**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**GEREKÇELİ KARAR**

**Toplantı Tarihi :** 13 Mart 2018

**Toplantı Sayısı :** 270

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/3890**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“4.5G ile HD Youtube videolarını takılmadan izleyin”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; *“..Takıldı. -Ne takıldı çeyrek altın mı takıldı? -Yok video takıldı. Aman canım neyse ne. -Ben de Vodafone 4.5G var. Buyurun, buradan izleyelim. Hem de HD"*  şeklinde diyalog geçtiği, ardından dış seste; *" HD Youtube videolarını takılmadan izlemek için siz de Türkiye'nin en geniş 4.5G kapsamasına gelin*." şeklinde ifadeye yer verildiği, durağan yazıda; " *Youtube uygulamasında HD video ile test edilmiştir.*" altyazıda; "*Kampanyadan 15 Şubat 2017- 15 Mart 2017 tarihleri arasında, faturalı ve faturasız, 4.5G uyumlu cihaz ve SIM kartı bulunup, 1-31 Ocak 2017 arasında 4.5G ağı kullanmamış olan bireysle aboneler faydalanabilir. Kampanya başvurusu için abonelerin 4BUCAKG yazıp 4545'e SMS göndermesi gerekmektedir. SMS ile başvuruda bulunup 4.5G ayarlarını yapan abonelerin 1 ay geçerli 5GB yurtiçi internet hediyeleri 7 gün içerisinde hatlarına tanımlanacaktır. 4.5G teknolojisi, IMT Advanced teknolojisini anlatmak için kullanılmıştır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam filminin çekildiği mekanda rakip operatör tarafından verilen internet hizmetinde Youtube'dan video izlerken takılma/donma yaşanırken buna karşın Vodafone 4.5G hizmeti sayesinde Youtube videosunun HD olarak izlenebildiği şeklinde bir algı yaratıldığı, ancak söz konusu lokasyonda sadece Vodafone 4.5G hizmeti ile *“hem de hd”* video izlenebildiğine ve rakip operatör tarafından donmadan/takılmadan video izlenemediğine ilişkin reklamda *“test edilmiştir”* şeklinde bilgilendirme yapılmasına rağmen ispat niteliğinde herhangi bir belge sunulamadığı, dolayısıyla reklama konu lokasyonda dahi bu durumun kanıtlanamadığı,

Ayrıca firma tarafından performans göstergeleri ile yapılan ölçümleme sonuçlarının rakiplere yönelik karşılaştırma içermesi nedeniyle videoların takılmadan izlenebilmesi ile en geniş 4.5G kapsamasına sahip olması arasındaki ilgiyi ispatlayamadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

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, , 9, 18, ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2017/4800**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Türk Telekom’da Yeni IPhoneX için eski cihazını getirene fırsat bu fırsat”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi**: 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete, Açıkhava ilanı

**Tespitler:** *“Türk Telekom’da Yeni IPhoneX için eski cihazını getirene fırsat bu fırsat”* başlıklı reklamlarda; durağan yazıda “*4000TL indirim*” şeklinde ifadeye, dipnotta; “*24 veya 36 ay sözünüze, belirlenen eski cihazlarda geçerli"* , *“Kampanya 31 Aralık 2017 tarihine kadar mobil müşteriler için geçerli olup, kampanyadan faydalanabilmek için cihaz bedelinin 500TL’si ön ödeme olarak alınmaktadır. 4000TL indirim sadece anlaşmalı mağazalarda ve eski cihaz olarak çalışır durumda iPhone 7 Plus 256GB veren müşteriler için geçerlidir. İndirim tutarı, verilen eski cihaza göre değişecektir. Fiyatlara KDV ve ÖİV dahildir. Taahhüt ihlali dahilinde BTK düzenlemeleriyle hesaplanan tutar faturalandırılır. Güncel kampanya koşulları, geçerli tarife ve detaylı bilgi için turktelekom.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından açıkhava ilanlarında ve muhtelif gazetelerde yayımlanan; *“Türk Telekom'da Yeni IPhoneX için Eski Cihazını Getirenlere Fırsat Bu Fırsat”* başlıklı reklamlarda *“4000TL indirim”* ifadesine yer verilerek ortalama tüketici nezdinde kampanyadan yararlanma hakkının herkese açık olduğu izlenimi verilerek sanki tüm tüketicilerin sadece eski cihazını getirme koşuluyla 4000TL indirim ile yeni IphoneX sahibi olabileceği algısı yaratıldığı, ayrıca dipnotta *“24 veya 36 ay sözünüze, belirlenen eski cihazlarda geçerli”* ifadesine yer verildiği halde teklifin belirlenen eski cihazlarda değil sadece tek bir model Iphone 7Plus 256GB için geçerli olduğu bilgisine altyazıda yer verilerek çelişkili ifadelere yer verildiği, böylece tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla ana vaatte 4000TL indirimin belirli şartlar dahilinde geçerli olacağına ilişkin herhangi bir ibareye yer verilmediği halde söz konusu teklifin sadece Iphone 7Plus 256GB için ve abonelerin 24/36 ay taahhüt vermesi ve 500TL ön ödeme yapması koşullarıyla geçerli olduğu bilgisine altyazıda yer verilerek ana vaat istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu reklamın tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5ç, 13, 14, 18, 19 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.034.- TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**3)**

**Dosya No: 2017/1682**

**Şikayet Edilen:** **Serap Melek KILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.pedagoganne.com/2017/02/01/kahvaltiya-alternatif-tam-tahilli-gevrekler/> adresli internet sitesinde yer alan “*Nesquik*” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.pedagoganne.com](http://www.pedagoganne.com) adresli internet sitesinin 11.01.2018 tarihli görünümünde; *“Kahvaltıya Alternatif; Tam Tahıllı Gevrekler. Anne olduktan Sonra ailece beslenme şeklimizde köklü değişikliklere gittik. Artık mümkün olduğunca organik besinler almaya ve tahıl grubu gıdalar tüketeceksek de tercihimizi TamTahıl içeren ürünlerden yana yapmaya başladık. Sağlıklı deyip seve seve tüketsek de çocuklarımıza yedirdiğimiz şeyleri daha yakından tanımak içimi daha rahat ettireceği için her zamanki gibi detaylarıyla araştırmaya koyuldum. Tam Tahıl olarak bildiğimiz bu mucizevi besin; tahılın üç ana bileşeninide içeriğinde barındırıyormuş; kepek (lif zengini dış kabuk), öz (besin zengini iç çekirdek) ve besi dokusu (endosperm) yani nişastalı orta kısımmış. Kepek tabakasının altında alevron (besin zengini bölüm) bulunurmuş ve aslında Tam tahıllar sadece birer lif kaynağı değilmiş. İçeriğinde bulunan lif, vitaminler, mineraller, antioksidanlar ve bitkisel öğelerden oluşan bu mucizevi besin kronik hastalıklara karşı korumaya yardımcı oluyormuş. İyi güzel de biz her sabah koşturmaca ve yemek yemeye direnç gösteren bu bebelerle nereye kadar sürdürebiliriz ki bu sağlıklı beslenme temposunu? Tabi ki bir yerden Sonra reddetmeler ve burun kıvırmazlar başlıyor kahvaltıya. Böyle zamanlarda imdadımıza İçeriğinde 6 Vitamin, Mineraller, Kalsiyum ve Demir olan Nesquik Tam Tahıllı Kahvaltılık Gevrekler yetişiyor. Farklı çeşitleri ile her sabah farklı bir Nesquik Macerasına uyanıyoruz. Tam tahılın besleyiciliğine ek olarak da hazırlarken kullandığımız Süt mevsim meyveleri ve çeşitli kuruyemişlerin faydaları ekstra bir kazanıma dönüşüyor. Canımız klasik kahvaltı istemediğinde kahvaltı öğününü atlamak yerine; hemen bir kendi Kasemizi hazırlıyoruz. Kimi zaman meyve ile kimi zaman da kuruyemişlerle farklı tarifler oluşturup afiyetle mideye indiriyoruz. Siz de eğer kendi Nesquik Kahvaltılık Gevrek tarifinizi bizimle paylaşmak ve lezzetli kahvaltılarımıza alternatif sağlamak isterseniz eğer; Kendi içeriğinizi oluşturabileceğiniz, Kaseye çocuğunuzun ismini verebileceğiniz ve sosyal medya hesaplarınızda kendi kaselerinizi paylaşabileceğiniz bu eğlenceli uygulama sonrasında mini formu doldurarak Sürpriz Hediyeler kazanma şansı da yakalayabilirsiniz. Nesquik Digital Kase Uygulaması için; http://www.hurriyetaile.com/nesquik-tam-tahilli-kahvaltim”* şeklinde ifadeler ile,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda; *“İçeriğinde bulunan lif, vitaminler, mineraller, antioksidanlar ve bitkisel öğelerden oluşan bu mucizevi besin kronik hastalıklara karşı korumaya yardımcı oluyormuş.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.pedagoganne.com](http://www.pedagoganne.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda övücü ifadeler kullanılarak, reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin söz konusu ürünün örtülü reklamının yapıldığı, ayrıca söz konusu ürüne yönelik olarak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı dolayısıyla tanıtımların,

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

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

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1, 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu,

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

**4)**

**Dosya No: 2017/1683**

**Şikayet Edilen:** **Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Reklamcılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.yeniakit.com.tr/haber/kilo-verme-durumunda-vitplus-nedir-iyot-damlasi-ve-faydalari-nelerdir-282973.html> adresli internet sitesinde yer alan “VitPlus İyot Damlası” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.yeniakit.com.tr](http://www.yeniakit.com.tr) adresli internet sitesinin 11.01.2018 tarihli görünümünde; *“Kilo verme durumunda vitplus iyot damlası ve faydaları nelerdir? Satın alınma olayı ile ilgili olarak insanları bekleyen çok dikkat çekici iyot damlası ürünü imkanlar dahilinde kullanıcı kişileri kesinlikle beklemekte ve hayatınız için bu denli özel ve önemli ürün olabilmektedir! Süreklilik taşıdığı içinde vitplus iyot damlası sizleri bekleyen vitplus kalitesini bilimsel adımlarla birçok yönden yapıcı adımları çok dikkat çekici biçimde karşılık vermesi de olasılık taşıyor. Bilimsel adımlarla karşılık vermesi de insan hayatını bekleyen diğer ürünlerin çok ilerisinde bir nokta taşıyabilmiştir.* *Aklınızda olması sebebiyle vitplus iyot damlası hayatınızda etkin kilo verdirici ürünler arasında sizleri bekleyen vitplus iyot damlası kaliteli ve tiroid sorunlarına karşı ilgisini yükseltmiştir! Kullanım durumlarında vitplus iyot damlası yapıcı adımların olasılık göstermesi sebebiyle karşılık verebilmesi de sizleri çok uzun süreli biçimde karşılık verdirmesi sebebiyle de vitplus iyot damlası yapılan araştırmalara dahil olarak sizleri bekliyor. Bu ürüne karşı ilgi gösterme son yıllarda artmış görülebilmektedir!* *Yapılan araştırmalar sonucunda gerçek anlamda dikkat çeken vitplus iyot damlası belirli ve bilimsel yorumlarda hayatınız için kesinlikle başarı ve etkin adımlarla sizleri bekliyor! Satın alınma yorumlarında internet sitelerinin çok büyü yararlar sağlayabilir olabilmesi de istenilen durumların sizler açısından çok büyük yararlar sağlayabilir olması da çok önemlidir! Bu durumda web siteleri içinde vitplus iyot damlası karşılık yaratabilmesi noktasında sizleri vitplus iyot damlası bekleyen özel üründür!* *Kilo sorunlarına karşılık vitplus iyot damlası kullancı yorumları etkili ve yorumlara dahil edilmesi sebebiyle de kilo verme durmu için vitplus iyot damlası süreç içerisinde sizleri bekliyor! Bu durumda kilo verme olayı içinde vitplus iyot damlası sizleri bekliyor ve kullanımla mutlaka değerlendirilmesi gerekiyor. Gerçek anlamda kullanımla birlikte vitplus iyot damlası hayatınızda kesinlikle işe yarar diğer ürünlerin ötesinde gösterebilir. Satın alacak kişileri tiroid sorununa çözüm olabilmesi noktasında vitplus iyot damlası sizleri bekliyor. İnternet üzerinden vitplus iyot damlası satışı ve yararları.* *Bu durumda bizler içind vitplus iyot damlası gerçekten insan hayatında takip edilmiş ve hayatınız için kilo verme olaylarını dahili ve etkin adımları da karşılıklı yapılarla birçok yönden olumlu göstermiştir! Kullanım durumlarını yapıcı şekilde yorumlara göre olasılık gösterebilir olması noktasında yapıcı adımları düşündürmesi de vitplus iyot damlası için özeldir! Bu durumda sizleri bekleyen vitplus iyot damlası ürün kalitesini insan hayatında düşündürmesi sebebiyle de vitplus iyot damlası bizleri çok mutlu edebilmektedir!”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.yeniakit.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda övücü ifadeler kullanılarak, reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin söz konusu ürünün örtülü reklamının yapıldığı, ayrıca söz konusu ürüne yönelik olarak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla tanıtımların,

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

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

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7/1, 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 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Reklamcılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2016/817**

**Şikayet Edilen: Serkan DEMİRELLİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ajans01.com](http://www.ajans01.com) adresli internet sitesinin 02.01.2016 tarihli görünümünde yer alan *“Goji Diyet Paketleri Bizlere Neler Sunuyor?”* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ajans01.com](http://www.ajans01.com) adresli internet sitesinin 02.01.2016 tarihli görünümünde yer alan *“Goji Diyet Paketleri Bizlere Neler Sunuyor?”* başlıklı yazıda:

*“Goji Diyet Paketleri Bizlere Neler Sunuyor? Goji diyet paketleri içerisinde doğal bir meyve olan goji berry meyvesinin kurutulmuş tozu ve bitki çayı formları bulunmaktadır. Doğal yoldan zayıflamanıza yardımcı olabilecek gojidiet paketlerini resmi satış sitelerinden tedarik etmeniz önemlidir.(…) Goji Berry meyvesinin zayıflamanıza yardımcı ürünleri gojidiet (*[*http://www.orginalgojdiet.com/*](http://www.orginalgojdiet.com/)*) paketleri şeklinde satılmaktadır. Bu paketlerde goji meyvesinin kurutulması ile elde edilen meyve tozu ve bitki çayını içermektedir. Bu paket içeriğindeki ürünlerin kullanımından kısaca bahsedecek olursak meyve tozunu soğuk suyun içerisine bir miktar katarak karıştırıp tüketmeliyiz. Günde 2 kez tüketilmesi tavsiye edilmektedir. Bitki çayını ise sabah ve akşam olmak üzere 2 kez tok karnına içmenin yararlı olacağı belirtilmektedir. (*[*http://orjinalgojidiet.com/*](http://orjinalgojidiet.com/)*) (…) Goji Diyet (*[*http://orjinalgojidiet.com/*](http://orjinalgojidiet.com/)*) paketlerinde sizler için birçok hastalık ve rahatsızlığa şifa olan bu ürün sunulmaktadır. Birçok rahatsızlığa iyi geldiği yapılan araştırmalarca ortaya konan bu ürün, ülkemizde kurt üzümü olarak da bilinir. Düzenli kullanmanız takdirde en iyi verimi alabileceğiniz bu ürünler, sindirim sistemine yardımcı etkileri nedeniyle en doğal yoldan zayıflamanıza yardımcı olmaktadır. İçeriğini bilmediğiniz çeşitli bitkisel ürünleri almak yerine tamamen doğal ürünler tercih edebilirsiniz. Ayrıca ürünleri alacağınız yere oldukça özen göstermelisiniz. Ürünleri resmi satış siteleri üzerinden almalısınız. Resmi satış siteleri ürünleri size taze, faturalı ve garantili bir şekilde ulaştırır. Resmi satış sitesi haricinde alacağınız yerlerden zarar görme ihtimaliniz çok yüksektir. Çünkü ürünleri orijinal ve taze olarak ulaştırmayacaklardır.”* ifadeleri incelendiğinde “Goji Diyet Paketleri” adlı ürünle ilgili övücü ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, ürünün satışının yapıldığı <http://orjinalgojidiet.com> adresli internet sitesine sıklıkla açık yönlendirmeler yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Goji Diyet Paketleri Bizlere Neler Sunuyor?”* başlıklı yazıda toplumun aydınlatılma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “Goji Diyet Paketleri” ürünü ile ilgili övücü ve talep yaratıcı birçok ifadeye yer verildiği, ürünün ticari olarak satışını yapan <http://orjinalgojidiet.com> adresli internet sitesine 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 “Goji Diet Paketleri” adlı ürünün ve <http://orjinalgojidiet.com> adresli internet sitesinin örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 22 inci ve 23 üncü maddeleri,

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

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

**FİNANSAL HİZMETLER**

**6)**

**Dosya No: 2018/254**

Türkiye Garanti Bankası A.Ş. unvanlı firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesaj metninde yer alan; *“Emlak ve Çevre Temizlik Vergisinde 100 TL üzerinde ücretsiz 3 taksit! Üstelik Euroka ev/eşya sigortasında %10 bonus firsatı! Ödemeden önce BonusFlas’tan “HEMEN KATIL’ı tıklayın veya VERGI yazıp 3340’a gönderin. Son gün 30 Kasım! Henuz indirmediyseniz garanti.com.tr/bonus\_flash Bilgi: bonus.com.tr SMS iptali için İPTAL yazip 3342’ye gönderebilirsiniz. Mersis: 0879001756600379 B002”* şeklindeki ifadelerin mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, inceleme konusu tanıtımlarla ilgili olarak şikayet edilen firmadan detaylı görüş talebinde bulunulması ve savunma ekinde gönderilen belgelere ek bilgi ve belgelerin talep edilmesi istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**7)**

**Dosya No: 2017/2924**

**Şikayet Edilen: Alyanak Yayıncılık Ticaret Sanayi ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Doğu TV”* logolu televizyon kanalında 10.12.2016 tarihinde (13:14) yayınlanan *“Sigara Bıraktırıcı”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Doğu TV”* logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Sigara Bıraktırıcı”* isimli ürüne yönelik olarak *“… Bakın bu kadar net konuşuyorum. Çünkü bu buluş siz sigara içseniz dahi size sigara zarar veremez... Sigara içen bir insana kalkan görevi görüyor. İçinden bitkisel toz geliyor... Sevgili izleyenler işte bunu içtikten sonra hayatınızda sigaranın damarlarınızda ve ciğerlerinizde açmış olduğu o tahribat olamaz... .Bir sprey geliyor, her sabah bunu sıkıyorsunuz ağzınızda koku yapmıyor bir, o gün sigara içseniz dahi kokamaz, dişiniz sararamaz en önemlisi boğaz kanseri ve gırtlak kanseri olamazsınız. Ağzınızda kalkan görevi. Bu bitkisellerde bu tozlarda ciğerlerinize damarlarınıza kalkan görevi görüyor... Üç tane ayrı renkte pastil gelecek sizlere. Bunu ağızda eritiyorsunuz. İlk 10 gün kırmızılar, sonraki 10 gün yeşilleri, en son ki 10 gün de sarıları. 30 gün. 30 günün sonunda hayatında sen istesende istemesende sigara kalmıyor... Asrın sağlık buluşu-Dünyada bir ilk* ***0212 945 27 79*** *sadece 100 kişi için-30 günde yaşamınızı geri alacaksınız”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bahse konu ürünle ilgili endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan sağlık beyanlarına yer verildiği, dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı, açıklanan tüm bu nedenlerle inceleme konusu bu tanıtımların;

**-** 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 Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Alyanak Yayıncılık Ticaret Sanayi ve Pazarlama A.Ş.** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2017/2931**

**Şikayet Edilen: Gediz Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maksim TV”* logolu televizyon kanalında 22.05.2017 tarihinde (22:45) yayınlanan *“Deva Kremi”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maksim TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Deva Kremi”* isimli ürüne yönelik olarak *“Bakın değerli kardeşlerim kış aylarında vücudunuzda bulunan ağrılar, sızılar, sancılar bakın daha da yoğunlaşıyor mu? Tabi ki de yoğunlaşıyor. Çünkü romatizmalar sızlamaya başlar... Biz DEVA kreminin içerisini yeniledik. Çörek otu yağı koyduk. Durmadık ardıç yağı koyduk... Bacaklarında romatizma ağrısı var. Bacakların romatizmadan şişiyor. Bacakların romatizmadan dolayı üşüyor, bunun bir çaresini bulamadığınız için. Bunun çaresi burada, sadece ama sadece bu ekranlarda.... Ama artık DEVA kremini bacaklarına 5 dakika masaj yaparak sürüyorlar. 5 dakika sonra ağrı, sızı, sancı gidiyor. Ama çınar yaprağıyla ağrıdan sızıdan kurtulacaksın. Bakın bel fıtığı ağrısından 3 dakikada kurtulacaksın... Bitkilerin gücü, lokman hekim vardı yüzyıllar önce, insanlar tedavi nasıl oluyordu? Lokman hekimle tedavi oluyorlardı. Gidiyorlardı macun yapıyordu, krem yapıyordu. Hastane mi vardı canım 100 sene önce, yoktu. Sağlık ocağı mı vardı, yoktu. İlaçlar mı vardı, yoktu.. Her şey doğadaydı. Doğanın gücü var. Siz de doğanın gücüyle ağrıdan, sızıdan, sancıdan 5 dakikada kurtulacaksın. … Bak şaka değil, iddia etmiyoruz, garanti veriyoruz. 5 dakikada bel fıtığı ağrısından kurtulacaksın, migren ağrısından kurtulacaksın, romatizma ağrısından kurtulacaksın, sinüzit ağrısından kurtulacaksın... “Yeni formül...çörek otu ve ardıç yağlı DEVA kremi; romatizma, kireçlenme, bel ve boyun ağrısı, eklem ağrısı; 5 kutu alana 5 kutu bedava; tam 10 adet 39.90 TL.; sipariş hattı 0212 912 30 93**59.90 TL”* 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, açıklanan tüm bu nedenlerle 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-a, 5-b, 5/e, 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 Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Gediz Yayıncılık 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: 2017/1172**

**Şikayet Edilen: Jeunesse Doğrudan Satış Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.jeunesseglobal.com/tr](http://www.jeunesseglobal.com/tr) adresli internet sitesinde yer alan “*Luminesce*” ve “*Instantly Ageless*” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.jeunesseglobal.com/tr](http://www.jeunesseglobal.com/tr) adresli internet sitesinde yer alan “Luminesce” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Cildinize gençlik ışıltısı ve parlaklık kazandırır. Luminesce yaşlanma karşıtı cilt bakım serisi, cildinizin gençlik ışıltısını ve parlaklığını geri kazandırır, ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltır. Cildinizin benzersiz bir tazeliğe kavuşmasına yardımcı olur. Dermatologlar tarafından geliştirilen bu nemlendirici formüller, cildinizin daha pürüzsüz ve yumuşak bir görünüme sahip olmasını destekler.”*,

“Luminesce Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu etkili serumla cildinizin ışıltılı parlaklığını ortaya çıkarın. Dermatologlar tarafından geliştirilen bu serum, ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltarak cildinizin gençlik ışıltısını kazanmasına yardımcı olur. İnce çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltarak genç görünen bir cilde sahip olmanızı sağlar. Faydaları: İçeriğindeki antioksidanlar ve vitaminler, cildinizin yeniden canlanmasına ve güzel hissetmenize yardımcı olur. Cildinizin yenilenmesini destekleyerek eşit görünümlü bir cilt tonuna kavuşmanızı sağlar.”*,

“Luminesce İleri Gece Onarım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Siz uykudayken cildinizi yeniler ve tazeler. Bu ürün, antioksidanlar ve nemlendirici içerik maddeleriyle zenginleştirilmiştir. Bu nemlendirici gece kremi, nem kaybına bağlı olarak oluşan ince çizgileri azaltırken cilde ışıltısını geri kazandırarak daha genç bir görünüme kavuşmanızı sağlar. Dinlenmiş ve tazelenmiş bir ciltle uyanmanızı mümkün kılar. Faydaları: Yorgun görünen cildinizi yenileyerek parlaklık kazandırır. Zengin nemlendirici içeriklerle cildi nemlendirir. Vitaminler ve antioksidanlarla cildi tazeler.”*,

“Luminesce Yüz Temizleyici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güzellik rutininize günlük yaşamın stresinden arınarak başlayın. Alfa ve beta hidroksi asitlerinden oluşan bu özel karışım, cilt hücrelerini arındırmaya ve kalıntıların temizlenmesine yardımcı olur. Cildinize tazelik verir. Cildinizi, Luminesce® cilt bakım serisinden maksimum düzeyde fayda sağlamaya hazır hale getirir. Cildi, nazikçe temizleyerek kalıntı ve kirlerden arındırır. Daha genç ve pürüzsüz görünümlü bir cilt için peeling işlevi görür. Cildi, Luminesce güzellik serisinden maksimum düzeyde fayda sağlamaya hazır hale getirir.”*,

“Instantly Ageless” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Instantly Ageless, iki dakika içerisinde, gözaltı torbalarının, ince çizgilerin, kırışıklıkların ve gözeneklerin gözle görülür bir biçimde azalmasına yardımcı olur. 6-9 saat etkisini sürdürür. Özel olarak tasarlanan bu mikro krem, elastikiyetini kaybeden alanları hedef alarak, cilt tonunu gözle görülür şekilde eşitler ve kaldırır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, “Luminesce İleri Gece Onarım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan *“oluşan ince çizgileri azaltırken”* ve “Instantly Ageless” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan *“Instantly Ageless, iki dakika içerisinde, gözaltı torbalarının, ince çizgilerin, kırışıklıkların ve gözeneklerin gözle görülür bir biçimde azalmasına yardımcı olur. 6-9 saat etkisini sürdürür.”* ifadelerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan;

“Luminesce” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak yer alan; *“…ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltır…cildinizin daha pürüzsüz ve yumuşak bir görünüme sahip olmasını destekler.”*,

“Luminesce Serum” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak yer alan; *“Dermatologlar tarafından geliştirilen bu serum, ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltarak cildinizin gençlik ışıltısını kazanmasına yardımcı olur. İnce çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltarak genç görünen bir cilde sahip olmanızı sağlar…Cildinizin yenilenmesini destekleyerek eşit görünümlü bir cilt tonuna kavuşmanızı sağlar.”*,

“Luminesce İleri Gece Onarım Kremi” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak yer alan; *“…cildinizi yeniler ve tazeler…Yorgun görünen cildinizi yenileyerek parlaklık kazandırır…Vitaminler ve antioksidanlarla cildi tazeler.”*,

“Luminesce Yüz Temizleyici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cilt hücrelerini arındırmaya ve kalıntıların temizlenmesine yardımcı olur…pürüzsüz görünümlü bir cilt için peeling işlevi görür.”* ifadelerinin doğruluğuna ilişkin olarak sunulan raporların, söz konusu ürünlerin bir arada kullanılması sonucu elde edilen sonuçları içerdiği, bu nedenle söz konusu tanıtımlarda tüketicilere ayrı ayrı satışa sunulan her bir ürüne yönelik belirtilen etkilerin, ürünlerin bir arada kullanılması sonucu sağlanacağı yönünde bir bilgilendirmeye yer verilmemesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Açıklanan gerekçe ile inceleme konusu reklamların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 7/8-ç, 13 üncü ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Jeunesse Doğrudan Satış Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No:** **2016/3219**

