleri iyi dans ettirmeye bağlıdır. Tekniğe yatkınlık, 3 boyutlu tasarım ve tecrübe bir araya geldiğinde dev memeleri istediğimiz kadar küçültüp ve istediğimiz kadar dikleştirmemiz mümkün olmaktadır.”,*

- “Estetik-Endoskopik Üst Yüz Germe-Orta Yüz Germe” başlığı altında; *“(...)  Kişinin yaşı, bu ameliyattan sonra 10-15 yaş geriye gidebiliyor. Ameliyatta güçlü bir doku fiksasyonu olduğundan hem ömür boyu kalıcılık hem de yaşlanma ve yer çekimine karşı sağlam bir mekanizma söz konusu oluyor. Ameliyat tekniğine endoskopik subperisteal lifting deniyor. Cerrahınızın endoskopik tekniklere yatkınlığı, teknolojisi ve tecrübesi ne kadar iyi ise ameliyat sonucu o kadar etkileniyor”,*

- “Estetik-Mikro Yağ Enjeksiyonu” başlığı altında; *“(...)Makyaj, cilt bakımı ve benzeri birçok yöntemi kullanarak dinç görünmeyi bir yere kadar sağlayabiliriz ancak zamanla bazı oluşan doku boşluklarını yerine koymamız gerekecektir. Yanakların çökmesi, göz altının çukurlaşması, bacak, popo, göğüs, dekolte bölgesi hatta ellerde bile yaşlanmadan kaynaklanan çukurlaşmayı rahat bir şekilde yağ transferi ile düzeltebiliriz. Bu durumda yağ mikro-enjeksiyonu tekniği yüz ve vücut bölgesinde oluşan boşlukları gidermek için en iyi seçeneği sunmaktadır. Bu hacim kazandırma işlemine iç makyaj (Fat Makeup) adını verdik çünkü bu işlem sonucu kişi rutin makyajla oluşturamayacağı görüntüyü bu yöntemle sağlayabiliyor. Boşluklar doluyor ve cilt parlıyor. (...)Yağ dokusu kanülün içinde uca doğru incelerek ilerliyor ve kanülün ucundan zarif bir şekil enjekte ediliyor. Yağın verildiği bölgede istenmedik potlar oluşmuyor ve yağ hücreleri dokunun katmanlarına rahat dağılabildiği için verilen yağ dokusunun tutulumu ve beslenmesi daha iyi oluyor. Sonuç olarak, çoklu ameliyat seansları en aza düşürülebiliyor. Kolay Yağ Transferi (...)Bir defa yapıldıktan sonra farkı çok kolay görebiliyorsunuz”,*

- “Estetik-Lazer Liposuction” başlığı altında; *“(...)Vücut yağlanmalarında bugüne kadar en popüler yöntem olmuştur.” ,*

- “Klinik Uygulamalar-Lazer Lipoliz Sculpsure” başlığı altında; *“(...) İnce bir vücut yapınız olsa da bölgesel fazlalıklarınızdan kurtulamıyor musunuz? Fazlalıklarım var ama ameliyat olmak istemiyor musunuz? O zaman endişelerinizi bir kenara bırakın ve ameliyatsız lazer lipoliz yöntemi olan SculpSure ile tanışın. (...)Avantajları neler?Lazer ışınları tarafından parçalanmış yağ hücreleri vücudun doğal sistemi tarafından vücuttan atılıyor. Ameliyata kıyasla iyileşme süresi gerektirmemesi, uygulama sonrasında hastanın sosyal yaşamına hemen geri dönebilmesi, konforlu ve güvenli bir uygulama olması bu yöntemin tercih edilmesini sağlıyor. Yine ameliyatla lazer lipoliz sonrası en az 3 hafta giyilmesi gereken korseye de gerek kalmıyor.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Dövme Sildirme” başlığı altında; *“(...) Klasik olarak dövmeler cerrahi işlemle çıkarılabildikleri gibi, bu konuya spesifik lazer sistemleriyle de iz bırakılmadan silinebilir. Cerrahi işlemle dövme genişliğine göre, tek seanslı ya da birkaç seanslı olarak çıkarılıp dikiş atılarak kapatılır ki, ameliyat izi kalıcı olarak meydana gelir. Dermabrazyonlarda ise dövmenin üzerindeki cilt soyulmaya çalışılır, ancak bu yöntemin sonucunda kötü bir iz oluşabileceği gibi dövme de silinmeyebilir.Öncelikle uygun vakalarda işlemin MedLite C6 lazer sistemi ile yapılıp, uygun olmayan hastalara öncelikle cerrahi işlem uygulanması daha doğru olacaktır. Günümüzde dövme silmede kullanılan MedLite C6 lazer sistemi; dermatolojik uygulamalarda üstün özellikleri ile lazer cihazları içinde başarı oranı yüksek, hızlı ve güvenli Q-switched Nd-Yağ lazer sınıfından bir üründür.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Yara İzi Tedavisi” başlığı altında; *“(...)Benim hastalarıma uyguladığım tedavi protokolünde; iz yaygın olarak tüm kolda varsa, seri eksizyon dediğimiz basamaklar halinde ya da uygunsa tek basamakta izleri çıkartarak cerrahi bir iz haline getirmektir. Bunun üzerine gerekli tedaviler uygulanarak meydana gelen cerrahi izi de en belirsiz hale getirmek için, uygun hastalarda lazer tedavisi ile işlemi tamamlamaya çalışıyorum. Bazı hastalarda cerrahi bir işlem yapmadan direk lazer tedavisine alabiliyorum. Bazı hastalarda da, bir işlem yapılmadan tıbbi kalıcı makyaj yaptırabiliyorum.(...)Lazer, iz tedavisinde son gelinen noktadır. Hastaların beklentileri gerçekçi olduğu sürece uygun izlerde uygun lazer tedavileriyle çok iyi sonuçlar alınır.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Yara İzi Tedavisi” başlığı altında; *“(...)Leke tedavisinde gün geçtikçe yeni ufuklar açılmaktadır. Eskiden diyebileceğim; cilt bakımları sırasında yapılan kimyasal peeling uygulamaları, mikro dermabrazyonlar gibi mekanik peeling uygulamaları işlemleri yerine, ben hastalarımı uygun lazerle tedavi programına alarak lekeleri en az travmayla gidermeyi hedefliyorum. Leke tedavisinin son noktası lazer diyebilir miyiz? Kesinlikle evet. Uygun lazer türü, tecrübeli eller ve uyumlu hastada muhteşem sonucu almanızı sağlar.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Pürüzsüz ve lekesiz bir cilde sahip olmak özel ve güvenilirliği kanıtlanmış lazer sistemleri ile artık çok kolay! Kombine lazer epilasyon cihazlarıyla klasik lazer mantığının dışına çıkarak, epilasyonda başarılı sonuçlar mümkün. Avşar Estetik‘te tüy renginiz, cilt renginiz ne olursa olsun size uygun bir cihaz var. Q-Switch Revlite lazer, en ince tüyleri, en koyu ciltte dahi hiçbir yan etki olmadan, konforlu bir şekilde epilasyon seçeneği sunarken aynı zamanda cilt kalitenizi arttırıp adeta bağımlılık yaratıyor. Nd-Yag lazer, kalın tüylerinize gereken enerjiyi verirken, teniniz bronz olsa dahi etkili bir epilasyon olanağı sağlar. Epilasyon tedavisinde en zorlayıcı olan yüz bölgesi tüyleri, erkek sırtı, kol bölgesi gibi alanlarda oldukça başarılı. Alexandrite Cynosure lazer, koyu tüylü ve bronz tenli kişilerde hızlı ve etkili sonuçlar verirken, batık probleminizi de kökten çözmüş olacaktır. Lazer epilasyon deyip geçmeyin, doktor kontrolünde, güvenilir ellerde, cildiniz için en doğru cihaz seçiminde dikkatli olmanızda fayda var.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Hydrafacial Cilt Bakımı” başlığı altında; *“ (...)Bu uygulamanın bir diğer avantajı ise aynı zamanda ince çizgiler, güneş lekelerini ve aşırı yağlanma üzerinde de etkili olması. Gözenekleri açarak siyah noktalardan arındırmasının yanı sıra akne tedavisi için de kullanılıyor. (...)Dermabrazyon yöntemi ile cildi derinlemesine temizleme, besleme, nemlendirme, yenileme, soyma, antioksidan koruma ve akne tedavisinin kombine edildiği bu sistem, tüm dünyada kullanılmaktadır ve alanında FDA onayına sahiptir. HydraFacial MD sistemi (Vortex) isimli özel bir teknolojiye sahip başlıkla çalışıyor.”,*

- “Klinik Uygulamalar-Velashape III” başlığı altında; *“Diyet ve egzersize destek olarak bölgesel incelme, sıkılaşma ve selülitlerden kurtulmak için uygulanan FDA onaylı Velashape III sistemi, kișiye göre değișen seans sayıları ile birlikte ortalama olarak 8-10 seansta etkili sonuç verir.(...) Özellikle sıkılaşma ve selülit tedavisinde cerrahi uygulamalara alternatif en başarılı yöntemlerin başında gelir.” ş*eklinde ifadelere yer verildiği,

- *“*Medya*”* başlığı altında yer alan videolarda; *“Dolgu, botoks, lazer epilasyon”* gibi tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği,

[https://www.facebook.com/avsarestetik/](https://www.facebook.com/opdrfatihoktem/) adresli internet sayfasının 05.12.2017 tarihli görünümünde; *“Koltukaltı terlemesine botox ile son veriyoruz. (...)Lazer lipolizle yaz gelsin. Bölgesel yağlardan FDA onaylı lazer lipoliz yöntemi -sculpsure ile ameliyatsız,tek seansta ortalama 25 dk'da kurtulmak mümkün.(...)”* şeklinde talep yaratıcı ifadelere,*“Avsar deyince güzellikte 1 numara merkez diyoruzzz. (...)Burun estetiğinde,tek sizi tanırım hocam, Kızım Berna İre'nin burun estetiğindeki başarınız tartışılmaz, sizden başka tavsiyem kesinlikle olamaz, sevgiler. (...)2010 da sizin kusursuz ellerinizde burun ameliyatı oldum ve çok doğru doktora ameliyat olduğumu her estetik burun ameliyatı geçiren çevremdeki insanlarda gördükçe emin oluyorum ellerin dert bedenin hastalık görmesin hocam. (...)Hiç acı yok. Yeminle... Lazer epilasyonumu da @avsarestetik te yaptırıyorum ben... #fotona diye bir aletle yapıyorlar. Hem çok hızlı, hem de cildi de toparlıyor. (...)”* şeklinde hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile tıbbi işlem görüntülerinin yer aldığı videolara yer verildiği,

[https://www.instagram.com/avsarestetik/](https://www.instagram.com/drfatihoktem/) adresli internet sayfasının 05.12.2017 tarihli görünümünde; *“Icon lazer ile lekelere ve ince kırışıklara veda ediyoruz. (...)Eldeki güneş ve yaşlılık lekelerini #ıcon #lazer uygulaması ile ayda bir 3-4 seansta siliyoruz desek. Haydi, herkesi bekliyoruz. (...)Bugün sevgili hastamız Sevim Hanım'a yaptığımız botoksu kayda aldık. Botoks hakkında detaylı bilgi ve randevu için 02122700993'ü arayabilirsiniz. (...)Sevgili hastamız Dilek Hanım'ın botoks uygulamasını kameraya aldık. Keyifli sohbet eşliğinde, ağrısız acısız botoks için adres belli. (...)Göz kapağı fazlalıklarınızda klinik ortamında, lokal anestezi altında ortalama 20 dk'da kurtulabilirsiniz. Üstelik acısız ve keyifli bir sohbet eşliğinde. İnstagram hikâye ve gönderilerimizde de sıkça paylaştığımız gibi tüm göz kapağı hastalarımız işlem sonunda aynı deneyimleri paylaşıyor. (...)Yuvarlak ve düz yüzey meme protezini, endoskopik cerrahi ile koltuk altından memenin kas zarı altına yerleştirdiğimizde anatomik görünümlü (damla şeklinde) ve dilediğiniz büyüklükte meme şekline kavuşabilirsiniz. (...)Bayram öncesi #revlite lazer ile hem parlak hem de ayva tüylerinden arınmış bir cilt için sizi de bekliyoruz. Detaylı bilgi için 02122700993'ü arayabilirsiniz. (...)Göz kapağı hastamızla, operasyondan hemen sonra. Üst göz kapağı fazlalıklarınızdan, klinik ortamında 20 dakikada kurtulabilirsiniz. Lokal anestezi altındaki bu mini operasyonda, sohbetten duyacağınız keyif dışında hiçbir şey hissetmeyeceksiniz. (...)Meme küçültme ameliyatlarında kullandığımız, piramitlerin dansı ile, istenen büyüklükte ve diklikte meme büyüklüğüne kavuşmanız mümkün. Genel anestezi altında yaklaşık 1.5 saatlik bir operasyon dan sonra bir gece hastanede misafir edip ertesi gün evinize geçebilir bir kaç gün sonra şehir dışına çıkabilirsiniz. Kış dönemindeki icon lazerle de ameliyat izlerini belirsiz hale getirileceğimizin müjdesini verelim size(...)”* şeklinde talep yaratıcı ifadelere,*“@avsarestetikde canım Dilek hocam bana hep şikayetçi olduğum güneş lekemden kurtulmam için #ICON lazer uygulaması yaptı...Ciltteki tüm lekelere ve ince kırışıklıklara çok iyi gelen iğnesiz bir yöntem. Normalde 4 seans kesin çözüm ama ben her gün ekranda olan biri olarak tedavimi az dozda 8 seansta görücem. Heyecan dorukta o leke oradan gidecek. (...)#iconlaser yine @avsarestetik farkı ile sahnede. İnce kırışıklıklar, çatlak, yara izleri, akne izleri her türlü iz icin etkili bir laser.Bu etkileriyle paralel olarak cildi inceltip pürüzsüz ,tek ton, ışıl ışıl genç ve sıkı yapıyor. Yine ilk ben denedim harika olacak. bizde kalın.(...)”* şeklinde hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile tıbbi işlem görüntülerinin yer aldığı videolara 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**GIDA**

**30)**

**Dosya No: 2017/2058**

**Şikayet Edilen: Adem Albayrak – Albayrak Ticaret Pazarlama**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından MGC TV adlı televizyon kanalında “*Asya Kaplanı Kapsül*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2016, 28.10.2016, 29.10.2016, 30.10.2016, 31.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 20.10.2016, 28.10.2016, 29.10.2016, 30.10.2016 ve 31.10.2016 tarihlerinde “MGC TV” adlı televizyon kanalında “*Asya Kaplanı Kapsül”* adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında,ekranda durağan yazı olarak, *“Kısa bir süre için bir alana bir bedava. Asya Kaplanı sipariş hattı. 0216 606 23 32. 39 TL…”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Bayanlar ve baylar, ekranları başında bizi izleyen sevgili seyirciler, belli bir yaştan sonra bir takım cinsel problemleri ile başbaşa kalanlar… Belli bir yaştan sonra birtakım problemler başlıyor ama bunlar bizi hayata küstürmemeli, bunlar bizi eşimizden soğutmamalı. Çok özel bir ürünümüz var biliyorsunuz, Asya Kaplanı… Bilmeyenler için şöyle bir açalım isterseniz, Asya Kaplanı ne işe yarar, kimler kullanabilir bu ürünü? Asya Kaplanı cinsel problemi olan bay ya da bayan herkesin kullanabileceği bir ürün. Dikkat edilmesi gereken bir şey var, gündüz vakti almıyoruz efendim… Cinsel sorunu olanlar, eşler arasında sorunlarda, kendini cinsel anlamda veremeyen arkadaşlarımızın kullanabileceği seçkin bir üründür… Eşler arasında zaman zaman soğukluklar olabiliyor, hayat şartları, yediklerimiz içtiklerimiz ve en çok da psikolojik olarak etkilenebiliyoruz ve bu anlamda yıkılan yuvalar var biliyorsunuz ama bu anlamda çaresiz değilsiniz, Asya kaplanı mucizesiyle tanışmak için, hemen şimdi ekranın altındaki numarayı arayacaksınız, 0216 606 23 32… Bu tip sorunlarla artık yüzleşmenin zamanıdır…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Asya Kaplanı”adlı ürüne yönelik olarak 20.10.2016, 28.10.2016, 29.10.2016, 30.10.2016 ve 31.10.2016 tarihlerinde MGC TV adlı televizyon kanalında yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

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

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

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Adem Albayrak – Albayrak Ticaret Pazarlama** 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.