**Şikayet Edilen: Nurederm Kozmetik Sağlık Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.kimyasalpeelingtedavisi.com/> ve <http://www.nurederm.com> adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nurederm.com](http://www.nurederm.com) adresli internet sitesinde “Csp Saç Derisi Peelingi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisindeki sebumu dengeler, Saç derisindeki ölü hücreleri temizler.”* ifadelerine, “Aws Kırışıklık Önleyici Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“AWS oksidatif süreçleri nötralize eder, serbest okjisen radikallerini azaltır. Anti-aging etkisini optimize etmek ve uzatmak için yaratıcı formül. Serbest radikallerin güçlü tutucusu, güçlü DNA onarım işlevli formül. AWS oksidatif süreçleri nötralize eder, serbest radikalleri azaltır. AWS, tedavi sonuçlarını güçlendirmek için lazer sonrası, peeling sonrası ve roller sonrası terapileri ve günlük cilt bakımına yönelik düzenlenmiştir.”* ifadelerine, “Aws Kırışıklık Önleyici Solüsyon”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “AWS, dermal kollajen üretimini harekete geçiren aktif bileşenlerin bir kombinasyonudur. Kollajen dokularının geri çekilmesini sağlar, onları sıkılaştırır ve bir gerilme etkisi yaratarak cilt gevşekliği ile savaşır Kırışıklık önleyici solüsyon. Her cilt problemini (yara izi, kırışıklık, pigment, hasarlı, kurumuş) hedefleyip iyileştirebilen biricik ve güçlü bir farmasötik çözüm. Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleks”*, “Sws Cilt Rengi Açıcı Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“SWS, hiperpigmentasyonları azaltır ama aynı zamanda hasarı engelleyerek… Her cilt problemini (yara izi, kırışıklık, pigment, hasarlı, kurumuş) hedefleyip iyileştirebilen güçlü bir üründür. Bakteri ve koruyucu içermez, Multi-peptid antioksidan kompleksidir. SWS, hiperpigmentasyonları azaltır, aynı zamanda cilt hasarını da engelleyerek cilt parlaklığını ve yumuşaklığını geri getirir.”*  ifadelerine, “Sws Renk Açıcı Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Nano lipozom biçimindeki ENB-VCE ile beraber SWS, yüzdeki hiperpigmentasyonları düzeltmeye yardımcı olur. Anti-aging etkisini optimize etmek ve uzatmak için yaratıcı formül. Serbest radikallerin güçlü tutucusu, güçlü DNA onarım işlevli formül. SWS, tedavi sonuçlarını güçlendirmek için lazer sonrası, peeling sonrası ve silindir sonrası terapileri ve günlük cilt bakımına yönelik düzenlenmiştir.”* ifadelerine, “Pcs Problem Kontrol Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“PCS, sivilceye yatkın ciltler için antiseptik, antibiyotik, antibakteriyel, antifungal ve hatta antiviral özellikler sunar. Her cilt problemini (yara izi, kırışıklık, pigment, hasarlı, kurumuş) hedefleyip iyileştirebilen biricik ve güçlü bir farmasötik çözüm. Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleks. PCS, sivilceye yatkın ciltler için antiseptik, antibiyotik, antibakteriyel, antifungal ve hatta antiviral özellikler sunar. Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleks”* ifadelerine, “Mfc Çok Fonksiyonelli Yenileyici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Multi-aktif bileşenlerle anti-oksidasyon, anti-aging ve cilt rengi açılımı etkilerinin keyfini çıkarın. mikro delme, lazer, peel ve diğer agresif estetik tedavilerin hemen sonrasında cilde yumuşatıcı, hidratlaştırıcı, yara onarıcı bir yardım için ideal formül. Multi-aktif bileşenlerle anti-oksidasyon, anti-aging ve cilt rengi açılımı etkilerinin keyfini çıkarın.”* ifadelerine, “Sıkılaştırıcı Modelleme Maskesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu ürün tazelik verip gözenekleri daraltan özel bakım serisidir. Rahatlatıcı ve anti-enflamatuar etkileri kırmızı cilt ve cilt sorunlarını azaltır, özel biyopolimer yapılı maske hızlı etkisiyle cilt sıcaklığını azaltır, Güçlü estetik uygulamalardan sonra içerikleri sayesinde tedavi edici olarak da kullanılabilir. Bakteri içermeyen bu sterilize maskeler mikro dermabrazyon ve estetik süreçler sonrasında kullanım için güvenlidir. Bu ürün tazelik verip gözenekleri daraltan ve cildi esnek tutan bir özel bakım serisidir.”* ifadelerine, “Yoğun Nemlendirici Rahatlatıcı Günlük Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“HSC hasar görmüş ciltleri yenilemek ve invazif cilt tedavileri sonrası nemlendirmek amaçlı olarak dizayn edilmiştir. Aktif bileşenlerdeki nano teknoloji partikülleri cilt bariyerleri üzerinden etkin biçimde nüfuz eder.”* ifadelerine, “Srs Cilt Yenileme Peeling Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt üzerinde kısa süreli kalması cildi yeniden biçimlendirmek için yeterlidir. Her cilt problemini (yara izi, kırışıklık, pigment, hasarlı, kurumuş) hedefleyip iyileştirebilen güçlü ve tek çözümdür SRS çeşitli AHA asitlerinden oluşur ve minimum duruş süresi ile deriyi yumuşatır, deri rengini parlaklaştırır ve deriyi sıkılaştırır. Antioksidan peeling araçlarından oluşan zengin bir komplekstir. Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleksidir.”* ifadelerine, “Pcc Yoğun Sorun Kontrol Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“PCC günlük kullanıma uygun yağsız bir kremdir ve yağlı ve karma ciltler için aşırı yağ üretimini düzenlemeye yöneliktir. Mikro delme, lazer, peel ve diğer agresif estetik tedavilerin hemen sonrasında cilde yumuşatıcı, hidratlaştırıcı, yara onarıcı bir yardım için ideal formül.”* ifadelerine, “Hsc Yoğun Hidro Rahatlatıcı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“HSC hasar görmüş ciltleri yenilemek ve invazif cilt tedavileri sonrası nemlendirmek amaçlı olarak dizayn edilmiştir. Mikro delme, lazer, peel ve diğer agresif estetik tedavilerin hemen sonrasında cilde yumuşatıcı, hidratlaştırıcı, yara onarıcı bir yardım için ideal formül.”* ifadelerine, “Pcs Yoğun Sorun Kontrol Serumu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağlı ve karma ciltler için aşırı yağ üretimini düzenlemeye yöneliktirPCS, tedavi sonuçlarını güçlendirmek için lazer sonrası, peeling sonrası ve silindir sonrası terapileri ve günlük cilt bakımına yönelik düzenlenmiştir.”* ifadelerine, “Chs Saç Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç kaybını önler, yeni saç oluşumunu destekler, mevcut saçların sağlıklı uzamasını sağlar. 5-alfa Reduktaz enziminin hızlanmasını engeller, damar yenilenmesini harekete geçirir. Mikro-kan dolaşımını aktive etmekte olan patentli içeriği ile yeni saç oluşumunu destekler.”* ifadelerine, “Chs Saç Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mevcut saç kalitesini artırır, yeni saç oluşumunu destekler.”* ifadelerine, “Cst Saç Toniği” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç kaybının önlenmesi ve saç restorasyonunda kullanılır. Saç derisindeki keratinosit tabakayı kaldırmak için kullanılır.”* ifadelerine, “Cst Kolajen Artıran Sıkılaştırıcı Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“CTS, hücre cilt entegrasyonunun sağlanmasında kilit faktör olan yüksek seviyede sitokin ve kollajenler içerir. Yeni hücresel dokuyu aktive eder ve cilt dermal dokusunda büzülme etkisi yaratır. Böylece cildiniz daha sıkı ve daha canlı görünür. Her cilt problemini (yara izi, kırışıklık, pigment, hasarlı, kurumuş) hedefleyip iyileştirebilen güçlü bir üründür. Multi-peptid antioksidan kompleksidir. Yeni hücresel dokuyu aktive eder ve cilt dermal dokusunda büzülme etkisi yaratır. Böylece cildiniz daha sıkı ve daha canlı görünür. Güçlü anti-oksidan formül Kozmetik üründe farmasötik standard. Etkin DNA aktif hücre zarı onarım sistemidir”* ifadelerine, “Cvs Hücre Yenileyici Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“CVS Hücre Yenileyici Solüsyon, yüksek hidrasyon sağlar ve yaşlanma etkilerini giderir. İçeriğindeki havyar, protein, yağ ve vitaminler onarıcı ve yenileyici etki yaratır. Her deri problemini (yara izi, kırışıklık, pigmentasyon bozuklukları, kuru deri) hedefleyip iyileştirebilir.  Multi-peptid antioksidan kompleks . İçeriğindeki havyar, protein, yağ ve vitaminler onarıcı ve yenileyici etki yaratır. Çok güçlü anti-oksidandır. Kozmetik üründe farmasötik standart.”* ifadelerine, “Ez CO2 Body Kit Vücut Maskesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki Glaucine complex ile dokular arası dolaşımın arttırılmasını, selülitli dokunun iyileştirilmesini ve yağ hücresinin küçültülmesini hedefler. Maske uygulandığında bölge yoğun bir CO2'ye maruz bırakılarak dokunun oksijenlenme ihtiyacı esnasında dokuya etken maddelerin penetrasyonu sağlanır.”* ifadelerine, “Ez CO2 Enzim Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“CO2 asıl olarak kağıt sıvısı üzerinden absorbe edilir. Kolaylıkla damarlara, hatta kas ve sinirlere ulaşır. Kozmetik ve tıbbi etkiler hızla ve kolayca alınır. Özel biyopolimer yapılı maske hemen etkiyle cilt sıcaklığını azaltır, güçlü estetik süreçlerden sonra hidratlar. Peptid, hiyalüronik asit, aloevera, vitamin kompleksleri içeren yüksek kalite yara tedavi edici maske, Bakteri içermeyen bu sterilize maskeler mikro delme ve estetik süreçler sonrasında kullanım için güvenlidir.CO2 asıl olarak kağıt sıvısı üzerinden abzorbe edilir. Kolaylıkla damarlara, hatta kas ve sinirlere ulaşır. Kozmetik ve tıbbi etkiler hızla ve kolayca alınır.”* ifadelerine, “Hes Ha Volume Enhancing Solution” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yüksek performanslı nemlendirici ve sıkılaştırıcı solüsyondur. Hyaluronik asitin doldurma etkisiyle ve ciltte suyu tutma etkisi ile uzun süreli nemlendirme sağlar ve cilt hacmini artırır. odyum Hyaluronat Bağlayıcı dokuların doğal bir içeriğidir. Cilt doku yapısını birarada tutmak için hücrelerarası boşluğu koruyarak cildi sıkılaştırır ve elastikiyet sağlar. Aynı zamanda mükemmel su bağlayıcı özelliklere sahip bir doğal nemlendiricidir, cildi nemli ve yumuşak tutar. Sh-Polypeptid-7 Hücre büyümesi, çoğalması ve canlanması süreçlerinde ve doku tamirinde kilit hormon olan büyüme faktörleri ile aynı yapıda ve işlevde olan bir rekombinant proteindir. Mikrobial fermentasyon yoluyla elde edilir. Bakır Tripeptid-1 Gelecek vaadeden bir yara iyileştiricidir. Dermal yaralarda, total protein, glikosaminoglikan ve DNA birikimi sağlar ve cilt fibroblastlarındaki kolajen sentezini arttırır. Cilt hücrelerinin bir büyüme faktörü olarak, cilt dokularının canlanmasına yardımcı olur. Palmitoyl Oligopeptid Ciltte glikosaminoglikan, hyaluronik asit, elastin ve kolajen üretimini arttırarak mükemmel cilt onarımı ve kırışıklık karşıtı etkiler sunar. Palmitoyl Tetrapeptid-7 Dermisteki kolajen liflerinin yenilenmesini sağlayarak ince çizgi ve kırışıklıkların görünümü azaltır. Aşırı interlökin üretimini baskılayarak cilt enflamasyonunu ve ciltteki hasarı önler. BIOPHYTEXTM Saponin ve flavonoid içeriklerince zengin olduğundan, mikrosirkülasyonu hızlandırır, kılcal kan damarlarını korur ve muhteşem enflamatuar etkisi vardır”* ifadelerine, “Msc- Multi Sun Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağsız ve pürüzsüz yapısı sayesinde kolayca emilir. UVA/UVB ışınlarına karşı koruma sağlarken içeriğindeki "Palmitoyl Pentapeptid 4" ve "Botanik Kök Hücre Kompleksi" zarar görmüş olan deriyi yeniler. Tüm invaziv medikal işlemlerden sonra (roller, peeling, lazer vb )kullanılabilir.”* ifadelerine,“Hsc Yoğun Hidro Rahatlatıcı Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“HSC hasar görmüş ciltleri yenilemek ve invazif cilt tedavileri sonrası nemlendirmek amaçlı olarak dizayn edilmiştir. Mikro delme, lazer, peel ve diğer agresif estetik tedavilerin hemen sonrasında cilde yumuşatıcı, hidratlaştırıcı, yara onarıcı bir yardım için ideal formül. HSC hasar görmüş ciltleri yenilemek ve invazif cilt tedavileri sonrası nemlendirmek amaçlı olarak dizayn edilmiştir.”* ifadelerine, “Sws Cilt Rengi Açıcı Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri ve koruyucu içermez, ph/asitlik testi yapılmıştır, Multi-peptid antioksidan kompleksidir.”* ifadelerine, “Pcs Problem Kontrol Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleks.”* ifadelerine, “Sıkılaştırıcı Modelleme Maskesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu ürün tazelik verip gözenekleri daraltan ve cildi esnek tutan bir özel bakım serisidir.”* ifadelerine, “Yoğun Nemlendirici Rahatlatıcı Günlük Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aktif bileşenlerdeki nano teknoloji partikülleri cilt bariyerleri üzerinden etkin biçimde nüfuz eder.”* ifadelerine, “Srs Cilt Yenileme Peeling Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“SRS çeşitli AHA asitlerinden oluşur ve minimum duruş süresi ile deriyi yumuşatır, deri rengini parlaklaştırır ve deriyi sıkılaştırır. Antioksidan peeling araçlarından oluşan zengin bir komplekstir. Bakteri ve koruyucu içermeyen, ph/asitlik testi yapılmış, multi-peptid antioksidan kompleksidir.”* ifadelerine, “Chs Saç Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yeni saç oluşumunu destekler, mevcut saçların sağlıklı uzamasını sağlar.”* ifadelerine, “Chs Saç Şampuanı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mevcut saç kalitesini artırır, yeni saç oluşumunu destekler.”* ifadelerine, “Cst Saç Toniği” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisindeki keratinosit tabakayı kaldırmak ve saç derisini derinlemesine temizlemek için kullanılır.”* ifadelerine, “Cst Kolajen Artıran Sıkılaştırıcı Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri ve koruyucu içermez, ph/asitlik testi yapılmıştır, multi-peptid antioksidan kompleksidir. Güçlü anti-oksidan formül Kozmetik üründe farmasötik standard Koruyucu içermez Yüksek konsantrasyonda hiyalüronik asit içerir Cilt dostudur, pH dengesi sağlanmıştır.”* ifadelerine, “Cvs Hücre Yenileyici Solüsyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yüksek hidrasyon sağlar. İçeriğindeki havyar, protein, yağ ve vitaminler onarıcı etki yaratır. Koruyucu içermez pH/asitlik testi yapılmıştır Koruyucu içermez. Yüksek konsantrasyonda hiyalüronik asit içerir. Deri ile uyumlu pH'a sahiptir.”* ifadelerine, “Hes Ha Volume Enhancing Solution” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yüksek performanslı nemlendirici ve sıkılaştırıcı solüsyondur. Hyaluronik asitin doldurma etkisiyle ve ciltte suyu tutma etkisi ile uzun süreli nemlendirme sağlar ve cilt hacmini artırır. Sodyum Hyaluronat Bağlayıcı dokuların doğal bir içeriğidir. Cilt doku yapısını bir arada tutmak için hücrelerarası boşluğu koruyarak cildi sıkılaştırır ve elastikiyet sağlar. Aynı zamanda mükemmel su bağlayıcı özelliklere sahip bir doğal nemlendiricidir, cildi nemli ve yumuşak tutar. ”* ifadelerine, “Msc- Multi Sun Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Paraben, alkol, pigment içermez.”* ifadelerine, ayrıca [www.kimyasalpeelingtedavisi.com](http://www.kimyasalpeelingtedavisi.com) adresli internet sitesinde “Azulene Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Azulen içeriği ile nemlendirir. Kuru ve karma derilerde doğal dengeyi ve derinin korunmasını sağlar.”* ayrıca [www.kimyasalpeelingtedavisi.com](http://www.kimyasalpeelingtedavisi.com) adresli internet sitesinde “Aha Kojic Peeling” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Peeling tedavisi aynı zamanda cilt tonu ve renk değişiklini düzenlerken tam bir cilt gençleştirme işlemi sağlar. Kojic peel daha iyi sonuç için hafif bir yüz tedavi ile birlikte yapılabilir. Lekeli, kuru ve hassas ciltlerde cildin yenilenmesini sağlar. Cilt lekelerinin giderilmesine yardımcı olur.”* ifadelerine, “Akne Peel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Theraderm Akne Peel, kistik ve nodülo kistik aknede nodül ve kistlerden kurtulmayı sağlar. Son derece etkili bir peeling maddesi olan resorcinol, lactic acid ve salicylic acid kombinasyonudur. Hydro-alcoholic solüsyon içinde formüle edilmiş yapısıyla, akne ve akne skarı problemleri olan hastalar için deri yüzeyini yeniden yapılandırarak en iyi çözümü sunar. 1-2 uygulamada üst tabakaya ve 3-4 uygulamada epidermisin derin tabakalarına etki eder. Akne ve akne skarı olan deride yenilenme sağlar. Deriyi yeniden yapılandırarak papül, püstül, nodül kist gibi tüm akne lezyonlarından arındırır. Akneli, yağlı, akne izi olan ve erkek hastalar için idealdir”* ifadelerine, “Anti-PIH Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçindeki aktif bileşenler anti-radikal olarak hareket eder ve ciltte lekeye sebep olan melanin sentezini engeller. Tirosinaz enzimini etkisizleştirir, melanin salgısını engeller böylece leke oluşumunu önler. Saf C vitamini ve beyazlatıcı maske olarak bilinir. Biyolojik bitki özleri içermektedir. Renk açıcı maske olarak kullanılır.”* ifadelerine, “Azulene Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Azulen içeriği ile nemlendirir. İçerisindeki mavi renkli doğal içerikli yağlarla irritasyonu giderir ve deriyi yumuşatır. İrritasyonu giderir, deriyi yumuşatır ve dış etkilere karşı korur.”* ifadelerine, “Bio Cell Active C Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Besleyici, onarıcı, yapılandırıcı, leke giderici içerikleri barındıran güçlü bakım serumudur.”* ifadelerine, “Black Peel Clear” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akneli deride aşırı yağ üretimini kontrol altına alır ve akneyi söndürür.”* ifadelerine, “Black Peel Resurfacing” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Anti-aging tedaviler için kullanılır.”* ifadelerine, “Camphor Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akneli, yağlı ve kuru deri tipleri için tavsiye edilir. Kamfor deri yüzeyinde koruyucu bir etki yaparak sebum salgısını düzenler ve derinin aşırı su kaybını önler.”* ifadelerine, “Cellular Matrix C” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kuru, hassas, olgun, lekeli, akneli ve atopik deriler için bakım setidir”* ifadelerine, “Ceramide Soft Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kronik hassaslıktan, kuruluktan ve alerjiye meyilli deriler için koruma ve maksimum nemlendirmeyi sağlar.”* ifadelerine, “Decongest Gel Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hassas, irrite olmuş ve zarar görmüş deriyi nemlendirir. Kan dolaşımını düzenler, kılcal damarlardaki durgun kan akışını hızlandırır. İçeriğindeki yeşil çay, Avustralya fındığı ve salatalık özleri ile hücreyi canlandırır.”* ifadelerine, “Glikolik Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Deriyi iyileştiren ve serbest radikallerin deriye zararını azaltan yeşil çay özleri içerir.”* ifadelerine, “Glycolic Acid %40 PH3” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Theraderm Glycolic Acid 40% tahrişi azaltmak ve maksimum etkiyi sağlamak için ph3 de sabitlendi. Yağlı deride yağ salgısının azalmasını, akne problemli derilerde gözeneklerin temizlenmesini ve kuru derilerde ince çizgilerin ve kırışıklıkların azalmasını sağlar. Tüm deri tiplerinde (akneli, lekeli, kuru ve hassas) derinin yenilenmesini sağlar. Akneli, hiperpigmentasyonlu tüm derilerde, yaşlanma belirtilerine ve kırışıklıklara karşı kullanılabilir”* ifadelerine, “Marine Sediment Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sebum fazlasını temizler. İçeriğindeki (çinko, sülfür)elementler sayesinde yağ bezlerinin aşırı yağ üretimini kontrol altına alır.  İçeriğindeki sülfür ve çinko ile yağ bezlerindeki aşırı yağ üretimini kontrol altına alır.”* ifadelerine, “Meso Alginate Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Problemli deriler dahil olmak üzere tüm deri tiplerine gerekli besini ve mineralleri sağlamak için idealdir. Yara tedavilerinde kullanıldığı kadar güzellik terapilerinde de mezo enjeksiyon sonrası için de kullanılabilir. Deri için gerekli olan besin ve mineral desteğini sağlar. Tüm deri tiplerinde kullanılabilir. Yara tedavilerinde kullanılabilir. Güzellik terapilerinde mezo enjeksiyon sonrası için ideal bir maskedir.”* ifadelerine,“ Omega 3 Marine Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yaşlanma belirtilerini yok eder. Zeytin yağı, a-linolenik asit, linolenik asit ile kombine edilmiştir. Deniz yosunu ile zenginleştirilmiştir. İçeriğindeki Omega-3, doymamış bitkisel yağ asidi insan epiderm katmanında bolca bulunur. Omega- 3, sebum dengesini sağlar. Aşırı kuru ve kırışık ciltlerin daha sağlıklı bir görüntüye kavuşmasını sağlar.”* ifadelerine, “Pumpkin Activator” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akneli, kuru, olgun, lekeli, hassas ve atopik deriler için bakım setidir”* ifadelerine, “Pumpkin Peel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Olgun, lekeli, akneli, kuru, hassas ve atopik deriler için bakım setidir”* ifadelerine, “Reddness Relief Healing Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kızarıklık giderici maskedir. Derideki kızarıklığı ve irritasyonu anında giderir. Hassas ciltleri yeniden toparlar ve daha sağlıklı görünmesini sağlar.”* ifadelerine, “Salisilik 20 Peeling” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Salisilik asit (beta hidroksi) son derece etkili bir peeling maddesidir. Derideki gözenekleri derinlemesine temizler. Theraderm Salisilik 20 Peeling yağda çözünebilir, lipofilik yapısı sayesinde sebum dolu köklere nüfuz eder ve tıkanmış gözenekleri temizler. Yağ salgısının azalmasına yardımcı olur. Özellikle akneye eğimli deride belirgin iyileşme gözlenir. Ayrıca ince çizgilerin ve kırışıklıkların azalmasını, deri yüzeyinin düzelmesini sağlar. Aşırı yağ üretimini kontrol altına alır. Tıkanmış porları derinlemesine temizler. İnce çizgilerin ve kırışıklıkların azalmasını sağlar, Cilt yapısını iyileştirir.”* ifadelerine, “Spirulina Cooling Maske” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Spirulina yosunu içeren soğutucu maskedir. Medikal tedavilerden sonra kızarıklığı gidermek için kullanılır. Spirulina yosunu içeriği ile cilde ferahlık verir.”* ifadelerine, “Strawberry Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağlanmaya meyilli hassas derileri temizlemek ve canlandırmak için kullanılır. Tıkalı gözenekleri temizleyerek sebum fazlasını alır ve deriyi aydınlatır. Kızarıklığı ve kuruluğu giderir.”* ifadelerine, “Acerola Marine Maskesi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Alginat ve acerola içeren doğal bir maske olup içeriğindeki C vitamini ile kuru ve lekeli derilere hızlıca aydınlanma ve canlanma sağlar. C vitamini cildi kuruluktan korur ve dengeli bir biyolojik aktivite sunar. Kuru ve lekeli derilerde derinin doğal yapısına dönmesine yardımcı olur. Alginat ve acerola içeren doğal bir maskedir. İçeriğindeki C vitamini ile deriyi dış etkilere karşı korur.”* ifadelerine, “Sulfur Therapeutic Mask” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne oluşumunu azaltır ve derinin daha rahat nefes almasını sağlar. Sık kullanım yeni akne oluşumunu önler. Deri yüzeyinde koruyucu bir etki yaparak sebum salgısını düzenler. Derideki su kaybını kontrol altına alır.”* ifadelerine, Pcs Problem Kontrol Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“PCS, sivilceye yatkın ciltler için antiseptik, antibiyotik, antibakteriyel, antifungal ve hatta antiviral özellikler sunar.”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; ancak bu bağlamda [www.nurederm.com](http://www.nurederm.com) adresli internet sitesinde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, [www.nurederm.com](http://www.nurederm.com) ve [www.kimyasalpeelingtedavisi.com](http://www.kimyasalpeelingtedavisi.com) adresli internet sitesinde yer alan ifadelerin doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile ispatlanamadığı,

Ayrıca, “Pcs Problem Kontrol Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, söz konusu ürünlerin bakteriler ve mikroplar üzerinde etkili olduğu belirtilerek biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına rağmen, söz konusu ürüne ilişkin olarak Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Bunlara ek olarak, [www.nurederm.com](http://www.nurederm.com) ve [www.kimyasalpeeling.com](http://www.kimyasalpeeling.com) adresli internet sitelerinde “Ürünler” başlıkları altında yer alan birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği~~,~~

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5. ve 38.maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nurederm Kozmetik Sağlık Ürünleri 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.

**11)**

**Dosya No: 2017/1371**

**Şikayet Edilen:** **Dali Medya Hizmetleri Sanayi İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Deva Krem”* isimli ürüne ilişkin olarak “Berat TV” isimli televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** “Berat TV” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında *“Deva Krem”* isimli ürüne ilişkin olarak Ocak 2017 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Yıllardır bel fıtığından dolayı eğilip kalkamıyorum, tuvalete dahi gidemiyorum, ah ah kendi ihtiyaçlarımı göremiyorum, çoluğuma çocuğuma hizmet edemiyorum. Ben şöförlük yapıyorum, 8 saat direksiyon başındayım, belimde, boynumda, bacaklarımda sürekli ağrı çekiyorum bu ağrılardan bir an önce kurtulmak istiyorum." diyen can kardeşim. …Hastane mi vardı canım? Yüz sene önce yoktu. Sağlık ocağı mı vardı? Yoktu. İlaçlar mı vardı? Bundan üç yüz, dört yüz sene önce yoktu. Her şey doğadaydı. … Bak şaka değil, iddia etmiyoruz, garanti veriyoruz. 5 dakikada bel fıtığı ağrısından ağrısından kurtulacaksın, migren ağrısından kurtulacaksın, romatizma ağrısından kurtulacaksın, sinüzit ağrısından kurtulacaksın. 5 dakika içerisinde ağrıdan, sızıdan, sancıdan kurtulmak için çağrı at, çağrı at…Kas Ağrısı, Bel Ağrısı, Boyun Ağrısı, Eklem Ağrısı, 8 Adet: 4 Kutu Deva Krem, 4 Kutu Hediye. Sipariş Hattı 0212 709 50 02. 59.90 TL Kargo Dahil, 8 Adet, 4 Kutu Deva Krem (Çörek Otlu Ardıç Yağlı), 4 Kutu Hediye.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda *“Deva Krem”* isimli ürüne ilişkin olarak Berat TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dali Medya Hizmetleri Sanayi İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No:** **2017/2140**

**Şikayet Edilen:** **Parfummekanı Koz. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.parfummekani.com](http://www.parfummekani.com) adresli internet sitesinin 07.12.2017 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Sattığımız ürünler büyük kozmetik mağazalarına bedelsiz verilen teşhir için kullanılan ürünlerdir. Hiç biri kutusundan çıkartılmamıştır ve hiç kullanılmamıştır. Piyasadaki ürün fiyatlarının altında olup ürünlerimiz orijinaldir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.parfummekani.com](http://www.parfummekani.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Organix Spray Kök Arttırıcı Niacin Caffeine”* isimli ürüne ilişkin olarak, *“Kök arttırıcı”* ifadesine yer verilerek ürünün saç köklerini artırdığı izleniminin yaratıldığı, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca [www.parfummekani.com](http://www.parfummekani.com) adresli internet sitesinin 07.12.2017 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“Sattığımız ürünler büyük kozmetik mağazalarına bedelsiz verilen teşhir için kullanılan ürünlerdir. Hiç biri kutusundan çıkartılmamıştır ve hiç kullanılmamıştır. Piyasadaki ürün fiyatlarının altında olup ürünlerimiz orijinaldir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No: 2017/3841**

**Şikayet Edilen: Assos İlaç Kimya Gıda Ürünleri Üretim ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.assospharma.com](http://www.assospharma.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Ürünler”* başlığına tıkanıldığında yönlendirme yapılan [www.akur.com.tr](http://www.akur.com.tr) adresli internet sitesinde “Solante SPF 30+Losyon”, “Solante SPF 50 + Krem” ve “Solante SPF 50 + Losyon” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Son yıllarda güneşin etkilerinin birikerek ilerleyen dönemlerde lekelenmeye, erken kırışmaya ve deri kanserine kadar varabileceğinden sıkça bahsedilmektedir. Hatta her yıl 1.000.000 ‘dan fazla kişinin deri kanserine yakalandığı bilimsel kaynaklarda paylaşılmıştır.1 Deri kanserinin önüne geçebilmenin tek yolu güneş koruyucu kullanmaktır.* *TÜM DERİ TİPLERİ İÇİN SPESİFİK GÜNEŞ KORUYUCU. “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir.* *DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Solante SPF 30 + Bebek” ve “Solante SPF 30 + Çocuk” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. ÇOCUKLARA ÖZEL GÜNEŞ KORUYUCU. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki.“Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Benzersiz Deri Bakımı. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + Tele-rubor” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Sıcak, soğuk, güneş, buhar, ilaçlar, stres, baharatlar rozasenin tetikleyicisidir. Ancak güneş rozase bulgularını %80 oranında tetikleyen en büyük faktördür. Bu sebeple UV ışınlarından korunmak, rozase hastaları için kritik öneme sahiptir. ROZASE İÇİN SPESİFİK GÜNEŞ KORUYUCU. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante SPF 50+ Tele-rubor benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, rozese tedavilerine destek olur. Rozaseye Özel İlave Faydalar Rozaseye spesifik içeriği sayesinde hastaların en çok şikayetçi olduğu yüzdeki kırmızılığın giderilmesine yardımcı olur. İçeriğindeki aktif bileşenler sayesinde kılcal damar koruyucu özellik sunar Anti-irrtan ve yatıştırıcılar ile derinin rahatlatılmasını sağlar. Anti-enflamatuar ve anti-mikrobiyal içeriği ile Rozase tedavilerine destek sunar. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki. “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + Acnes” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne lezyonları UV ışınları etkisi ile tetiklenir. Aşırı sebum üretimi, aknenin temel nedenlerinden biridir. UV ışınları sebumun komedojenik (gözenekleri tıkayıcı) etkisini arttırır. Bu sebeple akneli bir hastanın UV ışınlarından korunması gerekmektedir. Akne için Spesifik Güneş Koruyucu. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ Acnes benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, akne tedavilerine destek olur. Akneye Özel İlave Faydalar. Aknenin nedenlerine yönelik içeriği sayesinde akne tedavisine yardımcı olur. Akneli derinin kullanıma uygun yağsız, gözenekleri tıkamayan özel formülasyonu ile konfor sunar. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki. “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez. Matlaştırıcı özelliği ile yüzdeki parlamayı önler. … yağsız, gözenekleri tıkamayan özel formülasyonu ile konfor sunar.*” ifadelerine, “Solante SPF 50 + Laser-Peel” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Lazer, peeling benzeri irritasyonlu uygulamalardan sonra, cilt hassaslaşır ve güneşe maruziyet sonucunda kolayca hasar görebilir. Kızarıklık, kaşıntı ve lekelenme meydana gelebilir. Laser ve peeling benzeri irratasyonlu tedaviler sırasında güneşten kaçınılmalıdır. İşlemler sonrasında en az 6 hafta boyunca her gün SPF 30 ve daha üstü bir güneş koruyucu kullanılmalıdır. İRRİTASYON UYGULAMALARI İÇİN SPESİFİK GÜNEŞ KORUYUCU. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Lazer Uygulamasından Sonra Özel Faydalar Cildi yatıştırmaya yardımcı olur. Hiperpigmentasyonun önlenmesine yardımcı olur. Kızarıklık, kaşıntı ve tahrişi azaltmaya yardımcı olur. Lazer tedavisinden sonra oluşabilecek enfeksiyonu önlemeye yardımcı olur. Aktif bileşenleri ile cilt lekelerini gidermeye ve önlemeye yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki. “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine,“Solante SPF 50 + Actinica” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Prekanseröz (kanserin bir önceki basamağı) bir hastalık olan aktinik keratoz, doğrudan UV’ye bağlı olarak geliştiği için, aktinik keratozlu hastaların mutlaka UV ışınlarından korunması gerektiği artık çok iyi bilinmektedir. Aktinik Keratoz için Spesifik Güneş Koruyucu. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ Actinica benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, aktinik keratozun önlenmesine destek olur. Aktinik Keratoza Özel İlave Faydalar Hücre hasarını önlemeye yardımcı spesifik içeriğe sahiptir. Lekeye spesifik içeriği sayesinde leke oluşumunun önlenmesine ve giderilmesine yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + Atopica” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çevresel faktörler, egzamalı (Atopik dermatitli) hastaların bulgularının şiddetlenmesinde en önemli unsurlardandır. Özellikle UV ışınlarına maruz kalmak atopik dermatit (egzama) lezyonlarını arttırır. Bozulmuş deri bariyerini daha da bozar. Bu sebeple atopik dermatit hastalarının mutlaka her mevsim UV ışınlarından korunması gerekmektedir. ATOPİK DERMATİT İÇİN SPESİFİK GÜNEŞ KORUYUCU. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ Atopica benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, atopik dermatit tedavilerine de destek olur. Atopik Dermatite (Egzama) Özel İlave Faydalar Kuru ve atopik derinin tedavisinde kullanılan emolyen içeriği sayesinde tedaviye destek olur. Anti-irritan, yatıştırıcı içeriği ile kuruluğa bağlı oluşan yanma, batma, kaşıntı şikayetlerini gidermeye yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + Pigmenta” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“UV’nin deri üzerindeki en belirgin ve kısa sürede ortaya çıkan olumsuz etkisi lekedir. Deride oluşan lekenin tedavisi zordur ve zahmetli bir süreç gerektirir. Hem leke tedavisinin, hem yapılan tedavi ve uygulamaların deride pigmentasyona neden olmaması için bir güneş koruyucunun bu tedavilere eklenmesi gerektiği yaygın olarak bilinmektedir. Aslında, güneş koruyucuların en çok kullanıldığı alan da pigmentasyon tedavisi ve pigmentasyon riskinin önlenmesidir. HİPERPİGMENTASYON İÇİN SPESİFİK GÜNEŞ KORUYUCU. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma. Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ Pigmenta benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, leke tedavilerine destek olur. Lekeye Özel İlave Faydalar Dermatologların leke tedavilerinde kullandığı aktif içeriği sayesinde, leke oluşumunun önlenmesine ve oluşmuş lekenin giderilmesine yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + İmmuna” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Her yıl, 1.000.000‘dan fazla kişinin deri kanserine yakalandığı bilimsel kaynaklarda paylaşılmaktadır. Deri kanserinin önüne geçebilmenin yollarından biride güneş koruyucu kullanmaktır. BCC ve SCC tipi deri kanserine yakalanmış veya derisi güneşe karşı çok hassas bir kişinin çok özel ve çok güçlü bir güneş korumasına ihtiyacı vardır. Yalnızca filtre kombinasyonu olan standart bir güneş ürünü yetmeyebilir. GÜNEŞE ÇOK HASSAS HASTALAR İÇİN ÖZEL GÜNEŞ KORUYOCU. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Solante® SPF 50+ Immuna benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, deri kanserlerinin önlenmesine destek olur. Deri Kanserine Özel İlave Faydalar Patentli içeriği “Antileukine-6®” sayesinde hücrenin DNA’sına kadar korunmasına yardımcı olur. Güçlü ve zengin antioksidan kombinasyonu, güneş nedeniyle oluşan ve deri hücrelerine hasar veren Serbest Oksijen Radikalleri ile savaşarak hücresel güneş korumasını artırır. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması. Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + Antiox” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Deri bakımına önem veren kişiler ve bütün estetik uygulamarda antioksidanların önemi yadsınamaz. Antioksidanlar güneş koruyucuların etkilerini ileri düzeyde artırır, derinin genetik yapısını korur. Anti-aging etki için spesifik güneş koruyucu Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ Antiox benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, antiaging uygulamalara destek olur. Patentli “melon ekstresi” içeriği ile derinin erken kırışmasına neden olan milyonlarca zararlı molekül ile savaşır. Anti-aging etki için spesifik güneş koruyucu Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez. Antiaging Uygulamalara Özel İlave Faydalar Solante® SPF 50+ Antiox, güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, güçlü antioksidanlar ile anti-aging uygulamalara destek olur. Patentli “melon ekstresi” içeriği ile derinin erken kırışmasına neden olan milyonlarca zararlı molekül ile savaşır.”* ifadelerine, “Solante SPF 50 + İrrita” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dermatolojide kullanılan bütün irritan ürünler (deriyi hassaslaştıran) ve uygulamalar deriyi güneşe hassas hale getirdiği için doktorlar bu tedavi veya uygulamalardan sonra güneş koruyucu kullanımına önem vermektedir. ORAL İZOTRETİNOİN TEDAVİSİNE ÖZEL GÜNEŞ KORUYUCU. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Solante® SPF 50+ İrrita benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, irritan uygulamalara destek olur. İrritan Uygulamalara Özel İlave Faydalar Lekeye spesifik içeriği sayesinde irritan uygulamalar sonrasında oluşabilecek lekeyi önlemeye yardımcı olur. Anti-irritan, yatıştırıcı içeriği ile irritan uygulama sonrasında oluşabilecek yanma, batma ve kaşıntı şikayetlerini gidermeye yardımcı olur. Anti-mikrobiyal ve anti-enflamatuar içeriğiyle oluşabilecek enfeksiyon riskinin önüne geçmeye yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Esteviole SPF 30 + Losyon” ve “Esteviole SPF 50 + Losyon” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Son yıllarda güneşin etkilerinin birikerek ilerleyen dönemlerde lekelenmeye, erken kırışmaya ve deri kanserine kadar varabileceğinden sıkça bahsedilmektedir. Hatta her yıl 1.000.000 ‘dan fazla kişinin deri kanserine yakalandığı bilimsel kaynaklarda paylaşılmıştır. Deri kanserinin önüne geçebilmenin tek yolu güneş koruyucu kullanmaktır. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. TÜM CİLTLER İÇİN GÜNEŞ KORUYUCU Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine,“Esteviole SPF 50 + Post-Laser” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çoğunlukla estetik amaçlı yapılan lazer işlemlerinden sonra deri güneşe karşı daha çok hassaslaşmaktadır. Lazer uygulaması yapılan bölgede leke, irritasyon ve enfeksiyon gelişme riski vardır. Bu nedenle tüm uzmanlar tarafından lazer gibi deriyi hassaslaştıran işlemler yapıldıktan sonra mutlaka güneş koruyucu kullanılması gerektiği belirtilmektedir. LAZER SONRASI GÜNEŞ KORUYUCU. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Esteviole® SPF 50+ Post-laser benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, lazer sonrası ilave faydalar sağlar. Lazer Sonrası İlave Faydalar Lazer gibi deriyi hassaslaştıran uygulamalar sonrasında ortaya çıkabilecek enfeksiyon, post-enflamatuar hiperpigmentasyon (leke), irritasyon ve enflamasyon gibi istenmeyen durumların oluşumunu içeriğindeki çok özel maddeler sayesinde önlemeye yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine,“Esteviole SPF 50 + Post-Peel”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çoğunlukla estetik amaçlı yapılan peeling (deri için özel hazırlanmış solüsyonlarla ölü tabakaların deriden uzaklaştırılması) işlemlerinden sonra deri güneşe karşı daha çok hassaslaşmaktadır. Peeling uygulaması yapılan bölgede leke, irritasyon ve enfeksiyon gelişme riski vardır. Bu nedenle tüm uzmanlar tarafından peeling gibi deriyi hassaslaştıran işlemler yapıldıktan sonra mutlaka güneş koruyucu kullanılması gerektiği belirtilmektedir. LAZER SONRASI GÜNEŞ KORUYUCU Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. Esteviole® SPF 50+ Post-peel benzersiz ve güçlü güneş koruyucu özelliğinin yanında, peeling sonrası ilave faydalar sağlar. Peeling Sonrası İlave Faydalar Peeling gibi deriyi hassaslaştıran uygulamaları sonrasında ortaya çıkabilecek enfeksiyon, post-enflamatuar hiperpigmentasyon (leke), irritasyon ve enflamasyon gibi istenmeyen durumların oluşumunu içeriğindeki çok özel maddeler sayesinde önlemeye yardımcı olur. Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Esteviole SPF 50 + Depigment” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Son yıllarda güneşin etkilerinin birikerek ilerleyen dönemlerde lekelenmeye, erken kırışmaya ve deri kanserine kadar varabileceğinden sıkça bahsedilmektedir. Hatta her yıl 1.000.000 ‘dan fazla kişinin deri kanserine yakalandığı bilimsel kaynaklarda paylaşılmıştır.1 Deri kanserinin önüne geçebilmenin tek yolu güneş koruyucu kullanmaktır. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. TÜM CİLTLER İÇİN GÜNEŞ KORUYUCU Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Benzersiz Deri Bakımı Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez”* ifadelerine, “Esteviole SPF 50 + Anti-age” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Son yıllarda güneşin etkilerinin birikerek ilerleyen dönemlerde lekelenmeye, erken kırışmaya ve deri kanserine kadar varabileceğinden sıkça bahsedilmektedir. Hatta her yıl 1.000.000 ‘dan fazla kişinin deri kanserine yakalandığı bilimsel kaynaklarda paylaşılmıştır.1 Deri kanserinin önüne geçebilmenin tek yolu güneş koruyucu kullanmaktır. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. DNA Hasarına Karşı Özel Koruma Patentli “Antileukine-6®” içeriğiyle deri hücrelerinin DNA’sını da koruyan spesifik immünolojik koruma sağlar. TÜM CİLTLER İÇİN GÜNEŞ KORUYUCU Çok Yüksek UVA / UVB Koruması Yüksek SPF değerine sahip olmanın yanı sıra içerdiği modern ve stabil filtrelerle UVA/UVB’den çok güçlü ve geniş bir şekilde koruma sağlar. Gün Boyu Süren Etki “Günde 1 kez” kullanılabilecek şekilde ileri lipozomal teknoloji ile üretilmiştir. Zengin antioksidan kombinasyonu ile deriye anti-aging bakım yapan benzersiz etkiler sunar. Konforlu Kullanım Bitkisel ekstrelerle deri için sayısız etkiler sunar. Deri bakımını en iyi şekilde yapar. Deriyi yoğun bir şekilde nemlendirir. Yağsızdır, suya-tere dayanıklıdır. Parfüm ve paraben içermez.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda [www.assospharma.com](http://www.assospharma.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Ürünler”* linki ile yönlendirme yapılan [www.akur.com.tr](http://www.akur.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, [www.assospharma.com](http://www.assospharma.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Ürünler”* linki ile yönlendirme yapılan [www.akur.com.tr](http://www.akur.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ifadelerinin doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile ispatlanmadığı,

Bunlara ek olarak; [www.assospharma.com](http://www.assospharma.com) adresli internet sitesinin hekimler ve sağlık hizmeti veren uzmanlar için hazırlandığı belirtilmesine rağmen *“Ürünler”* başlığı altında çeşitli ilaçların yanında “Solante” markalı kozmetik ürünlere yer verilerek söz konusu ürünlerin ilaç etkisi yarattığı izlenimi yaratıldığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**14)**

**Dosya No: 2017/2466**

**Şikayet Edilen:** **Aydın EDEPLİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hairasya.com](http://www.hairasya.com) adresli internet sitesinin 12.07.2017 tarihli görünümünde,

“Neden Biz?” ve “Hakkımızda” başlığı altında; *“Tam donanımlı AVRASYA HASTANESİNDE uzman ekibimizle saçları dökülen, seyrelen hastalarımıza hizmet sunmaktayız. Hair Asya tamamen uzman ekibiyle tam donanımlı Avrasya Hastanesinde sizlere hizmet sunmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/hairasyacom/](http://www.facebook.com/hairasyacom/) adresli internet sitesinin 27.12.2017 tarihli görünümünde; *“Hastane ortamında uzman ekiplerce fue saç ekimi…”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hairasya.com](http://www.hairasya.com) ve [www.facebook.com/hairasyacom](http://www.facebook.com/hairasyacom) adresli internet sitelerinde tıbbi bir işlem olan “ saç ekimine” yönelik talep yaratıcı ifadeler kullanılmak suretiyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. Maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**15)**

**Dosya No: 2017/2535**

**Şikayet Edilen:** **Ali ŞAHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://dralsa.com/tr>, <https://www.facebook.com/wwwdralsacom> ve <https://www.instagram.com/dralisahan> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://dralsa.com/tr> adresli internet sitesinin 28.12.2017 tarihli görünümünde;

Anasayfada *“Leke Tedavisinde Altın Yöntem. Cilt lekelerine ustaca dokunuş. Sellas TRM Thulium Altın lazer ile lekelere veda edin. Yüzeysel Lekeler, Güneş Lekeleri, Düzensiz Cilt Rengi ve Tonu, Düzensiz Cilt Dokusu, Çil Lekeleri, Yaşlılık Lekelerinde gelişmiş tedavi. Thread lift (Örümcek Ağı-İp Askı9 ile Ameliyatsız Yüz ve Boyun Germe. Hayallerinizden daha fazlası; Zaman yolculuğuna hazır olun, nasıl gençleştiğinize inanamayacaksınız… Amerika sağlık örgütü onaylı (FDA) bölgesel yağ yok etme sistemi olan Vanquish Me alanında FDA sertifikasını almış olan tek teknolojidir. Alex Trivantage ile dövme Silme. 3 farklı nanometre kombinasyonuna sahip lazer teknolojisiyle dövmelerinize veda edin. Yeni nesil Tıbbi metotlar ve teknolojiler sayesinde cilt sorunları çözümsüz olmaktan çıkıyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[https://www.facebook.com/wwwdralsacom ve https://www.instagram.com/dralisahan adresli internet sitelerinin 28.12.2017](https://www.facebook.com/wwwdralsacom%20ve%20https://www.instagram.com/dralisahan%20adresli%20internet%20sitelerinin%2028.12.2017) tarihli görünümünde, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinden oluşan videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların bilgilendirme sınırını aşarak ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu, bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi.