**31)**

**Dosya No: 2017/3886**

**Şikayet Edilen: Kyani Turkey Kozmetik Ürün. ve Gıda Tak. İth. İhr. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından <https://www.kyani.com/tr-tr/> adresli internet sitesinde muhtelif takviye edici gıdalar ile kozmetik ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.kyani.com/tr-tr/> adresli internet sitesinin 22.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda;*“Kyani Sunrise – Kapsamlı Besin Takviyesi ve Antioksidan. Kyäni Sunrise kutusu, her biri 30 ml’lik 30 adet küçük paket içerir. Dünyanın çeşitli yerlerinden toplanmış en iyi gıdalarla beslenmek istiyorsanız, içeriğinde yaban mersini (Meyvelerin Kralı) ve diğer besinlerin yer alan Sunrise’dan yararlanabilirsiniz. Riboflavin, Tiamin, Nar, Yaban Mersini, Üzüm, Bektaşi Üzümü, Ginseng ve daha birçok besini içeren Sunrise sağlığınız için eşsiz faydalar sunar. Organik kimyasal bileşenler olarak bilinen vitaminler, vücudumuzdaki her türlü biyokimyasal ve fizyolojik süreci kolaylaştırır ve düzenlerler. Kyäni Sunrise sağlığınızı en iyi seviyede tutmanıza yardım eder… Kyani Sunset - Dengeli Lipid Besin 90 adet yumuşak jel kapsül içeren bir şişeyle sunulur. Kyäni Sunset, dünyanın en saf balığı somon balığı da dahil olmak üzere vahşi balık yağlarından elde edilen EPA – DHA, A Vitamini, E Vitamini ve esansiyel bir besin olan D Vitamininin uygun bir kombinasyonunu içerir. Omega 3 vücudun üretemediği, sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeniz için dışarıdan alınması zorunlu bir yağ asididir. Yalnızca yağda çözünen besinlerden oluşan Sunset, en yüksek biyo yararlanım ve emilim için akşam kullanımı için tasarlanmıştır… Kyani Nitro Plus - 1998 yılında üç bilim adamına, çığır açan "kardiyovasküler sistemde bir sinyal molekülü olarak Nitrik Oksit" adlı bilimsel keşifleri için Nobel Ödülü verildi. Nitrik Oksit, kimyasal formülü N-O olan bir gazdır. Hücresel düzeydeki verileri taşır, gaz halindeki yapısı sayesinde hücre zarı içine etkili bir şekilde nüfuz edebilir. 1992 yılında “Science“ bilim dergisi onu, “Yılın Molekülü“ olarak ilan etti ve Nitrik Oksit, 1998 yılındaki Nobel’den bu yana “Hayat Molekülü” olarak anılır olmuştur. Nitrik Oksit vücutta çokça bulunur, fakat bu düzensiz ve kısa ömürlüdür, dolayısı ile sürekli yenilemek gerekir. Bu Morinda citrifolia (Noni meyvesi) gibi bitkilerde bulunan nitrat olarak bilinen maddelerden etkin bir şekilde üretilebilir… Kyani Nitro FX - 1998 yılında üç bilim adamına, çığır açan "kardiyovasküler sistemde bir sinyal molekülü olarak Nitrik Oksit" adlı bilimsel keşifleri için Nobel Ödülü verildi. Nitrik Oksit, kimyasal formülü N-O olan bir gazdır. Hücresel düzeydeki verileri taşır, gaz halindeki yapısı sayesinde hücre zarı içine etkili bir şekilde nüfuz edebilir. 1992 yılında “Science“ bilim dergisi onu, “Yılın Molekülü“ olarak ilan etti ve Nitrik Oksit, 1998 yılındaki Nobel’den bu yana “Hayat Molekülü” olarak anılır olmuştur. Nitrik Oksit vücutta çokça bulunur, fakat bu düzensiz ve kısa ömürlüdür, dolayısı ile sürekli yenilemek gerekir. Bu Morinda citrifolia (Noni meyvesi) gibi bitkilerde bulunan nitrat olarak bilinen maddelerden etkin bir şekilde üretilebilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, tanıtımı yapılan ürünlerin içeriğindeki gıda bileşenlerine atıf yapan, *“Dünyanın çeşitli yerlerinden toplanmış en iyi gıdalar”*, *“Dünyanın en saf balığı somon balığı”*, *“Yılın molekülü”*, *“Hayat molekülü”*, *“Sağlığınız için eşsiz faydalar sunar”*, *“Sağlığınızı en iyi seviyede tutmanıza yardım eder”*, *“Omega 3 vücudun üretemediği, sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeniz için dışarıdan alınması zorunlu bir yağ asididir.”* ve *“Nitrik Oksit vücutta çokça bulunur, fakat bu düzensiz ve kısa ömürlüdür, dolayısı ile sürekli yenilemek gerekir. Bu Morinda citrifolia (Noni meyvesi) gibi bitkilerde bulunan nitrat olarak bilinen maddelerden etkin bir şekilde üretilebilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine firma tarafından muhtelif kozmetik ürünlere yönelik olarak <https://www.kyani.com/tr-tr/> adresli internet sitesinin 22.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda ise; *“Fleuresse Skin Care System – Son teknolojilerden faydalanılarak bilimsel olarak tasarlanmış Fleuresse Cilt Bakım Sistemi, bitki kök hücrelerinin ve diğer doğal oluşumlu bitkisel maddelerin gücünü artırarak daha aydınlık ve genç görünümlü bir cilde kavuşmanızı sağlar… Fleuresse Serum - Bitki kök hücrelerinde doğal olarak bulunan bitkisel maddelerden elde edilen hafif ve canlandırıcı Fleuresse Serum, cildi yenilerken cildin ince çizgi ve kırışıklıklara karşı korunmasına yardımcı olur ve gözle görülür yaşlanma belirtilerini azaltır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, Bakanlığımız denetim birimlerince 6502 sayılı Kanunun “Piramit satış sistemleri” başlıklı 80 inci maddesinde yer alan *“(1) Piramit satış; katılımcılarına bir miktar para veya malvarlığı ortaya koymak karşılığında, sisteme aynı şartlar altında başka katılımcılar bulma koşuluyla bir para veya malvarlığı kazancı olanağı ümidi veren ve malvarlığı kazancının elde edilmesini tamamen veya kısmen diğer katılımcıların da koşullara uygun davranmasına bağlı kılan, gerçekçi olmayan veya gerçekleşmesi çok güç olan kazanç beklentisi sistemidir. (2) Piramit satış sisteminin kurulması, yayılması veya tavsiye edilmesi yasaktır. (3) Bakanlık, piramit satış sistemleri ile ilgili gerekli incelemeleri yapmaya ve varsa elektronik sistemin ülkemizde durdurulması dâhil ilgili kamu kurum veya kuruluşlarıyla iş birliği içinde gerekli önlemleri almaya yetkilidir.”* hükmü doğrultusunda, reklam veren Kyani Turkey Kozmetik Ürün. ve Gıda Tak. İth. İhr. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlıfirmanın faaliyetlerine ilişkin olarak yürütülen inceleme ve denetim süreci sonucunda, 15.08.2016 tarih ve 447-C/03-1 sayılı denetim raporu ile firma tarafından gerçekleştirilen pazarlama, reklam ve satış faaliyetlerinin esasen takviye edici gıdalar ile kozmetik ürünlerin son tüketicilere yönelik satış ve pazarlamasından ziyade bir piramit satış sisteminin kurulması ve yayılmasına yönelik olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.kyani.com/tr-tr/> adresli internet sitesinde Kyani Sunset, Kyani Nitro Plus, Kyani Nitro FX adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan ve anılan internet sitesinin 22.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle 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 “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, ayrıca bu iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, kaldı ki anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların her koşulda mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, tanıtımı yapılan ürünlerin içeriğindeki gıda bileşenlerine atıf yapan, *“Dünyanın çeşitli yerlerinden toplanmış en iyi gıdalar”*, *“Yaban mersini (Meyvelerin kralı)”*, *“Dünyanın en saf balığı somon balığı”*, *“Yılın molekülü”* ve *“Hayat molekülü”* şeklindeki ifadelerin, aynı niteliklere sahip benzer ürünlere kıyasla firma ürünlerinin özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi hükmüne aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

*“Dünyanın çeşitli yerlerinden toplanmış en iyi gıdalar”*, *“Dünyanın en saf balığı somon balığı”*, *“Yılın molekülü”*, *“Hayat molekülü”*, *“Sağlığınız için eşsiz faydalar sunar”*, *“Sağlığınızı en iyi seviyede tutmanıza yardım eder”*, *“Omega 3 vücudun üretemediği, sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeniz için dışarıdan alınması zorunlu bir yağ asididir.”* ve *“Nitrik Oksit vücutta çokça bulunur, fakat bu düzensiz ve kısa ömürlüdür, dolayısı ile sürekli yenilemek gerekir. Bu Morinda citrifolia (Noni meyvesi) gibi bitkilerde bulunan nitrat olarak bilinen maddelerden etkin bir şekilde üretilebilir.”* şeklindeki ispata muhtaç iddiaların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükmü kapsamında firma tarafından ispatlanamadığı;

<https://www.kyani.com/tr-tr/> adresli internet sitesinde “Fleuresse Skin Care Sistem” ve “Fleuresse Serum” adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan ve anılan internet sitesinin 22.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak ise, 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 cildin yenilenmesine ve yaşlılık belirtilerinin azaltılmasına yönelik ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen “kozmetik ürün” tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, diğer taraftan bu iddiaların 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 değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların her koşulda mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Piramit satış sistemleri” başlıklı 80 inci maddesikapsamındapiramit satış sistemlerinin kurulmasının, yayılmasının ve tavsiye edilmesinin yasaklandığı, bununla birlikte Bakanlığımız tarafından yapılan denetimler sonucunda, firma tarafından yürütülen pazarlama, reklam ve satış faaliyetlerinin esasen takviye edici gıdalar ile kozmetik ürünlerin satış ve pazarlamasından ziyade bir piramit satış sisteminin kurulması ve yayılmasına yönelik olduğunun tespit edildiği, bu itibarla Bakanlığımız denetim birimlerince piramit satış sistemi olduğu ve ilgili Kanun hükmüne aykırı olduğu tespit edilen firma faaliyetlerine ilişkin olarak firmaya ait söz konusu reklam ve tanıtımların bu yönüyle de mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların,

- 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 ve 19 uncu maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 80 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kyani Turkey Kozmetik Ürün. ve Gıda Tak. İth. İhr. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2017/4145**

**Şikayet Edilen: Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “*McDonald’s’a Gel Keyfin Yerine Gelsin*” başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2017-21.12.2017 (Televizyon), 2017-2018 (Reklam afişleri)

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Afiş

**Tespitler:** “*McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin*” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak 22.06.2017-21.12.2017 tarihleri arasında televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, dış ses tarafından yapılan seslendirmelerde, “*McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin. Efsane Big Mac Menü sadece 11,95 TL*” ifadelerine, televizyon reklamlarının uzun süreli versiyonunda altyazı içerisinde, “*Menüler orta boy içecek ve patates ile servis edilir. Kampanya katılan restoranlarda geçerli olup restoran dışı siparişlerde geçerli değildir. Sunuma servis takımı dahil değildir*” ifadelerine, kısa süreli versiyonunda ise yine altyazı içerisinde, “*Menü orta boydur. Katılan restoranların restoran servisinde geçerlidir. Servis takımı dahil değildir*” ifadelerine yer verildiği,

Aynı kampanyaya ilişkin reklam afişleri üzerinde ise, “*Keyfini yerine getiren fiyatlar*” ve “*McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin*” ibareleri ile reklam görselinin alt bölümüne konumlandırılmış dipnot içerisinde “*Menüler orta boy patates ve içecekle servis edilir. Kampanya seçili restoranlarda geçerli olup restoran dışı siparişlerde geçerli değildir. Ürünlerin sunumuna servis takımı dahil değildir*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, şikayette bulunan tüketicinin alışveriş yaptığı İstanbul Levent McDonald’s şubesinin bir imtiyaz sözleşmesi kapsamında (franchise restoran) Genç Gıda Turizm İşletmeleri Ltd. Şti. tarafından işletildiği, 19.10.2017 tarihinde gerçekleşen alışverişte tüketiciden 2 adet Big Mac Menü karşılığında 29,90 TL tahsil edildiği belirlenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “*McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin*” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak 22.06.2017-21.12.2017 tarihleri arasında televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, dış ses tarafından yapılan seslendirmelerde, “McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin. Efsane Big Mac Menü sadece 11,95 TL” ifadelerine, televizyon reklamlarının uzun süreli versiyonunda altyazı içerisinde, “Menüler orta boy içecek ve patates ile servis edilir. Kampanya katılan restoranlarda geçerli olup restoran dışı siparişlerde geçerli değildir. Sunuma servis takımı dahil değildir” ifadelerine, kısa süreli versiyonunda ise yine altyazı içerisinde, “Menü orta boydur. Katılan restoranların restoran servisinde geçerlidir. Servis takımı dahil değildir” ifadelerine yer verildiği;

Aynı kampanyaya ilişkin reklam afişleri üzerinde ise, “*Keyfini yerine getiren fiyatlar*” ve “*McDonald’s’a gel keyfin yerine gelsin*” ibareleri ile reklam görselinin alt bölümüne konumlandırılmış dipnot içerisinde “*Menüler orta boy patates ve içecekle servis edilir. Kampanya seçili restoranlarda geçerli olup restoran dışı siparişlerde geçerli değildir. Ürünlerin sunumuna servis takımı dahil değildir*” şeklinde ifadelere yer verildiği; bu doğrultuda, söz konusu kampanya reklamlarından Big Mac Menü adlı ürünün fiyatının 11.95 TL olarak belirlendiği ve reklamlarda yer alan altyazıdan söz konusu kampanyanın bütün Mc Donald’s restoranlarında değil sadece seçili restoranlarda geçerli olduğu anlaşılsa da inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda kampanyaya dahil olan seçili restoranların hangileri olduğu ve tüketicilerin bu bilgiye nereden erişebileceğine ilişkin herhangi bir bilgilendirmeye veya yönlendirmeye yer verilmediği, ayrıca firma tarafından yapılan açıklamalarda kampanyanın doğrudan firma tarafından işletilen McDonald’s restoranlarında geçerli olup bir imtiyaz sözleşmesi kapsamında başka bir firma tarafından işletilen McDonald’s restoranlarında (franchise restoranlar) geçerli olmadığı belirtildiği halde, bu bilgiye kampanyaya ait reklam ve tanıtımlarda yer verilmediği, söz konusu reklamları izleyen ortalama bir tüketicinin kampanyanın hangi restoranlarda geçerli olduğu hususunda yeterince bilgilendirilmemesi nedeniyle bir McDonald’s restoranının kampanyaya dahil olup olmadığı hususunda rahatlıkla yanılabileceği, dolayısıyla altyazı içerisinde yapılan bilgilendirmenin bu haliyle eksik olduğu, bu durumun da tüketicilerin eksik bilgilendirilmesi ve bu yolla tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edilmesi anlamına geldiği, sonuç olarak söz konusu kampanya reklamlarının mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **241.413 TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2017/1989**

**Şikayet Edilen: Ömer Faik İnçoğlu Plus Toptan Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mega Müzik” logolu televizyon kanalında 21.10.2016-27.10.2016 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan *“Dr. Love”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2016-27.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Mega Müzik*”* logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih aralığında yayınlanan reklamlarda *“Dr Love”* isimli ürüne yönelik *“Dr. Love, 45 dk performans arttırıcı, tamamen kalıcı, 7-8 cm, kargo bedava 89 TL, memnun kalmazsan adımı değiştiririm, 0 212 945 80 81”*  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;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ömer Faik İnçoğlu Plus Toptan Ticaret** 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.

**34)**

**Dosya No: 2017/4402**

**Şikayet Edilen: Dermo AVM Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eczaonline.com](http://www.eczaonline.com) adresli internet sitesinin 20.12.2017 tarihli görünümünde; “ *Lady Berry 30 Tablet”* isimli ürüne yönelik olarak *“Tekrarlayan idrar yolu enfeksiyonlarının önlenmesinde kullanılabilir.”* Exeltis Lady Feliz 30 Kapsül isimli ürüne yönelik olarak *“Gebelik bulantısının önlenmesinde kullanılabilir. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

*“* *Lady Rose 30 Kapsül”* isimli ürüne yönelik olarak; *“Adet öncesi şikayetlerin giderilmesinde kullanılabilir.”* Lady Vigor 30 Kapsül isimli ürüne yönelik olarak; *“Kadınların cinsel isteği ve sıklığını arttırabilir, seksüel fonksiyonları düzenleyebilir, yaşam kalitesini düzenlemek için kullanılabilir bir gıda takviyesi kapsülüdür. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

*“Spanish Fly Kadınlara Özel Damla”* isimli ürüne yönelikolarak *“İspanyol Sineği – Spanish Fly Sineği Alanında en fazla seçenek edilen Kadın Cinsel Heves Çoğaltmaya destekleyici üründür.* *İspanyol Sineği – Spanish Fly Nedir ? Bayanların cinsel sıhhat meselelerin en ehemmiyetli olan ve çiftlerin cinsel yaşamlarını tamamiyle negatif etkileyerek cinsel ilişkilerinin bitme noktasına getiren bayanlardaki cinsel isteksizlik durumları en ehemmiyetli sorundur.  Bu vaziyet cinsel hayatı etkileyerek başlayıp evliliklerin bitme noktasına kadar sürmektedir.  Bayanların cinsel isteksizlik vaziyetleri muhtelif nedenlerle olmakla beraber bazen geçici bazen ise kalıcı olabilmektedir.  Dünya çapındaki tüm kadınlarda görülebilen bu meselenin negatif neticelerini en fazla erkekler görmektedir. Bayanlardaki cinsel isteksizlik vaziyetini ortadan kaldıracak ve kadınlara cinsel isteklerini en üst civara çıkartan dünya genelinde birçok kullanıcısı olan ve pozitif reaksiyonlar alan Spanish Fly başka ismi ile İspanyol Sineği Alanında en fazla seçenek edilen Kadın Cinsel Heves Çoğaltmaya destekleyici üründür .İspanyol Sineği Sineği – Spanish Fly Kullanımı? Dünyadaki kullanıcısı doğrulusunda tam not alan ve bölümünde en iyi Kadın Heves arttırmayı destekleyen ürün olan İspanyol Sineği tüketimi epey kolay bir üründür.  Meyve suyuna ya da herhangi bir asitsiz içeceğe 4-6 damla damlatıp cinsel isteksizlik vaziyeti olan kadına verildiğinden de erkek doğrulusunda kadının cinsel istikametten uyarıldığında etkisini gösteren ve bayanların libidolarını üst civara çıkartarak bayanların cinsel heves arttıran en kalifiye üründür.  Bayanların cinsel isteksizlik durumların kasıklarında kasılma oluşmaktadır.  İspanyol Sineği Sineği kullanımı neticesinde kasıklardaki kasılmayı genişleterek bayanların cinsel organını rahatlatarak cinsel temas isteklerini çoğaltmaktadır. İspanyol Sineği Sineği ile bayanların cinsel isteklerini arttırıp eskisi gibi cinsel yaşamınıza geri dönebilirsiniz. İspanyol Sineği Sineği – Spanish Fly Yan tesiri Nedir ? Bayanlardaki libido düşüklüğün tesiri olarak kadınlarda cinsel isteksizlik vaziyeti meydana çıkmaktadır. Bu mesele bayanların belli zamanlarında çıkmakta ve belli bir müddette ardından geçmektedir. Ama uzun süreli ve kalıcı duruma gelebilmektedir. Bu vaziyet cinsel hayatı tamamiyle tamamlanan ve çiftlerin birbirine yaklaşımını engel olan en büyük cinsel sorundur. Dünyadaki bayanların en fazla seçenek ettiği İspanyol Sineğinin muhtevası tamamiyle bitkisel maddelerden yapılmış ve herhangi bir kimyevi madde barındırmayan İspanyol Sineği kullanıcısı kadınlara hiçbir yan tesir göstermemektedir. Gerekli sıhhat kuruluşlarından onaylı olan İspanyol Sineği %100 emin bir üründü”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“İmuneks İmumax 3+Bebek&Çocuk Boğaz Spreyi” isimli ürüne yönelik olarak; *“Çocuğunuzun boğaz ağrısına ne iyi gelir diye daha fazla düşünmeyin, boğaz yanması ve boğaz ağrısına iyi gelen ürünler arasında en etkili bitkisel sprey”* şeklinde ifadelere 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 gıda takviyesi ürünlerin niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca *“İmuneks İmumax 3+Bebek&Çocuk Boğaz Spreyi*” isimli ürüne yönelik; *“Çocuğunuzun boğaz ağrısına ne iyi gelir diye daha fazla düşünmeyin, boğaz yanması ve boğaz ağrısına iyi gelen ürünler arasında en etkili bitkisel sprey”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan ifadelere yer verilerek, tüketicilerde söz konusu spreyin kullanımı ile boğaz ağrısı ve yanmasının tedavi edileceği izlenimi uyandırıldığı, dolayısıyla, Tıbbi Cihaz YönetmeliğininÜçüncü maddesinin (o) bendinde yapılan “Tıbbi cihaz” tanımının dışına çıkıldığı, bunlara ek olarak, firmanın Sağlık Bakanlığı’nca düzenlenmiş bir eczane ruhsatnamesi bulunmadığı halde, firmanıza ait internet sitesinin alan adı içerisinde "eczaonline" ibaresine yer verilerek, internet sitesinde satışı yapılan ürünlerin sanki bir eczanede satılıyormuş izlenimi uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-**Tıbbi Cihaz Satış, Reklam Ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 16/5, 18/6-a, 18/6-b, 18/6-f, 19/1-c, 19/1-ç ve 19/1-d maddeleri,

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

-6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkındaki Kanun’un 24 üncü maddesi,

-Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliği’nin 43 üncü maddesi,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**35)**

**Dosya No: 2016/3692**

**Şikayet Edilen:** **Petra Doğrudan Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turkiyepetra.com](http://www.turkiyepetra.com), [www.petra-urunleri.blogspot.com.tr](http://www.petra-urunleri.blogspot.com.tr) ve [www.bitkiselkremler.net](http://www.bitkiselkremler.net) adresli internet sitelerinde yer alan "*Green farma lif kitosan, At Kestanesi Kremi*" adlı ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2017-01.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://petra-urunleri.blogspot.com.tr> adresli internet sitesinin 01.08.2017 tarihli görünümünde, *“Green Farma Lif & Kitosan ile Karbonhidrat ve yağlara dur deyin!* *Chitosan, kabuklu deniz ürünlerinin kabuklarından elde edilen doğal bir liftir. Midede adeta bir ‘yağ süngeri’ işlevi görür. Bu özelliği sayesinde gıdalarla alınan yağların bir bölümünü mıknatıs gibi çekip vücutta emilimini önler ve bağırsaklardan atılmasını sağlar. Kendi ağırlığının çok üzerinde yağ bağlama kapasitesine sahiptir. Diyet Lifi ve Chitosan’ın faydaları artık tek bir ambalajda buluşarak sizlerin kullanımına sunuldu. Artık yediğiniz yağlı yemekler kâbus olmaktan çıkacak. Yağı mıknatıs gibi çeken chitosan ile formunuzu korumak elinizde. (...)Sonuç olarak Pasiflora ve Valerian; Huzursuzluk, endişe, adet görme ve menopoz dönemindeki ruhsal sıkıntı ve gerginlikler, uykusuzluk gibi şikayetlerin giderilmesinde destekleyici olarak kullanılır. Uyku kalitesini artırır. Uykuya dalmayı kolaylaştırır. Anksiyeteyi azaltır. Huzursuzluk, endişe gibi ruhsal sıkıntılı durumların giderilmesine yardımcı olur. Menapoz döneminde sıcak basmalarının giderilmesine yardımcıdır. Menapoz ve menstrüasyon (adet dönemi) dönemlerindeki sıkıntıların giderilmesine yardımcıdır.”*

<http://turkiyepetra.com> adresli internet sitesinin 29.05.2017 tarihli görünümünde, *“Green Farma Lif & Kitosan 20 Saşe (Karbonhidrat ve yağlara dur deyin!) hitosan, kabuklu deniz ürünlerinin kabuklarından elde edilen doğal bir liftir. Midede adeta bir ‘yağ süngeri’ işlevi görür. Bu özelliği sayesinde gıdalarla alınan yağların bir bölümünü mıknatıs gibi çekip vücutta emilimini önler ve bağırsaklardan atılmasını sağlar. Kendi ağırlığının çok üzerinde yağ bağlama kapasitesine sahiptir. Diyet Lifi ve Chitosan’ın faydaları artık tek bir ambalajda buluşarak sizlerin kullanımına sunuldu. Artık yediğiniz yağlı yemekler kâbus olmaktan çıkacak. Yağı mıknatıs gibi çeken chitosan ile formunuzu korumak elinizde.*

*Green Farma Ganoderma Mantarı. Kanserli hücreler, anormal büyüme hızları ile dikkat çeker. Normal hücrelerin nasıl kanserli hücrelere dönüştüğü tam kesin olarak belirlenmemesine rağmen, bunun bir viral orijine bağlı olduğu veya muhtemelen vücudun doğal korunma sisteminde (bağışıklık sisteminde) bir değişiklik sonucunda olduğu yönünde teoriler vardır. Son yapılan tıbbi araştırmalarda bazı insanların genetik olarak kanser risk grubundadır. Kanser riskini taşıyan insanlar yaşlandıkça ve bağışıklık sistemi zayıfladıkları için bazı belli tip kanserlere yakalanma riskleri artmaktadır. Reishi mantarının bağışıklık sistemini güçlendirici etkisiyle, kanserle savaşta ve de önlemede etkili olduğu görülmektedir. Makrofaj T-hücrelerinin, kanserli hücrelerle daha etkin olarak savaşmasında etkili olmaktadır. Ayrıca Kırmızı Reishide bulunan Beta-1,3-D-glucan ve Beta-1,6-D-glucan isimli polisakkaritlerin, güçlü anti-tümör etkileri gösterdiği araştırmalarla belirlenmiştir. Sonuçlar kanserin tipine ve şiddetine göre değişiklik göstermektedir. Glucan maddesi, bağışıklık hücrelerinin tümör hücrelerini sarmasına yardımcı olur; bazı bilim adamları ayni zamanda kanserli hücrelerin sayısını azalttığını da savunmaktadır, böylece de bağışıklık hücreleri bunlarla daha kolay mücadele etmektedir. Bazı çalışmalarda, tümörlerde oranında gerileme kaydedilmiştir. Kırmızı Reishi’ de bulunan canthaxanthin isimli maddenin de tümörlerin büyümesini yavaşlattığı ifade edilmektedir. Vücudumuz doğal olarak anti-kanser maddeler -interferon ve interleukin 1 ve 2- üretmektedir; Kırmızı Reishinin düzenli tüketiminin, bu anti-kanser maddelerin üretimini teşvik ettiği ve tümör büyümesini önlediği kanıtlanmıştır. Kırmızı Reishi tüketimi, kanser tedavisinde Radyoterapi ve Kemoterapi esnasında görülen ve hoş olmayan ( saç dökülmesi, bulantı, kusma, ağız iltihabı, boğaz ağrısı, iştah kaybı gibi) yan etkileri azaltır veya ortadan kaldırır, bu nedenle kemoterapi öncesinde, sırasında veya sonrasında kullanılabilir. Yapılan bazı çalışmalarda bu etkilerin 95 oranında azaldığı belirlenmiştir. Reishi mantarının sadece bu etkisiyle bile hastanın moral seviyesinde ve yaşam kalitesindeki iyileşme ile hastalıkla mücadelede etkin olmaktadır. Diğer reçeteli ilaçlarla kombineli olarak kullanılabilir.Bağışıklık ve endokrin sistemlerini kuvvetlendirerek, kanserli hastalarda tedavinin kesilmesine neden olduğu için çok ciddi komplikasyonlar olan grip, üst solunum yolu enfeksiyonu, mantarı enfeksiyonlar, hepatit gibi hastalıkları önler; bunların tedavisinde uygulanacak antibiyotikler sonucunda görülebilecek ishal ve diğer problemlerin önlenmesini sağlar.”*

<http://bitkiselkremler.net> adresli internet sitesinin 01.08.2017 tarihli görünümünde; *“At kestanesi kremi, biorichi at kestanesi balsamı, biorichi naturkosmetik orijinal pferde balsamı, varislere ve ağrılara doğal çözüm sunar. Biorichi at kestanesi kremi kan dolaşımını düzenleyerek, tıkalı damarların açılmasını ve varislerin iyileştirilmesini sağlar. Gergin, hasar görmüş, yoğun şekilde varisleri olan ayak ve bacakların ağrılarını gidererek bakım yapar. Yorgunluktan, zedelenmelerden ve iltihaplı romatizmadan dolayı oluşan ağrıları gidererek bacaklardaki şişkinlikleri giderir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.turkiyepetra.com](http://www.turkiyepetra.com), [www.petra-urunleri.blogspot.com.tr](http://www.petra-urunleri.blogspot.com.tr) ve [www.bitkiselkremler.net](http://www.bitkiselkremler.net) adresli internet sitelerinde yer alan "*Green farma lif kitosan, At Kestanesi Kremi*" adlı ürünlere yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4. ve 10. maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzahlar Kanununun 13. maddesi,

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

-Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun "Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunması başlıklı 24/3 maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda etiketleme ve Tüketici Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2, 7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

-6502 sayılı tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**36)**

**Dosya No: 2017/463**

**Şikayet Edilen:** **Şerif EKİNCİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.zayiflamayollari.net](http://www.zayiflamayollari.net) adresli internet sitesinde yer alan "*Sebze Form Çorba*" isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.zayiflamayollari.net](http://www.zayiflamayollari.net) adresli internet sitesinin 26.04.2017 tarihli görünümünde; *“(…)Organik detox çorba yağlarınızdan kurtularak fit bir vücuda sahip olmanıza yardımcı olur. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.zayiflamayollari.net](http://www.zayiflamayollari.net) adresli internet sitesinde yer alan "*Sebze Form Çorba”* 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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/ç ve 5/d maddeleri,

-Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun "Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunması başlıklı 24/3 maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda etiketleme ve Tüketici Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2, 7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

-6502 sayılı tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. Maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**37)**

**Dosya No: 2017/846**

**Şikayet Edilen:** **Faruk BUĞUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.saglikloji.com> adresli internet sitesinde yer alan "*Zerovita*" adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.saglikloji.com](http://www.saglikloji.com) adresli internet sitesinin 24.10.2017 tarihli görünümünde; *“Zerovita çayı, kullananlar için ayda 2-8 kilo vermenizi vaat ediyor. Sağlık bakanlığı onayı ile satılan Zerovita çayı kullananlar ürünü aynı çay gibi demleyerek tükettiklerinde sürekli aç kalmanıza sebep olan diyetleri yapmadan, egzersiz ve spora ihtiyaç duymadan bir ayda 2-8 kilo verebiliyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.saglikloji.com> adresli internet sitesinde yer alan “*Zerovita*” 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 Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/ç ve 5/d maddeleri,

-Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun "Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunması başlıklı 24/3 maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda etiketleme ve Tüketici Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/2, 7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 1571 maddeleri,

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

-6502 sayılı tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2017/369**

**Şikayet Edilen: Bedriye AKSA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bayburtpostasi.com](http://www.bayburtpostasi.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitelerinde yer alan *“Colontox”* adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://www.bayburtpostasi.com.tr/firmarehberi/colontox174.html> adresli internet sayfasının 28.03.2017 tarihli görünümünde; *“Colontox parazit ve solucanları vücutta tutunmasını engelleyerek vücuttan atılmasını sağlayan çok etkili bir üründür. (…) Solucan ve parazitleri artık dert etmeyin colontox mucizesi sizi bu dertten kurtulacaktır. Vücudunuzda solucan veya parazitlerin olduğunu düşünüyorsanız acilen colontox kullanmanızı öneriyoruz. Vücudunuzdaki parazit ve asalak böceklerden kurtulmak istiyorsanız colontox sıcak soğuk fark etmeden sabah akşam içeceklerinize beşer damla damlatarak kullanabilirsiniz.”* şeklinde,