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**16)**

**Dosya No: 2016/1559**

**Şikayet Edilen:** **Erdal SAKAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2017, 23.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.disimplantim.com](http://www.disimplantim.com) adresli internet sitesinin 30.01.2017 ve 23.02.2017 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada; *“Gülümsemenizin Keyfini Çıkartın! Sağlıklı dişlere sahip olmak çok kolay… Sizlere estetik diş garantisi veriyoruz… Yeni sağlıklı gülümsemenizin! Keyfini çıkartın. Dişlerinizdeki estetik kaygınızı sihirli bir dokunuş ve uygun fiyatlarla gideriyoruz… Eksik dişiniz kalmasın! Yeni gelişen diş hekimliği yöntemleri ile artık eksik dişlere son!...”* gibi ifadelere, “İmplant fiyatları” başlığı altında çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine ve *“…Arkadaşlar ben uzun araştırma sonucu implant yaptırdım. İmplantlarımı Şişli Osmanbey’de yaptırdım bu sitedeki numaralardan ulaştım… Hikayemi anlatayım sizlere. Bir kaç yerde muayene oldum. Telefonda çok uygun fiyat veriyorlar, oraya gidince her şey değişiyor. İmplantları kendileri yapmıyor dışardan doktor çağırıyorlar istediğiniz zaman bulamıyorsunuz cerrahı ayda bir kaç kere geliyor. Benimde hoşuma gitmedi ve bu sitedeki yorumları okuyordum ve aradım randevu aldım. Röntgenlerime bakıldı uygun yapılabilir denildi fiyat vermem doğru olmaz uygundu fiyatları alman implantı kullanıldı sertifikamı verdiler. Ömür boyu garanti verdiler. Yaptırmamın en büyük etkeni kliniğin kendi cerrahı var ayrı zamanda yoğun bir implant müşterileri vardı onlardan güven aldım. Tedavi sonrası ağrım olmadı. Şimdi ise babama 12 implant yapılacak kemik erimesi varmış kemik oluşturulacakmış sonrada vidalar yapılacak tavsiye ederim…”* şeklinde hasta yorumlarına ve çeşitli başlıklar altında tedavi yöntemlerine ilişkin bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesinde; *“(5) Sağlık kuruluşları tarafından her türlü yayın mecralarında yer alan sağlık bilgileri, konusuna göre yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu mecralar yoluyla yapılan bilgilendirme ve tanıtımlar, hastayı ilgili sağlık kuruluşuna doğrudan veya dolaylı biçimde yönlendirecek içerikte olamaz.”,*

Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesinde; *“Özel hastaneler tarafından; sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımlar yapılabilir. Bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında, yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere ve talep yaratmaya yönelik açıklamalara yer verilemez. (…) Özel hastaneler tarafından oluşturulan internet sitelerinde; yer alan her türlü sağlık bilgisi, alanı ile ilgili bilgi ve tecrübeye sahip sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu siteler aracılığıyla hiçbir şekilde tedavi edici sağlık hizmetine yönelik bilgiler verilemez. İnternet sayfalarında verilen bilginin, son güncelleme tarihi açıkça belirtilir.”,*

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesinde,  *“(5) Sağlık kuruluşları tarafından her türlü yayın mecralarında yer alan sağlık bilgileri, konusuna göre yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu mecralar yoluyla yapılan bilgilendirme ve tanıtımlar, hastayı ilgili sağlık kuruluşuna doğrudan veya dolaylı biçimde yönlendirecek içerikte olamaz.”,*

hükümleri yer almaktadır.

Yukarıda belirtilen mevzuat hükümleri gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan söz konusu şahsın tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, söz konusu ifadeler ve sitede yer alan benzer tüm ifadeler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan kişi ve kuruluşların faaliyetlerine ticari bir görünüm verilerek yönlendirme yapıldığı, sunulan sağlık hizmetlerine yönelik talep oluşturulduğu,

Diğer taraftan, anılan şahsın söz konusu internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu,

Dolayısıyla bütün bu durumların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanununun 45 inci maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdal SAKAR** 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.

**17)**

**Dosya No: 2016/2761**

**Şikayet Edilen:** **Begüm YALDIZ (ABC LİFE)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://abclife.gen.tr/> adresli internet sitesinin 25.08.2016 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” başlığı altında; *“abc Life insana ve insan sağlığına verdiği değerle 3 yıldır aktif olarak çalışmaktadır. Sayısız memnuniyetle hizmet aşkımızı siz değerli danışanlarımızdan almaktayız. Ruh ve beden bütünlüğünüz, kendinizi tanımak ve daha sağlıklı olmak için kendinize bir iyilik yapmalı ve bizi aramalısınız… abc Life konusunda uzman bir Biyolog olan Ayşen Çilekar ile analiziniz itina ile yapılacaktır.”,* “NLS Nedir?” başlığı altında; *“1988’li yıllarda Rus bir bilim adamının icadı olan bu sistemle; hastalıkların klinik belirti vermeden veya klasik tanı yöntemleri ile tespit edilmesinden çok önce yakalanması. Ayrıca kanser açısından tüm organların taranmasıyla ileride gelişebilecek hastalıkların önceden teşhisinde %95-97 arasında doğruluk payı olan bu mucize cihaz…1-NLS nedir? NLS 1940 yıllarda başlayan ileri fiziksel araştırmalar sonucunda geliştirilen çağımızın en ileri teknolojilerindendir. Fiziksel olarak; hücre durumunda meydana gelen elektromanyetik değişimin yarattığı mikropotansiyel değişimin spektral analizine dayanmaktadır.2- NLS’nin tıpta kullanımı nasıldır? NLS bu özellikleri sayesinde tıpta bir çığır açmaktadır… Çünkü NLS ile sadece var olan hastalıkların değil, şu anda var olan ancak belirti vermeyen hastalıkların teşhisi de mümkün olmaktadır. 3- Yani NLS ile erken tanı değil, erken tanıdan çok önce bir zamanda hastalık tanımlanabiliyor mu? Evet NLS sadece gelişmiş veya gelişmekte olan hastalığı tanımlamakla kalmıyor, ileride ortaya çıkacak olan hastalığı 10 yıllar öncesinden bize haber veriyor. Dolayısıyla hastalık hiç gelişmeden önlem almamızı sağlıyor… 4- Ve bunlar çağımızın hastalığı olan kanser için de geçerli midir? Tabi ki… Özellikle kanser vakalarında erken tanı çok önemlidir. Ancak günümüzde tanı teşhisinde hemen hemen her zaman çok geç kalınmaktadır. Çünkü biz tanıyı ancak belirtiler ortaya çıktıktan sonra koyabiliyoruz. Halbuki NLS ile henüz başlama aşamasında, gelişmekte olan ancak hiçbir belirti ve bulgu vermeyen kanser vakalarını dahi çok önceden tespit etmemiz mümkün olmaktadır. Bu da kişinin şansını inanılmaz ölçüde arttırmaktadır… 5- NLS’nin yan etkileri nelerdir? NLS’nin yan etkisi bulunmamaktadır. Çünkü invaziv bir yöntem değildir. Tamamen elektromanyetik dalgayla çalışan ve ölçmeye yönelik bir yöntemdir. 6- Bunun bize faydası nedir? NLS istenildiği kadar, hiçbir sakıncası olmadan tekrarlanabilir… Ancak mesela bir tomografi veya MR’da sık tekrarlar çok sakıncalıdır. Çünkü gerek tomografi ve gerekse röntgen radyasyon içeren yöntemlerdir…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde NLS isimli cihazla ilgili olarak yer verilen ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve bilimsel dayanağının olmadığı; söz konusu beyanların toplumu ve hastaları yanlış bilgilendiren, tüketicileri aldatıcı, tecrübe ve bilgi eksikliğini istismar edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, kanser, vb. hastalıkların tanı ve teşhisinin bu alanda uzman hekimlerce yapılması gerektiği, anılan kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına karşın, çeşitli hastalık tanı ve tedavisinin yapıldığına ilişkin ifadelere yer verilmesinin mevzuata aykırı olduğu, bununla birlikte hekimler için belirlenmiş reklam kurallarına uygun olarak mesleğini icra eden doktorlar ve sağlık kuruluşları yönünden de haksız rekabete yol açıldığı,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 24 üncü maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Begüm YALDIZ (ABC LİFE)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127 TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2017/477**

**Şikayet Edilen: Buket YILDIRIM**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2017, 31.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.drbuketyildirim.com](http://www.drbuketyildirim.com) adresli internet sitesinin 18.10.2017 ve 31.10.2017 tarihli görünümünde tıbbi uygulamalara ilişkin;

Ana sayfada, *“Ameliyat gerektirmeden inatçı yağlarınızdan kurtulmanın yolu…”,* “Cilt Gençleştirme” başlığı altında: *“…Yüzün yaşlanması sonrası yapılacak estetik cerrahi operasyonlar var olan problemleri çözer ancak yaşlanma süreci devam eder. Estetik cerrahi operasyonlar saati geri alabilir ancak saatin ilerlemesini durduramaz. Anti-aging uygulamalarının genel amacı cildin yaşlanmasını ertelemek, yaşlanmış cilde ise yeniden yapılandırıp daha iyi ve bakımlı bir görünüm kazandırmak. Bu amaçla botox, dolgu uygulamaları, cilt mezoterapisi, non-ablatif cilt yenileme tedavilerine ilgi artmaktadır. Çok sayıda ve değişik teknolojileri bize sunan yöntemlerimiz mevcut…Mezolifting denilen bu yöntemle yüz, boyun, dekolte bölgesinde kırışıklıkları ve yaşlanma etkilerini geriletebilirsiniz. Leke tedavisinde kullanılan kimyasal peeling'ler, cilt canlandırma konusunda da başvurabileceğiniz en etkili seçeneklerden birisidir. İşlem sadece 10-15 dakika sürüyor ve daha ilk seansta bile cildiniz çok daha parlak ve canlı görünüyor. Asit peeling seansları en hafif olanları bile cildi derinlemesine temizleyip, ölü hücrelerden arındırıyor. İlerleyen seanslarda cildiniz alıştıkça giderek daha yüksek konsantrasyonlarda asit içeren peeling tedavisi yapılarak işlemin etkisini artıracaktır. Yaklaşık on gün aralıklarla yapılan altı seans cildinize kaybettiği ışıltıyı geri kazandırabilir.”* gibi ifadelere,

“Soru & Cevap” başlığı altında; *“Merhaba Özlem Hanım, Çene dolgusu işlemi, yapılan ön görüşmeden sonra ihtiyaç durumunda yapılabilmektedir, işlem sonrası sizi rahatsız eden problemlerden uzaklaşmış ve son derece doğal bir görüntü ile yaşam kalitenizi etkileyecek, sosyal hayatınızı kısıtlayacak herhangi bir olumsuzlukla karşılaşılmamaktadır… Merhabalar Esra Hanım, dudak bölgesindeki kırışıklıklar için dolgu uygulaması yapmaktayız. Dudak bölgesine biraz volume vererek dudak kontörünü biraz daha belirgin hale getirirken aynı zamanda dudak üstündeki kırışıklıkları da tedavi etmiş bulunmaktayız. Yani bu işlemle aynı zamanda birkaç problem de çözülmektedir… Merhabalara Tuba Hanım, cildinizin, özellikle de yüzünüzün gençleşmesi için başvurulabilecek yöntemlerden biri olan dolgu maddeleri ile yüzünüze gergin ve genç bir görünüm kazandırabilirsiniz… Merhabalar Nilay Hanım, Cildi gençleştirme, ince kırışıklıklar, kahverengi lekelere kadar pek çok problemde etkili olan İcon lazer cilt kalitesini artırmak ve kaybolan taze görünümünü geri kazandırmakta iddialı sonuçlar sunduğunu söyleyebiliriz. Sadece bir kaç seansta kahverengi lekeleri, ince çizgilerin hatta kırışıklıkların görünümünü hafifletmek mümkün. Sistemde bulunan patentli yenilikler, uygulanan her tedavi protokolü kişinin ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanabilmesi ile her hastanın optimum sonuçları alınabilmesini sağlıyor. İyileşme süreci gerektirmeden etkili bir cilt gençleştirme ve yenileme sağlayan sistemde cilt alt tabakasına yüzlerce odaklı mikro ışın göndererek derin dokuda kanallar oluşurken, cilt yüzeyinde bir hasara neden olmuyor. Uygulama sonrasında ciltte mikro kanalların çevresinde bir onarım süreci başlatıyor. 3 hafta arayla 3-4 seans uygulanan tedavide hastaların birçoğu ilk seanstan sonra ciltlerinin daha taze ve parlak göründüklerini söyleseler de asıl sonuçlar üçüncü seanstan sonra gözlemlenir. Olumlu etkilerin nihai halini alması ise birkaç ay sürecektir…”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yer alan ifadelerin birtakım tedavi yöntemlerine ilişkin talep yaratıcı olduğu, hasta-doktor ilişkisinde birebir hastalara verilmesi gereken tıbbi bilgilerin doğrudan internet sitesinde tüm tüketicilere yönelik olarak verilmesinin, bu tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte değerlendirildiği, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen “toplum sağlığı konusunda halkı bilgilendirici” nitelikteki tanıtım faaliyetleri sınırını aştığı ve söz konusu şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Buket YILDIRIM** 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.

**19)**

**Dosya No: 2017/972**

**Şikayet Edilen: Serkan Kiremit (Serkan Hoca Ruhsal Danışmanlık)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.youtube.com/channel/UCLaHOzkZp\_CKuKFny1woQug/feed](http://www.youtube.com/channel/UCLaHOzkZp_CKuKFny1woQug/feed) ve [www.facebook.com/serkankiremit11](http://www.facebook.com/serkankiremit11) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2017, 14.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/serkankiremit11](http://www.facebook.com/serkankiremit11) adresli internet sitesinin 28.11.2017 tarihli görünümünde;

*“Cin Musallatı ve Büyü’nün En Belirgin Belirtileri:1- Uyku bozuklukları, 2- Karışık rüya ve sürekli kabus görme, Halk dilinde karabasan, 3- Uykuda çok sık sağa sola dönme 4- Sıçrayarak uyanma, 5- Uykuda diş gıcırdatma, 6- Rüyalarda yüksekten düşme, 7- Rüyada koşmak isteyip koşamama, 8- Uyandığında baş ve ense köklerinde ağrı, 9- Banyo ve tuvalette çok uzun süre kalma isteği, 10- Banyodan korkma, yıkanmama, 11- Takip edilme hissi, 12- Bir şeyin ona dokunduğunu hissetme, 13- Uyurken bir taraflarının başka bir cisim tarafından ellendiğini hissetme, 14- Bacaklarda veya vücudun diğer bölgelerinde sebepsiz morluklar, 15- Erkeklerin kadın gibi, Kadınların da erkek gibi hissetme duygusu, 16- Eşler arasında şiddetli geçimsizlik, 17- Sonradan yaşanılan kekemelik, 18- Sebepsiz yere kadın ve erkeklerde cinsel isteksizlik, 19- Uyurgezerlik, 20- Dinden soğuma, Ezan ve Kuran-ı Kerim’den rahatsız olma, 21- Aşırı alkol bağımlılığı, Depresyon ve Melankoli durumu. Cinler insana musallat olduktan sonra bu belirtilerin tamamını bir insan yaşamaz. En az 2-3 tanesini yaşayan kimsede cin musallatı veya büyü var denilebilir. Bunu anlamak için ortalama 10 dakikalık bir ön bakım işleminden sonra size net bir şekilde bizlik bir durum olup olmadığını söyleyebiliriz… Çocuklarına karşı üvey evlat muamelesi... intihara yönlendirme, veya birilerini öldürme ves vesesi... devam edecek... büyü ve musallatın insan bedeninde saltanatı bize gelene, rabbimin ilmiyle tanışana kadardır...**Büyüyle gelen Musallatın itirafları onu kurtarmaya yetmedi… Büyüyle gelen Musallatın dile geldiği bedende kendini gönderenleri tek tek itiraf etti!”* gibi ifadelere,

[www.youtube.com/channel/UCLaHOzkZp\_CKuKFny1woQug/feed](http://www.youtube.com/channel/UCLaHOzkZp_CKuKFny1woQug/feed) adresli internet sitesinin 28.11.2017 ve 14.12.2017 tarihli görünümünde;

*“Karın Bölgesinde Cinlerin Sebep Olduğu Rahatsızlıklar.* *Endoskopi cihazı ile karın bölgesinde üç tane siyah hastalıklı bölge tespit eden doktorlar hastayı ameliyata aldıklarında cihazın bulduğu üç hastalıklı noktanın aslında olmadığını tertemiz olduğunu anlamış ve tekrar ameliyat bölgesini kapatmıştır. Cinlerin vücutta yol açtığı rahatsızlıklar karın düğümlenmesi, rahim kanseri, miyon türleri ve birçok epilepsi vakası, ms hastası metazifiksel sorunlar taşımaktadır. Bu sorunlar ortadan kalktığında hastalıkta düzelmektedir.* *Yüzde 80 Görme Engelli Amcamızın Yaşadığı Sıradışı Paranormal Olaylar. Haftada üç kez görüntü görerek kendinden geçen şuuru kapalı halde kriz geçiren ve kendisine vurarak zarar veren vücudunun değişik bölgelerinde yanık lekeleri ile uyanan musallatlı danışanın seansta geldiği hal. Bu amcamız içinde dualarınızı eksik etmeyin…* *11 Yıldır Ağır İlaçlar Kullanan Kardeşimizin Aşık Cin Musallat Çıkarma Seansı – ​ Exorcize. Cin musallatı ve büyünün bedendeki saltanatı bize gelene kadardır... Serkan Hoca Bilgi ve İletişim: 0546 818 00 43 - 0546 814 10 46 numaralı telefonlardan arayıp bilgi alabilirsiniz. Cinler Sebepsiz Rahatsızlıklara ve Hatta Ölüme Sebep Olabilirler mi?* *Cinler tarafından geceleri boğulan ve bir keresinde ölümden dönen musallatlı danışanımızın yaşadıkları… 8 Yıldır Epilepsi Tedavisi Gören Cin Musallatlı Danışanımız. Epilepsi teşhisi ile 8 yıldır ilaç kullanan musallatlı danışanımız… Hemanjiom Damar Tümörü Teşhisi Koyulan Aşık Cin Musallatlı Danışanımız. Tıbbın hemanjiom Teşhisi koyduğu vakanın Cini yakaladıktan Sonra hiç bir metaryal kullanmadan vücutta sebepsiz kızarıklık ve lekelenmelerin meydana gelmesi… Rabbimin izniyle şifa bulan danişanımızın düzelmiş hali ve yaşadıkları… Aşık Cin Musallatı ve Madde Bağımlılığı – Exorcize. Cinlerin amacı her zaman olduğu gibi insanları günaha sürüklemek ve imanını elinden almaktır. Buna ek olarak bir çok madde bağımlılarına ön bakım yaptığımız da cinli tepkiler alabiliyoruz. Cinli tepkilerdeki anlam daha önceden cin musallatı yaşadığı için vücudda görünmeyen yaraların olduğu, zihin ve fikir kontrollerinin ele geçirilerek kötü alışkanlıklara sebebiyet verdikleri anlaşılmaktadır. Videoda cinin kendisi itiraf ettiği gibi bu kardeşimizi madde bağımlılığının yanı sıra bir çok kötü alışkanlıklara sevk etmiştir… Cin Musallatı Yaşayan Ailenin Çocuklarını Düşürmesi ve Eşinin Çocuk İstememesi. Cin musallatının bir aileye yaptıkları. Kendisinin çocuk istemediğini ve çocuklarının ya düştüğü ya da erken doğup öldüğünü eşinden dinleyebilirsiz. Cin Musallatı ve Büyü’nün En Belirgin Belirtileri: 1-Tıbbın teşhis koyamadığı sebepsiz yere baş ağrıları(Migren), 2- Uyku bozuklukları, 3- Karışık rüya ve sürekli kabus görme, Halk dilinde karabasan, 4- Uykuda çok sık sağa sola dönme, 5- Sıçrayarak uyanma, 6- Uykuda diş gıcırdatma, 7- Rüyalarda yüksekten düşme, 8- Rüyada koşmak isteyip koşamama, 9- Uyandığında baş ve ense köklerinde ağrı, 10- Banyo ve tuvalette çok uzun süre kalma isteği, 11- Banyodan korkma, yıkanmama, 12- Takip edilme hissi, 13- Uyurken bir taraflarının başka birisi tarafından dokunulduğunu hissetme, 14- Bacaklarda veya vücudun diğer bölgelerinde sebepsiz morluklar, 15- Erkeklerin kadın gibi, Kadınların da erkek gibi hissetme duygusu, 16- Eşler arasında şiddetli geçimsizlik, 17- Sonradan yaşanılan kekemelik, 18- Sebepsiz yere kadın ve erkeklerde cinsel isteksizlik, 19- Uyurgezerlik, 20- Dinden soğuma, Ezan ve Kuran-ı Kerim’den rahatsız olma, 21- Aşırı alkol bağımlılığı, Depresyon ve Melankoli durumu, 22- Cinsel içerikli rüyalar görme, 23- Tahammülsüzlük… Cin Musallatı - Kızına Epilepsi Tanısı Koyulan Kardeşimizin Neler Yaşadığını Annesinden Dinleyin. Daha önceki videolarımızda da epilepsi hastalarının %75'inin cinli vaka olduğunu dile getirmiştik. Hem annesine hem de küçük kızına etki eden bu varlıklar vücutta bir çok hastalığın fitilini ateşlemektedirler. Rabbim dermansız dert verip aratmasın. Cinler insana musallat olduktan sonra bu belirtilerin tamamını bir insan yaşamaz. En az 4-5 tanesini yaşayan kimsede cin musallatı veya büyü var denilebilir. Bunu anlamak için ortalama 10 dakikalık bir ön bakım işleminden sonra size net bir şekilde bizlik bir durum olup olmadığını söyleyebiliriz…”* gibi ifadelere ve söz konusu ifadelerle birlikte çeşitli görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce yapılması gerektiği, anılan şahsın hekim olmamasına karşın, bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, bu hastalık ve rahatsızlıkların “cin musallatı, büyü” gibi nedenlere meydana geldiği iddia edilerek bahsi geçen hastalıkların modern tıp haricindeki, söz konusu şahıs tarafından uygulanan ve bilimsellikten uzak yöntemlerle çözüldüğü izleniminin yaratıldığı ve bu suretle tüketicilerin yanıltıldığı, toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda yer verilen görüntü ve ifadelerle toplumun dini duygularının istismar edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serkan Kiremit (Serkan Hoca Ruhsal Danışmanlık)** 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.

**20)**

**Dosya No: 2017/973**

**Şikayet Edilen: Mustafa Murat Helalpara (Kuantum Değişim Fiziksel Duygusal Değişim Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kuantumdegisim.com](http://www.kuantumdegisim.com) adresli internet sitesinin 14.12.2017 tarihli görünümünde; *“Olumsuz duygular ve hissedişler titreşim seviyemizi bozarak fiziksel ve enerji bedenimizde rahatsızlıklara ve/veya hastalıklara neden olur. Bu durumda iyileşme sürecinin başlaması için bozulan titreşim seviyesini yeniden düzenlemek ve bu titreşim seviyesini kişinin bedensel, ruhsal ve duygusal yapısına aktarmak ve gerekli değişimi başlatmak gerekir. İşte burada kuantum değişim tekniği devreye girmektedir… Teknikniğin kuruluş, geliştirme ve uygulaması ilk olarak Türkiye’de Mustafa Helalpara tarafından yapılmış; daha sonra yurt dışında uygulanmaya başlanmıştır. Kuantum Değişim tekniği ile bedenin, duyguların ve ruhun kendini şifalandırmasını önemli ölçüde hızlandırmak mümkündür. Etkiler öylesine hızlı ve olağandışıdır ki, kemiklerin kendilerini yeniden düzenlediklerini, vücudun kendi kendini tamir edebildiğini gözlemler, ruhsal olarak da kendinizi çok rahatlamış ve dingin hissedersiniz. Bu mükemmel değişim ve gelişimi sadece siz değil, çevrenizdeki kişiler de gözlemleyebilir. Yapısal düzenlenmenin yanı sıra, ağrı ve şişlikler hızla azalmakta; bedendeki organlar, kas, sinir ve hormonal sistemler, salgı bezleri de dengelenmektedir. Kuantum Değişim tekniğinde elde edilen sonuçlar genelikle kişileri hayrete düşürür.  Yapmanız imkansız gibi görünen bir işi, mucizevi bir şekilde yapabilir ve şaşırırsınız. Aslında deneyimlediğiniz durum tamamen gerçektir. Sizin gerçeğiniz, sizin değişiminiz ve sizin gelişiminizdir... Bu sırada atomaltı seviyede, vücudun kendi kendine iyileştirme yetisi devreye girer ve mucizevi mükemmellikte gelişmeler olur. Titreşimin basit görünen işlevinde gerçek bir mucize vardır. Galaksilerden atom altı parçalarına kadar insan ve evren, bu titreşimin gücüyle hareket eder. Tüm hastalıkların nedeni, bedenimizdeki organların birbirleriyle uyumsuz titreşmesinden kaynaklanır. Bedene kuvvetli bir dengeleyici olan doğal atomaltı titreşim ritmi uygulandığı zaman, düşük frekansta bulunan dalga kalıpları karşı titreşime uyumlanır. Organlar, hormonlar, beden, ruh bütünlüğü tekrar uyumlu olarak titreşir. Böylelikle kişi ruhsal, bedensel, duygusal ve yaşamsal sağlığına kavuşur. Kuantum Değişim Tekniği devreye girdiğinde doğal rezonans kişinin içsel beden ve ruh zekası, değişimin gerçekleşmesi için gerekli olanı yapacaktır. Beden ve Ruh kendisini kusursuz bir zeka ile onaracak ve değiştirecektir. Kuantum Değişim, tamamlayıcı tıp statüsünde yer alan birleştirilmiş bilimsel rezonans tekniğidir. Yapılan çalışmaların sonucunda elde edilen başarı oranı % 95 seviyelerindedir… UYGULAMA YAPTIĞIMIZ ÖRNEK TEŞKİL ETMESİ ADINA BAZI FİZİKSEL TERAPİLERDEN ÖRNEKLER. Baş, boyun, sırt, bel ve eklem ağrıları, fıtıklar, Migren, Romatizmal hastalıklar,eklem, mafsal sorunları, Fibromiyalji ve fibrokistler, Görme ve işitme sorunları, MS (Multiple Skleroz), Epilepsi (sara), Kilo problemleri, iştahsızlık, kabızlık, Tansiyon, kolesterol, şeker, Organ sorunları(karaciğer, böbrek vb.), Hormonal bozukluklar, Madde bağımlılıkları: Sigara, alkol, uyuşturucu , Vertigo, Vitiligo, Açık yaralar, Kekemelik, Cinsel sorunlar (iktidarsızlık, vajinismus, cinsel soğukluk, cinsel travmalar vb.), Felç ve kaza sakatlanmaları, Çocuklarda gelişme bozukluğu (zihinsel, fiziksel), Nevrotik sorunlar, Kistler, miyomlar, polipler, Sinüzit, Uzuv uyuşmaları, kasılmalar, seğirmeler, kramplar, Kadın hastalıkları, Zona, Otizm, Kanser, kemoterapi öncesi ve sonrası destek. Ayrıca bu içerikte bulunmayan diğer tüm rahatsızlık ve sorunlara da uygulamalarımız ile çözümler üretip, kendinizi ve fiziğinizi değiştirmeniz konusunda sizlere yardımcı oluyoruz... UYGULAMA YAPTIĞIMIZ BAZI DUYGUSAL TERAPİLERDEN ÖRNEKLER. Fobiler, Endişe, Öfke, Korkular, Mutsuzluk, Kırgınlıklar, Duygusal bağımlılıklar, Terkedilme, Hiçlik, Panik atak, Histeri, Paranoya, Gelecek korkusu, Depresyon, Yetişkinlikte yaşanmış olan travmalar, Çocukluk ve gelişme dönemi travmaları, Psikolojik ve fiziksel şiddete maruz kalma travmaları, Ayrıca bu içerikte bulunmayan diğer tüm duygusal sorunlara da uygulamalarımız ile çözümler üretip, kendinizi ve fiziğinizi değiştirmeniz konusunda sizlere yardımcı oluyoruz... uygulama yaptığımız bazı yaşamsal terapilerden örnekler. Evlilik sorunları, Yaşam amacı belirleme, Yaşamdan zevk almamak, Kırılamayan davranış şekilleri, Bağımlılık geliştiren alışkanlıklar, Kişilik bölünmesi, İş ilişkileri, Kalıplaşmış düşünceler, Konuşma ve konsantrasyon sorunları, Aile ilişkileri ve sorunları, İkili ilişkiler sorunları, İlişkilerde bağımlılık, Kendini yok saymak, Para döngüsü… Mustafa Helalpara ile ENERJİ TANILAMA ve KUANTUM DEĞİŞİM deneyimi yaşayanlar anlatıyor: Mustafa Ü. 30 yaşında - Profosyonel sporcu - Fitness ve Pilates eğitmeni. ''Yıllardır spor yapan bir kişiyim. 20 yaşındayken sakatlanma yaşadım. Mesleğime sporcu olarak ara vererek eğitmenlik yapmaya yöneldim. 20 yaşından bu yana yaşadığım bel ve omurga rahatsızlıklarım hayat kalitemi ve hareket konforumu olumsuz etkiliyordu. Mustafa Helalpara ile; ''Enerji Tanılama Ve Kuantum Değişim'' bireysel seansları ile 2. seanstan sonra hayatımda büyük değişimler ve olumlu gelişmeler yaşamaya başladım. Bedensel rahatsızlıklarımın arkasındaki zihinsel problemlerimin çözümlenmeye başlaması, ilk günden bu yana duruşumu değiştirdi. Enerji Tanılama 'da bedenimde sinyal veren yerler, şimdi o sinyallerin yerini sağlam ve rahat bir bedene bırakma yolunda ilerliyor. Kafam daha açık ve huzurlu, bedenim esnek ve ağrısız, postürüm dik ve sağlıklı. Yaşadığım bu deneyim ile hayat kalitem ve yaklaşık 10 yılı aşkın beden sorunlarım biterek beni yeniden tazeledi. Adeta yeniden doğmuş gibi sağlıklı ve huzur doluyum.” Bilge D. (55 yaşında - Eklem problemleri, diz rahatsızlıkları ve romatizma problemleri yaşıyordu) ''Son 7 yıldır yaşadığım kemik erimesi, eklem problemleri konusunda bana sıkıntı yaşatıyordu. Kilo almanın da etkisi ile özellikle sağ dizimdeki rahatsızlıklar; yürümemi, merdiven çıkmamı ve inmemi engelliyordu. Ayakta biraz bile kalsam dayanılmaz ağrılar içinde uzun geceler geçiriyordum. Kullandığım ilaçlar bile zamanla etkisini kaybetmeye başlamıştı. Mustafa Helalpara ile ilk tanıştığımda bana önce enerji tanılama uyguladı. İlk defa gördüğüm bu uygulama da, ben ona söylemeden vücudumun hangi bölgesinde ne sorun var hepsi ortaya çıktı. Ardından KUANTUM DEĞİŞİM seansları başladı özellikle 2. ve 3. seansların sonrasında ilaç kullanmadan rahatlamaya, sağlığıma kavuşmaya başlamıştım. Diz ağrılarımı tetikleyen kilo problemim de yavaş yavaş azalmaya başladı. Özel bir diyet programı uygulamadım ama bu çalışma bana çok iyi geldi diyebilirim. Yeniden rahatça yürümek, hareket etmek, ağrı, sancı çekmeden yaşama kaldığım yerden devam etmek çok güzel…'' Mesleğiniz-yaşınız- sorununuz ne olursa olsun; sizi mutsuz eden hiç bir şeyi kabullenmeyin… enerji tanılama ile; bedensel sinyallerinizi öğrenin, kuantum değişim ile; sağlığınıza yeniden kavuşun, değişim sizsiniz ve bunu hak ediyorsunuz...”* gibi ifadelere, benzer ifadelere sahip video ve görüntülere, hasta yorumlarına yer verildiği,

[www.facebook.com/MustafaHelalpara.EPQ/](http://www.facebook.com/MustafaHelalpara.EPQ/) adresli internet sitesinin 15.12.2017 ve 18.21.2017 tarihli görünümünde;*“Kuantum Değişim tekniği Kuantumun içeriğindeki Atomaltı seviyede uygulanan geniş tabanlı tekniklerle desteklenmiş kendini veya bir başkasını iyileştirme tekniğidir. Düşünce, olumlama, nlp, koçluk vb. çalışmalarla alakası yoktur. Bilimin gerçekleri ve düşüncelerinizin ötesinde ki evrensel gerçeklerin desteklediği, yatsınamaz ve geriye dönmeyen farklar oluşturan bilimsel bir tekniktir... Sonsuz bir değişim potansiyeline sahiptir… Hakkında. Kendi kendini iyileştirme ve değiştirme tekniği olan Kuantum Değişim Tekniğini geliştirmiştir. Uygulamalar yapmakta, eğitim ve seminerler vermektedir. Kuantum Fiziği üzerine bilimsel araştırmalar ve geliştirmelere devam etmektedir… Kişinin kendi kendini tamir edebileceği konusunda araştırma, geliştirme çalışmaları sırasında bilimselliğe dayalı kendi tekniğini geliştirmiş maceracı, araştırmacı, geliştiricidir.”* gibi ifadelere ve benzer ifadelere sahip videolara yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda tanısı ve tedavisi uzman tabiplerce yapılması gereken çok sayıda fiziksel ve psikolojik (ruhsal) hastalıklara ilişkin ifadelere yer verildiği, anılan şahsın hekim olmamasına karşın bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, bu hastalık ve rahatsızlıkların “Enerji Tanılama” yöntemiyle tanılandığı ve “Kuantum Değişim” yöntemiyle de tedavi edildiği iddia edilerek bahsi geçen hastalıkların modern tıp haricindeki, söz konusu şahıs tarafından uygulanan, bilimsellikten uzak yöntemlerle çözüldüğü izleniminin yaratıldığı; söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mustafa Murat HELALPARA** 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.