<https://www.facebook.com/Colontox394720097385748/> adresli internet sayfasının 28.03.2017 tarihli görünümünde; *“Zahide Yetiş, Ahmet Maranki, Dr. Aytuğ Kolonkaya (…) Solucan ve parazitlerden kurtulun! Özel geliştirilmiş formül! Sık sık yaşanan açlık hissi, sürekli bir şeyler yeme isteğiniz var mı? Makatta Hemoroid (Basur) oluşumu, basur problemleri mi yaşıyor musunuz? Aşırı halsizlik ve isteksizlik, günlerinizi yorulma hissi ve isteksizlikle heba mı ediyorsunuz? Bitmeden gaz ve kabızlık şikayetleri, gaz ve kabızlık ile başınız dertte mi? Bu sorunlardan herhalde birine ya da bir kaçına sahipseniz mutlaka bağırsak temizliğine ihtiyacınız var demektir.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu 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 ve 5/i maddeleri,

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9 13 ve 15/1-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2017/554**

**Şikayet Edilen: Mafa Tekstil Turizm Sağlık Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bebekhouse.com](http://www.bebekhouse.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.bebekhouse.com](http://www.bebekhouse.com) adresli internet sitesinin 16.01.2018 tarihli görünümünde; *“Naturpy Milk Tea; (…)Doğum sonrası, özellikle sezaryen sonucu oluşan gaz sancılarının giderilmesine yardımcı. İçerisindeki bitkiler, anne ve bebek sağlığında uzun yıllardır sakinleştirici, sinirleri yatıştırıcı, gaz giderici, spazm çözücü gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarında vücut direncini arttırmada yardımcı olarak kullanılan bitkilerdir. (…)Hipp Natal Süt Arttırıcı Çay; Anason, annelere desteğinin yanı sıra sindirim sistemi üzerindeki olumlu etkileriyle spazm çözücü olarak bilinir. Sindirim sistemi üzerinde, mide şişkinliği ve gazına karşı önemli etkilere sahip bir diğer bitki ise Karaman (frenk) kimyonudur. (…)Melisa (oğul otu), eski çağlardan beri sinirleri yatıştırıcı etkisi ile bilinmekte ve spazm giderici, özellikle de sinirsel sindirim rahatsızlıkları üzerinde yardımcı olarak kullanılmaktadır. (…)Vitamalt Anne İçeceği; (…)Vitamalt içeceği annenin sıvı ihtiyacında gerekse süt miktarını artırma amacıyla gerekse enerji ve diğer besin ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılmaktadır. Yapısında bulunan demir, kalsiyum, magnezyum ve diğer vitaminlerin bulunması süt miktarını artırıcı diğer bilimsel açıklamalarıdır. Malt içeceği protein içermesi ve başta sinir sistemi olmak üzere sağladığı olumlu etki ile enerji verecektir.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu 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 13 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**40)**

**Dosya No: 2017/555**

**Şikayet Edilen: Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.babymall.com](http://www.babymall.com).tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.babymall.com](http://www.babymall.com).tr adresli internet sitesinin 15.01.2018 tarihli görünümünde; *“Hipp Natal Emziren Anneler için Çay; (…)Anason, anne sütünü arttırıcı etkisinin yanı sıra sindirim sitemi üzerindeki olumlu etkileriyle spazm çözücü olarak bilinir. Sindirim sistemi üzerinde, mide şişkinliği ve gazına karşı önemli etkilere sahip bir diğer bitki ise Karaman (frenk) kimyonudur. Ayrıca anne sütünü arttırmaya yardımcı olur. (…)Melisa (oğul otu), eski çağlardan beri sinirleri yatıştırıcı etkisi ile bilinmektedir ayrıca spazm giderici özelliği de vardır. (…)Ali Ünyazıcı Still Tea; İçerisindeki özel bitkisel formülü sayesinde anne sütü yardımı ile bebeklerin gaz ve hazımsızlık problemlerinde yardımcı olur. (…)Ali Ünyazıcı Atom Çayı; Annelerin hamilelikten sonra bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalanma riskini azaltır. Grip, soğuk algınlığı gibi rahatsızlıklarda kullanılabilir. Vücut direncini arttırıcı özelliği vardır. (…)Ali Ünyazıcı Detox Çayı; Hamilelikten sonra alınan kiloların verilmesinde yardımcı olur. Vücuttan ödemin atılmasında destekleyici olarak kullanılabilir. (…)Ali Ünyazıcı İyi Geceler Çayı; Uykusuzluk problemi çeken bebeklerde anne sütü yardımı ile bebeklerimizin daha huzurlu ve sağlıklı uyumalarında yardımcı olur. Yetişkinlerde REM uykusundan derin uykuya geçişi hızlandırır. (…)Humana Still Tea; Humana Still-Tee içerisinde bulunan çemen otu, rezene, keçisedefi otu, mine çiçeği gibi Galaktogog etkili bitkiler sayesinde süt bezlerini uyararak süt yapımını hızlandırır ve süt miktarını önemli ölçüde arttırır. Humana Still-Tee`nin doğumdan hemen sonra kullanıldığında süt oluşumunu hızlandırdığı ve emzirme dönemi boyunca kullanıldığında süt miktarını arttırdığı, üniversite ve araştırma hastanelerinde yapılan 4 klinik çalışma ile kanıtlanmıştır. Anne sütünü arttıran bitki çayı Humana Still-Tee, Oksitosin hormonunu aktive ederek, doğum sonrası uterusun eski haline dönmesine yardımcı olur. Humana Still-Tee doğum sonrası, özellikle sezaryen sonucu oluşan gaz sancılarının giderilmesine yardımcı olur. (…)Doğum sonrasında fazla kiloların verilmesine katkıda bulunur. (…)Ali Ünyazıcı Milk Tea; İçeriğindeki bitkiler sayesinde süt bezlerini uyararak prolaktin hormonunun salgısını sağlar. (…)Anne sütünden kaynaklanabilecek gaz problemlerinde azalma oluşturur.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu 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 Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 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, 9/1, 9/2, 9/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım 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.

**41)**

**Dosya No: 2017/556**

**Şikayet Edilen: Cengiz EKEN/Limora Kozmetik ve Sağlık Ürünleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://blog.limora.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://blog.limora.com.tr/> adresli internet sitesinin 15.01.2018 tarihli görünümünde; *“Naturpy Milk Tea içerisindeki Melisa, Ihlamur, Papatya, Anason; sakinleştirici, rahatlatıcı, yatiştırıcı, dinlendirici etkileri ile emziren annelerde anne sütünü artırmada yardımcı olarak yüzyıllardır kullanılmaktadır. Naturpy Milk Tea, içeriğindeki bitkiler sayesinde; emzirme dönemi boyunca düzenli kullanıldığında süt bezlerini uyararak süt yapımının hızlanmasına ve sütün artmasına yardımcı olur. (…)Naturpy Milk Tea içeriğindeki bitkiler ile; Anne sütünün kalitesinin ve miktarının artmasına destek sağlar. İçeriğindeki bitkiler ile emzirme döneminde Anne ve bebeğin artan vitamin, mineral ve sıvı ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olur. Oxitosin hormonu salgılanmasına yardımcı olduğu için doğum sonrasında uterus (rahim) un eski haline dönüşünü hızlandırır. Doğum sonrası, özellikle sezeryan sonucu oluşan gaz sancılarının giderilmesine yardımcıdır. Annenin aldığı besinlerden dolayı bebekte oluşan gaz şikayetlerini azaltmaya yardımcıdır. (…)Maryns Junomega3 Şurup; Zeka gelişimi ve kognitif fonksiyonları destekler. Çocuklarda dikkat yetersizliği, öğrenme güçlüğü gibi problemlerin giderilmesine yardımcı olur. Bebeklerde beyin, sinir, retina gelişiminin sağlanmasına yardımcıdır. (…)Propolisin Bazı Kullanım Alanları. CAPE(Propolis, caffeic acid phenethyl ester) ile bağışıklık sistemini düzelemeye yardımcı olur:Mikrofajları aktive eder, Lenfosit proliferasyonu üzerinde etkilidir. İçeriğindeki flavonitler ve CAPE ile güçlü antibakteriyel etki gösterir:Gram(+) bakterilerine karşı güçlü,Gram(-) bakterilerine karşı zayıftır, Protein sentezini bloke ederk ve bakteri hücre duvarını parçalayarak, bakteri üremesini durdurmaya yardımcı olur. Antibiyotikler ile kullanıldığında sinerjistik etki gösterir:Antibiyotiğin etkisini ve etkinlik süresini artırır, antibiyotiklere dirençli MRSA(süper virüs olarak da bilinir, açılımı metisiline dirençli Stafilokok Aureus’tur. Bu Stafilokok aureus grubu bir bakteridir) üzerinde antibiyotiğin etkisini sağlayabilir Bunca teknik bilgi sonrasında, bizleri yani son kullanıcıları en çok ilgilendiren konulardan biriside, güvenilir bir üretici bulmaktır. İşte bu noktada Balparmak ön plana çıkıyor. %100 doğal ve hiçbir katkı maddesi içermeyen yeni Balparmak Apitera Serisinin, kaliteli ve güvenilir olup APILAB analizleri ile saflığı ve doğallığı test edilmiştir. Araştırmalar neticesinde elde edilen verile doğrultusunda, Balparmak Apitera ürünleri, son kullanıcıya yani biz tüketicilere ulaştırılırken, soğuk zincirde muhafaza edilmektedirler. (…)Araştırmalar, Omega-3 yağ asitlerinin iltihabı azalttığını ve kalp hastalığı, kanser, artrit gibi kronik hastalıklara yakalanma riskini düşürmeye yardımcı olduğunu göstermiştir. Omega-3 yağ asitleri beyinde yüksek miktarda bulunur ve bilişsel (hafıza, beyin performansı) ve davranışsal fonksiyonlarda önemli oldukları görülmektedir. Seven7Oceans Omega 3 formülasyonu, yüksek kalitedeki Omega-3 Balık Yağı (1000 mg) ile kişinin osteoporoz, kalp hastalığı, bazı kanser türleri ve multipl skleroz gibi bir dizi kronik rahatsızlıklara, hatta tüberküloz ve mevsimsel grip gibi bulaşıcı hastalıklara yakalanma riskini azaltabilen D3 Vitaminini (1000 iu) birlikte içermektedir. (…)Vitamalt Anne Sütü Artırıcı. Emziren anneler için süt artırıcı ipuçları, sizlere faydalı olacaktır. (…)Yukarıdaki tavsiyelerimize uymak oldukça vaktimizi alacak diyorsanız, sizlere Vitamalt anne sütü arttırıcı malt içeceğini önereceğiz. (…)Rozasea yani cilt kızarıklığınız varsa, sivilceleriniz sadece burun, yanak ve çenede toplanma şeklinde ortaya çıkacaktır. Gözenekleri etkileyen bir yangı olan rozasea, en sık görülen deri hastalığıdır. Rozasea tedavisinde kullanılan, en etkili ürünleri sizin için araştırdık Bioderma Sensibio AR Cream: yatıştırıcı ve nemlendirici etkisiyle hem anlık hem de uzun süreli kızarıklık sorunlarının giderilmesine destek oluyor. La Roche Posay Rosaliac UV: Cildi güçlendirmek ve kızarıklığı gidermek için çok yönlü koruma içeren Rosaliac UV, uzun süreli etki sağlayarak, cildi derinlemesine yatıştırıyor. Avene Antirougeurs Jour, içeriğinde bulunan aktifler sayesinde kuru ciltlerde oluşan kızarıklığı baskılar ve yesil pigmentler ile kızarıklığı nötralize eder. Bioderma Sensibio AR BB Cream, Pürüzsüz bir cilt için kızarıklık önleyici BB krem Sensibio AR, içeriğindeki altın deniz yosunu ile cildi yatıştırıyor. (…)Veld’s Prends Moi:Dünyanın İlk İnceltici Parfümü. (…)Görünüşe göre, artık sadece güzel kokulu parfümler üretmek yeterli değil, bu yüzden Veld’s zayıflama parfümü, yemyeşil kokusunun yanısıra, dünyanın ilk zayıflama kokusu olarak pazarlanan bir ürün üretti. Prends Moi nin içeriği, aromatrapik ve nöro-kozmetik araştırmalara dayanılarak formüle edilmiştir. İçeriğindeki Betaphroline gibi aktifler sayesinde, keratinositlerle (derinin üst kısmında bulunan epitel hücrelerle) birleşince, ciltteki b-endorfinlerin açığa çıkmasını destekliyor. Böylece keyif mesajı, nörotransmitter sayesinde bir nörondan diğerine, oradan da beynin koku bölümüne iletilerek rahatlama, stresten uzaklaşma ve keyif hali ortaya çıkıyor. İnsan keyiflenince de atıştırma, ekstra yemek yeme gibi beslenme ihtiyaçları ortadan kalkıyor. Aynı zamanda, Betaphroline maddesinin parfümdeki kafein ve karnitin ile birleşmesi sonucunda oluşan bileşik, cilde masaj yapıldığında yağ yakıcı etki sağlıyor.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde yer alan ifadelerin Kozmetik Mevzuatına tabi olan kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aştığı ve yanıltıcı sağlık beyanları niteliğinde değerlendirildiği; öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik” veya “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu 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 ve 7 maddeleri,

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**42)**

**Dosya No: 2017/3808**

**Şikayet Edilen: Mega Hafıza Eğitim Hizmetleri ve Gıda Ürünleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Reklam Kurulu'nun 11.07.2017 ve 262 sayılı toplantısında firmaya ait [www.megabeyin.com](http://www.megabeyin.com), [www.megavitamin.com.tr](http://www.megavitamin.com.tr) ve <https://vimeo.com/mentalaritmetik> adresli internet siteleri hakkında; [www.megabeyin.com](http://www.megabeyin.com) adresli internet sayfasında “*Harika Denen Krill Yağı (Krill Oil) Bulmacası”* başlıklı makale ile birlikte *“Krill Oil ve Balık Yağı Dha Emilme Oranları & Maliyet/Fayda Analizi”* başlıklı tabloya yer verilerek, “Mega Vitamin Mega O Mega Cold Liver Oil” isimligıda takviyesi niteliğindeki ürünün “Neptune Krill Oil Omega3” ve “Solgar Omega 3 Balık Yağı” isimli diğer gıda takviyesi markaları ile karşılaştırıldığı, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda Krill yağı içeren gıda takviyelerinin yüksek DHA emilme oranı iddiasının yanıltıcı olduğu ve yüksek fiyatlara satılan bu ürünlerin yararlı olmadığı izlenimi yaratıldığı, böylelikle diğer markalara yönelik kötüleme içeren görüntüler ile dürüstlük rekabet ilkeleri ihlal edilerek rakip firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, öte yandan “gıda takviyesi” kapsamında değerlendirilen ürünlerin karşılaştırmalı reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde yer alan *“DHA’sı Yüksek Balık Yağı”* başlıklı reklam görseline tıklandığında yönlendirme yapılan ve firmaya ait [www.megavitamin.com.tr](http://www.megavitamin.com.tr) adresli internet sitesi ile <https://vimeo.com/mentalaritmetik> adresli internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı gerekçeleriyle, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiş olup, söz konusu idari yaptırım kararı 31.07.2017 tarihinde firmaya tebliğ edilmiştir. Buna karşın; idari yaptırım kararı firmaya tebliğ edilmesine rağmen, söz konusu kararın yerine getirilmeyerek aykırı bulunan bazı tanıtımların halen yayınlanmasına devam edildiği,

Firmaya ait <http://www.megabeyin.com/harika-denen-krill-yagi-krill-oil-bulmacasi/> adresli internet sayfasının 10.01.2018 tarihli görünümünde yer alan “*Harika Denen Krill Yağı (Krill Oil) Bulmacası.”* başlıklı yazıda; “*(…)Son zamanlarda çeşitli gazetelerde, televizyonlarda ve web sitelerinde bazı bilgiler eksik olarak yazılmış yazılar ve haberler gözüme çarpıyor. Bu yazılarda “Krill yağının balık yağından daha iyi” olduğu ve “Krill yağındaki DHA ve EPA oranlarının daha iyi ve daha yüksek oranda emildiği” gibi ifadelerle karşılaşıyorum. Ayrıca bu söylemlerde liste “Krill yağı balık yağından daha iyi absorbe edilebilir“, “Krill yağı, balık yağından 48 kat daha güçlü“, “Antartika’dan Krill Yağı ile gelen Omega 3 mucizesi“, “Krill yağı sağlık için faydalı olan ‘Astaxanthin’ ile yüklü” ve “Sürdürülebilir şekilde hasat ediliyor” gibi ifadelerle uzayıp gitmektedir. Bu iddialarda ciddi sorunlar vardır: Çünkü bu iddialarda eksik ve tüketiciyi yanıltıcı bilgiler mevcuttur. Ben de her zaman mümkün olan en etkili doğal çözümleri savunuyorum. Ama krill yağı (krill oil) söz konusu olduğunda bu konunun hayranı değilim. Bunun nedeni krill yağlarındaki günlük kullanım DHA oranlarının çok düşük olmasıdır. Bu makaleyi önce “Krill Yağı ile ilgili Gerçekler” başlığı altında yazmayı planlamıştım, ancak daha sonra “Harika Denen Krill Yağı (Krill Oil) Bulmacası” olarak değiştirdim. Konuyla ilgili düşüncelerimi ve gerçekleri aşağıda örnekler üzerinde açıklamaya çalıştım. (…)GENEL Gerçek şudur: KRILL YAĞLARININ GÜNLÜK KULLANIM ORANLARINDAKİ DHA MİKTARI ÇOK DÜŞÜKTÜR Pazarda bulunan krill yağlarının günlük kullanımlarındaki DHA oranları çok düşüktür. Tüm dünyada durum budur. Bunu piyasadaki tüm krill yağlarının etiketlerine bakarak siz de görebilirsiniz. Bu oran ortalama 100 mg. civarındadır. İşte bu gerçek mukayeseyi çok değiştiriyor. Şimdi bu örneği gerçek pazardaki ortalama bir balık yağıyla lobilerin etkisiyle harika olarak haber yapılan krill yağı üzerinden vereceğim. (…)PAZARDA DHA ORANI ÇOK YÜKSEK TRİGLİSERİD BALIK YAĞLARI MEVCUTTUR. Özetlersek, krill yağının biyo-yararlılığının (vücut tarafından DHA emilme oranı) % 90-100 olduğu bilgisine dayanarak krill yağının daha iyi olduğunu ön plana çıkartılırken, iddialarda çok önemli bir bilgi gizlenmektedir. O bilgi de şudur; “Krill yağındaki emilme oranı kısmen yüksek olsa da, krill yağındaki günlük ‘DHA’ ve ‘EPA’ oranları çok düşüktür.” Bu gerçeği krill yağı (krill oil) ürünlerin etiketlerini inceleyerek ve tablolaştırarak herkes görebilir. Halbuki beyin için vücüt tarafından emilen toplam net DHA miktarı önemlidir. Dolayısı ile “krill oil”den aldığınız DHA miktarını, diğer bir balık yağından emilen miktar ile aynı yapabilmek için, ihtiyaç duyulan DHA miktarına göre günde bir kapsül yerine günde 6 ila 12 kapsül içmeniz gerekebilir ki, bu alınan kutunun 10 günde veya 5 günde tükenmesi ve tekrar aynı miktarda para ödenerek yeni bir kutunun satın alınması demektir. Günde 1 veya 2 kapsül olarak içilen krill yağından emilen toplam DHA miktarı çok düşük olacağı için bekleneni karşılamayacaktır. (…)Şimdi yukarıda izah ettiğim gizli gerçeği rakamlarla ve marka ismi vermeden örnekler üzerinden açıklayalım. Bu mukayesede farklı DHA oranlarına ve farklı biyo-yararlılık oranlarına sahip 3 farklı hayali Omega-3 ürününü etiket bilgilerinden hareketle mukayese edeceğiz. (…)Sonuç. Krill yağının günlük kullanım miktarındaki DHA oranları çok düşüktür. DHA oranı emilme miktarı % 90-100 olsa dahi, bu avantaj krill yağını günlük net DHA emilme miktarı açısından avantajlı kılmamaktadır. Bu anlamda çoğu kez emilme oranı % 20-30 olan etil ester bir balık yağı bile, günlük DHA oranı yüksek olduğu için, krill yağından daha avantajlı olmaktadır. Önemli olan hangi ürünün daha faydalı ve avantajlı olduğunu anlamak için ürünün hem günlük kullanım miktarındaki DHA miktarına, hem de kutudaki toplam DHA miktarına bakılmalıdır. Artı, krill hakkında henüz çok az araştırma vardır. Bu yüzden gerçekten avantajlı olup olmadığından da henüz emin değiliz. Ve daha da kötüsü, krill, hayatta kalma için krill kullanan balinalar, mühürler, penguenler ve diğer deniz memelilerini etkileyen Antarktika gıda zinciri üzerinde tahribat yaratan bir oranda hasat görmektedir. Fakat… İyi haber şudur: DHA almak için yüksek fiyatlar ödeyerek sadece 5 -10 günde tükenecek krill yağı almak ve içmek zorunda değilsiniz. Alternatif balık yağlarını yukarıda verdiğim örnek mukayeseye benzer şekilde hesap yaparak değerlendiriniz.”* şeklinde ifadeler ile birlikte *“Krill Oil ve Balık Yağı Dha Emilme Oranları & Maliyet/Fayda Analizi”* başlıklı tabloya yer verildiği,

Diğer taraftan, [www.megavitamin.com.tr](http://www.megavitamin.com.tr) adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde yer alan “Blog” başlığı altında; *“(…)Düzenli EPA alınması özellikle atardamar çeperi elastikiyeti olmak üzere çeşitli kardiyovasküler faydalar sağlayabilir. (…)Eklem Sağlığı Desteği: Eklem sağlığının desteklenmesi, EPA fonksiyonlarından bir tanesidir. Eklem rahatsızlığının, hassasiyetinin ve eklemlerin sabah sertiliğinin düzenlenmesinde faydalı olabilmektedir.(…)Kilo Kontrolü: EPA içeren Omega-3 yağ asitleri fazla yağın depo edilmeden önce yakılmasında faydalı olabilir.(…) Kan sirkülasyonunu kolaylaştırması sayesinde EPA beyne taşınan oksijen ve glikozun iletilmesini kolaylaştırmaktadır. Ancak beyin hücrelerinin etkileşimi için ayrıca beynin Omega-3 yağ asidi olan DHA’ya da ihtiyacı vardır. (…)DHA genellikle hücre zarlarında bulunur ve hücre zarlarını ve hücreler arası geçirgenliği daha akışkan hale getirir. Bu durum sinir hücrelerinin iletişim kurma yöntemleri olan elektrik sinyallerin gönderilmesini ve alınmasını kolaylaştırır. Bu yüzden yeterli miktarda DHA, sinir hücrelerinin iletişim kurmasını daha kolaylaştırır, daha hızlandırır ve daha etkin hale getirir. (…)Bununla birlikte DHA’nın inflamasyonla mücadele ve kan trigliseritlerini düşürme gibi vücutta çeşitli diğer fonksiyonları vardır. (…)Devam eden araştırmalarda Omega-3 balık yağlarının sadece kalp için sağlıklı olmadığı, daha birçok hastalığa iyi geldiği sonucu ortaya çıkmıştır. (…)Peki, vücut yeteri kadar DHA almaz ise ne olur? Yetişkinlerde düşük seviyede DHA, azalmış kognitif fonksiyonlara, depresyona, huysuzluğa, asabilik, yavaş tepki süresi ve Alzheimer hastalığına yol açabilir. (…)Omega3 ile beyninizi yaşlanmaktan koruyun. Yapılan araştırmalar, yaşlı yetişkinlerin haftada bir kez zengin Omega-3 içeren balık yemesi halinde, her yıl zihinsel performanslarının kötüleşmesinde pozitif yönde %10 daha azalma olduğunu göstermektedir. (…)Yapılan birçok bilimsel çalışmalar yağlı balık yeme sonucunda vücudun elde ettiği DHA neticesinde bunama, kognitif bozukluklar ve hafıza kaybı gibi risklerin azaltılması arasında direkt bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. (…)Düzenli olarak yağlı balık tüketirseniz beyniniz kronolojik yaşınıza göre daha genç olacaktır. (…)DHA sinir taşıyıcı (nerotransmitter) aktivitelerini kolaylaştırır ve sinir taşıyıcısı reseptörlerinin sayısını artırır. Bu da beynin serotonin ve dopamin gibi kişinin kendini daha iyi hissettirmesini sağlayan beyin kimyasallarının kullanımını optimize etmesine sağlamaktadır.”* şeklinde ifadelereyer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; [www.megabeyin.com](http://www.megabeyin.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda Krill yağı ve balık yağı içeren diğer gıda takviyelerine yönelik kötüleme içeren ifadeler ile dürüstlük rekabet ilkeleri ihlal edilerek rakip firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, öte yandan “gıda takviyesi” kapsamında değerlendirilen ürünlerin karşılaştırmalı reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, bununla birlikte, [www.megavitamin.com.tr](http://www.megavitamin.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Ek’inde izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı 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. maddesinin 3. bendi;

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

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

- 14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” başlıklı 4. kısmının “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55. Maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mega Hafıza Eğitim Hizmetleri ve Gıda Ürünleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2017/4128**

**Şikayet Edilen:** **YNS Et Mam. Gıda Mad. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Nefissal İnegöl Köfte Hindi Et*" isimli ürününün etiketinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Söz konusu etiketin üzerinde; "*Nefissal İnegöl Köfte Hindi Eti*" şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “*Nefissal İnegöl Usulü Köfte Hindi eti*” isimli ürünün hindi etinden üretildiği ve bu hususun İnegöl Köftenin coğrafi işaretleme tescilinde belirtilen dana veya koyun etlerinden yapılacağı şeklinde açıkça ifade edilen özelliklerine aykırılık teşkil ettiği bu sebeple ürün etiketinde yer alan İnegöl Köfte ibaresinin tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunun 24. Maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5a, 11. Maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun61. Maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **YNS Et Mam. Gıda Mad. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**44)**

**Dosya No: 2017/3357**

**Şikayet Edilen:** **Özel Samsun Özgün Eğitim ve Öğretim Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait“*ATAKUM’DAYIZ 9, 10, 11 VE 12. Sınıf ve mezun öğrenciler için YGS-LYS Hazırlık Kursu*” başlıklı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu broşürlerde; “*Finalin başarı geleneği final özel öğretim kurs merkezleri ile sürüyor 9,10,11,12. sınıf ve mezun öğrenciler için YGS-LYS hazırlık kursu ATAKUMDAYIZ Final Özel Öğretim Kursu 2345055”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen broşürlerde 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.

**TEKNOLOJİ**

**45)**

**Dosya No: 2017/2603**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Vestel 50UB8300 55" 127 Ekran Smart 4K Ultra HD LED TV” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2016, 07.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Vestel 50UB8300 55" 127 Ekran Smart 4K Ultra HD LED TV” adlı ürüne ilişkin 07.12.2017 tarihinde yapılan tanıtımlarda; bahsi geçen ürünün garanti süresinin 3 yıl olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Vestel 50UB8300 55" 127 Ekran Smart 4K Ultra HD LED TV” adlı ürünün garanti süresinin 2 yıl olarak belirlendiği; yalnızca, ürünün Vestel yetkili satış noktalarından alınması halinde ek olarak garanti süresinin 1 yıl daha uzatıldığı; bu durumda, bahsi geçen ürünün, anılan firmaya ait www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinden satın alınması halinde garanti süresinin 2 yıl olarak onaylanacağı dikkate alındığında; inceleme konusu reklamlarda, www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Vestel 50UB8300 55" 127 Ekran Smart 4K Ultra HD LED TV” adlı ürünün garanti süresinin 3 yıl olarak belirtilmesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu;

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-e; 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.** 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.

**46)**

**Dosya No: 2017/4329**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“İndirim Budur”* sloganlı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“İndirim Budur”* sloganlı kampanya reklamları kapsamında, gazete mecrasında ve televizyon mecrasında alt bant ve kuşak reklamları şeklinde yayınlanan reklamlarda indirimli satışa konu edilen muhtelif teknoloji ürünlerinin reklamının yapıldığı; kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarlarına yer verildiği; ayrıca, [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *İndirim Budur”* sloganlı kampanya reklamları kapsamında, gazete mecrasında ve televizyon mecrasında alt bant şeklinde yayınlanan reklamlarda indirimli satışa konu edilen muhtelif teknoloji ürünlerinin reklamının yapıldığı; kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok miktarlarına yer verildiği; ayrıca, niteliği gereği mecradan kaynaklanan sınırlı olanakları bulunan bant reklamlarda [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresine yönlendirme yapıldığı;

Ancak; televizyon mecrasında kuşak reklam şeklinde yayınlanan reklamlarda, indirimli satışa konu edilen ürünler bulunması nedeniyle, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan malın miktarının açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi gerektiği; ancak, inceleme konusu reklamlarda bu bilgilerin okunabilir olmadığı;

Dolayısıyla, anılan reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9, 13, 14, 18, 19, 21 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**47)**

**Dosya No: 2017/5014**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *“LG 43UJ701V.APDZ webOS 3.5 Smart UHD TV*” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “*LG 43UJ701V.APDZ webOS 3.5 Smart UHD TV*” adlı ürünün 2.519,10-TL satış fiyatı ile sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden, 24.11.2017 tarihinde alışveriş yapıldığı; ancak, ürünün temin edilemediği gerekçesiyle anılan firma tarafından 29.11.2017 tarihinde siparişin iptal edildiği; diğer taraftan, anılan internet sitesinin 06.12.2017 tarihli görünümünde, aynı ürünün 3.299,00-TL satış fiyatı ile yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *“LG 43UJ701V.APDZ webOS 3.5 Smart UHD TV*” adlı ürünün, 24.11.2017 tarihinde, 2.519,10-TL satış fiyatı ile tüketicilere taahhüt edildiği; ancak, anılan firma tarafından, inceleme konusu internet sitesinde, bahsi geçen ürünün stoklarda bulunduğu bilgisine yer verilerek, internet sitesi üzerinden tüketicilerin alışveriş yapmasına izin verilmesine rağmen; firmaya ulaşan siparişin, ürünün temin edilemediği gerekçesiyle, iptal edildiği; diğer taraftan, anılan firmanın, stok yetersizliği nedeniyle edimini yerine getiremediği halde, anılan internet sitesinde 06.12.2017 tarihinde, aynı ürünün 3.299,00-TL satış fiyatı ile yeniden satışa sunulduğu;

Bu nedenle, adı geçen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketicileri bu konuda uyarmaksızın 2.519,10-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu;

Dolayısıyla; anılan ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 28 ve “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı 5 inci maddesinin;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 62 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,haksız ticari uygulamada bulunan **Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **60.353-TL(Altmışbinüçyüzelliüç TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM**

**48)**

**Dosya No: 2016/4569**

**Şikayet Edilen: Kara Serdal SADIK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2016-19.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.istanbulkombiservisim.com](http://www.istanbulkombiservisim.com) adresli internet sitesinin 19.08.2016 tarihli görünümünde *“Avcılar Viessmann Kombi Servisi. Profesyonel Viessmann Servisi.”* şeklinde ibareler ile “Viessmann” logosuna,