**21)**

**Dosya No: 2017/1318**

**Şikayet Edilen: Dr.Alparslan YİĞİT** (**Doğa Klinik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2017, 12.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogaklinik.com](http://www.dogaklinik.com) adresli internet sitesinin 06.10.2017 ve 12.10.2017 tarihli görünümünde;

“Vizyonumuz” başlığı altında; *“Dünya standartlarında, çağdaş yenilikleri takip eden ve yeniliklere öncülük eden, diğer sağlık kuruluşları tarafından örnek alınan sağlık kurumu olmak. Tüm hastalarımıza en yüksek kalitede eşit hizmet veren, hastalarımızın kendilerini güven içinde hissettikleri ve tüm beklentilerinin karşılandığı sağlık kurumu olmak.”,* “Misyonumuz” başlığı altında; *“Doğa Kliniğe başvuran bireylerin/hasta ve hasta yakınlarının Doğa Klinik kalite politikası doğrultusunda her zaman dünyadaki gelişim ve değişimlere paralel, bilimsel, kanıta dayalı, güvenilir, mükemmel ve en üst düzeyde hizmet almalarını sağlamak. Eğitim, ölçme, iyileştirme yöntemleri ile hizmetlerini sürekli geliştirmek.”,* “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Soprano ACCORD - Türkiye de en çok noktada çalışan orijinal Diode Lazer Cihazıdır. Soprano ACCORD Alma Lasers patentli, 810 nm dalga boyunda çalışan diode lazer ve ütüleme Epilasyon teknolojisidir. Soprano diode lazer 810-nm dalga boyuyla epilasyon için altın standarttır. Soprano ACCORD ütüleme lazer epilasyon tekniğiyle çok hızlı ve acısız olup, her türlü kıl ve cilt tipinde rahatlıkla uygulama imkanı sağlar, ütüleme epilasyon bir devrimdir ve Soprano ise bu devrimin mimarı. Saniyede 10 seri atış özelliği ile acıya ve yanmalara son veriyor, seri atış diye adlandırdığımız bu özellik sayesinde acı çekmek yerine masaj yapılıyormuş hissini yaşatarak hastalarına çok daha kolay tedavi imkanı sunmaktadır. Dünyada tek orijinal ve patenti üreticisi Alma Lasers firmasına ait olan Ütüleme Epilasyon cihazıdır. Bu teknoloji ile bugüne kadar Türkiye de yüzbinlerce hasta acısız ve ağrısız epilasyon konforunu yaşadı ve sonuç aldı. Birkaç yılda bu kadar noktaya yayılması da bu memnuniyetin bir sonucudur. Artık lazer epilasyon yaptıracak hastalar bilinçli bir şekilde ORJİNAL Ütüleme Epilasyon teknolojisine talep göstermektedirler. Başlığındaki DualChill contact cooling (soğutucu) özelliği tedavilerin cok daha sorunsuz ve acısız geçmesini sağlamaktadır. Soprano Accord ütüleme diod lazer cihazı an itibariyle Türkiye de 290 noktada kullanılmaktadır, dünya genelinde bu sayı 10.000 civarındadır. DIKKAT! Bizim Lazerlerimiz haricinde ütüleme teknolojisi diye satılan lazerlerin hepsi taklit uzakdogu cihazlarıdır.”*, “Ameliyatsız Yüz & Vücut Germe” başlığı altında, *“Focus USG teknolojisi olarak da bilinen ameliyatsız ultrasonla yüz gençleştirme işlemi, cildin en alt katmanlarındaki, cildin taşıyıcı dokularda odaklanmış ses dalgalarını kullanarak ciltte kolajen üretimini sağlar. Kolajen üretiminin uyarılması ile ciltte sıkılaşma gerginlik sağlayan ameliyatsız gerçekleştirilen yüz germe işlemidir. Ultrason dalgaları ile daha fazla kolajen üretimi ile güçlenmiş bağ dokusu sayesinde daha sıkı bir cilde sahip olabilirsiniz… Belirlenen uygulama alanlarında, cildin 3 mm ve 4,5 mm altına odaklanmış ses dalgaları ile bu bölgelerde kolajen üretimini uyaran ısı hasarları oluşturulur ve yeni kolajen yapımı uyarılarak güçlü bir sıkılaşma etkisi meydana gelir… Kısacası yüzümüzde zamanla meydana gelen tüm sarkmalara ve kırışıklıklara uygulanıyor... Fokuslu ultrason ile ciltte istenilen sıkılaşmaya ve gerilmeye tek seans ile ulaşmak mümkündür. Fokuslu ultrason ile ameliyatsız yüz germe işlemi tek seanslık bir uygulama olduğu için, hemen etki etmeye başlayacaktır. Yüz germe işlemi uygulandıktan hemen sonra rejenerasyon süreci hemen başlar ve ilk andan itibaren hafif gerilme etkileri görülür. İşlemin uygulanmasından sonraki her geçirilen gün gerilme ve sıkılaşma işlemi daha iyi bir şekilde gözlemlenmeye başlanır. Ameliyatsız yüz germe işleminden sonrasında geçen 1 hafta sonunda cilt daha da iyi hissedilir. 1 ay sonrasında ciltte gerilme etkileri gözle görülür şekilde fark edilmeye, 3 ay sonrasında ise istenilen sonuçlar tam anlamıyla görülmeye başlanır. Cilt tipine göre tam sonuç alınma süresi ortalama 6 ay diyebiliriz.”* gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, “Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“Peeling uygulaması cildin yıpranmış, tazeliğini ve parlaklığını kaybetmiş üst tabakasının soyulmasını ve dökülmesini sağlayarak ve derinin daha alt tabakalarında yeniden bir yapılanma sürecini başlatıp; kolajen sentezlenmesini uyararak daha genç ve sağlıklı homojen bir derinin ortaya çıkmasını sağlanabilir. Kimyasal peeling uygulaması sonucunda cildin üst kısmındaki hasarlı tabaka soyulur, hasar görmemiş canlı tabaka ortaya çıkar. Burada amaç pürüzlü üst cilt tabakasını kaybedip daha sağlıklı, pürüzsüz, parlak, lekelerin kaybolduğu ve daha nemli bir cilt elde etmektir… Cilt gençleştirmede esas deri altında yalancı bir yanık uyarısı oluşturmaktır. Bu gerçek bir yanık değildir sadece deri altındaki onarım mekanizmalarını harekete geçirmek için bir uyarandır. Bu uyaranla deri altında onarım mekanizması tetiklenir ve deriyi daha genç ve diri tutan kolajen ve elastik liflerin yapımı tetiklenir. Böylece, ciltte bir dirileşme ve gençleşme; üst derinin hafif soyulmalasıyla da daha homojen, pürüzsüz, canlı parlak bir cilt oluşur.”*, “PRP” başlığı altında; *“Leke, yara izlerinin tedavisi, cilt yenileme, ciltte parlaklık, saç dökülmesi gibi problemlerde başarıyla uygulanmaktadır.”*, “Buz Lazer Epilasyon Uygulama” başlığı altındaki videoda, tıbbi bir işlem olan lazer epilasyon işlemine yönelik uygulama görüntülerine yer verildiği,

[www.facebook.com/dralparslanyigit](http://www.facebook.com/dralparslanyigit) adresli internet sitesinin 12.10.2017 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, “Hakkında” bölümünde; *“Hikayemiz: Doğa klinik estetik ve güzellik olarak amacımız Kırıkkale’de bir ilke imza atıp insanların sağlık ve estetik ihtiyaçlarını bir araya toplayıp etkin ve kesin sonuçlar verebilmektir. Alanında uzman hekimleri, uzman estetisyenleriyle, dürüst, ilkeli, insan haklarına saygılı ve çözüm odaklı hizmetler sunmayı hedefliyoruz.”* gibi ifadelere, “Değerlendirmeler” bölümünde; *“hizmet mükemmel elemanlar harika Alpaslan hocam teşhisleri ve bakımı kesinlikle ve ısrarla tavsiye edilir. Bana yapmış olduğu tedavi için teşekkürler hastaya ilk önce moral lazım oda Alpaslan hocam da var saygılarımla hocam. Nereye giderseniz gidin, herşeyden önce kişinin beklentisi olan güven duygusu, Doğa Klinikte mevcut. Teşekkür ederim size Doğa Klinik personeli…”* gibi hasta yorumlarına ve hasta değerlendirmelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların sağlık alanında çalışan anılan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Alparslan YİĞİT (Doğa Klinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2017/1873**

**Şikayet Edilen: Karataş Güzellik Merk. Tur. ve İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Özel Nk Med Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.nkmed.com/> adresli internet sitesinin 18.12.2017 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” başlığı altında; *“…Gebze'de Sağlık Bakanlığı'na bağlı güzellik ve estetik ruhsatına sahip ilk iki Poliklinik’ten birisidir. Uzman Medikal estetik sertifikalı doktorlar tarafından takip edilen güncel teknolojileri ve yeni trend Estetik uygulamalarını müşterilerine, Sağlık bakanlığı kontrolünde ve sağlık kuruluşu hijyen ve hizmet standarlarında sunmaktadır. Uzman estetisyenlerimizin talep ettiğiniz hizmetlerimiz ile igili bilgilendirmelerini içeren tanıtım ve bilgilendirmesiden sonra dosyanız, ilgili uzman doktorumuz tarafından incelenerek tedaviye uygunluğu kontrol edilir. En uygun ilgili tedavi protokolü belirlendikten sonra yazılı ve sözlü olarak bilgi paylaşımı yapılır ve tedavi süreci başlatılır. Uygulamalar esnasında T.C. Sağlık bakanlığı denetiminde Türkiye’de kullanımına izin verilmiş medikal Dermokozmetik ürünler kullanılmaktadir. Tedavi başarısının ve etkinliğinin yükselmesi için, tedavi esnasında ve devamında tamamlayıcı ürünler özellikleri anlatılarak önerilir. Tedavi sırasında kişiye özel hijyen kuralları doğrultusunda, olası bir hijyen zaafiyetinin önüne geçmek için, tüm sarf malzemelerimi tek kullanımlık olup kişiye özel tüketilmektedir. Tedavi sırasında ilgili uygulayıcı işlemler ile ilgili bilgilendirmeler yapıp yan endikasyonlar hakkında bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Seans sonrasında etkin tedavi protokollerinin gerekliliği doğrultusunda bir sonraki randevunuz belirlenir. Belirlenen randevu tarihinden 1 gün önce "SMS" ve "telefon aramaları" ile hatırlatılıp takibi yapılır. Müşterilerimiz ile ilgili tüm etkileşimlerimiz CRM Takip yazılımı aracılığı ile kayıt edilip kolay takip edilir ve raporlanabilir formdadır. Nk Med lazer ve estetik merkezi, dünyadaki gelişmeleri yakından takip ederek teknolojisini sürekli yeniler. Nk med polikliniği, her zaman en son teknoloji ve en etkili cihazlarla, en uygun fiyatlarda hizmet vermektedir. Tedavide kullandığı cihaz, malzeme ve medikal kozmetik ürünlerinin hepsi ithaldir ve FDA onaylıdır. Güncel teknolojileri ve uygulamaları takip eden genç ve proaktif kadrosu ile 10 yıldır aynı yerde hizmet veren Özel NKMED Polikliniği; ticari kaygıların, meslek ilkelerimiz ve sosyal sorumluluklarımızın önüne geçmesine izin vermeden hizmet vermekten onur duymaktadır. Nk Med Lazer ve estetik merkezi olarak ilk günkü heyecan ve disiplinimizle sürekli yenilikler peşinde koşuyor, sizlerden gelen olumlu dönüşler sayesinde motive oluyor, yüksek standartta hizmet kalitesi ve güler yüzümüzle sizleri kliniğimizde ağırlamayı bekliyoruz.”* şeklindeki ifadelere ve estetik uygulamalarla ilgili hasta görsellerine yer verildiği,

“Botox” başlığı altında; *“…Gerginlik 3-6 ay kadar etkilidir. Bu süre sonunda 2. tekrarın yapılması gereklidir. Fakat 3. ve 4. tekrarların yapılma sıklığı kişilere göre değişir… En az bir yıllık etkinlikten sonra da Botox’un etkisi geçse bile kaslar eskisinden daha gergin kalır. Tedavi tek bir bölgeye olabileceği gibi her üç bölgeye de aynı anda uygulanabilir. Tedaviden sonra kaşların kavsi artmakta, istenirse uçları da hafifçe yukarı kaldırılabilmektedir.”*, “PRP Tedavisi” başlığı altında; *“PRP yönteminde hastadan 8-20 cc kan alınarak santrifüj edilir. PRP tedavisinde elde edilen serum, mezoterapi gibi minik küçük miktarlarda ve yaygın olarak derinin içine enjekte edilir… PRP yöntemiyle elde edilen serumdaki pıhtı hücreleri ve büyüme faktörleri, yeni kollajen oluşumunu ve hücreler arası maddeyi çoğaltarak cildi yenilemek üzere derinin alt dokularına yayılır. Genelde bir mezoterapi kiti ile toplam 4-8 mililitre PRP elde edilebilir. Bu da yüz, boyun, dekolte bölgesi, kolların dışı, bacakların iç kısmı gibi alanların tamamında tedavi uygulamak için yeterlidir. PRP uygulamasında olumlu etkileri ise, Uygulamadan hemen sonra ciltte sağlıklı bir parlaklık ortaya çıkar. Daha sonra bu parlak görünümde biraz gerileme olur, ancak 3 veya 4 uygulamadan sonra (yani 1 kür uygulandıktan sonra) kalıcı bir etki belirgin hale gelir. Etkinin tam olarak sağlanması ve nihai bir sonuç elde etmek amacıyla 3 hafta aralıkla en az 3 enjeksiyon yapmak gerekir. Daha sonra da her 6-12 ayda bir uygulama yapılması sonuçların korunmasına olanak verir. ancak 3 veya 4 uygulamadan oluşan kürleri her 6-12 ayda bir tekrarlamak gerekir. Bu durumda uygulanan kürlerin etkisi kalıcı bir gençleştirici etkiye eşdeğerdir. Yani her 20 günde bir yapılacak 3 veya 4 uygulamadan oluşacak bir kür ortalama olarak her yıl tekrarlanmalıdır*.”, “Saç Mezoterapisi” başlığı altında; *“Uygulama sonrası o bölgeye çevre dokulardan daha fazla O2 gelir ve dolaşım hızlanır, CO2 hızla uzaklaştırılır. Yağ yakımı artar (lipoliz). Dolaşımın hızlanması ve O2 nin artmasıyla bağ dokusundaki artış; deri sarkmalarında ve skar ve çatlaklarda düzelme sağlar… Uygulama süresi 15-20 dakikadır ve haftada 2 kez olarak seanslar halindedir. Seanslardan sonra yapılacak egzersiz veya mezoterapi veya LPG; el masajı desteği; tedavinin başarısını arttırmaktadır…”* gibi ifadelerle tedavi yöntemlerinin anlatıldığı,

<https://www.facebook.com/goztepeNK/> adresli internet sitesinin 18.12.2017 tarihli görünümünde;

*“Bu Fırsat ertelenmez! 6 seans 6 kontrol, T.bacak + özel bölge + kolaltı 948TL. Alexandrite Lazer Epilasyon ile kalıcı çözüm %60 indirim fırsatı ile… Dudak dolgusu ile daha çekici dudaklara kavuşabilir, yüzünüze gençliğin dokunuşunu katabilirsiniz. Hyalaüronik asit bazlı dolgularla ince dudaklara hacim ve nem vermek mümkün… estetik uygulamalarda %50 net indirim. Plastik cerrahi işlemlerde %50 indirim. Botox, dolgu, burun estetiği… 24 kasım öğretmeler gününe özel tüm uygulamalarda %50 indirim fırsatı. Lazer epilasyon, botox-dolgu…”* gibi ifadelere, estetik uygulamalarla ilgili kampanya, fiyat bilgisi ve hasta görsellerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların sağlık alanında çalışan söz konusu kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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, 5/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karataş Güzellik Merk. Tur. ve İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Özel Nk Med Polikliniği)** 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.

**23)**

**Dosya No: 2017/1875**

**Şikayet Edilen: Hanedan Estetik ve Güzellik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Cindy Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cindycadde.com](http://www.cindycadde.com) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde;

Kuruluşun isminin “Cindy Cadde” olarak belirtildiği,

Bununla birlikte inceleme konusu internet sitesinde; *“İstenmeyen tüylerden kurtulun, özgürlüğünüzü yaşayın!... Günümüzde bunlardan kurtulmanın en etkili yolu lazer epilasyon. Lazer epilasyon, vücutta oluşan istenmeyen kıllanmanın önlenmesinde ve giderilmesindeki en önemli ve en etkili teknolojidir. İstenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yoludur. Lazer epilasyon ' da kullanılan lazer ışığının dalga boyu melanin pigmenti tarafından emilme özelliğine sahiptir. Soğutma sistemli lazer tekniği ile yapılan lazer epilasyon ile lazer ısısı cilde zarar vermeden doğrudan kıl kökünü yok eden ısıya dönüşür… 12 yaşını tamamlamış, koyu renkli tüyleri olan herkese lazer epilasyon uygulanabilir. Tüyler açık renkli yani pigmenti az ise lazer ışığını emmeyeceği için lazer epilasyondan etkilenmez. Lazer epilasyon için tıkla… Leke Tedavisi**…Fraksiyonel karbondioksit lazer, derin kırışıkları düzeltmeye yardımcı, sıkı, yeni ve genç bir cilt oluşumunu destekleyen güvenli ve etkili bir lazerli cilt yenileme yöntemidir. Çalışma prensibinde; istenmeyen dokuyu buharlaştıran, yüksek yoğunluklu karbondioksit lazeri kullanır. Fraksiyonel karbondioksit lazerin daha hızlı iyileşme süresi sağlayan kısmı çalışma özelliğidir. Bu teknikte binlerce mikroskobik ısı kolonu cildin derinine inerken, zarar görmüş eski cilt hücreleri temizlenir; genç, parlak ve sağlıklı yeni hücrelerin gelişimi desteklenir...”* ,

[www.facebook.com/Cindy-G%C3%BCzellik-Salonu-CIRCADIA-409083152461608](http://www.facebook.com/Cindy-G%C3%BCzellik-Salonu-CIRCADIA-409083152461608) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde; *“6 seans gnt+kolaltı 200TL Son Gün 15 Ekim yeni nesil buz lazer. Kaçırılmayacak fırsat.”,*

[www.instagram.com/cindycadde/](http://www.instagram.com/cindycadde/) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde;

*“Alt bacak + gnt+kolaltı 6 seans 1400 yerine 700TL. 5-15 Aralık arası sürecek olan bu müthiş kampanya için. Yeni nesil thermal baslık buz epilasyon. 6 seans alt bacak +gnt+k.altı 1400 yerine sadece 700 TL Üstelik kredi kartına minimum 5 taksit imkanı ile… 6 seans gnt+kolaltı 200TL Son Gün 15 Ekim yeni nesil buz lazer…”,*

şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere ve fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonları tarafından açıkça “güzellik salonu” ibaresinin kullanılması gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

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

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 J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hanedan Estetik ve Güzellik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Cindy Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2017/1878**

**Şikayet Edilen: Ayşe Akyüz (Lois Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.loisepilasyon.com](http://www.loisepilasyon.com) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde;

Söz konusu kuruluşun isminin “Lois Epilasyon & Güzellik Merkezi” olarak belirtildiği,

Bununla birlikte anasayfada; *“Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve sağlıklı yoludur...”* “Epilasyon” başlığı altında; “*Epilasyon kimlere uygulanabilir? Biz epilasyonu ergenlik dönemini bitirmiş kişilere uygulamayı öneriyoruz. Epilasyonu Gebelerde uygulamayı uygun bulmuyoruz. Sedef, vitiligo gibi deri hastalıkları olanlar da uygulama önermiyoruz. Epilepsi hastalığı olan kişilerde uygulama önermiyoruz. Kontrol altındaki epilepside nöroloji doktoru uygun görürse yapılabilir. Erkeklerde epilasyon uygulamaları nasıl yapılmaktadır? Söz konusu istenmeyen tüy olduğunda bayanlar kadar erkekler de epilasyon uygulaması yaptırmaktadır. En fazla tercih edilen bölgeler sakal üzeri (elmacık kemiği), kaş arası, ense, boyun, ellerdeki tüyler, omuz, sırt ve göğüstür. Epilasyon yöntemi ile ortalama 5 - 8 seans gibi bir süreçte sonuç alınabileceği gibi, uygulama 2 - 3 seans yapıldıktan sonra bırakılarak kılların seyreltilmesi ve daha zayıf hale getirilmesi de mümkündür. Tüm vücuda bir seansta epilasyon yapılabilir mi? Evet yapılabilir. Ortalama bir bayan vücudu 1,5-2 saat sürmektedir. Kıl dönmesi tedavisinde epilasyon etkili midir? Özellikle oturduğumuzda, oturulan yer ile temas eden bölgelerde kıl dönmesi olarak tabir edilen durum gözlenmektedir. Kadınlarda daha çok kalça, bacak arkası, bikini, genital ve koltuk altında rastlanır. Bu durumun en güncel tedavilerinden biri ters büyüyen bu kılları azaltarak dolaylı çözüm sağlayan Epilasyondur. Kıl dönmesi bazen kalça arasında ameliyat gerektirecek kadar ciddi durumlara yol açabilir. Bu hastalığa tıpta pilonidal sinüs adı verilir. Kıl dönmesi apse halini almadan daha başlangıçta bölgeye Epilasyon uygulanabilir. Apse ya da kist oluşmuş ise Epilasyon etki edemez. Ameliyat olmuş hastalarda pilonidal sinüsün tekrarlayabilir. Bu sebeple hastalığın tekrar etmemesi için ameliyat yarası iyileştikten sonra bölgeye Epilasyon yapılması faydalı olabilir. Birçok genel cerrah bu ameliyat sonrası bölgenin Epilasyon ile kıllardan arındırılmasını önermektedir. Birden fazla seans neden gereklidir? Vücut kılları çeşitli evrelerle büyürler. Bir bölgede aynı anda hem aktif büyüme hem dinlenme döneminde kıllar aynı anda bulunur. Epilasyon sadece aktif büyüme dönemindeki kıllara daha fazla etkilidir. Bu nedenle bu döneme rastlayan kıllar daha fazla etkilenir diğer kılları aynı dönemde yakalamak ancak tekrarlayan seanslarla mümkün olabilir. Yüz bölgesi bu anlamda en zor bölge iken alt bacak, genital, koltuk altı daha kolay cevap alınan bölgelerdir. Epilasyonun Seans aralıkları ne kadardır? Epilasyon tüm vücuda aynı seansta uygulanabilir. Seans araları yüz bölgesinde 4-6 hafta, vücudun diğer bölgeleri için 8-10 hafta arasında değişir. Epilasyon sırasında acı hissedilir mi? Evet, Epilasyon da azda olsa bir acı hissi söz konusudur. Çoğunlukla bu acı tolere edilebilir bir acıdır. Genellikle epilasyon cihazlardaki etkin soğutma sistemi bu acıyı azaltır. epilasyon yapmadan önce nadiren anestezik kremler kullanmak gerekebilir. Bir epilasyon seansı ne kadar sürmektedir? Epilasyon süresi bölgesine göre değişir. Epilasyon genital bölgeye 10 dakika, koltuk altına 5 dakika sırt bölgesine 45 dakika kadar uygulanmaktadır…”* “Kampanyalar” başlığı altında; *“Bayan Paket 1: Alt bacak, Genital, Kol altı, Bikini bölgesi. 799TL nakit veya 950TL kredi kartı ile 12 taksit. Bayan Paket 2:Tüm bacak, Genital, Kol altı. 1000TL nakit veya 1150TL kredi kartı ile 12 taksit…”* şeklinde tıbbi bir işlem olan ve doktorlar tarafından uygulanması gereken “lazer epilasyon” işlemine ilişkin ifadelere ve fiyat bilgisine 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 tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonları tarafından açıkça “güzellik salonu” ibaresinin kullanılması gerektiği belirtilmiştir.

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

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

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 J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ayşe Akyüz (Lois Güzellik Salonu)** 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.

**25)**

**Dosya No: 2017/552**

**Şikayet Edilen: Poem Sosyal Hizmetler Sağlık Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti. (Poem Psikoloji Organizasyon ve Eğitimleri Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“POEM, psikoloji organizasyon ve eğitim merkezi olarak psikolojik hizmetler veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“POEM Psikoloji olarak “psikolojik hizmetler” veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…”* gibiifadelere,

Bununla birlikte, [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“POEM Psikoloji olarak “psikolojik hizmetler” veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…POEM Psikoloji olarak biz, bugününüz dününüzden güzel olsun, yarına daha ümitle bakabilesiniz diye varız. Değişen dünyanın yeniliklerine yabancı kalmamanız için kurumlara, eğitimcilere ve alanda çalışan uzmanlara yönelik düzenlediğimiz eğitimlerle ve hayatın her alanında karşılaştığınız problemler sizi kendinize yabancılaştırmasın diye bireylere/gruplara yönelik sunduğumuz psikolojik danışma hizmetlerimizle bizler, yeni bir günün size yeni mutluluklar ve başarılar getirmesi için çalışıyoruz.”*,

-“Hatice Tayyibet Ersoy Petek” başlığı altında; *“…mesleki yetkinliğini perçinlemeye devam etmektedir…”*,

-“İlkelerimiz ve Sorumluluklarımız” başlığı altında; *“…POEM’de her danışan hastalık veya problem penceresinden değil hayatının bir döneminde yardıma ihtiyaç duyan bir birey olarak değerlendirilir…POEM’de her danışanın mahremiyetine özen gösterilir…POEM’de her danışan yansız, yüksüz ve yargısız olarak dinlenir…Terapistiniz size etnik kökeniniz, kültürünüz, inancınız, dininiz, politik görüşünüz ve yaşınıza bakmaksızın tarafsız bir şekilde muamele eder. POEM’de her danışan saygı, ilgi ve destek görür. Terapistiniz size kişilik haklarınızı ve saygınlığınızı koruyacak şekilde muamele eder. POEM’de destek ve tedavi süreçleri her bireyin ihtiyacı doğrultusunda özel olarak hazırlanır ve şeffaf olarak uygulanır…POEM’de sunulan hizmetler ekip çalışması içerisinde farklı uzmanlıkların, farklı disiplinlerin ve farklı bakış açılarının zenginliğiyle yürütülür…POEM’de her danışan yardım almak istediği konuyla alakalı uzmanlaşmış profesyonellerden yardım alır…”*,

-“Çocuk ve Ergen Psikoterapisi” başlığı altında; *“…Unutulmamalıdır ki koruyucu sağlık çalışmaları çocuklarımızın daha kaliteli ve güvenli bir yaşam yaşamaları için gereklidir…”*,

-“Dil ve Konuşma Terapisi” başlığı altında; *“…Değerlendirme sonrasında uzman terapistimiz bireye en uygun yöntemi belirler ve terapi sürecini başlatır…”*,

-“Grup Terapisi” başlığı altında; *“…açısından avantajlı bir terapi yöntemidir…”* ifadeleri ile,

[www.povem.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.povem.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde yer alan “Online Katalog” da; *“…Bunun için yola çıktık. Küçük ama doğruluğundan emin adımlar attık. Alanında en iyi olan uzmanlarla, eğitimcilerle çalıştık…Bundan başka tek tek insanlarla ve ailelerle, çiftlerle de çalıştık, onları dinledik, anlamaya ve yardım etmeye çalışırken uzmanlığımızın yanına kalbimizi, samimiyetimizi koyduk…Küçük küçük adımlarla çıktığımız bu yolda hayal ettiğimizden daha büyük ve hızlı adımlar attık…on binlerce insanımıza ulaştık. Bugün geldiğimiz noktada yurt içinden ve yurt dışından psikoloji alanının önemli isimleriyle çok güzel işlere imza atıp ülkemizde psikoloji alanına yaptığımız katkıdan dolayı gururluyuz. Sayısız insanın hayatına olumlu katkıda bulunduğumuz için mutluyuz. İçimize sinmeyen hiçbir işi yapmadığımız ve yaptığımız her işi azami titizlenerek yaptığımız için de huzurluyuz. Bu heyecan, enerji ve birikimle sizlerle buluşmak ve ortak çalışmalar yapmak, sizin hikayenize dahil olmak ve sizi hikayemize dahil etmek isteriz…Farlı ihtiyaçlara cevap verecek eğitim ve tecrübeye sahip geniş kadromuzla çocuklara, gençlere, aile ve yetişkinlere uzman kadromuzla yardım etmeye devam ediyoruz. Bunu yaparken de etik standartlardan asla taviz vermiyoruz…POEM, birçok kamu ve özel sektör kuruluşuyla aşağıdaki konularda çok sayıda seminer ve eğitim programı düzenleyerek, 10000 kişinin üzerinde bir kitleye daha huzurlu ve farkında bir hayat yaşamalarına katkı sağlamıştır.”* gibi ifadelere,

Ayrıca, [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Bireysel Psikoterapi, Aile ve Çift Psikoterapisi, Çocuk ve Ergen Psikoterapisi, Dil ve Konuşma Terapisi, Grup Terapisi” başlıkları altında yer alan “Randevu” formundaki terapist listesinde “Ekibimiz” başlığı altında yer almayan ve unvanları belli olmayan *“Fatıma Tuba Yaylacı, Gökhan Ergür, Murat Dinçer, Zeynep Tuba Akay, Tülin Poyraz Dinçer, Senem Eren, Ayşe Neziha Kılınç”* gibi isimlere yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Psikoterapi Nedir? Nasıl Yapılır?” başlığı altında; *“…POEM, bireylere Narrative Terapi, EMDR, Bilişsel Davranışçı Terapi, Varoluşçu Psikoterapi, Psikodinamik Psikoterapi ekollerini temel alarak hizmet sunmaktadır…”*,

-“Çocuk ve Ergen Psikoterapisi” başlığı altında; *“…Psikoterapi yöntemlerimizde temel aldığımız ekoller; Narrative Terapi, EMDR, Bilişsel Davranışçı Terapi, şema terapi, gestalt, psikodrama, Varoluşçu Psikoterapi, Psikodinamik Psikoterapi ekolleridir…”* ifadelerine yer verildiği

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“POEM, psikoloji organizasyon ve eğitim merkezi olarak psikolojik hizmetler veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“POEM Psikoloji olarak “psikolojik hizmetler” veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…”* ifadeleri ile, Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenmiş bir ruhsata veya benzeri bir izin belgesine sahip olmayan kuruluşun bu alanda faaliyet göstermeye yetkili olduğu izlenimi yaratılarak benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Bununla birlikte, [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“POEM Psikoloji olarak “psikolojik hizmetler” veren klinik psikolog, konuşma terapisti ve psikolojik danışmanlardan oluşan ekibiyle psikoterapi, konuşma terapisi ve psikolojik danışmanlık hizmeti sunmaktadır…POEM Psikoloji olarak biz, bugününüz dününüzden güzel olsun, yarına daha ümitle bakabilesiniz diye varız. Değişen dünyanın yeniliklerine yabancı kalmamanız için kurumlara, eğitimcilere ve alanda çalışan uzmanlara yönelik düzenlediğimiz eğitimlerle ve hayatın her alanında karşılaştığınız problemler sizi kendinize yabancılaştırmasın diye bireylere/gruplara yönelik sunduğumuz psikolojik danışma hizmetlerimizle bizler, yeni bir günün size yeni mutluluklar ve başarılar getirmesi için çalışıyoruz.”*,

-“Hatice Tayyibet Ersoy Petek” başlığı altında; *“…mesleki yetkinliğini perçinlemeye devam etmektedir…”*,

-“İlkelerimiz ve Sorumluluklarımız” başlığı altında; *“…POEM’de her danışan hastalık veya problem penceresinden değil hayatının bir döneminde yardıma ihtiyaç duyan bir birey olarak değerlendirilir…POEM’de her danışanın mahremiyetine özen gösterilir…POEM’de her danışan yansız, yüksüz ve yargısız olarak dinlenir…Terapistiniz size etnik kökeniniz, kültürünüz, inancınız, dininiz, politik görüşünüz ve yaşınıza bakmaksızın tarafsız bir şekilde muamele eder. POEM’de her danışan saygı, ilgi ve destek görür. Terapistiniz size kişilik haklarınızı ve saygınlığınızı koruyacak şekilde muamele eder. POEM’de destek ve tedavi süreçleri her bireyin ihtiyacı doğrultusunda özel olarak hazırlanır ve şeffaf olarak uygulanır…POEM’de sunulan hizmetler ekip çalışması içerisinde farklı uzmanlıkların, farklı disiplinlerin ve farklı bakış açılarının zenginliğiyle yürütülür…POEM’de her danışan yardım almak istediği konuyla alakalı uzmanlaşmış profesyonellerden yardım alır…”*,

-“Çocuk ve Ergen Psikoterapisi” başlığı altında; *“…Unutulmamalıdır ki koruyucu sağlık çalışmaları çocuklarımızın daha kaliteli ve güvenli bir yaşam yaşamaları için gereklidir…”*,

-“Dil ve Konuşma Terapisi” başlığı altında; *“…Değerlendirme sonrasında uzman terapistimiz bireye en uygun yöntemi belirler ve terapi sürecini başlatır…”*,

-“Grup Terapisi” başlığı altında; *“…açısından avantajlı bir terapi yöntemidir…”* ifadeleri ile,

[www.povem.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.povem.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde yer alan “Online Katalog” da; *“…Bunun için yola çıktık. Küçük ama doğruluğundan emin adımlar attık. Alanında en iyi olan uzmanlarla, eğitimcilerle çalıştık…Bundan başka tek tek insanlarla ve ailelerle, çiftlerle de çalıştık, onları dinledik, anlamaya ve yardım etmeye çalışırken uzmanlığımızın yanına kalbimizi, samimiyetimizi koyduk…Küçük küçük adımlarla çıktığımız bu yolda hayal ettiğimizden daha büyük ve hızlı adımlar attık…on binlerce insanımıza ulaştık. Bugün geldiğimiz noktada yurt içinden ve yurt dışından psikoloji alanının önemli isimleriyle çok güzel işlere imza atıp ülkemizde psikoloji alanına yaptığımız katkıdan dolayı gururluyuz. Sayısız insanın hayatına olumlu katkıda bulunduğumuz için mutluyuz. İçimize sinmeyen hiçbir işi yapmadığımız ve yaptığımız her işi azami titizlenerek yaptığımız için de huzurluyuz. Bu heyecan, enerji ve birikimle sizlerle buluşmak ve ortak çalışmalar yapmak, sizin hikayenize dahil olmak ve sizi hikayemize dahil etmek isteriz…Farklı ihtiyaçlara cevap verecek eğitim ve tecrübeye sahip geniş kadromuzla çocuklara, gençlere, aile ve yetişkinlere uzman kadromuzla yardım etmeye devam ediyoruz. Bunu yaparken de etik standartlardan asla taviz vermiyoruz…POEM, birçok kamu ve özel sektör kuruluşuyla aşağıdaki konularda çok sayıda seminer ve eğitim programı düzenleyerek, 10000 kişinin üzerinde bir kitleye daha huzurlu ve farkında bir hayat yaşamalarına katkı sağlamıştır.”* gibi ifadeler ile, sağlık alanına yönelik açıklayıcı bilgilere yer verilerek yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkilisağlık meslek mensuplarınca verilmesi gereken sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilerin, sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluş tarafından verilmesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; ayrıca, sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları tarafından dahi talepyaratıcı ve kendilerini övücü tanıtım yapılamaz iken, kuruluşun söz konusu internet siteleri aracılığıyla talep yaratmaya yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırıolduğu;

Ayrıca, [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Bireysel Psikoterapi, Aile ve Çift Psikoterapisi, Çocuk ve Ergen Psikoterapisi, Dil ve Konuşma Terapisi, Grup Terapisi” başlıkları altında yer alan “Randevu” formundaki terapist listesinde “Ekibimiz” başlığı altında yer almayan ve unvanları belli olmayan *“Fatıma Tuba Yaylacı, Gökhan Ergür, Murat Dinçer, Zeynep Tuba Akay, Tülin Poyraz Dinçer, Senem Eren, Ayşe Neziha Kılınç”* gibi isimlere yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.poempsikoloji.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.poempsikoloji.com) adresli internet sitesinin 31.05.2017 tarihli görünümünde;

-“Psikoterapi Nedir? Nasıl Yapılır?” başlığı altında; *“…POEM, bireylere Narrative Terapi, EMDR, Bilişsel Davranışçı Terapi, Varoluşçu Psikoterapi, Psikodinamik Psikoterapi ekollerini temel alarak hizmet sunmaktadır…”*,

-“Çocuk ve Ergen Psikoterapisi” başlığı altında; *“…Psikoterapi yöntemlerimizde temel aldığımız ekoller; Narrative Terapi, EMDR, Bilişsel Davranışçı Terapi, şema terapi, gestalt, psikodrama, Varoluşçu Psikoterapi, Psikodinamik Psikoterapi ekolleridir…”* ifadeleri ile “EMDR” yöntemiyle hizmet sunulduğunun ifade edildiği; ancak, EMDR adıyla bilimsel olarak kanıtlanmış, ilgilimevzuatta tıbbi işlem olarak tanımlanmış bir tedavi yönteminin bulunmadığı; dolayısıyla,hekim dahi olsa hiçbir kimsenin doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve tedavi yöntemihaline gelmemiş bir metodu hastalar üzerine uygulama yetkisinin bulunmadığı; dolayısıyla;söz konusu reklamlarda kullanılan ifade ile kuruluşta *“EMDR”* isimlibilimselliği kanıtlanmamış bir uygulamayla, *“psikoterapi”* hizmetinin sunulduğu izleniminin yaratıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 8, 10, 24 ve Ek 13 üncü maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Poem Sosyal Hizmetler Sağlık Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti. (Poem Psikoloji Organizasyon ve Eğitimleri Merkezi)** 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.