Söz konusu internet sitesinin 19.06.2017 tarihli görünümünde ise *“VİESSMANN KOMBİ; VİESSMANN Kombi Servisi-VİESSMANN Kombi Tamiri-VİESSMANN Kombi Bakımı-VİESSMANN Kombi Arıza Servisi- VİESSMANN Kombi Teknik Servisi-VİESSMANN En Yakın Kombi Servisi-VİESSMANN Kombi 7/24 Servis-VİESSMANN Kombi”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.istanbulkombiservisim.com](http://www.istanbulkombiservisim.com) adresli internet sitesinin 19.08.2016 tarihli görünümünde *“Avcılar Viessmann Kombi Servisi. Profesyonel Viessmann Servisi.”* Şeklinde ibareler ile “Viessmann” logosuna yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin 19.06.2017 tarihli görünümünde ise *“VİESSMANN KOMBİ; VİESSMANN Kombi Servisi-VİESSMANN Kombi Tamiri-VİESSMANN Kombi Bakımı-VİESSMANN Kombi Arıza Servisi- VİESSMANN Kombi Teknik Servisi-VİESSMANN En Yakın Kombi Servisi-VİESSMANN Kombi 7/24 Servis-VİESSMANN Kombi”* ibarelerine 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 aranızda yapılmış yetkili servis, bayilik, marka kullanma veya lisans sözleşmesi vb herhangi bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan internet sitenizde yer alan bahsi geçen ifadeler ile birlikte “Viessmann” logosuna yer vermek suretiyle “Viessmann Servisi” olarak tanıtım yapmanızın tüketiciler nezdinde söz konusu markanın yetkili servisi olduğunuz izlenimi yaratması nedeniyle 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 **Kara Serdal SADIK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2017/1571**

**Şikayet Edilen: Abdulkadir Özcan Otomotiv Lastik San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2017 yılı içerisinde muhtelif mecralarda yayınlanan, Petlas Imperium PT535, Petlas Velox Sport PT741 ve Petlas Snow Master W651 isimli ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart - Aralık 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, radyo, internet

**Tespitler:** 2017 yılı Mart-Aralık ayları arasında muhtelif televizyon, radyo kanalları ile internet mecralarında yayınlanan;

“Petlas Imperium PT535” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Kim demiş, Türkiye’nin uzun ömürlü lastiği yok diye! Karşınızda Petlas PT 535. Çünkü dört mevsim sürüş konforu, daha fazla kilometre performansı sunmak zorumuza gitmez...”* şeklinde ifadelere,

“Petlas Velox Sport PT741” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Kim demiş, Türkiye’nin yüksek performans lastiği yok diye! Karşınızda Petlas PT 741. Çünkü yüksek viteste yol tutuşunu artırmak, uzun yolda mükemmel performans sunmak zorumuza gitmez...”* şeklinde ifadelere,

“Petlas Snow Master W651” isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Kim demiş, Türkiye’nin kışa göğüs geren lastiği yok diye! Karşınızda Petlas W651. Çünkü zorlu kış şartlarının üstesinden gelmek zorumuza gitmez...”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ayrıca söz konusu reklamlarda, *Uzun ömürlü lastik yok”, “Yüksek performans lastiği yok”, “Kışa göğüs geren lastik yok”* ifadelerinin yazılı olduğu görsellere ve devamında bu görsellerin bir lastik tarafından parçalandığı şeklinde bir görüntüye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda bahsi geçen ifade ve görüntülere yer verilmek suretiyle, daha önce Türkiye’de uzun ömürlü, yüksek performanslı ve zorlu kış şartlarına göğüs gerebilecek nitelikte lastik üretilemediğinin ve bu durumun adı geçen şirket tarafından üretilen lastikler vasıtasıyla ortadan kaldırıldığının ima edildiği, bu özellikteki lastikleri üretebilen tek firmanın adı geçen şirket olduğu yönünde bir algı yaratıldığı ve bu özelliklerde lastik üreten başka bir firmanın bulunmadığı yönünde bir izlenim uyandırıldığı, bu iddiaların ispata muhtaç olduğu ancak ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda bahsi geçen ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, diğer taraftan bu özelliklerde lastik üretebilen başka bir firma bulunmadığı ima edilerek karşılaştırmalı reklamlara ilişkin mevzuat hükümlerinin ihlal edildiği ve haksız rekabete yol açıldığı, aynı zamanda rakip firmaların ürün ve hizmetlerinin kötülendiği ve itibarsızlaştırıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Abdulkadir Özcan Otomotiv Lastik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**ENERJİ**

**50)**

**Dosya No: 2017/3020**

**Şikayet Edilen:** **Opet Petrolcülük A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Opet'te 50 TL'ye varan bonus*!" başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2017 – 15.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş - Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımlarda; “*15 Ağustos’a kadar BonusFlas2tan kampanyaya katılın. Bonus üyesi Opet istasyonlarından yapacağınız 4 defa 100 TL ve üzeri akaryakıt ya da otogaz harcamasına 50TL bonus kazanın! Ya da ilk harcamadan önce Opet yazıp 3340’a SMS göndererek katılın, 40 TL bonus sizin olsun*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen afişlerde 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.

**TURİZM**

**51)**

**Dosya No: 2017/5001**

**Şikayet Edilen: Ersoy Turizm İnşaat ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “*Mersoy Exclusive Aqua Resort Otel*”, “Mersoy Bellavista Otel” ve “*Mersoy Oriental Suites*” adlı tesislere yönelik olarak [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) ve [www.mersoy.com](http://www.mersoy.com) adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Mersoy Exclusive Aqua Resort Otel” ve “*Mersoy Bellavista Otel*” adlı tesislere yönelik olarak [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 04.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Mersoy Oriental Suites” adlı başka bir tesisin görsellerine yer verildiği, “Mersoy Oriental Suites” adlı tesisin esasen müstakil bir tesis olarak belgelendirilmekle birlikte “Mersoy Exclusive Aqua Resort Otel” in C Bloğu olarak faaliyet gösterdiği, benzer şekilde firmaya ait “*Mersoy Exclusive Aqua Resort*” isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.mersoy.com](http://www.mersoy.com) adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan reklam görsellerinde, “Mersoy Oriental Suites” adlı tesise ait görsellere yer verildiği,

Diğer taraftan, “*Mersoy Bellavista Otel*” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.mersoy.com](http://www.mersoy.com) adresli internet sitesinin 04.01.2018 tarihli görünümünde anılan tesise ilişkin olarak yer alan tanıtımlarda, “Luxury” ve “Luxury Redefined” ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “*Mersoy Exclusive Aqua Resort Otel*” ve “*Mersoy Bellavista Ote*l” adlı tesislere yönelik olarak [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 04.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Mersoy Oriental Suites” adlı başka bir tesisin görsellerine yer verildiği, esasen müstakil bir tesis olarak belgelendirilmekle birlikte “*Mersoy Exclusive Aqua Resort Otel*” in C Bloğu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen “*Mersoy Oriental Suites”* adlı tesise ait görsellerin anılan otellerin her ikisi için de tanıtım materyali olarak kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu; benzer şekilde firmaya ait “*Mersoy Exclusive Aqua Resort*” isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.mersoy.com](http://www.mersoy.com) adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan reklam görsellerinde, “Mersoy Oriental Suites” adlı tesise ait görsellere yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği;

Diğer taraftan, “*Mersoy Bellavista Ote*l” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.mersoy.com](http://www.mersoy.com) adresli internet sitesinin 04.01.2018 tarihli görünümünde anılan tesise ilişkin olarak yer alan tanıtımlarda, mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı bir biçimde “Luxury” ve “Luxury Redefined” ibarelerine yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ersoy Turizm İnşaat ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2017/2252**

**Şikayet Edilen: Metin ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Grand Adler Hotel”*** isimli tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Unvanı *“Grand Adler Hotel”* olmakla birlikte, uygulamada *“Hotel Adler”* ismiyle tanıtımı yapılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, tesisin girişinde yer alan tabelada *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Metin ÇELİK’e ait olup, unvanı “Grand Adler Hotel” olmakla birlikte, uygulamada “Hotel Adler” ismiyle tanıtılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, tesisin girişinde yer alan tabelada “3 Yıldızlı Otel” şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Metin ÇELİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.034.TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/2401**

**Şikayet Edilen: Büyükhanlı Tur. ve Otel. İşl. Oto. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Queen's Park Resort Göynük”* isimli tesise ilişkin olarak www.qprhotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, tr.hotels.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait buklet malzemelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.07.2017, 28.11.2017, 06.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, buklet malzemeleri

**Tespitler:** Büyükhanlı Tur. ve Otel. İşl. Oto. San. Tic. A.Ş.’ye ait *“Queen's Park Resort Göynük”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.qprhotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, tr.hotels.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait buklet malzemelerinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Büyükhanlı Tur. ve Otel. İşl. Oto. San. Tic. A.Ş.’ye ait *“Queen's Park Resort Göynük”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.qprhotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.otelz.com, tr.hotels.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait buklet malzemelerinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar 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 **Büyükhanlı Tur. ve Otel. İşl. Oto. San. 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: 2017/2402**

**Şikayet Edilen: Bodrum Feribot İşletmeciliği Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bodrumferibot.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bodrumferibot.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Bodrum - Kos & Kos - Bodrum Feribot Seferlerimiz” , “Bodrum - Kos & Kos - Bodrum Feribot Seferleri Fiyat Listesi” , “Bodrum'dan 09:30 gidiş ve Kos'tan 17:00 dönüş fiyatlarımıza liman vergileri dahildir.” , “Firmamızdan Alınan Farklı Gün Gidiş-Dönüş Feribot Bileti, (Bodrum - Kos gidiş feribot biletinizin sabah 09:30 seferine olması zorunludur.) Online feribot biletinizi buraya tıklayarak alabilirsiniz.” , “Kapı vizesi başvurusu onaylanmış olan yolcularımızın, Kos adasına vardıklarında uygulanacak prosedürün birkaç saat sürebilme ihtimalinin olduğunu belirtiriz.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bodrumferibot.com adresli internet sitesinde Bodrum-Kos Adası feribot seferlerine ilişkin olarak yayınlanan reklamların gerçeği yansıtmadığı iddiasına ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda, Bodrum ve Kos Adası’nda gerçekleşen deprem sonucunda Kos Adası Limanı’nın kullanılamaz hale gelmesi nedeniyle söz konusu tarihte Kos Adası’na hiçbir limandan sefer yapılamadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2017/2427**

**Şikayet Edilen: Bergamot Otelcilik Tur. İşl. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Garden Resort Bergamot Hotel”* isimli tesise ait kartvizitlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Kartvizit

**Tespitler:** Bergamot Otelcilik Tur. İşl. Tic. A.Ş.’ye ait *“Garden Resort Bergamot Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait kartvizitlerde *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bergamot Otelcilik Tur. İşl. Tic. A.Ş.’ye ait *“Garden Resort Bergamot Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait kartvizitlerde *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bergamot Otelcilik Tur. İşl. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.034.TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2017/2829**

**Şikayet Edilen: İma Mühendislik Yapı İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Özpark Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 25.05.2010 tarih ve 12405 sayılı *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Özpark Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İma Mühendislik Yapı İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 25.05.2010 tarih ve 12405 sayılı *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Özpark Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**57)**

**Dosya No: 2017/3324**

### Şikayet Edilen: ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Ersan Resort & Spa Bodrum”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak “*Sabah”* gazetesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş. tarafından *“Ersan Resort & Spa Bodrum”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak “*Sabah”* gazetesinin 20.07.2017 tarihli nüshasında yayınlanan reklamda, *“Her Şey Dahil” , “20.07-25.08 arası 28 TL” , “Özel Fiyatlı Bahçe Manzara Fiyatlarıdır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ş. tarafından *“Ersan Resort & Spa Bodrum”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak “*Sabah”* gazetesinin 20.07.2017 tarihli nüshasında yayınlanan reklamlarda, *“Her Şey Dahil” , “20.07-25.08 arası 28 TL” , “Özel Fiyatlı Bahçe Manzara Fiyatlarıdır”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin anılan tesiste herşey dahil 28 TL karşılığında konaklayabilecekleri hususunun ifade edildiği, ancak yapılan inceleme ve araştırma sonucunda söz konusu reklamda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu hususunun tespit edildiği, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**58)**

**Dosya No: 2017/3326**

### Şikayet Edilen: İstanbul Konfor S. Gökçen Ulaşım Turizm ve Seyahat Ltd. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** www.istanbulkonfor.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan “Bursa-Sabiha Gökçen 75 Dk”, “Sabiha Gökçen Osman Gazi Köprüsünden 75 dk Bursa” ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İstanbul Konfor S. Gökçen Ulaşım Turizm ve Seyahat Ltd. Şti. tarafından www.istanbulkonfor.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, “Bursa-Sabiha Gökçen 75 Dk” ifadesine; www.facebook.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, “Sabiha Gökçen (Orhanlı Terminali) Osman Gazi Köprüsünden 75 dk BURSA”ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İstanbul Konfor S. Gökçen Ulaşım Turizm ve Seyahat Ltd. Şti. tarafından www.istanbulkonfor.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda “Bursa-Sabiha Gökçen 75 Dk” , “Sabiha Gökçen Osman Gazi Köprüsünden 75 dk Bursa”ibarelerine yer verilmek suretiyle söz konusu firmaya ait Bursa-Sabiha Gökçen Havaalanı seferlerinin 75 dakika sürdüğü hususunun ifade edildiği, ancak anılan yolculuğun trafik yoğunluğu vb. mücbir sebeplerle 75 dakikadan daha fazla sürebileceği şeklindeki tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek nitelikteki bilgilendirmeye inceleme konusu reklamlarda hiçbir şekilde yer verilmediği, dolayısıyla anılan reklamlarda ortalama tüketiciler nezdinde söz konusu yolculuğun her halükarda 75 dakika sürdüğü algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İstanbul Konfor S. Gökçen Ulaşım Turizm ve Seyahat Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**59)**

**Dosya No: 2016/3524**

**Şikayet Edilen:** **Sanal Pazar Elektronik Ticaret Ve Bilişim Hizmetleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369](http://www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369) adlı sitede yer alan “Kiltix” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369](http://www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369) adresli internet sitesinin 20.04.2017 tarihli görünümünde “Kiltix” isimli veteriner tıbbi ürün niteliğindeki ürünün mevzuata aykırı bir şekilde satışının ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369](http://www.sanalpazar.com/bayer-kiltix-kucuk-kopekler-icin-kene-ve-pire-tasmasi/i-19910369) adlı internet sitesinde yer alan “Kiltix” isimli veteriner tıbbi ürün niteliğindeki ürünün mevzuata aykırı bir şekilde satışının ve tanıtımının yapıldığı dolayısıyla,

-Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun "Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunmasu başlıklı 13/1 maddesi

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

-6502 sayılı tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi.

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Sanal Pazar Elektronik Ticaret Ve Bilişim Hizmetleri San. A.Ş.** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2018/29**

**Şikayet Edilen: Procter & Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Gillette markalı ürünlerin ambalajlarında yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Belirsiz

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Gillette markalı ürünlerin üzerinde Türkiye Milli Futbol Takımı formasının görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Procter & Gamble Tüketim Malları Sanayi A.Ş. unvanlı şirket tarafından üretilen Gillette markalı ürünlerin ambalajlarında Türkiye Milli Futbol Takımı formasına yer verilmesinin, Türkiye Futbol Federasyonu ile imzalanan sponsorluk anlaşması çerçevesinde gerçekleştirildiği ve uygulamanın 2893 sayılı Türk Bayrağı Kanunu’nda yer verilen hususlara aykırılık taşımadığı değerlendirilmiş 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.

**61)**

**Dosya No: 2018/133**

**Şikayet Edilen: Multi Turkey Yönetim A.Ş. (Kayseri Forum AVM)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kayseri Forum AVM içerisindeki görsel alanlar ile sosyal medya üzerinden yayınlanan *“Dijital Sapan”, “Forum Kayseri’den aynı gün içinde 200 TL ve üzeri alışveriş yapın Dijital Sapan avıyla birbirinden güzel hediyeleri hemen yakalayın!”*  ifadeli tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23-30.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Kayseri Forum AVM içerisindeki görsel alanlar ile sosyal medya üzerinden yayınlanan tanıtımlarda, reklamın ana vaadi olarak *“Forum Kayseri’den aynı gün içinde 200 TL ve üzeri alışveriş yapın Dijital Sapan avıyla birbirinden güzel hediyeleri hemen yakalayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların alt kısmında belirtilen katılım koşulları bölümünde *“Aynı gün içinde ve tek seferde en az 200 TL ve üzeri tutarındaki alışverişlerde…Tek fiş ile en az 200TL ve üzeri alışveriş için 1(bir) günde en fazla 1 yarışma hakkı tanınmıştır”* ibarelerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Kayseri Forum AVM içerisindeki görsel alanlar ve sosyal medya üzerinden yayınlanan tanıtımlarda, reklamın ana vaadi olarak *“Forum Kayseri’den aynı gün içinde 200 TL ve üzeri alışveriş yapın Dijital Sapan avıyla birbirinden güzel hediyeleri hemen yakalayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların alt kısmında belirtilen katılım koşulları bölümünde *“Aynı gün içinde ve tek seferde en az 200 TL ve üzeri tutarındaki alışverişlerde…Tek fiş ile en az 200TL ve üzeri alışveriş için 1(bir) günde en fazla 1 yarışma hakkı tanınmıştır”* ibarelerinin bulunduğu, bu durumun da ana vaat ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/4, 9/5¸18/1, 18/2, 18/6; 29/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2017/3218**

**Şikayet Edilen:** **Çağatay Evcil Hayvan Mamaları ve Yem Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.temizmama.com](http://www.temizmama.com) adresli internet sitesinde, muhtelif radyo kanallarında ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, radyo

**Tespitler:** [www.temizmama.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.temizmama.com) adresli internet sitesinde; *" Türkiye'nin mamacısı" " Fark çok açık! Tazelikte rakiplerimizin bizle yarışması pek mümkün görünmüyor. Temizmama: depolama, kargo- 20 gün paket size ulaşana kadar geçen süre. İthal mamalar: depolama, uluslararası nakliye, distribütor ve toptancı depolama, son satıcı rafında bekleme-160 gün paket size ulaşana kadar geçen süre." " Bir noktada ayrılıyoruz. Rakipleriminden öyle bir noktada ayrılıyoruz ki bizim fiyatlarımıza ulaşmaları pek mümkün görünmüyor." bizde 'bayat mama' bulamazsınız. İşte ispatı:Biz üretim tarihini sadece üzerine yazmakla kalmıyoruz siz daha satın almadan önce mamanızın kaç günlük olduğun görebilmeniz için hemen yanışbaşına yazıyoruz. Bir benzeri olmayan uygulama sadece bizde. Bizde bayat mama bulamazsınız"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesi üzerinden yayınlanan videolarda ve muhtelif radyo kanallarında yapılan tanıtımlarda ise; "*- Aa boncuk bugün pek keyifli görünmüyor. -Ya nedense çok iştahsız en pahalı mamayı alıyorum hevesle geliyor iki kere koklayıp geri dönüyor. -E abi kediler çok seçici hayvanlardır. Aldığın amam Türkiye'ye gelene kadar üretim tarihi üzerinden kim bilir kaç ay geçti. Aylar önce üretilmiş bir yemekten sen ne kadar tat alabilirsin? Zaten o vitaminleri kaybetmiş, bayatlıktan taş gibi olmuştur. -E mamayı temizmama.com'dan alacaksın. O kadar taze ki ürünün sayfasına kaç gün önce üretildiğini yazmışlar. Fabrikadan alamnın avantajıyla cebin rahatlayacak dumanı üstünde mamayla da Boncuk keyiflenecek. Temizmama.com Türkiye'nin mamacısı" "- Oo abi görmeyeli seninki pehlivan olmuş. Neyle besliyorsun haydutu? - Temizmama.com diye bir site keşfettim, doğrudan üreticiden alıyorsun. Öyle mamalar yapmışlar ki bizimki silip süpürüyor. Üstelik fiyatları muadil mamaların 3'te 1 fiyatına. -Allah Allah nasıl başarmışlar bunu? - E kardeşim mamayı fabrikadan doğrudan alıyorsun. İthalat masrafları yok. Distribütörmüş toptancıymış satıcıymış bunların karları da yok. Yani taptaze mamalar tertemiz fiyatlarla. Bu kadar basit. -Çok mantıklı. Hiç böyle düşünmemiştim. - Temizmama.com Türkiye'nin mamacısı." " -Seninki gözleri inyine bana dikti. Bugün pek de bir havalı. Sen de mamalarını temizmama.com'dan almaya başladın değil mi? -Sayende teyzesi iyi ki tavsiye etmişsin. Sana kocaman bir teşekkür borçluyuz. Yıllarca boşu boşuna çuvalla para ödemişiz. -Tabi canım. Mamalar hem taptaze hem de aracısız tertemiz fiyatlarla. Ben kumunu da oradan alıyorum. -Aaa ben de ben de. Birt de büyük kolaylık Sipariş veriyorum kargoyla hemen kapımda.- Aynen öyle. stelik telefonla bile sipariş verebiliyorum. Daha ne isterim. Temizmama.com Türkiye'nin mamacısı." "- Yerim senin o tatlı bakışlarını. -Sizinki de pek bir havalı maşallah tüyleri de pek bir parlak. Hangi mamayla besliyorsunuz? -Doğduğundan beri temizmama.com'dan BonaCibo'yla besliyorum. Nasıl bir iştahla saldırıyor görmelisiniz. Gelişimi süper, tüyleri de pırıl pırıl. -Temizmama'yı çok duydum. Fiyatları nasıl? - E doğrudan fabrikadan alınca hem fiyatları çok uygun hem de her zaman taptaze. Bence siz de temizmama'ya geçin. Hem tatlı bakışlıya hem de kesenize eziyet etmeyin. Temizmama.com Türkiye'nin mamacısı."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.temizmama.com](http://www.temizmama.com) adresli internet sitesinde, firmaya ait youtube kanalında ve muhtelif radyo mecralarında yayınlanan reklamlarda yer verilen ifadelerle ithal mamaların bayat olduğu, vitaminlerini kaybederek bayatlıktan taş gibi olduğu şeklinde algı yaratıldığı, ancak bu iddianın bilimsel raporlarla ispatlanamadığı, böylece ithal mamaların kötülendiği, rakip firmaların itibarsızlaştırıldığı, bu durumun dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği şeklinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No: 2017/3345**

**Şikayet Edilen:** **Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.boyner.com.tr](http://www.boyner.com.tr) adresli internet sitesinde ve tüketiciye gönderilen e-posta içeriğinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.08.2017-14.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**14.09.2017 tarihinde tüketiciye *“Siparişinizi size ulaştıramadığımız için öncelikle sizlerden çok özür dileriz. Benzer bir durumun bir daha yaşanmaması için gerkeli aksiyonları alıyor, sistemlerimizi sürekli geliştiriyoruz. Ücret iadenizi gerçekleştirdik, ücret iadesi kredi kartı ile gerçekleştirilen işlemlerde 2-4 iş günü, bankamatik kartı ile gerçekleştirilen işlemlerde ise 7 iş günü içerisinde hesabınıza yansıtılmaktadır. Ödeme tutarının hesaplarınıza yansıması bankanıza göre farklılık gösterebilir, bu konuda bir sorunuz olması durumunda bankanız ile iletişime geçebilirsiniz. Siparişinizi tedarik edemedik, çok üzgünüz. Merhaba Mihriban YILDIZ, 2017-08-30 tarihinde gerçekleştirdiğiniz, 1000992735 numaralı alışveriş operasyon sürecimizde kalite kontrol kriterlerimizden geçememiştir. Alışverişinizdeki ürünleri tedarik etmek için farklı mağazalarımızdan araştırdık ancak stok yetersizliği sebebiyle tedarik edemedik.”* şeklinde e-posta gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.boyner.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\BJQIQ55Q\www.boyner.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden Mihriban YILDIZ isimli tüketici tarafından verilen siparişin 15 gün sonra stok yetersizliği sebebiyle gönderilemeyeceğinin bildirildiği, ancak ürün tanıtımlarında stok durumuna ilişkin herhangi bir bilgilendirmenin yapılmadığı, hatta tüketici 30.08.2017 tarihinde ürünü sipariş ettiği esnada ürünün Boyner mağazalarında halihazırda satışta olduğu halde tüketiciye "*Alışverişinizdeki ürünleri tedarik etmek için farklı mağazalarımızdan araştırdık ancak stok yetersizliği sebebiyle tedarik edemedik.*" şeklinde e-posta ile geri dönüş yapıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu, firmanız tarafından stok bilgisine ilişkin çelişkili/tutarsız beyanlarda bulunulduğu, mağaza ve internet stoğunun farklı olmasına ve stok miktarına ilişkin herhangi bir bilgiye tanıtımlarda yer verilmediği, böylece tüketiciye 15 gün sonunda bu durumun haberi verilerek mağdur edildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2017/3347**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.flo.com.tr](http://www.flo.com.tr) adresli internet sitesi üzerinden yapılan*“1 Alana 1 Bedava”* başlıklı kampanya reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.flo.com.tr](http://www.flo.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan *“1 Alana 1 Bedava”* başlıklı kampanya tanıtımlarında; *“Seçili ürünlerde 1 Alana 1 Bedava kampanyası sadece seçili ürünlerde geçerlidir. Kampanyanın geçerli olduğu ürünlere* [*www.flo.com.tr/secili-urunlerde-1-alana-1-bedava.html*](http://www.flo.com.tr/secili-urunlerde-1-alana-1-bedava.html) *linkinden ulaşılabilir. Kampanya diğer markalarda ve kategorilerde geçerli değildir. 14.09.2017 00:01- 19.09.2017 23:59 tarihleri arasında geçerlidir. Hediye çekleriyle ve diğer kampanyalarla birleştirilemez. İki üründen düşük fiyatlı olan ürün, hediye olarak verilmektedir. Kampanyalı ürünlerin iadesi, hediye ürün ile birlikte yapılmaktadır aksi takdirde iade süreci başlatılamayacaktır. Mağazadan değişimde mağazaya her iki ürünün de getirilmesi gerekmektedir. Kampanya kapsamında sayın alınan ürünlerin değişiminde satış belgesi üzerindeki fiyat dikkate alınır. Kampanyada elde edilen kupon kodları bir sonraki yeni sezon indirimsiz ürünlerde 14.09.2017 tarihine kadar geçerlidir. Kampanya sadece* [*www.flo.com.tr*](http://www.flo.com.tr) *de geçerlidir. Kampanya FLO mağazalarında geçerli değildir ve mağazalarda bulunan hiçbir kampanya ile birleştirilemez. Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş’nin kampanya süre ve kurgusunda değişiklik yapma hakkı saklıdır*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya koşullarında gerekli bilgilendirmenin yapıldığı, tüketicinin kampanyadan faydalanamamış olmasında herhangi bir yanıltıcı unsurun bulunmadığı tespit edilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2017/4092**

**Şikayet Edilen: Cebir Tekstil ve Kuyumculuk San. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “*maraton*” isimli mağaza afişlerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait “maraton” isimli mağaza afişindeyalnızca “*İNDİRİM %70, %50, %30, %20*” ifadelerine yer verildiği, hangi ürünlerde indirim olduğu bilgisi ile indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “maraton” isimli mağaza vitrininde yer alan indirim afişlerinde, “*İNDİRİM %70, %50, %30, %20*” ifadelerine yer verildiği, ancak hangi ürünlerin indirimde olup olmadığına dair herhangi bir istisnaya yer verilmediği, bununla beraber İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından işyerinizde yapılan denetim sonuçlarına göre, ilgili mağazada satışta bulunan “*maraton track-top dik yaka regular yağmurluk*” isim üründe herhangi bir indirim bulunmadığı, bu durumun tüketiciler açısında yanıltıcı olduğu ve bahsi geçen afişte yer alan ifadeler ile çeliştiği, ayrıca yine söz konusu afişte indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin yer almadığı, dolayısıyla tüm bu hususların tüketicilerin ekonomik tercihlerini etkileyen, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**66)**

**Dosya No: 2016/1840**

**Şikayet Edilen:** Nuh ŞEN

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde şahsa ait “*326073604*” numaralı ilanda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“günlük kiralık daire, Kot 2, 2+1(2 oda 1 salon), 2 nci kat, denize yakın elit sitelerdedir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan internet sitesinde yayınlanan “*SAYGIN-326073604*” numaralı ilanda yer alan; “*2+1 (2 oda 1 salon), 2 nci kat, günlük ücreti 140 TL, ve denize yakın*” şeklindeki ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, evin zemin katta bulunduğu, 2 oda 1 salon şeklindeki tanıtımlara rağmen evin 1 oda 1 salon şeklinde olduğu, aynı zamanda 140 TL olarak belirtilen günlük ücretin, tüketiciler tarafından 10 günden daha az bir süre için kiralamak istediklerinde 160 TL’ye çıkartıldığı ve bu duruma tanıtımlarda yer verilmediği, söz konusu tanıtımlarda denize yakın mesafe şeklinde yer alan ifadenin de yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 27 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**67)**

**Dosya No: 2016/4096**

**Şikayet Edilen:** **Yörsan Gıda Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğada %100 çözünür …”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğada %100 çözünür, bu poşet doğada bakterilerin, nemin ışığın ve oksijenin etkisiyle 24 ay içerisinde biyolojik olarak kaybolur, daha temiz bir çevre için, bu torbayı defalarca kullanınız, bu torba polietilenden imal edilmiş olur hiçbir tehlikeli atık içermez ve tekrar kazanılabilir, polietilen çevre dostudur, imal sırasında su ve hava kirletmez.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**68)**

**Dosya No: 2016/4112**

**Şikayet Edilen:** **Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş. (Arıkanlı Holding)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“… doğaya bırakıldığında güneş ışığı, ısı ve mikroorganizmalar sayesinde tamamen biobozunurdur…”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *““kargonuz adresine, ambalajı doğaya, biopal ile üretilmiştir ve ASTM D 6954 standartlarında belirtildiği gibi, doğaya bırakıldığında güneş ışığı, ısı ve mikroorganizmalar sayesinde tamamen biobozunurdur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**69)**

**Dosya No: 2016/4124**

**Şikayet Edilen:** **Adel Kalemcilik Tic. ve San. A.Ş. (FABER CASTELL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“çevre dostu poşet …”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“çevre dostu poşet, bu poşet doğaya bırakıldığı zaman, 12-24 ay içerisinde mikroorganizmaların, nemin, güneş ışığın ve oksijenin bulunduğu ortamlarda parçalanıp biyolojik olarak çözünür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**70)**

**Dosya No: 2016/4129**

**Şikayet Edilen:** **Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğayı seviyoruz …”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğayı seviyoruz ASTM 06964-04 standardına uygun doğa dostu ambalajdır, doğal şartlara bağlı olarak ısı ışık nem ve ortamda bulunan bakterilerin etkisiyle biyolojik olarak bozunur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**71)**

**Dosya No: 2016/4131**

**Şikayet Edilen:** **Migros Ticaret A.Ş. (MACRO CENTER)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğa için el ele …”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğa için el ele, bu poşet atık alanlarına bırakıldığında ışık ısı oksijen ve nemin etkisiyle parçalanıp bozunmaya başlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**72)**

**Dosya No: 2016/4161**

**Şikayet Edilen:** **Yunus Market İşletmeleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğa dostu, doğada çözünür …”* şeklindeki ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğa dostu, doğada çözünür, ASTM 06964-04 standardına belirtildiği gibi; atık alanlara bırakıldığında güneş ışığı, ısı, nem ve mikroorganizmalar etkisiyle biyolojik olarak çözünecektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**73)**

**Dosya No: 2016/4170**

**Şikayet Edilen:** **Yonca Alışveriş Merkezi Gıda İnşaat Nakliye Turizm Petrol Ürünleri ve Dayanıklı Tüketim Malları Tic. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğada çözünen çevre dostu poşet …”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğada çözünen çevre dostu poşet, Bu poşet doğaya bırakıldığı zaman mikroorganizmaların, nemin, güneşten gelen ışığının, ısının ve oksijenin bulunduğu ortamlarda parçalanıp, biyolojik olarak çözünür, daha temiz bir çevre için bu torbayı defalarca kullanınız, bu torba polietilenden imal edilmiş olup hiçbir tehlikeli atık içermez ve tekrar geri kazanılabilir imalatı sırasında ne su ne de hava kirlendi, Greencat doğanın dengesini koru.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve Bakanlığımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda 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.