**26)**

**Dosya No: 2017/1143**

**Şikayet Edilen: Filiz Özgür ÇAVUŞ (Özel Dermart Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.11.2017 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“SCARLET S Fraksiyonel Radyofrekans; Mikroiğne ve radyofrekansın kombine etkisi ile cilt yenileme, sıkılaştırma, akne ve yara izlerinin giderilmesinde, minimum iyileşme süresi ile tek seansta fark edilir maksimum etki. Doğru seçilmiş cihazla ve bilinçli olarak uygulandığında, hem kadınlar hem erkeklerde istenmeyen tüylerin kalıcı olarak giderilmesinde en etkili ve konforlu medical bir yöntemdir. Enzim peeling özellikle melasma gibi derin yerleşimli lekelerin tedavisinde en etkili yöntemlerden biridir. Tedavi sonrası, cilt daha aydınlık, parlak ve lekelerden arınmış taze bir görünüme kavuşur…buğday tenli bireylerde başarılı sonuçlar vermekte ve yüksek oranda kalıcı…”*,

-“Lazer Epilasyon Nedir?” başlığı altında; *“…Lazer uygulamaları gelişen teknoloji ile hızla dünyamıza girmiş, etkili ışınlardır. Çok kuvvetli bir enerjiye sahip olan ışınlar, insan sağlığına zarar vermeyecek orana indirilerek sağlık ve güzellik sektöründe uygulanmaktadır. Bu işlemler özel aletler yardımıyla yapılmakta ve etkili sonuçlar doğurmaktadır…Günümüzde lazer epilasyon fiyatları son derece ekonomik düzeyde olmaktadır…Tedavi sırasında ağrı hissedilmemektedir, yeni teknoloji lazer cihazları ile çok fazla bir acı hissetmezsiniz…Lazer Epilasyon Hangi Bölgelerde Başarılı Olur?...hemen hemen tüm bölgelerde lazer istenmeyen tüyler için harika bir çözümdür…Günümüzde erkeklere lazer epilasyonda yaygın olarak ve başarıyla uygulanmaktadır…En etkili ve kalıcı tüylerden kurtulma yöntemi olarak bilinen lazer epilasyonun en uygun dönemi sonbahar ve kış ayları. Özellikle yeni çıkan cihazlarla çok daha kısa sürede sonuç alınabilir, en ince tüyler bile yok edilebilmektedir…Lazer ışınının yönlülüğü önemli avantaj sağlar. Bunlar; Düşük çaplı ışınlarda yüksek enerjiler oluşması, Mesafeye göre ışının açısının az değişmesi, Işının ortamda az miktarda dağılması, Odaklanmanın istenilen bölgelerde kolay oluşması…En İyi Lazer Epilasyon Cihazı: Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en konforlu, etkili, yan etki riski düşük ve ekonomik yöntemidir…Kaliteli bir cihazla yapılmışsa…Garantili Lazer Epilasyon Sonuçları…Kıllarda kalıcı azalma sağlama konusunda en başarılı yöntem olmakla birlikte, lazer epilasyonla kadınlarda ortalama %80 - %90, erkeklerde ortalama %70 - %80 oranlarında kalıcı azalma sağlanabilmektedir…bunlar da kısa süre içinde tamamen kaybolur. Doğru cilt bakımı ürünlerinin kullanılması veya kimyasal peeling leke etkisinin giderilmesini çabuklaştırır…ve etkili sonuçlar için mutlaka işlemlerin doktor tarafından…”*,

-“Lazer Epilasyon Avantajları” başlığı altında; *“Lazer Epilasyon Avantajları: Hastaların çoğunda kalıcı veya uzun dönemli epilasyon sağlar. Tekniğine uygun yapılırsa güvenilir, yan etki riski çok az olan bir yöntemdir. Bacak, sırt gibi geniş alanlarda kısa sürede uygulama olanağı sağlar. Göreceli olarak daha az ağrılı bir yöntemdir, hastaların çoğu tedaviye rahatlıkla uyum sağlar. Tekrar büyüme olsa bile oluşacak tüyler zayıf açık renkli kozmetik önemi zayıf tüyler şeklindedir. azer epilasyon hızlı bir yöntemdir 2-3 saatte vucuttaki tüm tüyler temizlenebilir. Cilt üzerine toksik yada allerjik bir yan etkisi(lazer epilasyonun yan etkileri) yoktur, cildi tahriş etmez, kalıcı yara izi bırakmaz, kanserojen olduğunu gösteren herhangi bir kanıt yoktur. Lazer epilasyon batık kılların ve kıl dönmelerinin en önemli tedavi yöntemidir. Cilt enfeksiyonu ve bulaşıcı hastalık riski yoktur. Alexandrıte Lazerın Avantajları: Alexandrite Lazer ile açık cilt tiplerinde başarılı sonuçlar elde edilir, Özellikle koyu kıllara etkisi mükemmeldir, Uygulaması son derece konforlu ve ağrısızdır, Kısa sürede geniş alanlara uygulanabilir ve özel bakım gerektirmez, Uygulama esnasında cihazın hiç bir parçası cilde temas etmez, dolayısıyla hijyen problemleri yaşanmaz, Yanık oluşma riski çok düşüktür, Tüm dünyada yaygın kullanımı ile elde edilen sonuçlar, Alexandrite lazer sisteminin etkinliğini* *kanıtlamıştır. Nd Yag Lazerin Avantajları: Nd Yag lazer ler tarafından üretilen 1064 Nm dalga boyundaki ışın melanin tarafından en az tutulur, dolayısıyla koyu renk ciltlerde yanık riski düşüktür. Uygulama esnasında cihazın hiç bir parçası cilde temas etmez, dolayısıyla hijyen problemleri yaşanmaz, Lazer ışınları daha derinde bulunan kıl köklerine rahatlıkla ulaşır, Kıl köklerini besleyen kılcal damarları hedef aldığı için açık renk tüylerde de etkili epilasyon sağlayabilir, Nd Yag lazer ile etkin bir şekilde varis ve kılcal damar tedavisi yapılabilir.”*,

-“Lazer Epilasyon Teknolojisi” başlığı altında; *“…lazer ile tedavileri daha başarılıdır…dalga boyları melanin tarafından kolayca emilir…uzun süreli veya sonsuza kadar kıl büyümesini engeller yeterli miktarda enerji uygulandığında kıl kökü tamamen yok edilir…melanin tarafından çok daha iyi emilirler…açık renk cilde sahip hastalarda başarılı sonuçlar sağlar…daha güvenilir uygulama sağlarlar…hastanın konforunu artırmak için…”*,

-“Lazer Epilasyon Seans Süreleri” başlığı altında; *“…etkin bir tedavi için gerekli lazer epilasyon sayısı…”*,

-“Lazer Epilasyon Nerede Yaptırılır?” başlığı altında; *“Lazer epilasyon ve diğer dermatolojik lazer tedavileri uzman kişilerce doğru uygulanmak kaydıyla güvenli ve etkili sonuçlar sağlarlar…tedavinin güvenliği ve etkinliği açısından önemlidir…”*,

-“Lazer Epilasyon Hakkında Gerçekler” başlığı altında; *“…Güvenilir ve belirli onayları almış üreticilerin cihazlarının…Genelde cilt tipine göre bayanlarda % 70- % 90, erkeklerde % 60 – % 80 oranında kalıcı epilasyon sağlanabilmektedir…Cilt tipine göre uygun cihazla uzman kişi tarafından yapıldığında güvenli bir yöntemdir…bireyler tedaviden daha iyi sonuç alır…iğneli epilasyon yöntemine göre çok daha kısa sürede ve konforlu uygulama imkanı verir…Bazı lazer cihazlarıyla sınırlı başarı sağlanabilmektedir…“Lazer epilasyon’da garantili sonuçlar” veya “lazer epilasyon’da 100% bitme garantisi”…kalıcı epilasyon başarı oranı kişiden kişiye değişebilmektedir…Diğer taraftan doğru uygulandığında mutlaka kalıcı veya uzun dönemli epilasyon ve hayat kalitesine olumlu etki sağlar…“Lazer epilasyon’da % 100 kalıcılık garantisi”…kalıcı epilasyon başarısı lazere göre düşüktür…Seçimler yapılırken parametreler kıl köklerine maximum etki edecek, aynı zamanda cilde zarar vermeyecek en optimum seviyede ayarlanmalıdır. En az seans sayısı ile en etkin sonucun elde edilmesi bu optimum seviyenin yakalanması ile mümkündür…Bayanlarda cilt ve kıl tipine göre kalıcı epilasyon başarısı % 70 – % 90, erkeklerde % 60 – % 80 aralıklarındadır…”*,

-“Lazer Epilasyon Cihazları” başlığı altında; *“Hangi Lazer Epilasyon Cihazı Daha Etkilidir?…Örneğin bir markaya ait Alexandrite lazer epilasyon cihazı yüz kıllarında yüksek başarı sağlarken, bacak kıllarında son derece başarılı başka bir marka cihaz bazı bireylerde yüz kıllarını termine ederek daha da arttırabilmektedir…tecrübe başarılı sonuçlar için çok önemlidir…koyu renk kıl yapısına sahip kişilerde çok etkilidir…kıl kökünü tahrip etmede çok başarılıdır…I – IV cilt tiplerinde başarılı sonuçlar veren Alexandrite lazerlerin…nispeten az ağrılı ve konforlu uygulama sağlar. Uygun cilt tipinde ehil kişilerce çalışılması halinde yanık/leke riski düşüktür ve sonuçları başarılıdır…etkin epilasyon sağlayabilmek için yüksek enerji…koyu tene sahip lazer epilasyon yaptırmak isteyen bireyler için en uygun alternatiftir. Bronz tene de güvenle işlem yapılabilir…varislerin giderilmesinde yaygın olarak başarılı bir şekilde kullanılır…Diode lazer ler de epilasyon da oldukça iyi sonuçlar verebilmektedir…kıl köklerinin derin yerleşimli olduğu bölgelerde oldukça başarılı sonuçlar verebilmektedir…Gücü lazer epilasyon cihazlarına göre daha azdır…teknoloji üreten dünyaca tanınmış marka cihazlarla başarılı sonuçlar alınabilmektedir…”*,

-“Lazer Epilasyon Yan Etkileri” başlığı altında; *“Lazerle epilasyon ehil kişilerce yapıldığı takdirde en konforlu, etkili ve güvenli kalıcı epilasyon yöntemidir…Lazerle epilasyon uygulamasının güvenilirliği, uzun dönem veya kalıcı epilasyon sağladığı…lazer epilasyonun yan etki riski çok düşüktür…”*,

-“Lazer Epilasyon Fiyatları-Fırsatları” başlığı altında; *“…Başarılı Lazer Epilasyon Sonuçları İçin Kaliteli Cihaz Şarttır: Kaliteli bir klinikte, kaliteli bir markanın cihazı ile, iyi bir uygulayıcı seansa hakkını vererek, size bir miktar nefes alacak zaman vererek…Tecrübeli, eğitimli…Botox ve dudak dolgusu gibi işlemlerde kaliteli materyal, Başarılı Lazer Epilasyon Sonuçları İçin Kaliteli Cihaz Şarttır…”*,

-“Lazer Epilasyon Sık Sorulan Sorular” başlığı altında; *“Lazer Epilasyon Güvenli Midir? Lazer epilasyon yöntemi ehil kişilerce yapıldığı takdirde etkili ve güvenli bir epilasyon yöntemidir…”*,

-“Lazer Kılcal Damar Tedavisi” başlığı altında; *“…başarılı klinik sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır…hasta için daha konforlu hale getirmek için…Bugüne kadar yapılmış araştırmalar lazerle damar tedavisi uygulamasının etkili ve güvenli olduğunu göstermiştir…sonra lazerle damar tedavisi yöntemi daha güvenli hale gelmiş ve başarılı sonuçlar elde edilebilmiştir…”*,

-“Lazerle Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…cilt lekesi tiplerine başarılı bir şekilde uygulanabilir…”*,

-“Lazerle Cilt Yenileme-Lazer Cilt Gençleştirme” başlığı altında; *“…Lazerle cilt gençleştirme işlemi sonucunda cilt yapısı ve görüntüsünde önemli bir gelişme sağlanır. Cilt daha genç, daha sağlıklı, lekelerden ve izlerden arınmış daha çekici ve duru bir görünüme kavuşur. Lazerle cilt yenileme işlemi ile cildin elastikiyeti artar ve kırışıklıklar önemli oranda azalır…Cilt Gençleştirme Ve Cilt Yenileme Amacıyla Kullanılan Lazerler…göz çevresindeki yaşlanma etkileri başarılı bir şekilde tedavi edilir…cilt üzerinde her hangi bir yara oluşturmadan başarılı bir şekilde giderilir ve cilt tonusu düzelir…hemen işine geri dönmesi gereken bireyler için çok uygun bir yöntemdir…lazerle cilt gençleştirme işlemi sonucunda iyileşme çok daha çabuk olur…dolayısıyla iyileşme süresi çok kısadır…”*,

-“Dolgu Enjeksiyonu Nedir?” başlığı altında; *“Hyakuronik asit 1996’dan beri dünya üzerinde 70 ülkede 2 milyondan fazla kişiye güvenle uygulanmıştır…Makyaj ile kolaylıkla kapatılabilecek hafiflikte olan morluklar görülebilir. Alerjik reaksiyonlar çok nadir görülürler…Hyaluronik asit kullanımı güvenli olup tedavi öncesi herhangi bir test uygulaması gerektirmemektedir…üz germe çok rahat tolere edilebilen bir tedavidir…”*,

-“Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“…bazı hatların belirginleştirilerek dudağa daha estetik bir görünüm verilmesi mümkündür…kısa sürede ve klinik şartlarda uygulanabilmekte, iyileşme süresi olmadan, en az yan etki riski ile dudakların görünümünde ciddi bir iyileşme sağlayabilmektedir. Dudak dolgusu işleminin başarılı olmasında en önemli etkenler kullanılan dolgu maddesinin kalitesi, belli onayları almış olması ve uygulayan hekimin sanatıdır…yüz yapısına uygun, estetik ve doğal bir görünüm elde etmek için…Dudak Dolgusu İle Hangi Estetik Kazanımlar Elde Edilebilir? Yapısal olarak ince olan dudaklara hacim kazandırılarak, dudaklar dolgunlaştırılabilir. Yaşla birlikte hacim kaybetmiş ve incelmiş dudaklara eski dolgunluğu kazandırılabilir. Dudak kontörü belirginleştirilip varsa sigaradan kaynaklı dikine kırışıklıklar giderilebilir…dudaklara daha estetik ve çekici bir görünüm* *kazandırılabilir…Dudaklar her bireyin karakteristik özelliklerini taşımaktadır ve kendi potansiyeli içinde daha dolgun, şekilli, genç ve estetik bir görünüme kavuşturulmaları mümkündür. Diğer ameliyatsız estetik uygulamalarda olduğu gibi dudak dolgusu işleminden sizi bambaşka birine dönüştürecek mucize sonuçlar beklenmemelidir…Önemli olan maksimum dolgun dudak yerine, kontürleri düzgün, filtrum çizgileri ve üst dudaktaki V şekli(Cupid’s Bow) belirli, pozitif bir görünüm sağlayan, yeterince kalın, çekici ve estetik dudaklara sahip olmaktır. Bunu sağlayacak olan doktorunuzun tecrübesi ve ustalığıdır…Kalıcı dolgu maddelerinin avantajı, dudak dolgusu işleminin tekrarlanmasına gerek olmamasıdır…Dudak Dolgusu Enjeksiyonların ağrısız ve konforlu yapılabilmesi için…Doğanın size verdiğinden daha dolgun, daha şekilli ve belirgin dudaklarınız olduğunu düşünün. Dudak dolgu materyalleri enjeksiyonu ile bunlar mümkündür…”*,

-“Yüz Dolgusu” başlığı altında; *“…sarkmalar başarılı bir şekilde giderilebilmektedir…Kısa süre içinde, ağrısı ve konforlu bir süreç içinde yapılan bir kaç enjeksiyon sonucunda yüz dolgusu işlemi ile genel yüz ifadesinin daha diri, dolgun, sağlıklı ve genç görünmesi sağlanabilmektedir. İşlemin iyileşme süresi yoktur, klinik çıkışında normal hayatınıza devam edebilirsiniz. Belli onayları almış kaliteli materyaller kullanılması ve işlemin konusunda uzman ve tecrübeli bir hekim tarafından yapılması halinde yan etki riski çok düşüktür…Dolgu maddeleri enjekte edildikleri bölgede cilde hacim kazandırmak suretiyle, daha dolgun, taze ve genç bir görünüm sağlamakta, bu arada kırışıklıklar, çizgiler ve çökük görüntüyü gidermektedir…Uygulaması göreceli kolaydır, yan etki riski düşüktür, işlem sonucu ortaya çıkan görüntü istendiğinde materyal ilave edilerek değiştirilebilir veya enjekte edilmiş madde nötrleştirilebilir…Yüz dolgusu kısa sürede yapılan ve kolaymış gibi görüne bir işlem olabilir. Diğer taraftan bilim ve sanatın birleşimidir ve iyi eğitim almış, bilinçli, uzman ve tecrübeli bir doktor tarafından uygulanması başarılı sonuçlar için önemlidir…ne miktarda enjekte edileceği başarılı sonuçlar ve doğal bir görünüm sağlanması açısından çok önemlidir…enjeksiyonların daha ağrısız tedavinin daha konforlu olması sağlanır…”*,

-“Ağrısız Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Ağrısız lazer epilasyon…bu etki zayıflatılarak hasta konforu sağlanabilir…yanık oluşturmadan başarılı bir şekilde lazer epilasyon yapılabilir…”*,

-“Batık Kıl” başlığı altında; *“…batık kıl sonucunun en iyi tedavi yöntemlerinden bir tanesi lazer epilasyondur…”*,

-“Kriyoterapi” başlığı altında; *“…Avantajları: Ciddi yaralanma ya da komplikasyon riski son derece düşüktür, Hızlı ve uygulanması kolaydır, Ucuzdur, Poliklinik şartlarında yapılabilir, Anestezi gerektirmez, İşlem sonrası normal yaşantıda değişiklik gerekmez, İşlem sonrası kanama riski son derece azdır.”*,

-“Metabolic Balance” başlığı altında; *“Metabolic Balance standart reçetelerle tariflenmiş diyetler yapmadan, zayıflamaya destek ürün ve ilaçlar kullanmadan, sağlığınızı koruyarak, açlık çekmeden kilonuzu düzenleyebileceğiniz, hayat kalitenizi ve enerjinizi ciddi şekilde arttıran kişiye özel oluşturulmuş bir beslenme programıdır…Metabolic Balance ‘ın Avantajları: Kişisel olarak oluşturulmuş beslenme planı her birey için uygun besinleri içermektedir. Çok kısa süre içinde hızlı bir kilo kaybı görülür ve bunun kişiler üzerinde çok yüksek motivasyon etkisi vardır. Sıkı kontrol sürecinde neyi ne kadar yemeniz gerektiği çok hassas bir şekilde belirlenmiştir. Tüketilecek gıdalar listesinde çok çeşitli alternatifler bulunmaktadır. Miktarlara tam uyulduğunda en az 5 saat olması gereken öğün aralarında açlık* *hissedilmez ve halsizlik yaşanmaz. Tam tersi kişiler kendini daha enerjik hisseder. Psikolojik faktörlerin yeme alışkanlığı ve kilo kontrolünde ne kadar etkili olduğunun farkına varılmasını sağlar ve bireylerin bilinç düzeyini yükseltir. Kişisel danışmanlık hizmeti programın hayata geçirilmesi konusunda önemli bir destektir. Belli bir yiyecek grubunun tamamını yasaklamaz.*  
*Çok çeşitli ve işlenmemiş gıdaların tüketilmesini teşvik eder. Yeni tatlar keşfetmenizi sağlar.*  
*Kandaki glukoz seviyesinin düzenlenmesine yardımcıdır.”*,

-“Mezoterapi Nedir?” başlığı altında; *“…Başarı oranı yüksek olan uygulama mutlaka uzman hekimler tarafından yapılmalıdır…Mezoterapinin Avantajları Nelerdir?...sistemik bir yan etkiye neden olmaksızın problem çözülür. Bu yolla tedaviden maksimum fayda elde edilir…”*,

-“Bölgesel Zayıflama Nedir?” başlığı altında; *“…Başarılı bir uygulama sonucunda işlem yapılan bölgenin inceldiği ve vücut çevresinin azaldığı gözlenir…ile rahatlıkla enerjiye dönüştürülebilir…bölgesel zayıflama tedavisi daha kısa sürede istenen sonuçların alınmasına ciddi katkı sağlayacaktır…Bu yöntemler bireylerin ihtiyaçlarına göre tek başlarına kullanılabildikleri gibi daha hızlı ve etkili bir tedavi için kombine de edilebilir…”*,

-“Green Peel” başlığı altında; *“…Green Peel zararlı yan etkilerden uzak bir cilt soyma metodu olarak kabul görmektedir…Green Peel’in etkinliği daha da arttırılmıştır…Neden Green Peel? Doğaldır, bitki ve çeşitli otlardan üretilmiştir. Doktorlar grubu tarafından geliştirilmiştir. İstenmeyen yan etkiler minimuma indirilmiştir. Zararlı kimyasal maddeler ve sentetik aşındırıcılar içermez. Göze kaçsa bile zarar vermez. Vakaların çoğunda 5 günde gözle görülür olumlu sonuçlar verir. Ciltte skar oluşturmaz, iş ve zaman kaybına neden olmaz…cildin gözle görülür bir şekilde canlanması, yenilenmesine yardımcı olur…Green Peel Yönteminin Başarıyla Uygulandığı Durumlar…Cilt problemlerden arınmış, daha sağlıklı, parlak ve duru bir görünüm kazanmış olur…toksinler ciltten hızlı bir şekilde uzaklaşır…Cilt daha gergin bir hal alarak kırışıklıklarda bir miktar azalma olur…”*,

-“Scarlet” başlığı altında; *“…benzerlerine göre daha ağrısız ve güvenlidir…”*,

-“Mezolift” başlığı altında; *“…Günümüzde, geçen zamanın ve güneşin cildimizde oluşturduğu izlerden kurtulmak için pek çok gelişmiş teknolojilerden faydalanmak mümkündür. Ciltteki kırışıklık ve gevşemelerde kullanılan mezolift, bu yöntemlerin en doğal ve pratik olanlarındandır…düzenli olarak mezolift uygulaması, cildin olduğundan daha genç, canlı ve sağlıklı görünmesini sağlar. Mezoliftin Avantajları Nelerdir? Anti-aging özellikteki mineral, vitamin ve bazı yapısal elemanların vücuda sistemik yolla verilmekten çok, özellikle yaşlanmanın en çok belirginleştiği bölgelere mezoterapi yoluyla uygulanması hem uygulanan ilaçların asıl gerekli olan bölgedeki etkinliğini artıracak, hem de diğer organların gereksiz yere yorulmalarını engelleyecektir…”*,

-“Prp ile Cilt Yenileme” başlığı altında; *“…bu nedenle PRP güvenilir bir uygulamadır…P.R.P Yönteminin Avantajları Nelerdir? Diğer yöntemlerle sağlanan olumlu sonuçlar belli bir süre devam eder, ancak PRP’nin olumlu sonuçları tamamen uygulanan kişiye aittir kaybolmaz…”*,

-“Cilt Yenileme” başlığı altında; *“…Cilt gençleştirme konusuna ilgili pek çok adayın yukarıda bahsi geçen sebeplerden dolayı cerrahi girişimleri tercih etmemesi sonucu cerrahi olmayan, iyileşme sürecinin daha kısa olduğu veya hiç olmadığı lazerle cilt yenileme ve lazerle cilt gençleştirme teknikleri geliştirilmiş ve son yıllarda giderek popülerliği artmıştır. Ameliyat* *risklerini almadan cildin sıkılaştırılması, kırışıklıkların giderilmesi ve yerçekimi etkisi ile ciltte oluşan sarkmaların toparlanması çeşitli dokularda muazzam değişiklikler yapabilen lazer ile cilt gençleştirme teknolojileri ile mümkün olabilmektedir…Cilt daha genç, daha sağlıklı, lekelerden ve izlerden arınmış daha temiz ve duru bir görünüme kavuşur…yaşlanma etkileri başarılı bir şekilde tedavi edilebilir…herhangi bir yara oluşturmadan başarılı bir şekilde…uygulanan lazerle cilt gençleştirme işlemi sonucunda iyileşme çok daha çabuk olur…dolayısıyla iyileşme süreci çok kısadır…”*,

-“Peeling” başlığı altında; *“…canlılığının sağlanmasında oldukça etkilidir. İnce kırışıklıkları ortadan kaldırdığı gibi bazı yüzeysel cilt lekelerinin ve çok yüzeysel akne izlerinin tedavisinde etkili olur…bu yöntem ile oldukça başarılı şekilde tedavi edilir…diğer kimyasal peeling yöntemlerine göre çok daha etkilidir ve etkisi uzun süre devam eder…”*,

-“Enzim Peeling” başlığı altında; *“…lekelerin tedavisinde etkili yöntemlerden biridir…Cosmelan deride bulunan melanin miktarını azaltarak pigmentasyonu baskılayan etkin bir leke tedavisi ajanıdır…bundan kaynaklanan lekelerin etkin tedavisi sağlanır…Leke tedavisinde en iyi sonuçları alabilmek için…Cosmelan uygulanan adayların çok büyük bir çoğunluğunda koyu lekeler 4-6 hafta içinde tamamen kaybolur…Cosmelanın Avantajları Nelerdir? Melasma lekeleri tedavisinde çok etkilidir, Cholasma lekeleri tedavisinde çok etkilidir, Uygulana invaziv değildir ve ağrısızdır, Çok kısa sürede sonuç alınır, Hassas ciltlerde dahil olmak üzere her türlü cilt tipine uygulanabilir, Çok hafifi cilt soyucu etken madde içerir dolayısıyla yan etkileri minimal seviyededir, Yılın her mevsiminde uygulanabilir, Akne izleri ve ciltteki lekeli görünüm üzerinde etkilidir, Cilde zarar verecek hiç bir kimyasal içermez, Leke tedavisinde çok etkili ve güvenlidir…Vakaların büyük bir çoğunluğunda lekelerin % 95 oranında tedavi edilebildiği bildirilmiştir.Cosmelan ile leke tedavisi programına başladıktan sadece 1 hafta sonra kullanıcılar cilt renginde, tonunda yapısında fark edilir ciddi gelişmeler gözlenir. 3-6 hafta içinde ise cilt tamamen aydınlık ve sağlıklı bir görüntüye kavuşur…Cosmelan ile leke tedavisi diğer peeling yöntemlerine göre daha ağrısızdır…Yılın herhangi bir zamanında mevsimden bağımsız Cosmelan leke tedavisi programı rahatlıkla uygulanabilir…”*,

-“Akne ve Sivilce İzi” başlığı altında; *“…fraksiyonel gibi farklı lazer sistemleri etkin bir şekilde kullanılmaktadır…Bu cihazlarla açık renk cilt tiplerinde başarılı sonuçlar alınırken…Er Yag lazerler daha kontrollü bir cilt soyma işlemi sağlarlar…En yeni teknolojiye sahip cihazlardır…Bu sebeple hem etkin lazerle sivilce tedavisi sonuçları alabilmek hem de iyileşme sürecini çok daha hızlı hale getirmek amacıyla fraksiyonel lazerler geliştirilmiştir…lazerle akne izi tedavisi işlemi sonucunda iyileşme çok daha çabuk olur…bu yöntemin en önemli avantajlarından biri lazer ışınlarının çok daha derinlere gönderilebilmesidir…Non ablative lazerler sivilce izi tedavisinde daha etkili sonuçlar için kimyasal soyucularla birlikte kombine olarak kullanılabilirler…Lazerle Akne İzi Tedavisi ‘nin Avantajları…Orta ve derin akne izleri tedavisinde bu avantajı ile kimyasal soyucular ve dermabrazyona göre daha ön plana çıkar…Özellikle fraksiyonel Er Yag cihazların iyileşme süreci çok hızlıdır. Akne izleri çok yüzeyselse ve fibroz değil ise tek bir seansta çok etkili sonuçlar alınabilir…”*,

-“Lazer Peeling” başlığı altında; *“…cilt kalitesinin yükseltilmesinde en etkili yöntemlerden biridir…Derin çalışılması halinde daha iyi sonuçlar alınabilecek…Cilt yüzeyinde yeni oluşan sağlıklı ve taze hücreler cildinize daha aydınlık ve genç bir görünüm sağlar…Lazer peeling klasik plastik cerrahi ameliyatları sonrası sonuçların daha da iyileştirilmesi için operasyonlarla kombine olarak da kullanılabilir…tek seansta oldukça iyi sonuçlar alınabilir…etkin sonuç için bir kaç seans gerekir…Daha sonra günlük aktivitelere rahatlıkla devam edilebilir…”*,

-“Fraksiyonel Lazer” başlığı altında; *“…lazer tedavisi cildin genel yapısında iyileşme sağlamak amacıyla kullanılan konforlu ve çok hızlı iyileşme süreci olan bir lazer prosedürüdür…Akne izleri tedavisi ve kırışıklıkların giderilmesinde etkilidir…Tahrip edilmeyen bu dokular iyileşme sürecinin çok hızlı olmasını sağlamaktadır…Bunun sonucunda akne izlerinin belirginliği azalmakta, kırışıklıklar giderilmekte, gözenekler sıkışmakta, cilt daha canlı ve genç bir görünüm kazanmaktadır…skar oluşma riski göreceli olarak daha az olduğu için güvenle kullanılabilirler…daha etkin sonuçlar için kombine edilebilir. Çok etkili bir antiaging yöntemidir…tek seansta başarılı sonuçlar alınabilir…daha etkin sonuçlar verecektir…Fraksiyonel lazer normal ablative lazerlere göre çok daha az ağrılıdır…”*,

-“Forever Young BBL” başlığı altında; *“…Cildin daha gergin ve diri görünmesini sağlamakla birlikte cilt kalitesini arttırır, kırışıklıkların ve renk düzensizliklerinin giderilmesini sağlar…Cilt gençleştirme amacıyla kullanılan diğer yöntemler gibi önce cildi hasarlayıp daha sonra yeni dokular oluşma prensibinin ötesinde bir etkiye sahiptir. Gen yapılarının değişmesi nedeniyle etkisi çok uzun süre kalıcıdır. Forever Young Bbl in Avantajları: İyileşme süresi yoktur, hastalar uygulamadan hemen sonar günlük hayatına devam edebilir. Sonuçlar hemen uygulama sonrası fark edilebilir. Sonuçlar hemen uygulama sonrası fark edilebilir. Sonuçları uzun sure kalıcıdır. 10 yıl ve üzerinde tedavi edilmiş hastalar üzerinde yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Tedavi süresi kısadır. Tüm yüz seans süresi 15 – 20 dakikadır. Tüm vücut bölgelerinde etkilidir. Yüz, boyun, göğüs, kollar ve ellerde kullanılabilir.”*,

-“Botoks Nedir?” başlığı altında; *“…Botox enjeksiyonu 30 – 60 dakika gibi kısa bir sürede muayenehane ortamında yapılabilir. Hiç bir ön hazırlığa gerek yoktur, aşı kıvamında çok az bir ağrı hissedilir, iyileşme süresi yoktur. 24 saat içinde etkisi görünmeye başlar, 48 saatte gençleştirici etkisi rahatlıkla fark edilir. Özellikle yüzün üst kısmında kırışıklıklarda çok etkilidir, bireye daha genç, daha huzurlu bir yüz ifadesi kazandırır. Yan etki riski bilinçli yapıldığında yok denecek kadar azdır. Detaylı bir makyajdan daha kısa sürede uygulanan işlem 4-6 ay boyunca ameliyat performansına yakın bir sonuç sağlar…ağrı hissini azaltmak konforlu bir seans sağlamak amacıyla cilde topikal bir anestezik uygulanır…rahat bir seans geçirmek için…24 saat sonra rahatlıkla makyaj yapılabilir…Botox Etkisini Kısa Süre İçinde Gösterir. İşlemin etkisi 24 saat içinde fark edilmeye başlanır… Botox Yan Etki Riski Düşük Bir İşlemdir: İşinin ehli, ne yaptığını bilen tecrübeli bir doktor tarafından belli onayları almış maddeler kullanılarak yapılması halinde yan etki riski çok düşük bir işlemdir…”*,

-“Aşırı Terleme Tedavisi” başlığı altında; *“…Botoks, terleme probleminde mükemmel sonuç veren bir tedavi yaklaşımıdır.”*,

-“Botoks Maddeleri – Taklit Botoks” başlığı altında; *“…30 – 60 dakika gibi kısa bir sürede uygulanabilmesi, hiç bir ön hazırlığa ihtiyaç duyulmaması, ağrı ve iyileşme süresi olmaması, hemen etkisini göstermesi, bireylere daha genç bir görünün, daha huzurlu bir yüz ifadesi kazandırması, bunun yanında doğru uygulandığında yan etki riskinin yok denecek kadar az olması botoks ‘un hızla yayılmasının nedenleridir. Detaylı bir makyajdan dahi kısa sürede uygulanan ve ciddi bir süre estetik ameliyat performansı sağlayan botoks enjeksiyonu…otoks işleminin beklentiyi karşılaması, doğallığı bozmadan genç ve huzurlu bir görünüm kazandırması uygulayıcı doktorun bilgisi, tecrübesi, becerisi ve gösterdiği özenle yakından ilgilidir…”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile doktorların uygulaması gereken tıbbi işlemlerin üstünlükleri, etkileri ve sonuçları hakkında tanıtımlara ve tedavi yöntemlerine ilişkin bilgilere yer verildiği, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 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 **Filiz Özgür ÇAVUŞ (Özel Dermart Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2017/1281**

**Şikayet Edilen: Nejla GÜNEY (Epilady Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kirikkaleepilazer.com](http://www.kirikkaleepilazer.com) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; *“Gençlik Aşısı, İple Yüz Germe Uygulaması, Mezoterapi, Botox, Lazer Epilasyonun Faydaları Nelerdir, IPL ile Lazer Farkı Nedir, Lazer Epilasyon Nedir, Lazer Epilasyonun Avantajları Dezavantaj ve Yan Etkileri”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “*Kırıkkale Epilasyon ve 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 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 “Kırıkkale Epilasyon ve 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.kirikkaleepilazer.com](http://www.kirikkaleepilazer.com) adresli internet sitesinin 07.11.2017 tarihli görünümünde; “*Gençlik Aşısı, İple Yüz Germe Uygulaması, Mezoterapi, Botox, Lazer Epilasyonun Faydaları Nelerdir, IPL ile Lazer Farkı Nedir, Lazer Epilasyon Nedir, Lazer Epilasyonun Avantajları Dezavantaj ve Yan Etkileri”* 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2017/1316**

**Şikayet Edilen: Nm Estetik Saç Tasarım Danışmanlık Güzellik Salonu Med. Dış Tic. Ltd. Şti. (So Estetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.soestetik.com](http://www.soestetik.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.soestetik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde; *“İple Yüz Germe, Hibrit Epilasyon, Saç Ekimi, Fut Yöntemi, Fue Yöntemi, Estetik Plastik Cerrahi, Yüz Estetiği, Burun Ameliyatı, Kulak Estetiği, Dolgu, Nazolabial Dolgu, Ben Aldırma, Prp, Dermoterapi, Kılcal Damar (Varis Yok Etme), Ameliyatsız Popo Estetiği, Ameliyatsız Meme Estetiği, Leke Giderme, Akupunktur, Beslenme Danışmanlığı, Skolyoz, Göz Kapağı Estetiği, Kaş Kaldırma Estetiği, Boyun Estetiği, Meme Estetiği, Göğüs Büyütme, Göğüs Dikleştirme, Göğüs Küçültme, Erkek Meme Küçültme, Karın Estetiği, Bacak Estetiği, Yağ Aldırma, Medikal Estetik, Btx, Dolgu, Yanak Dolgusu, Işık Dolgusu, Dudak Dolgusu”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“So Estetik”* kullanıcı isimli sayfanın 29.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Fue Saç Ekim Yöntemi, Botoks, İple Yüz Germe, Kırışıklık Tedavisi, Dudak Dolgusu, Lazerle Leke Tedavisi, Liposuction”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgiler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği;

[www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“soestetik”* kullanıcı isimli sayfanın 29.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Saç Ekimi, Botoks, Ameliyatsız Yüz Germe, Kırışıklık Tedavisi, Dudak Dolgusu, Lazerle Leke Tedavisi, Liposuction”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgiler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “So Estetik” 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 sitelerinde; kuruluşun isminin **“So Estetik”** olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili olduğu ve 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 sitelerinde, 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, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nm Estetik Saç Tasarım Danışmanlık Güzellik Salonu Med. Dış Tic. Ltd. Şti. (So Estetik)** 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.

**29)**

**Dosya No: 2017/1336**

**Şikayet Edilen: Aytaç KARADUT (Aestimed Hair Transplant)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Saç ekiminde kullanılan teknolojide Fue saç ekimi yöntemi tam anlamıyla zirve yapmıştır…bu nedenle en iyi yöntem nakil işlemidir…fue tekniği ile yapılan nakil sayesinde daha estetik bir görünüme kavuşmak mümkündür…11 yıllık deneyim aestimed olarak garntili yüksek kalitede ve başarıda ekimler gerçekleştirmekteyiz, yurt dışı ve yurt içi olmak üzere bir çok hastamıza etik ve hasta hakları çerçevesinde hizmet vermekteyiz. 11+ yıllık deneyim, 6000+ mutlu hasta, 7100+ saç ekimi, 100+ başarılı operasyon. Deneyimli doktorlar, güler yüzlü hizmet”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“Aestimed misafirleri için saç ekimi ve estetik hizmetlerini seçkin ve yetenekli doktorlarla buluşturan uluslararası bir danışmanlık şirketidir…”*,

-“Fue Teknolojisi ile Saç Ekimi” başlığı altında; *“Saç ekiminde kullanılan teknolojide fur-e saç ekimi yöntemi, tam anlamı ile zirve yapmıştır…saç ekiminde minimal invaziv (çok az hasar yapan) yöntem fue saç ekimidir ve eski yöntemlerle kıyaslanamayacak kadar az doku hasarı ve buna bağlı iş gücü kaybına sebep olmaktadır. Fue saç ekimi yöntemi diğer saç ekimi teknikleri gibi bir ameliyat değildir ve ameliyata bağlı ağrı, yara, enfeksiyon, kanama, yara açılması, yara izi gibi genel ameliyat risklerini taşımaz…saça doğala en yakın görünümü kazandırmaktadır. Saç ekimi uzmanlarına göre Fue saç ekiminin Fut saç ekiminin en önemli farklarından biride saç ekimi açısının saç ekimi uzmanının elinde olmasıdır.”*,

-“Kaş Ekimi” başlığı altında; *“…estetik ünitemizde yapılan deneyimlerimizde en iyi sonucu…operasyon 30 dakika gibi kısa bir zamanda sonuçlandırılabilir…400 ila 700 arası greft ekilerek tatmin eden sonuçlara ulaşılır…kaş ekimi yaptırdığım anlaşılır mı sorusuna cevap olarak hastayı 1 ay sonra gören kişi kaş ekimi yaptığını herhangi bir şekilde fark edemeyecek doğal görünüme sahip olabilmektedir.”*,

-“Sakal Ekimi” başlığı altında; *“…bu nedenle en iyi yöntem nakil işlemidir…fue tekniği ile yapılan nakil sayesinde daha estetik bir görünüme kavuşmak mümkündür…yoğun sakal sebebiyle güzel görünmeyen bu alanlardan kök alımı alanda kalıcı epilasyon sağladığı için ayrı bir avantaj sağlamaktadır…”*,

-“Sıkça Sorulan Sorular” başlığı altında; *“…fue yöntemiyle yapılan işlemler sonucunda saçınız tamamıyla doğal bir görünüm alır…hastanemizde saç ekimine özel donanımlı operasyon odaları mevcuttur…fue tekniğinin farkı hızlı doku çıkarmanın yanında ince olması iyileşmeyi hızlandırmasıdır…ekilen saçlar garantilidir”* gibi ifadelere 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,

Diğer taraftan; sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bu bağlamda; ilgili mevzuatta sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği belirtilirken kuruluşun sağlık alanıyla ilgili bir bilgilendirme faaliyeti içerisine girmesinin; ayrıca, sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep yaratıcı tanıtım yapılamaz iken, *“Sağlık Turizmi”* alanında faaliyet gösteren kuruluşun tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı beyanlarda bulunmasının ilgilimevzuata aykırılık teşkil ettiği; bununla birlikte, inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırılarak benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtıların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanununun 45 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aytaç KARADUT (Aestimed Hair Transplant)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2017/1421**

**Şikayet Edilen: Kaplan Group San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eczanemizde.com.tr](http://www.eczanemizde.com.tr) 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;

-“Viaxi Forvette Naural For Men 2'li Kapsül” başlıklı üründe; *“…tamamen bitkisel bileşenler; stek ve şehvetinizi birleştirmeye, gün içerisindeki stres ve yorgunluğu gidermeye ve ayrıca gün boyu enerjik ve aktif olmanıza destek olacaktır…”*,

-“Empoxin DK Kapsül 60 Adet” başlığı altında; *“…doğal bitki özleri ve vitamin karışımından oluşan, afrodizyak etkili fonksiyonel bir gıda takviyesidir…”*,

-“DDF Erase Eye Gel” başlıklı üründe; *“…gözaltı morluk ve torbalanmalarını gidermeye yardımcı olur…”*,

-“OHTpeptide 3 Yeniden Yapılandırıcı Serum 30 ml” başlıklı üründe; *“…cildin üstteki sorunlu kısmını soyarak atar ve alttan yeni hücrelerin yapılanmasını sağlar. İleri dönemde cildin destek dokusunu arttırır…diğer gözle görünür kusurların düzeltilmesini hedefleyen, tahriş etmeyen serum formudur...lekeleri gidermeye yardımcı olur. Genişlemiş gözenek, ince çizgi ve kırışıklık gibi kusurları gözle görülür biçimde azaltır”*,

-“Omron CompAIR NE-C29-E Kompresörlü Nebulizatör” başlıklı üründe; *“CompAIR Pro hastane ve ev kullanımı için uygundr. Geniş kit saklama bölgesine sahiptir. Ayrıca Nebulizer kitini koymak dik tutmak için özel bölüm vardır. Omron kalitesi ile uzun garanti süresi. Hastane ve evde solunum terapi ihtiyaç için uygun seçimdir. Kullanımı ve bakımı kolaydır.”*,

-“Omron CompAIR Elite NE-C30-E Kompresörlü Nebulizatör” başlıklı üründe; *“Omron'dan, her zaman istediğiniz yere birlikte götürebileceğiniz eşsiz nebulizatör. En küçük kompresör nebulizatör eşsiz düşük akım teknolojisine sahip. Yeni Omron nebulizatör ile seyahate çıkabilir ve çantanızda ihtiyaç olduğu zaman kullanabileceğiniz en küçük Omron nebulizatör cihazını da götürebilirsiniz. CompAIR Elite, evde, ofisinizde, seyahatinizde kullanabileceğiniz nebulizatördür. Opsiyonel şarj edilebilir pil paketi ile, arabanızda, karavanda, tren veya uçakta seyahat ettiğiniz zaman kullanabilirsiniz. Gerçek taşınabilir küçük nebulizatör”* gibi ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; firmaya ait internet sitesinin alan adında “*eczane*” ibaresine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 18.10.2017 tarihli görünümünde örnek olarak;

-“Viaxi Forvette Naural For Men 2'li Kapsül” başlıklı üründe; *“…tamamen bitkisel bileşenler; stek ve şehvetinizi birleştirmeye, gün içerisindeki stres ve yorgunluğu gidermeye ve ayrıca gün boyu enerjik ve aktif olmanıza destek olacaktır…”*,

-“Empoxin DK Kapsül 60 Adet” başlığı altında; *“…doğal bitki özleri ve vitamin karışımından oluşan, afrodizyak etkili fonksiyonel bir gıda takviyesidir…”* 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;

-“DDF Erase Eye Gel” başlıklı üründe; *“…gözaltı morluk ve torbalanmalarını gidermeye yardımcı olur…”*,

-“OHTpeptide 3 Yeniden Yapılandırıcı Serum 30 ml” başlıklı üründe; *“…cildin üstteki sorunlu kısmını soyarak atar ve alttan yeni hücrelerin yapılanmasını sağlar. İleri dönemde cildin destek dokusunu arttırır…diğer gözle görünür kusurların düzeltilmesini hedefleyen, tahriş etmeyen serum formudur...lekeleri gidermeye yardımcı olur. Genişlemiş gözenek, ince çizgi ve kırışıklık gibi kusurları gözle görülür biçimde azaltır”* 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;

-“Omron CompAIR NE-C29-E Kompresörlü Nebulizatör” başlıklı üründe; *“CompAIR Pro hastane ve ev kullanımı için uygundr. Geniş kit saklama bölgesine sahiptir. Ayrıca Nebulizer kitini koymak dik tutmak için özel bölüm vardır. Omron kalitesi ile uzun garanti süresi. Hastane ve evde solunum terapi ihtiyaç için uygun seçimdir. Kullanımı ve bakımı kolaydır.”*,

-“Omron CompAIR Elite NE-C30-E Kompresörlü Nebulizatör” başlıklı üründe; *“Omron'dan, her zaman istediğiniz yere birlikte götürebileceğiniz eşsiz nebulizatör. En küçük kompresör nebulizatör eşsiz düşük akım teknolojisine sahip. Yeni Omron nebulizatör ile seyahate çıkabilir ve çantanızda ihtiyaç olduğu zaman kullanabileceğiniz en küçük Omron nebulizatör cihazını da götürebilirsiniz. CompAIR Elite, evde, ofisinizde, seyahatinizde kullanabileceğiniz nebulizatördür. Opsiyonel şarj edilebilir pil paketi ile, arabanızda, karavanda, tren veya uçakta seyahat ettiğiniz zaman kullanabilirsiniz.Gerçek taşınabilir küçük nebulizatör”* gibi ifadelere yer verilerek “Solunum Cihazları” 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 Kanunun 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 Kanununun 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kaplan Group 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.

**31)**

**Dosya No: 2017/1846**

**Şikayet Edilen: Müzeyyen GEYİK (Alya Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Alya Güzellik Salonu”* kullanıcı isimli sayfanın 08.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Kimyasal Peeling”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere 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 gerçekleştirilmesinin 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 hariç**tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon vedepilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Kimyasal Peeling”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

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

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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2017/2604**

**Şikayet Edilen: Mustafa Eyüp ÇELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.doctorcelik.com](http://www.doctorcelik.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.doctorcelik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.doctorcelik.com) adresli internet sitesinin 25.01.2018 tarihli görünümünde;

- “Hakkımızda” başlığı altında; *“...Halen gelişime açık olup diş hekimliği alanındaki birçok gelişmeyi dünya çapında yakınen takip edip, gerekli çalışmalar yapılarak bu çalışmaların güvenilebilirliği doğrultusunda klinikte hastalara bu hizmet verilmektedir...”*,

***-*** *“*Konzervatif Tedavi” başlığı altında; *“...Bunların tedavisi tek seansta 20 dakikalık bir işlemle kliniğimizde yapılmaktadır...kişinin kendi diş yapısı ve rengini bire bir taklit edecek şekilde üretilmiş estetik dolgu metaryelleridir...Tedavisi yine 15 dk gibi kısa sürede tek seansta tamamlanmaktadır.”,*

- “Ortodonti” başlığı altında; *“...Günümüzde diş hekimliğinde teknolojinin de ilerlemesi ile tel tedavisine alternatif olarak şeffaf plaklarla yapılan invisalign tedavisiyle, tellerin oluşturduğu görünümünden estetik olarak memnun olmayan hastalarda alternatif tedavi olarak kullanılmaktadır...gayet başarılı sonuçlar alınmaktadır...”,*

- “İmplant Tedavisi” başlığı altında*; “...sağlık açısından her hangi bir zararı yoktur…o bölgede daha önce kaybedilmiş fonksiyon ve estetik tekrardan kazanılmış olunur.Günümüzde bir çok kişi implantların komplike ve ağrılı bir tedavi süreci olduğunu düşünmektedir fakat bu tamamıyla yanlış bir bilgidir...15 dakika gibi kısa bir süreçte ilgili bölgedeki kemik içerisine...Tüm bu süreçlerde herhangi bir ağrı söz konusu değildir...Dental implantlar köprüye göre daha estetik ve daha hijyenik bir tedavi yöntemidir.”,*

- “Diş Beyazlatma” başlığı altında; *“...hastalar beyaz gülüşlere sahip olmaktadır...beyaz dişlere kavuşmaktadır...”,*

- “Onley-Inley Porselen Dolgular” başlığı altında; *“...Porselen dolgular kompozit dolgu materyaline göre daha sağlam ve dayanıklıdır...kompozit dolgularla restore edilemeyecek vakalarda son derece kullanışlı ve sağlamdır...”,*

- “Pembe Estetik” başlığı altında; *“...İşlem olarak lokal anestezi ile tek seansta 15 dakika gibi kısa sürede ağrısız ve kanamasız olarak yapılmaktadır. Tedavi sonrası hastalar gayet konforlu bir şekilde günlük yaşantılarına devam edebilmektedirler...”,*

- “Lamina Venerler” başlığı altında; *“...Peki günümüz diş hekimliğinde güzel bir gülüşe nasıl sahip olabilirsiniz...Estetik beklentilerin artması ile birlikte diş hekimliğinde de gülüş tasarımı ile ilgili yapılan işlemlerde lamina venerlerin popülerliği artmış bulunmaktadır. Lamina venerler ile tek dişe bağlı estetik kaygıları giderebildiği gibi gülüş hattına giren tüm dişlere de uygulanarak yeni bir gülüşe ve dinamizme sahip olabilirsiniz...Böylece daha sağlam ve dayanıklı yapı elde edilmiş olunur. Lamina venerler ile birlikte toplamda 2 seans ve 1 hafta gibi kısa bir sürede hastalarımıza yeni bir gülüş kazandırıyoruz...Bu sayede dişler üzerinde aşındırma, kesme, anestezi işlemi dahi uygulanılmadan gayet konforlu bir şekilde güzel bir gülüşe sahip oluyorsunuz. Güzel bir gülüş her zaman tüm ilişkilerinizde güçlü bir araçtır. Unutmayınız ki gülmek ilişkilerinizi güçlendirir. İnsanları birbirine daha yakın hale getirir, samimiyet yaratır ve duygular yükselirken özellikle çatışmayı yönetmek ve gerginliği azaltmak için güçlü bir araçtır.”* gibi ifadeler ile,

- “*Konzervatif Tedavi, Diş Beyazlatma, Pembe Estetik*” başlıkları altında; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.greenpearl.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “Doctorcelik” kullanıcı isimli sayfanın 25.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“...Estetik bir bütündür. Güzel bir gülüş elde etmek için bazen güzel dişlerin yanı sıra güzel şekillendirilmiş formlarda bir diş etine ve dudak pozisyonlandırılmasına ihtiyaç vardır. Bu yüzden tüm vakalarımda yüzü bir bütün olarak ele alıp değerlendirip, en iyi sonuç için elimden gelenin en iyisini ortaya çıkarmaya çalışıyorum, en güzel yanı ise bu yapım aşamasında bende oluşan heyecan ve yapılan işlemin bitim seansında hastamın mutluluğu ve memnuniyetini onlarla paylaşmak, Tıpkı bugün tamamladığım bu vakamda oladuğu gibi...Kapanış bozukluğu ve renk şikayeti olan dişlerin lamina venerler ile düzeltilmesi, bu değişim hakkında ne düşünüyorsunuz...ay önce bitirdiğim bitim fotoğrafını kontrol seansında alabildiğim hastamın Laminaların doğallığı hakkında ne düşünüyorsunuz ...Şehir dışından gelen ve doğal bir gülüş isteyen hastama uyguladığım üst ön çenede 7 adet lamina veneer ve diğer dişlere bleaching beyazlatma uygulanarak 2017 yylının ilk bitim vakam...Daha önce başka bir klinikte, üst çeneye yapılan 10 adet lamine venerinden memnun olmayan hastamın gecen yıl haziran ayında yeniden yaptığım ve dün geldiğinde 6 aylık kontrolünde aldığım resmi ile karşılaştırması...”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere;

[www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.greenpearl.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “doctorcelik” kullanıcı isimli sayfanın 25.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“...24 adet lamina venerle daha çekici bir gülüş...biraz pembe estetik ile diş etlerine şekil verip birde laminalar ile gülüşü güzelleştireyim dedim...”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“...Number 1 harika olmuş...Muhteşem ellerinize sağlık...Maşallah muhteşem olmuş...Ancak bu kadar doğal olabilir, her işiniz aynı kalitede, tebrik ederim”* gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2017/2971**

**Şikayet Edilen: FBM Lazer Estetik Plastik Cerrahi Kliniği San. Tic. Ltd. Şti. - Hayati AKBAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.greenpearl.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “*drhayatiakbas*” kullanıcı isimli sayfanın 25.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“...Doruntina Makedonya'da yaşıyor. 3 ay önce Samsun FBM de fonksiyonel burun estetiği operasyonu yapıldı. Tabiki Doruntina nın beklentileri dikkate alınarak işlem yapıldı ve herkesin beklentisi farklıdır. Biraz önce bu fotoyu gönderdi. Hocam çok mutluyum diyor. Önceden hiç bu açıdan foto istemiyordum diyor. Şimdi hangi taraftan çekilse rahatsız olmuyorum güzel bir özgüven diyor. Bu yaşıma kadar hiç böyle bir poz vermemiştim o nedenle bu fotomu profil fotom yaptım diyor. İsterseniz paylaşın ben çok mutluyum diyor. Teşekkürler Doruntina...Derya hanım Almanya'da yaşıyor. FBM Samsunda Burun ve Çene estetiği 8 ay kadar önce yapılmış. Kendi çektiği bu fotoyu göndermiş çok memnunum hocam diyor. Yapılan işlem çene burun ve dudakların birbiri ile uyumlu hale getirilmesi. Bu şekilde pozlar veremiyordum ve foto çekilirken sadece belli açılardan çekebiliyorum diyor. Özgüvenim yerine geldi diyor. Burada çene ucundan burun ucuna hayali bir çizgi çekilirse, burun ucu dudak ve çenenin aynı düzlem üzerinde olduğu görülecektir. Ve bu durum burun dudak çene uyumunu gösterir. Bizler bir operasyonu yaparken onun komşuluğunda bulunan yerlerinde birbirleri ile ilişkisine uyumuna dikkat ederiz. Teşekkürler Derya bu yakın çekim iddialı fotoyu bizimle paylaştığın için. Bu vesile ile Almanyaya Selamlar...Şefika hanım İsviçre'de yaşıyor. 1 yıl önce Samsun FBM de burun estetiği operasyonu ve yüz bölgesi lipofilling yapıldı hocam demiş mesajında. Kendi özçekimi bu fotoyu göndermiş. Burnum ve yüzümle ilgili ailem eşim ve çevremden çok güzel tepkiler alıyorum diyor. Paylaşırsanız memnun olurum diyor. Operasyon öncesi burnumun şeklinden memnun değildim ve yüzümün dolgunluğu yetersizdi ve cildim lekeli ve kalitesi beni mutsuz ediyordu. Özgüven eksikliği nedeniyle fotoğraf çektirmeyi hiç sevmiyordum ve hiç Özçekim yapmıyordum. Şimdi ise fotoğraf çektirmek özellikle Özçekim büyük zevk benim için diyor. Şefika hanım farklı açılardan çekilmiş çok sayıda Özçekim foto göndermiş ve istediğinizi yayınlayabilirsiniz demiş. Bakarmısınız Özgüvene!! Teşekkürler Şefika hanım yaşadığınız olumlu değişimi bizimle paylaştığınız için ve sizin vesilenizle İsviçreden Samsun'a gelmiş operasyon geçirmiş tüm misafirlerimize Sevgiler...Ahmet burunda eğrilik, burnun büyük olması nedeniyle geldi FBM e. Hocam burnum yüzüme yakışmıyor buda beni rahatsız ediyor burun estetiği olmak istiyorum dedi. Gerçektende ihtiyacın varmış Ahmet dedim. Hocam ben sizde Saç Ektirmiştim 1 yıl önce dedi Ahmet. Ve iyice şaşırdım çünkü hiç ekilmiş bir saç izlenimi edinmemiştim burun muayenesi sırasında ve hatta şanslısın saçların güzel diye takılmıştım. Hocam burada FBM de ektirdim dediğinde gerçekten şaşırdım ve eski fotosunu çıkardım bilgisayardan. Peki Ahmet neden 1 yıl önce saç Ekimi ile birlikte burun operasyonuda olmadın dedim. Hocam ben bekarım henüz ve saçlarım ve burnum çok büyük kompleksti benim için dedi. Hatta siz o zamanda saç Ekimi ile birlikte burun estetiği yapalım demiştiniz ama açıkçası cesaret edemedim önce saçlarım olsun güzel olursa o zamanda burnum İçin gelirim dedim. Saçlarım güzel olmasaydı burun İçin gelmeyecektim dedi. Yani bizi önce Saç Ekimi ile test ettin Ahmet dedim. Aynen hocam dedi. Neyse Allahtan testi geçmişiz dedim. Hocam benim için saçlarım ve burnum gerçekten hayatımı hep olumsuz etkiledi. Diyebilirimki evlenmemiş olmamın bile sebebi bunlar. Şu an saçımdan çok mutluyum burnumda güzel olursa hayata Yen’i bir başlangıç olacak benim için dedi. Ahmet keşke saç Ekimi yapılırken aynı gün burun operasyonuda yapsa idik en azından 1 yıl zaman kazanmış olacaktın ve belkide evlenmiş olacaktın şimdiye kadar dedim. Gülüştük!! Ama hoşuna gitti Ahmet’in . Ama neyse hiç bir şey için geç sayılmaz İnşallah burnunda güzel olacak ve sende kendini daha iyi hissedeceksin dedim. Ama saçların çok güzel Güle güle kullan dedim. Güzel ve Keyifli sohbeti bu foto ile sonlandırdık...”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“Çok güzel olmuş...Harika olmuş, ellerinize sağlık...Doğal burungibi olmuş hocam siz yaparsınız güzel olmaz mı...Tekrar çok teşekkür ederim ellerinize sağlık hocam...Çok beğendim hocam”* gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği,

“Kepçe Kulak Operasyonu” başlıklı video içeriğinde; *“...Kepçe kulak operasyonu yapmıştık, kulaklarımız biraz kepçeydi, şimdi şükür mutluyuz duygularını alabilir miyim kısaca. Eski kulaklarımdan eser kalmadı Hayati hocama çok teşekkür ediyorum, çok güzel oldu kulaklarım...tavsiye ediyo musun peki bu operasyonu, evet tabi ki...önceden de böyleymiiş evet bilgisayardan aldığımız görüntü şu an da böyle...”* gibi ifadelere yer verilerek, söz konusu video içeriğinde tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüler ile şahsa yönelik teşekkür, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **FBM Lazer Estetik Plastik Cerrahi Kliniği San. Tic. Ltd. Şti. - Hayati AKBAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2017/2973**

**Şikayet Edilen: Dentagram Ağız ve Diş Sağlığı Ltd. Şti. (Dentagram Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.greenpearl.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Dentagram Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği” kullanıcı isimli sayfanın 26.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“...yeni nesil diş hekimliğinde dişsizlik vakalarında artık implantlar tercih ediliyor, hasta konforu ve estetik açısından oldukça başarılı sonuçlar elde ediliyor, bu görselde bulunaan vakada dentagram kliniğinde 14 adet implant uygulanmıştır...zirkonyum diş kaplamaları ışığı geçirebilmeleri sayesinde eski metal diş kaplama uygulamalarına göre çok daha esteik bir görüntü sağlamaktadır, ayrıca zirkonyum diş kaplamalarının diş eti ile uyumları çok iyidir, metal destekli kaplamaların aksine dişi etinde hastalık veya alerjik bir probleme kesinlikle neden olmazlar...İnci gibi bembeyaz dişlere sahip olmak ister misisniz, lazer diş beyazlatma uygulaması hakkında bilgi almak için...Çarpık, yamuk ve bozuk dişlerin tedavisinde kullanılan diş teli (braket), size tedaviniz bittiğinde estetik bir görünüş kazandırmakla kalmaz, aynı zamanda güzel ve sağlıklı bir gülüş sağlar. Güzel bir gülümseme ise kişinin yaşam kalitesini ve kendine güvenini artırır. Bu yüzden ortodontik tedaviye başlamak sağlık ve estetik yönden birçok fayda sağlamaktadır...Bu sayede doğal diş gibi görünürler ve estetik görünümleri son derece başarılıdır...Bir kaç dişin yada bir dişin aralıklarının kapatılmasında çok başarılı bir yöntemdir...klinik ve ev tipi diş beyazlatma kombine olarak kullanıldıginda sonuç daha başarılı olmaktadir...Dentagram Dis Estetigi Klinigi'nde gülüşünüzü saklamaniza sebep olan bütün olumsuzluklar için size ozel çözümler sunuyoruz...sararmış dişlerin rengini kişiye özel bir kaç ton açmak için uygulanan bir çözümdür.Bembeyaz bir gülümseme için 45 dakika yeterlidir...”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“Bana uyguladığın için teşekkür ederim hocam”* gibi ifadeler ile kuruluşta çalışan sağlık personellerine yönelik teşekkür ifadelerine yer verildiği,

“Hakkında” uygulaması altında; *“...Kliniğimizde ağız ve diş sağlığı alanında tüm branşlarda evrensel etik ilkeler gözetiminde kaliteli sağlık hizmeti verilmektedir...”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2017/4046**

**Şikayet Edilen: Derigo ve Opmar Optik Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 01.12.2017 tarihli görünümünde;

-*“Güneş gözlüklerinde %70 ve %50 indirimli ürünlere ek %30 indirim. Bu kampanya 31 Aralık 2017 tarihine kadar geçerlidir. Başka kampanyalar ile birleştirilemez.”*,

-*“Güneş gözlüklerinde garaja özel %70+%30 indirim. %50+%50 indirim. 09-20 Kasım”*,

-*“Yeni sezon Furla güneş gözlüklerinde net %50 indirim. Bu kampanya 30 Kasım 2017 tarihine kadar geçerlidir. Kampanyadaki güneş gözlükleri 2500 adet stok ile sınırlıdır.”*,

-*“Türk Telekom avantajları şimdi de Opmar Optik'te. Tüm indirimlere ek %10 indirim... Kampanya 20.11.2017-31.12.2017 tarihleri arasında geçerlidir...”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 01.12.2017 tarihli görünümünde;

-*“Güneş gözlüklerinde %70 ve %50 indirimli ürünlere ek %30 indirim. Bu kampanya 31 Aralık 2017 tarihine kadar geçerlidir. Başka kampanyalar ile birleştirilemez.”* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu kampanyanın başlangıç tarihi ile indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği,

-*“Güneş gözlüklerinde garaja özel %70+%30 indirim. %50+%50 indirim. 09-20 Kasım”* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu kampanyanın geçerlilik süresi ile indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği,

-*“Yeni sezon Furla güneş gözlüklerinde net %50 indirim. Bu kampanya 30 Kasım 2017 tarihine kadar geçerlidir. Kampanyadaki güneş gözlükleri 2500 adet stok ile sınırlıdır.”* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu kampanyanın başlangıç tarihine ilişkin bilgiye yer verilmediği,

-*“Türk Telekom avantajları şimdi de Opmar Optik'te. Tüm indirimlere ek %10 indirim... Kampanya 20.11.2017-31.12.2017 tarihleri arasında geçerlidir...”* ifadelerine yer verildiği; ancak, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin (varsa) stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Derigo ve Opmar Optik Tic. 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: 2017/4884**

**Şikayet Edilen: Ms Sağlık Hizmetleri Tic. A.Ş. (Liv Hospital Ankara)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Liv Hospital Ankara tarafından leke tedavisine özel olarak hazırlanan leke açıcı ışıltı peeling uygulaması”* ibareli kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda *“Liv Hospital Ankara tarafından leke tedavisine özel olarak hazırlanan leke açıcı ışıltı peeling uygulaması hakkında detaylı bilgi için...”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu kısa mesajlarda yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu; dolayısıyla, söz konusu ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı 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 Kanunun 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ms Sağlık Hizmetleri A. Ş. (Liv Hospital Ankara)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **30.176 TL (Otuzbinyüzyetmişaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2017/4886**

**Şikayet Edilen: Fcl Medikal Bilgi Tekn. Dan. Org. Çağrı Merk. Yay. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.01.2018 tarihli görünümünde; *“Bayan Check-Up Paketi, Erkek Check-Up Paketi”* başlıkları altında check-up paketleri içeriğine dair bilgilere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 17.01.2018 tarihli görünümünde; *“Bayan Check-Up Paketi, Erkek Check-Up Paketi”* başlıkları altında check-up paketleri içeriğine dair bilgilere yer verildiği; ancak, sağlık alanında ruhsatlandırılmayan ve dolayısıyla bu alanda faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun bu alanda hizmet sunduğu izlenimi oluşturacak nitelikte tanıtım yaparak hastaları yönlendirdiği, dolayısıyla, inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, ayrıca sunulan bu hizmetlerin diğer sağlık kuruluşlarına aracılık faaliyeti olarak değerlendirileceği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanununun 45 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fcl Medikal Bilgi Tekn. Dan. Org. Çağrı Merk. Yay. 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.