**74)**

**Dosya No: 2017/1410**

**Şikâyet Edilen: Kobi Kredi Danışmanlık Hizmetleri**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** "*www.kobikredi.com.tr*" adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kobikredi.com.tr adresli internet sitesinin 14.06.2017 tarihli görünümünde; “*Ana Sayfa*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Kobi Kredi Siz Yeter ki Hayal Edin, Anında Kredi! Kredi Alabilmek İçin Bankalar İle Hiç Uğraşmanıza Gerek Yok Kredi Merkezi yanınızda. Devlet kredisi Faizsiz Ve Masrafsız Devlet Kredisi Varken Başvurulmaz mı Başvuru İşlemleri İçin Hemen Müşteri Hizmetlerini Arayın Bankalar Kredi Vermiyor Bankalardan Hayal Ettiğiniz Krediyi Alamıyor musunuz? Kobi Kredi Sizlere Hayal Ettiğiniz Krediyi Kefilsiz Şartsız Veriyor. Daha Kolay Kredi Daha Kolay Kredi İşte Kobi Kredi Neden Hayallerinizi Bankaların Vereceği 2 Cümleye Bakıyorsunuz Kobi Kredi Size Bunun İçin Destek Oluyor. Kobi Kart Turk Kom'dan Kobi Kart Üstelik 3 Sene Boyunca Sadece Askerisini Ödeyerek Faiz Ödemeden Kullanın Biz Kimiz 2008 Yılından Bugüne Kadar Kesintisiz Kredi Desteği Sağlayan Bir LTD Şirketiyiz Ve Yapılan Araştırmada Müşterilerimize % 86 Memnuniyet Sunuyoruz***”,**

“*Başvuru*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Kobi Türkiye  ile devlet kredisi hibe faiz 0 yönergesinden başvuru yapmak için 0212 985 01 18  çağrı merkezimizi arayarak başvuruda buluna bilirsiniz başvuru işlemlerinizden sonra size olumlu olumsuz cevabı kısa mesaj ile bildirilir.”*;

“*Hizmetlerimiz*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Bireysel İhtiyaç Kredisi Araç Kredisi kurumsal paketler ve kredi hizmeti Ev Kredisi Peki Bunlardan Nasıl yararlanacağım, Tek yapmanız Gereken Müşteri Hizmetlerimizi Aramanız veya İstanbul Okmeydanı Ve Edirne ipsala Bulunan Şubelerimize Giderek Türkiye’nin Her Yerinden Başvuru Yapabilirsiniz.”,*

*“Hizmetlerimiz”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Kobi Türkiye 2009  yılında ilk şubesini ok meydanı perpada kurmuş 2012 yılında Türkiye kredi danışmanı olarak imza atmıştır 2013’de bir çok kredi fırsatı ve bir çok başarıya imza atan kobi Türkiye sizlere çok düşük bir komisyon ile hayallerinizdeki krediyi diğer kurumlara göre daha yüksek çıkarma şansını sunuyoruz bu yılda ise devlet kredisi yani faizsiz hibe devlet kredisi projesine imza atarak Türkiye tüm illerinden başvuru alarak faizsiz masrafsız kredi işlemlerine devam ediyor.. yıl 2017 ve biz hala sizin için buradayız”*,

*“Hakkımızda”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Kredi Merkezi 2008 yılında ilk şubesini ok meydanı perpada kurulmuştur hedefimiz daha büyük ekonomi ve daha çok kredi imkanı ile kobi bireysel ihtiyaç sahibi herkesin gerekli kredi miktarını başarılı bir şekilde alınması için yaptığımız çalışmalar bankaların kredi onayına göre %45 daha yüksek kredi çıkarma imkanı sunarak halka 2011 yılında hizmete geçilmiştir. Kredi Söz konusu olunca ilk başta akıllara Kredi Merkezi geldiği 2013 yıllarında firmamızın başarısı yurt genelinde 2 sene içerisinde keşfedilmiş ve 4. geleneksel kobi kalkınma  ödülünü 2013 yılı 24 ağustos tarihinde tarafımıza arz edilmiştir bu başarıyı sağlamak gerekse binlerce finans çalışanımız gerekse müşterilerimize 2013 yılında teşekkür amaçlı binlerce müşterilerimize ücretsiz danışma hizmeti verdik 2014 yılında yeni bir proje imza attık ve Edirne, samsun, Yozgat, Ankara, İstanbul, Gibi Bir Çok İllerimizde Kobi Türkiye Şubeleri Açıldı Bir Çok Çağrı Merkezleri Kuruldu 2015 Yılında Hollanda Denhag Bulunan İlçesine Kredi Merkezi Kurumu Kuruldu İlk Yurtdışı Firmamız %100 Yerli Kobi Türkiye Hizmetini Yurtdışında Türkiye’nin Adına Olarak da Hizmet Vermeye Başladık 2015 yılında Yeni bir Kredi Türüne İmza Attık Ve Faizsiz Kredi Yani devlet kredisi başvuru işlemlerine Danışman Seçildik Devlet Kredisi Başvuru İşlemlerini KOSGEB, KOBİTURKİYE VE Kobi Türkiye Hizmetlerine Verildi Bu Başarıyı En çok BİZE laik gören halkımıza teşekkürlerimizi sunarız. Hakkımızda Bir Çok Bilgiyi Kredi Merkezi Makalelerimize Bakarak Bilgi Sağlıya Biliriz Sizlere Merak Ettiğiniz Bir Çok Konu Hakkında Sizlere Uzmanlarımızın Yazdığı Makaleleri Okumanız Önemle Bildiririz.”*,

*“İletişim”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*İletişim Kredi Merkezi MÜŞTERİ DESTEK HATTI:* ***0212 985 01 18*** *ÜCRETSİZ Kobi Kredi Fax:****0212 985 01 18*** *Adres: H. Rıfat Paşa Mahallesi, Yüzer Havuz Sok. D:1, 34384 Şişli/İstanbul”* şeklinde,

*“Kobi kart”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Kobi Kart Sahibi Olmak İster misiniz? Kredi Kartınız Kobi Krediden Olsun Kefilsiz Şartsız Kobi Kart Başvurusunu Hemen Müşteri Hizmetlerimize Yapın Değerlendirilsin Ve Her Yerde Geçerli Kobi Kart Sahibi Olun Kredi Kartınız Yok mu? Kredi Kartınız Var Ama Limitiniz mi Az? Kredi Kartı Başvurularınıza Onay Verilmiyor mu? Yıllık Kart Aidatı Olmayan Kart mı Arıyorsunuz?”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin söz konusu internet sitesinde yer alan0212 985 01 18ve0212 998 05 44 numaralı telefon hatlarını aramaya yönlendirilerek, tüketicilerin kredi çekmeye yönlendirildiği, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında, mevduat bankalarının ve katılım bankalarının kredi kuruluşu olarak tanımlandığı; bu sebeple ancak bankaların nakdi, gayri nakdi  her cins ve surette kredi verme işlemlerini gerçekleştirme yetkisinin bulunduğu; ancak, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile yasal olarak bankalara verilmiş bulunan kredi verme faaliyetinin söz konusu firma tarafından gerçekleştirilebileceği algısının oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9 ve 29 uncu maddeleri,

- 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 3 ve 4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Kobi Kredi Danışmanlık Hizmetleri** unvanlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca, **60.353** **TL (Altmışbinüçyüzbinelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2017/1436**

**Şikâyet Edilen: Tekmen Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: “**Kanal Tek” logolu televizyon kanalında yayınlanmakta olan muhtelif isimli televizyon programlarında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Bahsi geçen kanalın 24.11.2016 tarihli yayınındaki tanıtımlarda; Murat AÇIKYÜREK isimli sunucu tarafından; “ *… biz bir milyondan fazla kişiye, bu rakam dile kolay bir rakam ama bu rakam gerçek bir rakam, bir milyondan fazla kişiye ümmü sübyan gönderdik… yüzlercesi binlercesi istifade etti .. ümmü sübyan anneden çocuğa geçen bir rahatsızlık, bir cin musallatı olayı … ümmü sübyan hemailinin içinde ne var? 6 kuran sayfası, yasin-i şerif el ile yazılmış bir şekilde, aynı zamanda yazılmış birkaç tane daha dua var bunun içerisinde, düzgün bir şekilde usulünce sarılmış hatta en son kademesi ile beraber bir muşamba var, üzerinde de bu şekilde deri var ki su geçirmesin, hava almasın, yıpranmasın hani uzun yıllar boyunca kullanılsın diye, kardeşlerimiz bu ümmü sübyandan rahatsızlığından korunmanın kurtulamanın tek sebebi ümmü sübyan duasını üzerinde taşımak, işte biz de diyoruz ki bunu üzerimizde taşıyalım, kişilerde, iyi dinleyin bakın erken doğum, düşük doğum, hastalıklı doğum, ufak yaştaki çocuk ölümleri, aynı zamanda tıp, doktora gittiğinizde herhangi bir sıkıntı çocuğunuz olabilir demesine rağmen senelerdir evladı olmayan kardeşlerimiz bunun manevi anlamda tek açıklaması ümmü sübyandır. Ümmü sübyan anne karnında çocuğu boğan, işte meninin rahme girmesini engelleyen ya da belirli aylar geçtikten sonra işte cenini boğan, öldüren ya da hani cinniler yapısı itibariyle insanların damarlarına, iliklerine kadar kanlarında dolaştığı için anne karnındaki daha o ceninlerin, çocukların sakat, hasta doğmasını sağlayan bir musalattır. Ümmü sübyanı’ın tek düşmanı insan neslini bitirmektir yani tek amacı ve gayesi budur. Kardeşlerimiz çocuklarınız ölmeden, vefat etmeden 11 – 12 yaşlarına geldiği zaman bundan sonra çocuğunuzun ahlakında, huyunda, hareketlerinde, tavırlarında, işte size karşı, arkadaşlarına karşı tavırlarında, içe kapanıklığında, hiperaktifliğinde, yaptığı her şeyde ümmü sübyan’ın etkisi vardır. Ve en önemli nokta hani olumsuz yönlerde, dinimize aykırı yönlere çocukların, kişilerin, bireylerin eğiliminde evet ümmü sübyan’ın etkisi vardır ve bundan nasıl kurtulacağız duamızı cebimizde bulunduracağız … sevgili kardeşlerimiz biz size bir teşekkür kampanyası yapıyoruz aynı zamanda sülalelik bir hizmet yapıyoruz şimdi onun nasıl olduğunu anlayacaksınız, LA TAHZEN kitabını zaten duydunuz binlerce insana la tahzen kitabını gönderdik , içinde peygamber efendimiz (s.a.v) döneminden onun yaşamı, ashab-ı ikram aynı zamanda ehli beyt döneminden, birçok Allah dostunun olaylarından, yaşanılan olayların yazılı olduğu, hayatımızda gerçekten bunu okuduğumuzda ibret alacağımız yaptığımız yanlışlardan bizi döndürebilecek bir kitaptır, LA TEHZEN kitabı, her kardeşimizin elinde bulunması gereken kitaptır bilhassa bayan kardeşlerimizin kız kardeşlerimizin çeyizinde bulunması gereken bir kitap, la tahzen kitabı. Kargosu KDV’si dahil her şeyiyle sizlere 29 liraya gönderiyoruz. Başka herhangi bir ücret ödemeden kargo ücreti ödemeden, paketleme ücreti ödemeden 29 liraya sizlere gönderiyoruz. Ver bunun akabinde sorgusuz sualsiz … bunu ümmü sübyanın bir bitişi olarak da düşünebilirsiniz biz bitiriyoruz ya ümmü sübyanı, bol bol ümmü gülsüm hemaili göndermek istiyoruz. LA TAHZEN kitabını alan kardeşlerimize tam 5 adet Ümmü sübyan koruma zırhını Ümmü sübyan hemailini sizlere sorgusuz sualsiz hediye ediyoruz … bir de peygamber efendimiz (s.a.v) 211 isminin yazılı olduğu esma-un nebi afişini hediye ediyoruz. Bu kampanyadan genel anlamda maddi durumu pek elverişli olmayan kardeşlerimiz faydalansın diye bunu yaptık. Şimdi sulalelik hizmetimize gelecek olursak, hani dillere destan hizmetimize gelecek olursak, LA TAHZEN kitabından 2 nci siparişi veren kardeşlerimiz taam 10 adet Ümmü sübyan hemailini koruma zırhını hediye ediyoruz 2 adet esma-un nebi afişini veriyoruz, Ümmü sübyanın 925 ayar .. için cam kap içine ümmü sübyan duasının yerleştirilmiş olduğu el emeği göz nuru olan Ümmü sübyanın kolyesini de … hediye ediyoruz. Bedavaya gönderiyoruz… ümmü sübyanı kimler takmalı … kekeme olan kardeşlerimiz üzerinizde olsun, isteksizlik, sebatsızlık, karamsarlık, kararsızlık, öfke kontrol edememe, korku, evham, vesvese, sihir, büyü, nazar değmesi, cin musallat olan kardeşlerimiz ümmü sübyan duasını kesinlikle üzerinizden çıkarmayın, bu bizim sizlere bir teşekkür kampanyamız, daha önce alanlarda istifade etsin alsınlar kenarda dursun, çok çok alın inşallah 0212 936 07 24 den hemen hızlı bir şekilde siparişlerinizi oluşturun…”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadelerle toplumumuzun dini hassasiyetinin istismar edilerek ticari çıkarlara alet edildiği, tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar ederek tüketicilerde korku ve endişeye sebep olunduğu, ayrıca tanıtımlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispat edilemediği değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Tekmen Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş.** unvanlı firma 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.

**76)**

**Dosya No: 2017/2684**

**Şikayet Edilen:** **Brandia Bilişim Teknolojileri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen "*3D ve IMAX dahil tüm sinemalarda geçerli sınırsız sinema bileti üyeliği bayrama özel %50 indirim ile 79 TL yerine 39 TL*" başlıklı kampanya.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sinemia.com](http://www.sinemia.com) adresli internet sitesinin 18.09.2017 tarihli görünümünde; “*SINIRSIZ SİNEMA BİLETİ Sinemia Premium ile Türkiye'deki tüm sinema salonlarında sınırsızca sinemaya gidebilirsiniz, Her Gün, Her Seans, Her Film 2D - 3D - IMAX - 4DX - DBOX – VIP, Gözlük Ücretleri Dahil Kartınız 5 Gün İçinde Kargoda Ön Gösterim ve Galalara Davet, 1 aylık üyelik 89.99 TL yerine 79.99 TL, Tüm Türkiye’de Sinemia Premium ile Türkiye’nin her yerindeki sinema salonlarını ücretsiz kullanabilirsin, her seansta geçerli, Sinemia Premium ile her gün yeni bir filme gidebilir, vizyona giren bütün filmleri izleyebilirsin, Sinemia Premium üyesi olarak yararlanabileceğin ek ayrıcalıklar, Sinemia Premium üyeliğin sinema biletine ek olarak her gün 400’den fazla anlaşmalı restoran, kafede sana özel ayrıcalıklardan ve indirimlerden faydalanabilirsin, ileri tarihli bilet, sıra beklemeden Sinemia aracılığıyla ileri tarihli biletinizi bugünden alabilirsin, açıklama yapmazsın, Sinemia Premium ile herhangi bir açıklama yapmadan biletini alabilirsin, 3D/2D tüm filmlerde Sinemia Premium ile 2D veya 3D her türlü filmi izleyebilirsiniz, IMAX ve 4DX dahil, sevdiklerinize hediye edebilirsiniz, istediğiniz zaman Sinemia Premium üyeliğini her gün her saat kullanabilirsin, keyifli sürprizler Sinemia Premium ile sinema keyfinin yanında 400 restoran, cafe ve anlaşmalı markalarda Sinemia üyelerine sunulan indirim ve ayrıcalıklarından faydalanabilirsin, hangi salonlarda geçerli ? Hepsinde! Sinemia tüm şehirlerde ve tüm sinema salonlarında geçerlidir … hangi günler, hangi seanslarda geçerli?, Sinemia’da ilk seans, son seans, hafta içi, haftasonu gibi sınırlar yoktur, Sinemai’da saat veya gün sınırı bulunmaz, dilediğin saat, istediğin gün ayrıcalığını kullanabilirsin, sinema günlerini istediğin gibi kullanabilirsin…”* şeklinde ifadelere 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.