**38)**

**Dosya No: 2017/2495**

**Şikayet Edilen: Şahkem Sağlık Bilişim Turizm ve Dan. Hizm. Ltd. Şti. (United Hair Saç Ekimi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.unitedsacekimi.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.unitedsacekimi.com) adresli internet sitesi ve bu internet sitesinin [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com), [www.twitter.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.twitter.com) ve [www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarındaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Kuruluşa ait [www.unitedsacekimi.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.unitedsacekimi.com) adresli internet sitesinin 17.08.2017 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“United Hair Saç Ekimi. En iyi saç ekimi. İnternet oylamaları ve saç ekimi danışanları değerlendirmelerine göre Türkiye'nin en iyi 3 saç ekimi merkezi arasında yer almaktadır. Saç dökülmesine üstün başarılı saç ekimi. Unitedhair saç ekimi olarak 40 ülkeden 10000 aşkın erkek ve kadın saç ekimi ziyaretçimizi saçlarına yeniden kavuşturmanın gururu içerisindeyiz. Saç dökülmesi, saç ekimi ile çözümü olan bir durumdur ve sizde hiç zaman kaybetmeden dökülen saçlarınıza yeniden kavuşabilirsiniz. Uzun yıllardır saç ekimi danışanlarımızın kaybettiği her saç telinin anlam ve kıymetini bilerek alanında uzman doktorlarımız ve saç ekimi uzman hemşire kadromuzla ile birlikte saç ekimi operasyonlarını büyük bir titizlikle gerçekleştiriyoruz. Aynaya yıllar sonra baktığında danışanlarımızın yüzündeki gülümse için sürekli gelişen teknolojiyi takip ederek saç ekimi alanında kendimizi yeniliyoruz. Saç ekimi yaptıran binlerce danışanımız gibi sizde dökülen saçlarınıza yeniden kavuşabilirsiniz! Dhi saç ekimi, fue saç ekimi gibi birçok saç ekimi tekniğinin uygulandığı unitedhair saç ekiminde saç dökülmesi tipinize en uygun tekniği seçerek gönül rahatlığı ile saç ekimi yaptırabilirsiniz.”,*

- “Medikal Direktörün Mesajı” başlığı altında; *“Merhaba değerli UnitedHair saç ekimi danışanı, Unitedhair saç ekimi olarak 18 yılı geride bırakmanın haklı gururunu yaşadığımız zaman zarfı içerisindeyiz. Unitedhair saç ekimi merkezi olarak 18 yıldır saç ekimi sektöründe durmaksızın çalışmanın vermiş olduğu mutluluk sizlere de mutlaka yansımaktadır. Unitedhair, saç ekimi sektörünün Türkiye'de gelişmesinin ve bu kadar ünlü olmasında rol oynayan öncü sağlık kuruluşlarından birisidir. Bizler saç ekiminin bir cerrahi operasyon olduğunun farkındalığıyla uzun yıllardır faaliyet gösteriyoruz. Bu uzun yolculukta 30 ülkeden 8000 aşkın saç ekimi danışanımıza hizmet verdik ve vermeye devam ediyoruz. Saç ekiminden sonra aldığımız geri dönüşlerin bize verdiği mutluluğu tarif etmek imkansız. Saç ekimi yaptığımız kişilerin yüzündeki gülümse bu işte ticari kaygılarımızın olmadığının ispatı niteliğindedir. Firma olarak ilk günden bu ana dek “Önce Sağlık” ilkemizin gereğini yerine getirmenin bizlere yaşattığı tarifsiz mutluluklar ile sizlere bir kaç mesaj iletmek istiyorum. Unitedhair saç ekimi, kurulduğu ilk günden bu ana dek sağlık personelinden oluşan kadrosunun farkını hissettirmiştir. Eğitilmiş personel farkı ile saç ekimi danışanının endişelerini bir çırpıda gideren ve saç ekimi danışanın rahatı için her şeyi organize eden konsept yapımız en başarılı sonuç için odak noktamızdır. Bu ilkelerin ışığında edindiğimiz tecrübe ile tamamen doğal sonuçlarımız saç ekimi danışanlarımız için tercih nedeni olmamızı sağlamıştır. Saç ekimi danışanlarımız vaadlerden uzak ispat ve güven ortamı içerisinde ücretsiz saç analizini yaparak tüm operasyonunu özel saç ekimi temsilcisi ile planlayabilir. Unitedhair saç ekimi merkezi 7/24 hizmet veren donanımlı temsilcileri ile size yardımcı olmak için görevdedir. Bizler kaliteli ve tamamen doğal saç ekimi konusunda başarılı operasyonların tek adresi olarak sizleri de mutlaka bir ön görüşmeye davet ediyoruz. Unitedhair kaliteli saç ekiminin bir lüks olmadığını kişiye özel fiyat garantisi ile fazlasıyla hissettirmektedir. Unitedhair yönetim ekibinin lideri olarak sizlere söz veriyorum! Saçlarınızın istediğiniz şekle kavuşması firmamızın bir ömür boyu garantisi altındadır. Bunun için hiçbir ticari kaygı içerisinde de olmamanız bizim için en önemli olaydır.”,*

- “İstanbul Saç Ekimi” başlığı altında; *“İstanbul saç ekimi konusunda tüm dünyada kaliteli ve başarılı saç ekimi sonuçları ile kendini ispatlamış marka şehir olmuştur. Bu nedenle İstanbul’da saç ekimi sektörü oldukça gelişmiş ve buna bağlı olarak da talebe cevap vermek adına birçok saç ekimi merkezi faaliyete başlamıştır. Bu durum sektörün getirmiş olduğu rekabeti de kaçınılmaz kılmıştır. Saç ekimi fiyatları konusunda farklı farklı sonuçlara ulaşılması bu nedenledir. Bu kadar gelişmiş bir şehirde ortaya çıkan bu sonuç kaçırılmaz bir sondur. fakat; T.C Sağlık Bakanlığı bu konuyla alakalı kesin ve kati kurallar ile durumu kısmen kontrol altına almış ve yasalarla yeterli olmayan merkezlerin saç ekimi yapmalarını yasaklamıştır. Bu yasalara göre tüm saç ekimi operasyonları hastanede veya yeterliliğe sahip tıp merkezlerinde yapılmalıdır. Unitedhair saç ekimi merkezi, bu yeterliliği sağlayan hastane ve tıp merkezleri ile gerekli anlaşmalarını sağlamış ve İstanbul saç ekimi konusunda faaliyet göstermeye yasalara uygun şekilde devam etmektedir. (...)Ticari kaygılardan uzak, yaptığımız tek işi yani saç ekimini severek yapmamız saç ekimi sonuçlarımızdaki kaçınılmaz kalite ve doğallığı ortaya çıkarmaktadır. Uzman doktorlarımızla birlikte yardımcı personelimizin de tamamı sağlık personelinden oluşuyor olması saç ekimi danışanının içinde bulunduğu durumu net bir şekilde anlayarak müdahale ediyor olmamızda kalitemizi arttırmaktadır.”,*

- “United Hair Saç Ekimi Merkezi” başlığı altında; *“Saç ekimi konusunda uzmanlaşmış doktorlarımız ve deneyimli akademik kadromuz ile Unitedhair saç ekimi olarak tam 18 yıldır İstanbul’un Avrupa ve Anadolu yakalarında siz değerli saç ekimi danışanlarımıza hizmet vermekteyiz. İstanbul’un Avrupa ve Anadolu yakalarında faaliyette bulunan Unitedhair saç ekim merkezi %100 saç ekimi danışan memnuniyeti odaklı çalışma prensibi ve en uygun saç ekimi fiyatı garantisi ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Saç ekiminde İstanbul’da hizmet veren sağlık kuruluşları arasında farkını hizmet kalitesi ile gösteren Unitedhair saç ekimi merkezi, en son teknoloji gelişmelerini saç ekimi danışanlarına uygulayarak en verimli sonuçları elde etmektedir. Güvenli ve steril ortamlarda gerçekleştirilen cerrahi operasyonlar, alanında uzmanlaşmış doktorlarımız tarafından büyük bir titizlikle gerçekleştirilmektedir. Yurt içi ve yurt dışındaki saç ekim danışanlarının ihtiyaçlarını donanımlı ve eğitimli kadromuz ile profesyonel bir hizmet ile karşılıyoruz. İstanbul’un Avrupa ve Anadolu yakalarında hizmet vermekte olan saç ekimi merkezimize gelen saç ekimi danışanlarımızdan olumlu yorumlar gelmesi işimize olan bağlılığımızı her geçen gün artırmaktadır. Saç ekiminde İstanbul’da hizmet ve kalitenin yanında en uygun saç ekimi fiyatlarıyla hizmet veren öncü sağlık merkezlerinden biri olmanın haklı gururunu yaşamaktayız. Ticari kaygılardan uzak anlayışımız, insan sağlığına verdiğimiz değer bizleri farklı kılan özelliklerimiz arasındadır. İstanbul’da saç ekiminde bir numaralı adreslerden biri olan Unitedhair saç ekimi, doktor hastane ve sağlık personeli konusunda titizlikle ve yasal sorumluluk bilinciyle hareket eden bir sağlık kuruluşudur. Ayrıca kişiye özel hizmet ve saç ekimi fiyat politikası ile çalışmalarını saç ekimi danışan memnuniyeti temeli üzerine oturtmuştur. Herkesin ektiği saç çıkar ama hayalinizde ki %100 doğal görünümlü saçlara Unitedhair saç ekimi ile kavuşursunuz. Üstelik bu konuda sadece sözde değil belgeliyiz! Unitedhair saç ekimi merkezi, tüm operasyonlarını anlaşmalı olduğu hastanelerde saç ekimi konusunda uzman doktorlar eşliğinde yapmaktadır. Türkiye’de saç ekimi operasyonlarının tamamı hastanelerde yapılmak zorundadır. Hasta haklarını ve hasta sağlığını önemseyen saç ekimi merkezimiz bu konuda dikkatli olmanızı öneriyor. Daha uygun saç ekimi fiyatları gibi görünen hastane dışı merkezlerde çok ağır faturalarla karşılaşabilirsiniz. Sağlığınıza önem verenlerden iseniz Unitedhair saç ekimi merkezine kesinlikle uğramalısınız.”,*

- “Traşsız Saç Ekimi” başlığı altında; *“Traşsız saç ekimi olarak da bilinen dhi saç ekimi, son yılların saç kesmeden saç ekimi teknikleri arasında en iyi saç ekimi çözümüdür. traşsız saç ekimi ile saçlar kesilmez. Saçların arasına çok sık saç ekimi yapılmasını sağlar. böylelikle gündelik iş hayatınıza ve normal yaşamınıza ertesi gün dönebilirsiniz. Traşsız saç ekimi, unitedhair saç ekimi merkezinden dhi tekniği kullanılarak yapılmaktadır. Böylelikle daha az zamanda çok yüksek sayıda greft saçsız bölgeye nakil edilir ve oldukça sık bir görüntü elde edilir. saç ekimi teknikleri arasında tartışmasız en iyi saç ekimi dhi tekniğiyle saç ekimidir.”,*

-“Fue Saç Ekimi” başlığı altında; *“Saç ekiminde geliştirilen son teknoloji, FUE saç ekimi fue saç ekimi yönteminde saç kökleri lokal anestezi altında özel uçlu mikromotor ile tek tek alınarak saçsız alanlara, doğal saç çıkış açısı ve yönüyle nakil edilir. Saç ekimi operasyonları uzun yıllardır daha az acı ve ağrı hissi yarattığı için FUE yöntemiyle yapılmaktadır. Fue ile saç ekiminde uygulama aşamaları daha kolay olduğu ve sonuçların daha verimli olmasından dolayı saç ekimi danışanlarımız tarafından tercih sebebi olmaktadır.FUE ile saç ekiminde saçlar tek tek alınıp saçsız alanlara transfer edilir. Saç köklerinin alınması işleminden önce tercihe göre; saçlar tamamen traşlanarak 1 mm kısalığa getirilir yada traşssız saç ekimi ile sadece ilgili alanlar kısaltılarak işleme başlanır. Lokal anestezi aracılığı ile ağrı ve acı hissi olmaması için dönor bölge ve saç ekimi alanı uyuşturulur. Mikromotor aracılığı ile saç kökleri iz kalmayacak şekilde ayarlanarak tek tek alınır ve toplanır. Toplanan saç kökleri tek tek özel solüsyonlu kaplarda bir süre bekletilir. Bu kaplarda bir süre bekleyen kökler özel solüsyon ile beslenir. Daha sonra saçsız alanda açılan özel yönlü ve tamamen doğal yapıya sahip kanallara tek tek transfer edilir. Transfer edilen bu saç kökleri bir ila 4 adet kök barındırmaktadır. Doğal görünüme sahip saç ekimi tamamlanmış oluyor. Unitedhair saç ekimi merkezinden asla ek talepler ile karşılaşmazsınız! Unitedhair saç ekimi merkezinde birebir görüşmeler ile karar verilen gerçek sık saç ekimi görüntü için gereken her işlem büyük bir titizlik ile gerçekleştirilir. Aklınızda ki tüm soruların gidilmesi için mutlaka birebir uzman görüşmesi ile planlama yapmaktayız. Ön bilgilendirme ve diğer hastalarımızın yorumlarıyla birlikte gerçekleşen görüşmelerimiz sonrasında saç ekimi operasyonunuzu planlıyoruz. İstanbul Avrupa saç ekimi merkezi, İstanbul Anadolu saç ekimi merkezi ve Tekirdağ Çorlu saç ekimi merkezimiz ile haftanın 6 günü sizlere hizmet veriyoruz. Unitedhair saç ekimi ücretsiz randevu ve bilgi için bizimle iletişime geçebilirsiniz. FUE saç ekimi özellikleri. Doku alınmaz sadece ilgili greft yapısı alınır. Yara izi ve dikiş izi kalmaz. 0.6mm ve 0.7mm uçlar sayesinde dönor bölgede iz kalmaz. Dönor bölge en verimli şekilde kullanılır. Dönor bölge saç ekiminin yanı sıra, sakal ve bıyık ekimi operasyonlarında da kullanılabilir. Bir seansta dönor bölge yoğunluğuna göre 4500-5500 greft alınabilir. Köklerin daha iyi beslenmesi sağlanır. Her greft ortalama bir-dört saç kökü barındırır. Ağrı ve acı hissi yok denecek kadar azdır. Üç gün içerisinde sosyal yaşantınıza dönülmesine olanak sağlar. Fue saç ekimi ile ekilen saçlar üç-altı ay içerisinde yüzde elliden fazla bölümü çıkmış ve uzamış olur. Bu süreçte sabırlı olmak en büyük etkendir. Altıncı aydan itibaren saçlar gözle görülür derece belirginleşir ve saçsız bölgeyi kapatmaya başlar. Birinci yıla kadar uzama işlemi devam eder ve birinci yılın sonunda tamamı çıkmış olur. Ekilen saçlar bir ömür boyu dökülmez ve u nitedhair saç ekimi her bir saç kökü bir ömür boyu garantilidir. Saç ekimi, uzman ellerle ve profesyonel ekip ile yapıldığında mükemmel sonuçlar ortaya çıkarır.”,*

- “DHI Saç Ekimi” başlığı altında; *“DHI Saç Ekimi (Direct Hair Implant), dönor bölgeden alınan saç dokularının dışarıda bekletilmesini en aza indirmek amacıyla geliştirilmiş olan daha sağlıklı ve daha güçlü almalarını sağlayan saç ekimi tekniğidir. DHI saç ekimi, donör bölgeden ekilmek için alınan greftlerin saçsız alanlara herhangi bir kanal açılmadan doğrudan özel kalem uçları sayesinde nakil edilmesi işleminin tümüdür. Klasik FUE saç ekimi işlemine göre daha uzun ve daha zahmetli bir uygulama olmasına rağmen, saçsız bölgede kanal ve kesi olmadığı için iyileşme süreci bulunmayan bir saç ekimi tekniğidir. Kanal işleminin olmaması daha sık ve yoğun saç ekimi uygulaması yapmaya olanak sağlamaktadır. DHI saç ekiminde alınan greftler dışarıda daha az bekleyeceği için (eğer PRP destekli FUE saç ekimi tekniği kullanmak istermiyorsanız) saç köklerinin hava ile temasını en aza indirgeyerek doğrudan ekim işlemi yapılması saç köklerinin daha güçlü ve sağlıklı bir yapıya sahip olmasını sağlamaktadır. Doğrudan saç ekimi aşamasına geçildiği ve özel kalem uçların kullanıldığı DHI saç ekimi tekniğinde ağrı ve acı hissi yaşanmamaktadır. DHI Saç Ekimi Tekniği. Dünyada ve Türkiye'de sadece birkaç merkezde uygulanabilen özel ve yeni DHI saç ekimi tekniği Unitedhair saç ekimi merkezinde! DHI Saç Ekimi Nasıl Uygulanır? Fue yöntemi ile donör bölgeden saç kökleri tek tek alınır. Alınan saç kökleri DHI saç ekimi için özel geliştirilmiş olan doğrudan ekim kalemlerine büyük bir titizlik ile yerleştirilir ve saçsız bölgeye transfer için hazır hale getirilir. Dhi saç ekimi ile saç nakil işleminin tek tek olarak yapıldığı saç ekimi tekniği olarak tarif edilebilir. Fue yönteminde olduğu gibi kanal açılmaz. Oldukça ince bir kalem aracılığı ile saçın doğal çıkış açısına uygun bir şekilde tek tek yuvarlak doğal yuvalar oluşturarak saç ekimi işlemi yapılır. Özel DHI saç ekimi kalemleri sayesinde daha sık aralıklarla saç kökleri ardı ardına istenilen sıklıkta yerleştirilir. DHI saç ekimi tekniğinin avantajları DHI saç ekiminin ilk avantajı oldukça yoğun saç ekimidir. Bu yoğunluk santimetre kare başına 40–60 greft olmak üzere FUE saç ekiminde bulunan kanalların iki katı kadardır. Bu yoğunluk dökülen bölgede mükemmel bir kaplama ve kapatma imkanı sunar. Saç ekimi yapılacak alanı, saçın doğal büyüme açısına bağlı olarak değişik açılarda saç ekimi imkanı sunan, özellikle saç çizgisi gibi hassa bölgelere uygulandığında daha doğal bir görünüm ile birlikte çok daha başarılı sonuçlar elde edilmesini sağlar. DHI saç ekimi tekniğinde kullanılan ince uçlu kalemler sayesinde herhangi bir yara izi oluşmaz. DHI kalem uçlarının oluşturmuş olduğu izler oldukça hızlı şekilde kaybolur.”,*

- “Saç Ekimi Yorumları” başlığı altında; *“Ekip işine son derece hakim. 12.10.2016 tarihinde Uğur Karan: İşlem öncesinde ve sonrasında titizlikle ilgi gördüm. Operasyon esnasında da her detay en ince ayrıntısına kadar işlendi. Ekip işine son derece hakim. En doğal haliyle çok başarılı sonuç aldım. Çok memnunum ve herekese kesinlikle tavsiye ederim. Selamlar. Hasta memnuniyetini ön planda tutan güzel insanlar. 02.10.2016 tarihinde Ceyhun Karaosmanoğlu: Kesinlikle güleryüzlü hizmet sadece parayı alana kadar gösterilen güler yüzden daha fazla hasta memnuniyetini ön planda tutan güzel insanlar...* *Saç ektirmeyi düşünenler için United Hair kesinlikle doğru adres! 25.07.2017 tarihinde Mustafa Yıldız: Gerçekten beş yıldızı hakeden kusursuz saç ekim merkezi. Uzun süre yaptığım araştırmalarım sonucu United Hair'i ziyaret etmeye karar verdim. İlk görüşmedeki ilgi, güleryüzlü karşılama, detaylı bilgilendirme ve tecrübeli bakış açısını gördüğümde doğru yere geldiğimi anladım. Bunun yanında saç ekimine maddi bir operasyon olarak bakılmasındansa estetik bir operasyon olarak bakılması benim için olmazsa olmaz bir özellikti. Bu nedenle de kararımı verdim ve gecikmesizin saç ekimi için randevu aldım. Saç ekiminden önce köklerin düzgün bir şekilde alınması, alın çizgisinin belirlenmesi, saçların doğru yönde ekilmesi gibi konular benim için birer soru işaretiydi. Özenle yapılan operasyon, sağlıklı, güçlü ve ekim yapıldığı anlaşılmayacak doğallıkta çıkan saçlarım, tüm soru işaretlerimi gidermiş durumda. Ayrıca aklıma takılan tüm sorularımı hiç gecikmeksizin cevaplamaları, ekim sonrası devam eden ilgili ve hassas yaklaşım da işlerini ne kadar iyi yaptıklarının göstergesi. Özenerek ve severek bu işi yaptıkları için Aysun hanım ve ekibine çok teşekkür ediyorum. Saç ektirmeyi düşünenler için United Hair kesinlikle doğru adres! (…)”,*

[www.facebook.com/unitedsacekimi](http://www.facebook.com/unitedsacekimi) adresli internet sayfasının 17.08.2017 tarihli görünümünde; *“Unitedhair’de zaman zaman değil her zaman uygun fiyatlı saç ekimi var! (…)Üstün başarılı saç ekimi. 19 yıllık gerçek tecrübe. Tırmanmayı göze alan zirvenin hazzını yaşar. (…)Unitedhair ailemiz her geçen gün genişliyor. Mutlu ailelerimizle geleceğe daha sağlam adımlarla ilerliyoruz. Sadece saç ekimi ile üstün başarılı sonuçlarımızla değil, verdiğimiz güvenle de hayatlara dokunuyoruz. Üstün başarılı saç ekimi ile #dahaguclusaclar!”,*

[www.twitter.com/unitedsacekimi](http://www.twitter.com/unitedsacekimi) adresli internet sayfasının 17.08.2017 tarihli görünümünde; *“Sadece saç ekimi garantisi değil, aynı zamanda mutluluk sözü de veriyoruz. (…) Saç ekiminde maceraya gerek yok! Vaatlerden uzak garantili saç ekimi (…)Her greft çok anlamlı ve özeldir. Bizde her grefte özen var! (…)Her zaman zirvede olmaya hazır olun! Doğal ve sık görünüme sahip saçlara sahip olmak için unitedhair ile tanışın!”,*

[www.instagram.com/unitedhairsacekimi](http://www.instagram.com/unitedhairsacekimi) adresli internet sayfasının 17.08.2017 tarihli görünümünde; *“İstanbul ve Tekirdağ’da faaliyet gösteren en iyi saç ekim merkezleri arasında gösterilen Unitedhair Saç Ekim merkezi!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitelerinde, “saç ekimi” operasyonuna yönelik görüntüler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan; sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bu bağlamda; ilgili mevzuatta sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği belirtilirken kuruluşun sağlık alanıyla ilgili bir bilgilendirme faaliyeti içerisine girmesinin; ayrıca, sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep yaratıcı tanıtım yapılamaz iken, sağlık alanında yetkili olmayan kuruluşun tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı beyanlarda bulunmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bununla birlikte, inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırılarak benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şahkem Sağlık Bilişim Turizm ve Dan. Hizm. Ltd. Şti. (United Hair Saç Ekimi)** 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.

**39)**

**Dosya No: 2017/2639**

**Şikayet Edilen: Özlem KURT/Asra Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [htttp://asraguzellik.com](http://htttp://asraguzellik.com) adresli internet sitesi ile bu internet sitesinin [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com) ve [www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarındaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2017,11.09.2017, 14.08.2017, 05.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Kuruluşa ait [htttp://asraguzellik.com](http://htttp://asraguzellik.com) adresli internet sitesinin 14.08.2017 ve 05.02.2018 tarihli görünümü ile bu internet sitesinin [www.facebook.com](file:///D:\Users\10537173412\Desktop\www.facebook.com) ve [www.instagram.com](file:///D:\Users\10537173412\Desktop\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarının sırasıyla 11.09.2017 ve 10.07.2017 tarihli görünümlerinde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Yosun Tedavisi, Akapunktur Tedavisi, Aydınlatıcı Leke Tedavisi, Kimyasal Peeling, Akne Tedavisi, Oksijen Terapi, Nefes Terapisi”* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

<https://www.facebook.com/asraguzellikmerkezi/> adresli internet sayfasının 11.09.2017 tarihli görünümünde yer alan *“*Yoga Terapist Eşliğinde İleri Yaş İçin Hassas ve Terapötik Yoga*”* başlığı altında; *“Ağrılarınız olmadan yaşamla uyum içinde akmaya ne dersiniz? (...)Dolaşım bozuklukları, Sinir sitemi ve Mental Yetide zayıflamalar (Alzheimer), Kronik Boyun, Omuz, Sırt, Kalça Ağrıları/fıtıkları, Siyatik, skolyoz, Fibromiyalji, Artrit, (...) Yüksek Tansiyon, Diyabet, Aşırı Kilo (Obezite), Mgren, Astım, (...) Kalp rahatsızlıkları, Uyku Bozuklukları, Ansiyete, Depresyon ve MS gibi rahatsızlıkları yaşayanlara terapötik, özel olarak oluşturulan bir çalışma programı ile bireylerin bu etkilerden kurtulup rahatlaması sağlanabilmektedir.(...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sayfasının 11.09.2017 tarihli görünümü ile <https://www.instagram.com/asraguzellik/> adresli internet sayfasının 10.07.2017 tarihli görünümlerinde yer alan “*Refleksoloji*” başlığı altında; refleksolojiye yönelik bilgilere yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitelerinde kuruluş isminin “*Asra Güzellik Merkezi*” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 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”in yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında**ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

<https://www.facebook.com/asraguzellikmerkezi/> adresli internet sayfasının 11.09.2017 tarihli görünümünde yer alan *“*Yoga Terapist Eşliğinde İleri Yaş İçin Hassas ve Terapötik Yoga*”* başlığı 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,

Bununla birlikte, anılan internet sayfasının 11.09.2017 tarihli görünümü ile <https://www.instagram.com/asraguzellik/> adresli internet sayfasının 10.07.2017 tarihli görünümlerinde yer alan “Refleksoloji” başlığı altında; refleksolojiye yönelik bilgilere yer verildiği; ancak, refleksoloji uygulamasının ve refleksoloji ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca yapılabileceği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "16.1-*Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde kuruluşun isminin “Asra 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;İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2 ve “Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi” başlıklı yönetmelik ekinin 14 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**40)**

**Dosya No: 2017/2823**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Ozan BALIK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.ozanbalik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.yakupavsar.com) adresli internet sitesi ile bu internet sitesinin [www.twitter.com,](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.twitter.com,) [www.facebook.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.facebook.com) ve [www.instagram.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan sayfalarındaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ozanbalik.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.yakupavsar.com) adresli internet sitesinin 11.12.2017 tarihli görünümünde;

*-* “Biyografi” başlığı altında; *“(...)Kendi de o dönemlerde bir dizi ameliyat geçirirken hekimliğe olan eğilimini fark etti. Ameliyathane önünde bekleyen hasta yakınlarına bir gün “merak etmeyin içeride güvende olacaklar” diyebilmek için elektronik mühendisliğini bırakarak,1993’te Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesinde Tıp Eğitimine başladı. Tıp eğitiminin ilk yılından başlayarak, cerrahi becerilerini geliştirmek üzere tüm boş vakitlerini ameliyathanede geçirdi.”,*

*-* “Yüz Germe Estetiği” başlığı altında; *“(…)Bu noktadan sonra yaşam kalitenizi ve yaşam sevincinize cerrahi olarak ne katabileceğimizi konuşabiliriz şimdi. Yukarıda açıklamaya çalıştığım evrelere göre neler yapılması gerektiği konusunda fikirlerimi sizinle paylaşacağım. Bazı düşüncelerimi çok radikal bulabilirsiniz. Bunlar kişisel düşüncelerim olduğu için savunmaktayım ve diğer meslektaşlarımın uygulamaları ile ilgili bir atıfım yoktur. Herkes bir şekilde kendi görüşünü savunacaktır. Amuda kalkarak hiç fotoğraf çekildiniz mi bilmiyorum ama böyle bir fotoğraf çekilirseniz yüzünüzde birçok problem düzeldiğini ve daha genç göründüğünüzü fark edebilirsiniz. (…)Yöntem seçiminde bazı kriterlerim var. (…)Kendi vakalarımın çoğunda kirpik altından kesi mutlaka yapıyorum. Ağız içinden kesi uygulamasını genellikle yapmıyorum. (…)Peki, sarkmayla mücadele ettik, aşağı yer değiştiren yağ adalarını da yukarı taşıdık. Hatta yanak ve boyun germeyi de yaptık, sorunlar bitti mi? Tabi ki hayır. (…)Bununla birlikte elmacık implantları ya da elmacık bölgesine yağ enjeksiyonları hiçbir yaşlanma belirtisi olmayan kişilerde de daha seksi bir yüz ifadesi elde etmek amacı ile çok sık yaptığım uygulamalardandır. (…)Kombine uygulamalar sıklıkla yaptığım ameliyatlardır. (…)Buradan anlaşılacağı üzere yağ dolgusu işlemi doğru kişi ve planlamada mükemmel sonuçlar doğururken ileri boyuttaki sarkma problemlerinde yüz germelerle ancak kombine yapıldığında yüz güldürücü olabilir. (…)Bir plastik cerrah olarak eğer hasta uygun ise öncelikli olarak ameliyat yapmak isterim. Bunun nedeni daha kalıcı ve belirgin sonuçlar elde etmektir. (…)”,*

*-* “Meme Büyütme Estetiği” başlığı altında; *“(…)Çeşitli ilaçlar ve hormonlar gibi saçma uygulamaları geçiyor ve cerrahi seçenekleri karşılaştırmak istiyorum. (…)Sentetik dolguları önermem. Bunları ofiste bile uygulayabileceğiniz söylense de o kadar da doğru değildir. Sizin ihtiyacınız olan hacme ulaşana kadar o kadar çok enjeksiyon yapmanız gerekir ki, ayrıca meme içerisinde büyük bir yabancı cisim odağı oluşturursunuz ki enfeksiyon riski yükselir. Çok pahalıdır ( o maliyete sadece memenize değil kalçanıza da protez taktırabilirsiniz). Sonuçta 1,5 yıl sonra zaten vücut onu yok eder ve başa dönersiniz. Son yıllarda kendi yağınız ile meme dolgusu konusu gündeme çok sık geliyor. Bunu da az sayıda yapmış olmakla birlikte önermiyorum. Şöyle ki, enjekte edilen yağ belli bir ölçüde eriyecektir, bu erime miktarı eşit olmayabilir. Büyük volüm enjeksiyonlarında erime daha fazla ve enfeksiyon riski de artmıştır. Ama yağ enjeksiyonunda daha önemli olan şey mikrokalsifikasyonlardır. Mikrokalsifikasyon denilen durum, enjekte edilen yağın parçalanmış kısımlarına kalsiyumun yapışması sonucu küçük kristaller oluşturmasıdır. Aslında bu doğal bir fizyopatolojik süreçtir. Eee ne mi olur? Bu kalsifikasyonları çoğu radyolog kanser dokusu ile karıştırmaktadır. Çektireceğiniz ilk mammografide içinize kurdu düşürecekler. Biyopsi dışında da sizi hiçbir şey rahatlatamaz. Sonuçta ne oldu, elimizde sadece bu işi doğru düzgün yapabileceğimiz meme protezi kaldı. Yani silikon implant. (…)Hastalarımın %90 nı bu görüşme sonunda round protezi tercih etmektedir. (…)Bunu keşfettiğimden beri meme boyutunu belirlemede seçimi hastalara bırakmıyorum. Hastanın boyunun ve omuzlarının orantısının taşıyabileceği, ortada birleşmeyen, koltuk altına taşmayan vücuduna uygun en büyük protezi takmaktan yanayım ve takıyorum. (…)Pürtüklü mü, düz mü… Kesinlikle pürtüklü protezler kullanılmalıdır. (…)Çok uzun zamandır kullandığım plan budur. Kas altı gibi “motion effect” riski pek yoktur ve ağrılı değildir, meme bezi altı gibi sınırlarının belirli olması riski yoktur. (…)Dren kullanmıyorum. Subfasyal uygulamada pek ağrı da duymazsınız. Kollarınızın hareketi kas altı gibi ağrı da vermez. Meme büyütme meliyatınızı sabah yaptıysam akşama evinize gidebilirsiniz. (…)Meme büyütme estetiği nadiren sedasyon ve lokalle ile genellikle de genel anestezi altında yapıyorum. (…)Bu komplikasyonların son derece düşük yüzdelerde olduğunu çok rahat söyleyebilirim. Meme büyütme estetiği genellikle çok keyifli ve yüz güldürücü bir ameliyattır bu.”,*

-“Burun Estetiği Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Burun estetiği ameliyatı için bir plastik cerrahına gitmeniz gerektiğini önerirsem bu sizin için şaşırtıcı olmayacaktır. (…)Tehlikeli olanlar “ nefesini açmışken şurasını da biraz düzelteyim” diyenlerdir. Burun estetiği ameliyatını bu kadar basite indirgeyen cerrahtan korkmak lazım. Yine uluslararası camiada, bir cerrah yılda 150-200 burun estetiği ameliyatı yapıyor ise o cerrah özellikle rinoplasti cerrahı olarak anılır. Bu da sizin için bir kriter olabilir. (…)Açık burun estetiğini savunanlar “tüm yapıları görerek ameliyat etmek daha iyi sonuç verir” der. Bununla birlikte çoğu cerrahın %95 i şu an açık burun estetiği yapmasına rağmen revizyon oranının neden bukadar yüksek olduğunu açıklayamazlar. (…)Bu konuda yeterli eğitimi almayana zor gelir elbette. Çünkü dar alanda çalışılır. (…)Şişlikler (özellikle burun ucundaki) kapalı burun estetiğinde daha hızlı kaybolmaktadır. Ve açık burun estetiğinde kolumella dikişlerini koyup kapatana kadar ne yaptığınızı kendiniz bile tam göremezsiniz. Genel bir değerlendirme ile açık burun estetiği yapan birçok meslektaşımız var tabiki. Kapalı tekniğe hakim olmayan bir cerrah için bu yöntem uzaktan çok zor görünmesini de anlayabiliyorum. Ama tekniğe hakim olmayan bir cerrahın da size kapalı burun estetiği olmaz demesini de kabul etmiyorum. Yukarıda yazdıklarımdan anlaşılacağı üzeri kapalı burun estetiğine aşığım ben. Daha az travma ve kesi ile bu iş yapılabiliyorsa öyle yapılması gerektiğine inanıyorum. (…)Benim seçimim mi? Ben bir gemiye iki kaptan olmaz diye düşünenlerdenim. Bu nedenle burun estetiği ameliyatında solunum problemlerini de kendim düzeltmeyi tercih ediyorum. (…)Kendi pratiğimde burun estetiği ameliyatlarında, neredeyse hastalarımın %95’inin burun kanatlarını küçültmekteyim. (…)Genel anestezi altında çalışmayı tercih ediyorum, lokal anestezi ile konforlu bir burun estetiği olmamaktadır. Daha önce dokunulmamış primer bir burun için burun estetiği ameliyat sürem genellikle 1,5-2 saattir. (…)Burun derisi kalınlığı ve ödem olasılığınıza göre 7-10 gün atelinizi burnunuzda tutarım. Slikon desteğinizi bu süreye göre önce yada atelinizle birlikte alırım. Şişlik durumuna göre burnunuza kağıt ince bir flaster yapıştırabilirim ve bunun bir hafta daha kalmasını isteyebilirim. Ardından burnunuzu sprey ve çeşitli nemlendirici uygulamalarla nasıl bakacağınızı anlatacağım. Bu şekilde bakım yapmaya başlayacaksınız. Flasterler de çıktıktan sonra sizi birinci, altıncı ve on ikinci ayda görmek isterim. Olurda ek sıkıntılarınız olur ise kapım her zaman açıktır. (…)Kendi ortalamam %6 civarındadır. Bunların yarısı ofis ortamında sohbet ederek 5-10 dk. İçerisinde halledebileceğimiz kadar basit şeylerdir. Tekrar ameliyathaneye girme oranım %2-3 tür.”,*

-“Selülit Tedavisi ve Cerrahisi” başlığı altında; *“(…)VASER teknolojisi liposuction (yağ aldırma) uygulamalarında standartları çok yukarıya çekmiştir. (…)Üçüncü kuşak ultrasonik liposuction teknolojisi olan VASER kendini güncellemiş ve selülite yönelik hem septaları ortadan kaldıran, hem septalar arasındaki yağ dokuyu eriten hem de deride sıkılaşmaya neden olan yeni problarla taçlandırılmıştır. (…)Smooth VASER da klasik VASER ile benzer prensiplerle çalışır ve başarı oranı son derece yüksektir.”,*

- “Orta Yüz Germe Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Yöntem seçiminde bazı kriterlerim var. (…)Genellikle dren kullanmıyorum. Şişlik ve morluklar bu ameliyatın doğasında vardır. Bunu dert etmemelisiniz 2-3 hafta sürecektir. Ameliyatınızdan 10 gün sonra fondöten ile çok rahat kamufle edebileceğinizi düşünüyorum.”,*

- “Revizyon Burun Estetiği Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Revizyon ameliyatlarında da kapalı (izsiz) rinoplasti yöntemini tercih ediyorum. Bu yöntemde burunu açmadan da tüm spreader ve strut greftleri buruna uygulayabilmekteyiz. Çok zor burunlarda bile 2 cm lik küçük kesilerden çıkarılan kaburga kıkırdaklarıyla güçlü iskeletler oluşturulup burun iskeletini tekrar kurmak mümkündür. İyileşme süreci primer rinoplastiden çokta farklı değildir. Sadece şişlik birazcık fazla olabilir. Olurda böyle bir tatsızlık yaşamışsanız moralinizi hiç bozmadan iyi bir revizyon planına odaklanmanızı öneririm.”,*

- “VASER® Liposuction ile Yağ Aldırma” başlığı altında; *“(…)Neden VASER Liposuction Kullanıyorum? Klasik liposuction(Yağ Aldırma) yaparken kanüllerin ucundaki rende tarzı bıçaklar bu sinir ve damarları koparmadan yağları alması mümkün değildir. İşte bu yüzden de deri altı kanama, takibinde aşırı morluklar, ameliyat sonrası aşırı ağrı ve geçmeyen deri uyuşuklukları bundandır. Bunlar klasik bilgi olarak da doğrudur, pratik olarak ta. VASER ile tanışana kadar çok uzun süre klasik liposuction(Yağ Aldırma) yaptım, sonuçlarımız yine iyiydi ama morluklar ve ağrılar konusunda, geçmeyen uyuşukluklar konusunda hep sıkıntı çektik. Bu sorunlar klasik liposuction(Yağ Aldırma)için normaldir. (…)Günümüzde VASER liposuction uygulamaları ile bu sorunlar büyük ölçüde aşılmıştır. (…)Tüm bu avantajlarından dolayı günümüzde liposuction (Yağ Aldırma) içinVASER'i öneriyor ve kullanıyorum. VASER® Liposuction fiyatları için lütfen formu doldurunuz.”,*

- “Karın Germe Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Burada size herhangi bir iz kalmaksızın nasıl karın germe ameliyatı yapılacağını anlatacağım. En önemli soru bu ameliyat neden ortaya çıktı ve acaba siz karın germe ameliyatına uygun şanslı grupta mısınız? (…)Çoğu kez de cerrah bile çok içine sinmeden karın germe ameliyatını yapar. Tek yol bu olduğu için de hasta ile cerrah sonuçtan mutlu bir şekilde olay biterdi. Bugüne kadar tabi…. Cerrahinin birçok alanında kullanılmakta olan laparoskopik yöntemleri kısa bir süredir uygun vakalarda karın germe ameliyatında da kullanmaya başladık. (…)”,*

- “Kepçe Kulak Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Bir çok dikiş tekniği mevcuttur, elde edilen şekillerin kalıcı olması ve kulakların tekrar açılmasını engellemek için birden fazla tekniği aynı anda uygulayarak şeklin güvenliğini sağlamayı uygun buluyorum. (…)Bunun dışında da birçok kulak şekil bozukluğu vardır ve her biri kendine özgü tekniklerle onarılıp, son derece tatmin edici sonuçlara ulaşılabilmektedir. Hadi gülümseyin. Artık saçlarınızı topuz yapabileceksiniz.”,*

- “BBL Brezilya Kalçası (Popo) Estetiği” başlığı altında; *“(…)Popoyu büyük hacimlerde yağ enjeksiyonu ile dolduranlar da olmasına rağmen kendi pratiğimde popoyu tamamen doldurmak için yağ enjeksiyonunu tercih etmiyorum, silikon implantlar daha uygun oluyor. Sadece lokalize eksikleri doldurmak bana daha mantıklı geliyor. (…)Kendi pratiğimde silikon implantlara karşı bir ret reaksiyonu ile hiç karşılaşmadım.”,*

- “Çene Ucu Estetiği” başlığı altında; *“(…)Blog yazımızın başlığına bakıp ta herkese çene ucu implantı taktığımızı sakın düşünmeyiniz. Doğru kişide ise efsane sonuçlar çıkarır o ayrı. (…)Hali hazırda aldığınız anesteziyi 15 dk uzatarak bu işlemi yapabiliriz ve hayal edemeyeceğiniz katkıları olabilir size. (…)15 dk’lık konforlu bir işlemdir. Sağlayacağı ince detayla da diğer ameliyatlarımız daha da zenginleştirmektedir.”,*

- “Göz Kapağı Estetiği” başlığı altında; *“(…)Eğer beraberinde başka bir girişim yapmayacaksa lokal anestezi tercihimdir, böylece aynı gün evinize dönebilirsiniz.”,*

- “Lipödem Tedavisi ve Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Lipödem tedavisini VASER liposelection ile yapmaktayız. VASER klasik liposuctiondan farklı olarak özellikle yağ dokusunu eriten bir sistem olup venlere ve lenfatiklere zarar vermez. Bu tam da ihtiyacımız olan etkidir. Klasik liposuction da doku farkı gözetmeksizin kanülün ucuna gelen her doku parçalanarak dışarı çekilir. Bu sırada lenfatik hasarı oluşabilir ve lipödemi tedavi etmeye çalışırken başka sorunlarla karşılaşıla bilinir. (…)Sizde de lipödem olduğunu düşünüyor ve saydığımız bulguları taşıyorsanız kliniğimizde kısa bir muayene ile tanınızı netleştirebilir ve hızla lipödem tedavisi ile alakalı çözüme ulaşabiliriz. Ameliyat sonrası uzaklaşan yağlarda dolayı bacaklarınızda rahatlama daha ilk günde bile kendini gösterecektir.”,*

- “Vajina Daraltma Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Bu tarz bir probleminiz var ise muayene ile gerçekten cerrahi ihtiyacınız olup olmadığını birlikte değerlendirebilir ve gerekir ise genel anestezi altında 40 dakikalık bir işlem ile sıkıntılarınızı giderebiliriz.”,*

- “Koltuk Altı Terleme Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Bu seçenekler arasında uygulaması ve sonucu arasındaki ilişki en avantajlı olan botox uygulamasıdır. (…)Günümüzde kendini 3 kuşak yenileyen ultrasonik liposuction cihazı olan VASER ile koltuk altı terlemeler başarılı bir şekilde çözüme ulaştırılabilmektedir. Koltuk altı ter bezleri fiziksel olarak yağ hücrelerine benzemeleri nedeni ile etrafındaki diğer dokular ve deri zarar görmeden cilde çok yakın bile olsalar VASER ile dokudan ayrılır ve aynen liposuction yapar gibi vücuttan uzaklaştırılır. Bu şekilde etkili ve güvenli bir şekilde koltuk altı terlemeleriniz ciddi oranda azaltılır.”,*

- “Cinsiyet Değiştirme Ameliyatı” başlığı altında; *“(…)Mevcut teknikler arasında Tayland’lı plastik cerrah Dr.Suporn Watanyusakul tarafından tanımlanan cinsiyet değiştirme ameliyatı tekniğinin diğer bir çok yönteme üstünlük sağladığını görmekteyiz.”,*

- “Diamond Shine Theraphy (DST)” başlığı altında; *“(…)Yeni bir tedavi yaklaşımı olarak Diamond Shine Theraphy cildinizin bir çok ihtiyacını kombine edilmiş olarak mikro enjeksiyonlarla derinize aşılamayı, Q-Switch Nd-Yağ lazer terapi ile pigment dengesi ve fibroblast uyarılmasını ve cildinizin şımartıldığı dermo kozmetik bir bakım kombinasyonunu içerir. Cildinizi yeniden bir elmas gibi ışıldaması için işimdi Diamond Shine Therapy var. Elmas gibi ışıldayan ciltler için yeni bir bakış açısı, yepyeni bir deneyim”,*

- “Cosmelan&Dermamelan” başlığı altında; *“(…)Bu tedaviler tek seansda uygulanması açısından hızlı ve pratiktir. Sonuçları ise beklenilenin çok üstünde seyretmiştir. Hafif bir soyucu etkisi vardır fakat kimyasal peelingler TCA lar gibi asitler içermez. (…)Elbette lekenizin tedavi edilmiş olması tekrara oluşmayacağı anlamına gelmez. Unutmayın leke oluşumuna çok duyarlı bir cildiniz var. Öyle ise tedavinizin ardından elde ettiğiniz sonucu nasıl koruyacağınızı birlikte konuşmamız lazım.”,*

- “Vampire Facelift” başlığı altında; *“(…)Vampire Facelift uygulaması daha freş daha dinamik bir cilt görüntüsüne ihtiyacı olan herkes tarafından değerlendirilmesi gereken bir uygulamadır. Kim Kardashian, Gisele Bündchen, Bar Refaeli gibi ünlüler yanılıyor olabilir mi”,*

- “Silhouette Soft (Gençlik İpi)” başlığı altında; *“(…)Silhouette Soft (Gençlik İpi) özellikle orta yüz kısmında oluşan doku sarkmalarına karşı ameliyatsız çözümler arasındaki mevcut en etkili askılama yöntemidir. Genel anlamda askılama işlemlerini pek sevmem. Çünkü tek bir yerden geçecek tek bir ipin yerçekimine karşı durması pek maktıklı değildir. Oysa Silhouette Soft üzerindeki koni şeklindeki tutamaçlar sayesinde ip geçtiği yol boyunca 6-10 adet noktaya kanca atarak dokuyu birçok noktada asar.(…)* *Silhouette Soft etkilerinin daha uzun sürmesi ve sarkmayla birlikte cilt kalitesinin de artırılması yönünde; kliniğimiz de kişinin ihtiyacına göre birçok tedaviyle kombine edilerek uygulanmaktadır. Ayrıca klasik iple askılama tekniklerine göre sonuçları hemen görebilirsiniz. (…)Cerrahiye henüz hazır değilseniz, ya da sarkmalarınız henüz o boyuta ulaşmamış ise Silhouette Soft tam sizin için olabilir.”,*

- “Mezoterapi” başlığı altında; *“(…)Mezoterapi denilince cilt kırışıklıklarından, striyalara, yara izlerine, lekeler, göz altı morluklarına, aknelere, selülite kadar çeşitli amaçlarla uygulanabilen enjeksiyon ürünlerinden söz ediyoruz. Bunlardan bazılarını onaylamazken bazılarını severek uyguluyorum. Her bir ürün için ayrı ayrı nedenleri var bunun.”,*

- “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“(…)Kliniğimizde lazer epilasyona dair dünyadaki en iyi lazer epilasyon sistemleri ile sizlere hizmet vererek harika sonuçlar üretiyoruz.(…)* *Belki bu nedenledir ki en iyi lazer epilasyon aletleri Amerikan malıdır. Bizim merkezde olduğu gibi. (…)Alet işler el övünür ve şimdilik en iyi alet de bizde mevcut. Olur da merkezimize başvurursanız lazer epilasyona uygunluğunuzu muayene ederek birlikte belirleyerek sizleri aydınlatmaya çalışabiliriz.”,*

- “Fransız Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“(…)Bir diğer önem verdiğimiz konu ise Fransız Dudağında olmayan ama bazı kadınlara çok yakıştırdığımız bir ayrıntıdır. Alt yada üst dudakta, bazen ikisinde orta hatta daha az dolgu vererek ön dişlerin hafifçe görünür kalmasını sağlıyoruz. Buna biz “Melek Dudağı” diyoruz. Mevcut dudak şeklinizi daha seksi Melek Dudakları ile değiştirebiliriz. Fransız’ı bilemem ama en seksi dudaklar sizin olsun diyelim. Görüşmek üzere.”,*

- “Lipomatik” başlığı altında; *“(…)Bir süredir yağ aldırmak isteyen hastalarımız lipomatik mi yoksa VASER mi daha başarılıdır sorusunu bize sormaktadır. Bu makalede sizler için Lipomatik ile VASER liposuction arasındaki farkları anlatacağım(…)Lipomatik tamamı ile mekanik bir cihazdır. Fazlaca yağ aldığınız bir bireyin derisinde herhangi bir sıkılaşma etkisi yoktur. Bu açıdan lipomatik klasik liposuctiondan üstün değildir. Oysa VASER ultrasonik liposuction cihazının sıkılaştırıcı modu ile deri altına uygulanarak fibroblsatların tetiklenmesi üzerinden deride ilerleyici bir sıkılaşma olmaktadır. Karın germe sınırındaki hastalarda bile germe yapmaksızın başarı elde edilebilmektedir. Tedavinizde kullanılacak cihazları ticari söylevlerin dışında teknik özelliklerini değerlendirerek kıyaslamak sizleri doğru sonuca götürecektir.”,*

- “Fibrocell ile Kök Hücre Tedavisi” başlığı altında; *“(…)(Fibrocell) FDA ve ülkemiz sağlık bakanlığınca onaylıdır. Kişinin kendi hücreleri çoğaltılarak yapıldığı için herhangi bir doku reddi gibi bir konu, alerjik bir reaksiyon oluşmaz. Fibroblast hücre kültürü (Fibrocell) uygulamaları tek kelime ile zaman makinasının tıptaki karşılığıdır. Kendi hücreleriniz ile kendi gençliğinize bu şekilde yolculuk edebilirsiniz.”,*

- “Lazer ile Cilt Tedavileri” başlığı altında; *“(…)Klasik bilgilerle bu satırları doldurmaktansa işin daha eğlenceli tarafı olan sihirli sonuçlarını paylaşacağım. (…)Kliniğimizde Cilt bakım uygulamalarının ayrılmaz parçası olarak Revlite Q-Switch Nd-Yag Lazer sıklıkla leke tedavilerinde de yerini almış durumdadır. Yüz ve genital bölgedeki pigment sorunlarını eşsiz bir şekilde çözmektedir. (…)Er-Glass lazerde deri altı dokular daha çok hedef gözetildiği için iyileşme süreci çok hızlı olur.”,*

- “Yaş Almak Kaderdir Ama Yaşlanmamak Sizin Elinizde” başlığı altında; *“(…)Elbette bir estetik cerrahi kliniği olarak neşterle güzelleştirmeyi başarılı bir şekilde gerçekleştiriyoruz. Sonuçlar çok daha net ve uzun süreli. Fakat madalyonun bir de diğer tarafı var ki karşımıza çıkan her yüz, ameliyat gerektirmiyor ya da hastamız ameliyata sıcak bakmıyor. Peki, bu durumda ne yapabiliriz? Bir sürü şey! (…)Botox, dolgu, lazerli cilt cilt yenileme, radyofrekans cilt sıkılaştırma, Silhoutte Soft yüz germe, mezoterapi, somon dna gençlik aşısı gibi yöntemlerle probleminize yönelik kombine tedavi protokolü oluşturarak memnuniyet uyandıran sonuçlar elde ediyoruz. Botox; size en pahalı kırışıklık kreminin bile yapamayacağını yapar ve hem alın hem göz kenarlarındaki kaz ayağı dediğimiz bölgedeki kırışıklıklar da tam anlamıyla mucize sunar. (…)Dolgu; yüzü daha dinamik göstermek ve yaşla birlikte gelen ya da yapısal olabilen boşlukları doldurabilmek adına uygulayabileceğimiz en güçlü silahlarımızdan biridir. (…)Ve bu etki mekanizması, kırışıklık, cilt sarkma, yüz ovalinde bozulma gibi problemlerde size oldukça konforlu, hızlı, acısız, iğnesiz olması açısından sık uyguladığımız bir tedavidir. (…) Dokuları özel bir şemsiye tekniği ile asmakta ve bu özelliği nedeni ile klasik ip askı yöntemlerinden farklıdır. (...)Tamamen doğal ve emilebilir olması da bu işlemi daha güvenilir hale getiriyor. Sadece 30 dakikada iz, yara, şişlik gibi hiçbir yan etkisi olmadan bu işlemi yaptırıp sosyal hayatınıza rahatlıkla dönebilirsiniz. (…)Cildinize dıştan makyaj yaparak kusurlarınızı kapatmak yerine iç makyajla cildimizin kalitesini artırarak ışıl ışıl ve dinamik bir cilde sahip olabilirsiniz.”,*

- “Hi-Def LipoSelection” başlığı altında; *“(…)Teknoloji kendi içerisinde de evrimleşerek 3. Kuşak ultrasonik liposuction cihazı olan VASER’ı dünyaya getirmiştir. VASER teknolojisi ile yapılan liposuction işlemi de yağ dokusu üzerindeki bu ileri derece seçiciliği nedeni ile Liposelection olarak adlandırılmaktadır ve liposuction uygulamalarının gelebildiği son noktadır.”,*

- “Botox Ne Değildir?” başlığı altında; *“(…)Son olarak şunu belirtmeliyim ki botox harika bir üründür. Sadece o küçücük şişeye gereğinden fazla anlam yüklemeden keyfini çıkarmasını bilin, gerisini botox halleder.”,*

- “Burnunuz Hipnotize Edilebilir mi?” başlığı altında; *“(…)Kendi pratiğimizde çene estetiğini ve yağ enjeksiyonlarını çok sıkla yapmaktayız. Bunlar arasında da yağ enjeksiyonu tartışmasız en revaçtaki uygulamamızdır. Vücudumuzda herhangi bir yerden alınacak ortalama 15 cc yağ dokusu ile yapılacak yağ enjeksiyonu alnınızı daha oval hale getirebilir, elmacıklarınızı daha çıkık yapabilir. Bu da yüzünüzü daha feminen hale getirirken burnunuzu daha çekici gösterebilir. Enjekte ettiğimiz yağın bir kısmı yok olsa da hatırı sayılır bir kısmı ömür boyu orada kalarak yaşayacaktır. Sonuçta bu kendi yağınız kendi dokunuz. Ve en sonunda burnunuza aşık olur çıkarsınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

- “Videolar” başlığı altında yer alan videolarda; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile tıbbi işlem görüntülerine yer verildiği,

[https://www.facebook.com/opdrozanbalik](https://www.facebook.com/OpDrOzanBalik) ve [www.twitter.com/ozanbalik](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.twitter.com\ozanbalik) adresli internet sayfalarının 15.12.2017 tarihli görünümleri ile [https://www.instagram.com/ opdrozanbalik/](https://www.instagram.com/drfatihoktem/) adresli internet sayfasının 11.12.2017 tarihli görünümünde, örnek olarak; *“Sizin zamanınız daha gelmedi mi?#kapalırinoplasti#ozanbalık(…)Bugün #diamondshine müdavimi sevgili @tugbaozerk i ağırladık.(…)* *Yaşamla gözlerinizin arasında perde kalmasın. #gözkapağıestetiği #blefaroplasti#ozanbalık(…)Yine keyifli ameliyatlardan biriydi, buradaki de birinci yıl sonucu...#memebüyütme#ozanbalık(…)Kim demiş geç dönemde burun estetiği deforme olurmuş diye. Postop 7. yıl sonucumuz. Bizimle paylaştığın için teşekkürler sevgili Aslı. (…)Obezite cerrahisi sonrasında #karıngermeameliyatı ile vücut formunuzu iyileştirebiliriz... (…)Elmasın bize öğrettiklerini, cildinize kazandırmak için yepyeni bir cilt tedavi protokolü: Diamond Shine Therapy Hadi ışıldayın...(…)Ameliyat sonrası bakım iyi olursa, genetik olarak ta biraz şanslıysanız protezle meme toparlama ameliyatı sonrasında izleriniz hemen hemen hiç dikkat çekmez. Ama memeleriniz çeker.”* şeklinde ifadeler ile birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine, teşekkür, tavsiye ve onay ifadeleri içeren hasta yorumlarına ve tıbbi işlem görüntülerine 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 Kanunun 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. Ozan BALIK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2017/486**

**Şikayet Edilen:** **Nuri SAMUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.fitiktedaviistanbul.com>, [https://www.facebook.com/ terapimerkeziist/](https://www.facebook.com/%20terapimerkeziist/) ve <https://www.instagram.com/dr_nuri_samur/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.fitiktedaviistanbul.com> adresli internet sitesinin 19.10.2017 ve 20.10.2017 tarihli görünümünde; ana sayfada*; “Merkezimizde Uygulanan Terapiler… Bel ve Boyun Fıtığı ve Kireçlenme… Hacamat… Felç Terapisi… Terapi merkezi… Bel fıtığına kesin çözüm…”, “Merhaba bel fıtığım patlamıştı acil ameliyat olmam gerekiyordu. Bir arkadaşımın tavsiyesiyle Nuri beye muayene oldum. Ameliyata gerek olmadığını söyledi sol bacağımda his kaybı başlamıştı. Kısmi felç düşük ayak sendromu da deniliyor. Topuklarıma bastığımda parmaklarım öne düşüyordu. Terapilerim çok iyi geçti. Çok şükür Nuri bey sayesinde düzeldim. Nuri beye çok teşekkür ederim. Başka bir yer düşünmeden direkt Nuri beye gitmenizi tavsiye ederim..2 devlet hastanesi bir özel hastane dolaştım. Nuri beyden başka kimseye güvenmedim… Annecimizin terapileri için çok teşekkürler hocam iyi ki varsınız… Yıllar önce kızımın bel fıtığından kurtararak hayatını kurtardı oğlum diyecek kadar sevgi ve saygı duyuyorum iyi ki varsın oğlum. Esimin bel fıtığı terapisini yaptı çok memnunuz ayrıca insan olaraktan Güleryüz’ü teşekkürler… 80 Yaşında, By-Pass ameliyatlı olan eşimi boyun ve belindeki omurga daralması ile ilgili Nuri SAMUR a götürdük. Sağ elini hiç kullanamıyor, sağ ayağını sürükleyerek çok az yürüyebiliyordu. Bugün eşimin terapilerinin 5. günü ve evimizdeyiz. Eşim artık sağ eliyle imza atabiliyor, çay içebiliyor, çerezleri tutup ağzına götürebiliyor. Evin içinde 3 ayaklı yürüteçle (walker) gayet rahat yürüyor. Bu satırları okuyan sizlerin mutlaka bir hastası var. Hiç ama hiç başka bir hekim arayışına geçmenize gerek yok. Omurgayla ilgili ne rahatsızlığınız varsa artık çaresi de var. Bilgisi çok taze, yeniliklere açık, kendine son derece güvenli ve deneyimli birini arıyorsanız doğru adrestesiniz. Sevgili evlat, Seni yetiştiren anneye, babaya ve hocalarına helal olsun. Ellerin hiç titremesin, hep şifa dağıtsın. Her şey için teşekkür ederiz. Sevgilerimizle…”, “Bel ve boyun fıtığı”* başlığı altında; *“Fıtık Tedavisi? Merkezimizde Manuel Terapi, Refleksoloji Terapi, İnfiared ısı Terapi ve yurtdışından temin edilen krem ve yağlar kullanılmaktadır. Ortalama tedavi süresi 1 ila 3 seans arasında değişmekte olup tedavideki başarı oranımız ameliyatsız iğnesiz % 70-80 civarındadır.”,*

<https://www.facebook.com/terapimerkeziist/> adresli internet sitesinin 20.10.2017 tarihli görünümünde; *“Ameliyatsız Bel ve Boyun Fıtığı Kireçlenme Terapileri ve Hacamat… Ameliyatsız Bel ve Boyun Fıtığı Tedavisi Avcılar İstanbul 0553 749 66 58…”*, 11.05.2017 tarihli video paylaşımında*;* dış seste; *“Bel fıtığınız boyun fıtığınız mı var? Korkmayın… Nuri SAMUR Terapi Merkezi ilaçsız ameliyatsız iğnesiz sizi ağrılarınızdan fıtığınızdan kurtulmanıza yardımcı oluyor… Hemen bir çağrı atın, siz de fıtığınızdan kurtulun…0 850 811 32 79… Hemen bir çağrı atın… Ön muayene ücretsizdir. Bel fıtığı boyun fıtığı kireçlenme zayıflama hacamat sülük tedavisi hizmetlerimiz vardır. Nuri SAMUR Terapi Merkezi size sağlıklı günler diler… 0 850 811 32 79”* ifadeleriyle, videonun görselinde *“Nuri SAMUR Terapi Merkezi… Ameliyatsız bel fıtığından kurtulun… Bel ve boyun fıtığına ameliyatsız çözüm… Bel fıtığı tedavisine yeni tedavi yöntemi…”* gibi ifadelereyer verildiği, <https://www.instagram.com/dr_nuri_samur/>adresli internet sitesinin 20.10.2017 tarihli görünümünde; şahsın “dr\_nuri\_samur” ve “Refleksolog” unvanları ile tanıtımının yapıldığı, *“Terapi Merkezi… Ameliyatsız Bel ve boyun fıtığı kireçlenme ve Zayıflama terapisi… Ön muayene ücretsiz!!! 0 553 749 66 58… www.fitiktedaviistanbul.com... Bel fıtığına kesin çözüm… Maksimum 5 seansta ağrılara ameliyatsız son !!! Bel fıtığı ağrılarına son!”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan şahsın, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2, 13/1 ve ek 3 üncü bölümünün 5, 8, 14 maddeleri,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No:** 2017/1277

**Şikayet Edilen:** **Alsancak Estetik ve Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://alsancakestetik.com/> ve [https://www.facebook.com/ alsancakestetikguzellik/](https://www.facebook.com/%20alsancakestetikguzellik/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://alsancakestetik.com/> adresli internet sitesinin 26.10.2017 tarihli görünümünde; Kuruluşun*“Alsancak Estetik Güzellik”* olarak isimlendirildiği, söz konusu internet sitesinde, *“Lazerle Dövme Çıkarma, Lazerle Epilasyon, Lazerle Leke Tedavisi, PRP ile Cilt Gençleştirme, Selülit Tedavisi…”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ana sayfada; *“Dünyada ilk çift bilgisayar kontrollü Alexandriate Lazer Sistemi… Light Age Epicare… En iyi teknoloji ile üst düzey performans, hassasiyet ve güvenilirlik…”,* “Lazerle Dövme Çıkarma” başlığı altında; *“*Hızlı, emin, etkili çözüm… *Merkezimizde leke tedavisi ve dövmelerin silinmesi için USA LIGHT firmasının FDA onaylı “Q-Clear” lazeri kullanılmaktadır… Avantajları; Sahip olduğu iki ayrı dalga boyu sayesinde hem derin ( 1064 nm ) hem de yüzeysel (532 nm) pigmentlerde etkili olmaktadır.”, “Kimyasal Peeling” başlığı altında; “…1980’li yıllardan bu yana cilt bakımında devrim niteliğinde bir gelişmedir.  Mutlaka her kadın ve erkeğin senede 4-6 kez kimyasal peeling yaptırması yaşlanmayı kesinlikle geciktirir. Gençlik ışıltısı cilt yüzerinde devamlı kalıcı olur.…”, “Cosmelan Dermamelan”* başlığı altında*; “…Hafif yara izleri, yaşlılık lekeleri, güneş lekeleri ve ince kırışıklık tedavisi için kullanılır…”, “Lazerle Leke Tedavisi”* başlığı altında*; “Lekelerin tedavisinde cilt soyma yöntemi ve bazı soldurucu kremler kullanılmaktadır. Ancak en etkili ve çabuk sonucu lazer tedavileri vermektedir. Günümüzde en etkin ve yeni teknoloji lazer sistemleridir. Kliniğimizde Q clear ND yag lazer ile leke tedavisi uygulanmaktadır.”, Radyofrekans”* başlığı altında*; “Radyofrekans Tedavisi Nedir?... Radyofrekans tedavisi, güvenli, yan etkisiz, dinlenme gerektirmeyen, tek seanslık kozmetik bir uygulama olup yüz derisinin sıkılaşmasını, şekillenmesini ve yenilenmesini sağlayarak daha genç bir görünüm yaratmaktadır. Uygulama, uzman doktor muayenehanesinde yapılan FDA (Food and Drug Administration – Amerikan Gıda ve İlaç İdaresi) tarafından onaylı bir tedavi yöntemidir.”, “Vella Smooth ve Ultrasonik Kavitasyon ile Selülit Tedavisi”* başlığı altında*; “FDA tarafından “Sellüliti etkili biçimde tedavi eden medikal cihaz” onayı alan Velasmooth Radyofrekanslı ELOS teknolojisi sayesinde selülitte etkinliği bilinen üç teknolojiyi (Radyofrekans, Kızıl ötesi Işık, Vakum) birarada bulundurmaktadır. Üç farklı alet ile gerçekleştirilebilen işlemler velasmooth ile tek alet üzerinde toplanmıştır… Etkili! Son Teknoloji!... Yeni Radyo Frekanslı selülit tedavisi sistemi, selülitli görünüm tedavisinde gelinen son noktalardan birini oluşturuyor. Yeni Elos teknolojisinde bulunan birçok ilerleme, Elos’u her cilt rengi için en güvenilir sistemlerden bir tanesi haline getirmiştir.”, “Vücut İnceltme”* başlığı altında*; “FDA tarafından “Sellüliti etkili biçimde tedavi eden medikal cihaz” onayı alan Velasmooth Radyofrekanslı ELOS teknolojisi sayesinde selülitte etkinliği bilinen üç teknolojiyi (Radyofrekans, Kızıl ötesi Işık, Vakum) birarada bulundurmaktadır. Üç farklı alet ile gerçekleştirilebilen işlemler velasmooth ile tek alet üzerinde toplanmıştır. Son Teknoloji! Yeni Radyo Frekanslı selülit tedavisi sistemi, selülitli görünüm tedavisinde gelinen son noktalardan birini oluşturuyor. Yeni Elos teknolojisinde bulunan birçok ilerleme, Elos’u her cilt rengi için en güvenilir sistemlerden bir tanesi haline getirmiştir.”,*

Ayrıca, <https://www.facebook.com/alsancakestetikguzellik/> adresli internet sitesinin 26.10.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Alsancak Estetik Güzellik”*, “*Lazer polikliniği”* şeklinde isimlendirildiği, “Değerlendirmeler” başlığı altında; *“İzmir'in en Gözde en nezih güvenin ve kalitenin tek adresi diyebilirim yapılan işlemler gayet başarılı mükemmellik”* gibi kuruluşunuzu öven çok sayıda yorumlara yer verildiği, 24 Ekim 2017 tarihli paylaşımda; *“…Ayrıca PRP 500TL yerine 200TL. Hemen Arayın Rezervasyon Yaptırın 02324646406 veya 5380211010. Ayrıca kampanyamızı paylaşan herkese ek %10 indirim hediye…”,* 23 Ekim 2017 tarihli paylaşımda; *“Lazer tüm vücut epilasyon 7 seans 1900 TL… Ağrısız acısız kesin ve güvenilir sonuç… İzmir’in ilk lazer polikliniği… 17 yıllık tecrübe…”,* 15 Eylül 2017 tarihli paylaşımda; *“Güneş Hasarlarından Kurtulalım!!! Randevu almak için : 0232 464 64 06… PRP – Vital mezoterapi 200 TL…”,* 25 Mart 2017 tarihli paylaşımda; *“Alsancak Estetik Botoks Kulübünde Botox Bu hafta geçerli olmak üzere Botoks 390TL PRP 200TL Hemen Arayın Rezervasyon Yaptırın Fırsatı Kaçırmayın 02324646406 veya 05380211010 https://goo.gl/q1xNKM...”,* 14 Mart 2017 tarihli paylaşımda; *“Lazer Epilasyon'da Kampanya. Özel Bölge lazer epilasyon 300TL yerine 79TL. Paket ücreti ise sadece 399TL. Hemen Arayın Rezervasyon Yaptırın Bu Fırsatı Kaçırmayın 02324646406 veya 05380211010. https://goo.gl/q1xNKM...”,* 9 Ocak 2017 tarihli paylaşımda; *“Aquapeel ile cilt bakımı 8-18'i arasında 200TL yerine sadece 49TL. Leke ve Akne Tedavisi de yalnızca 79TL Hemen Arayın Rezervasyon Yaptırın 02324646406 veya 5380211010… Aquapeel hiç bir cerrahi müdahale yapılmadan, ağrısız, kırışıkları düzeltme, akneleri azaltma, gözenekleri açma gibi cilt bakımlarını çok kısa bir sürede gerçekleşmesini sağlar. https://goo.gl/q1xNKM...”,* 28 Aralık 2017 tarihli paylaşımda; *“Erkeklere özel Lazer Epilasyon'da Büyük Fırsat. Göğüs bölgesi lazer epilasyon 600TL yerine 350TL. Ayrıca lokal bölge tek seans epilasyon sadece 19TL. Hemen Arayın Rezervasyon Yaptırın Bu Fırsatı Kaçırmayın 02324646406 veya 5380211010. https://goo.gl/q1xNKM...”* gibi ifadelere yer verildiği, ayrıca fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No:** 2017/1314

**Şikayet Edilen:** **Anatolia Güzellik Estetik İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anatoliaguzellik.com](http://www.anatoliaguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ve İzmir ilinde dağıtılan *“Epilasyon seans değil tüm vücut dahil 3500 değil 790TL*”, Kırıkkale ilinde dağıtılan *“Güzellik bir Anatolia kadar yakın”* ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anatoliaguzellik.com](http://www.anatoliaguzellik.com) adresli internet sitesinin 07.12.2017 tarihli görünümünde; ana sayfada; kuruluşun*“Anatolia Estetik & Güzellik”*olarak*,* “Galeri” başlığı altında yer alan görüntüde ise *“Anatolia Estetik ve Güzellik Hzmt.”* olarak isimlendirildiği, “Hakkımızda” başlığı altında; *“Anatolia Güzellik Merkezi olarak en önemli ilkemiz müşteri memnuniyetini ön planda tutmaktır.”* ifadelerine yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, diğer taraftan kuruluşa ait İzmir ilinde dağıtılan broşürlerde; sunulan hizmetler arasında; *“Leke Tedavisi, Sivilce Tedavisi, Kırışıklık Tedavisi, Gözenek Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“Firmamız 2012 yılından bu yana Buca/Şirinyer’de hizmet vermektedir. 30 Şubesi ile Türkiye’nin en kaliteli güzellik merkezleri arasında yer almaktadır.”* ifadelerine yer verildiği, Kırıkkale ilinde dağıtılan “*Güzellik bir Anatolia kadar yakın”* ibareli broşürlerde; *“Leke Tedavisi, Saç Ekimi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, “*Lazer Epilasyon… Her cilt tipine 4 mevsim uygulanabilen, ağrısız, hızlı ve etkili radyo frekans destekli epilasyon sistemi…”* tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2016/1889**

**Pırlanta Güzellik Salonu** unvanlı firmaya ait <http://pirlantaguzellik.com> adresli internet sitesinde yer alan kuruluşa ait tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2016/1892**

**Lady Estetik ve Güzellik Merkezi** unvanlı firmaya ait <https://www.facebook.com/ladyestetik/>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2016/1894**

**Viktoria Güzellik Merkezi** unvanlı firmaya ait <http://www.victoriaguzellik.com/> ve <https://tr-tr.facebook.com/Victoria-G%C3%BCzellik-Merkezi> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2017/469**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Özge AYDIN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.06.2017, 09.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dr. Özge AYDIN ait [www.drozgeaydin.com](http://www.drozgeaydin.com), [www.facebook.com/doktorozgeaydin/](http://www.facebook.com/doktorozgeaydin/) ve [www.instagram.com/drozgeaydin](http://www.instagram.com/drozgeaydin) adresli internet sitelerinin 07.06.2017 ve 09.10.2017 tarihli görünümünde tıbbi işlemlere yönelik tedavi görsellerine ve videolarına ve tedavi yöntemlerine ilişkin açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2017/470**

### Şikayet Edilen: Ahmet Arif ÖZDEMİR- Özdemir Estetik Lazer

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook/Özdemir-Estetik-Güzellik-1511984262382183/](http://www.facebook/Özdemir-Estetik-Güzellik-1511984262382183/) ve [www.instagram.com/ozdemirestetikguzellik/](http://www.instagram.com/ozdemirestetikguzellik/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2017, 12.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun *“Özdemir Estetik Güzellik”* olarak isimlendirildiği,

Kuruluşa ait [www.facebook/Özdemir-Estetik-Güzellik-1511984262382183/](http://www.facebook/Özdemir-Estetik-Güzellik-1511984262382183/)adresli internet sitesinin 17.02.2017 ve 12.10.2017 tarihli görünümünde, “*#leketedavi#selülittedavisi bu yöntemle selülit sona erecek. dövme silme seansı Danışma: 0090 312 428 75 53. Yara, yanık, leke izlerinde.. çatlak, yırtık vb. izlerde “TEK SEANS MUCİZESİ” %40-%100 arası başarı ablasyon cihazı ile mucizelere tanık olun. Leke silme lazer..Özdemir Estetik. Özdemir Estetik kaş kontur silme.. dövme, kaş kontur silme, lazer. Kış geldi!.. Yaz gelmeden lekelerinizden kurtulun.”TEK SEANS MUCİZESİ”. MagicLIFT İP yöntemi ile YÜZ GERME. MagicLIFT İP yöntemiyle, ameliyat vs. gibi girişimsel işlemlere gerek kalamdan yüz gençleştirme, cilt germe, kırışıklık azaltma ve giderme, sarkmaları giderme, altın orana dengeleme vb. bir çok uygulama yapılabilmektedir. Danışma: 0090 553 204 07 28. Cilt germe hiç bu kadar kolay olmamıştı…Özdemir Exlusive Güzellik 0505 050 64 85. Faça, kesik izi giderme, Ankara. Lazer epilasyon acısız olur …Kalıcı olur…Pahalı olur…Kaliteli olur… Özdemir Exlusive Güzellik 0505 050 64 85. Kesiklere tek çare ameliyat değildir. “IceReaser” 4. Nesil Opt Shr ile kalıcı lazer epilasyon Özdemir Güzellik’te! 6 seansta % 80 ve üzeri kalıcı epilasyon. Tüm kararmalara son!!! Karbon peeling ile bu yazı rahat geçirin 199tl/seans. Buzz lazer farkı ile 1 seansta %60’a varan epilasyon başarısı. Rezervasyon:0 533 204 07 28.”* gibi ifadelere yer verildiği*,*

[www.instagram.com/ozdemirestetikguzellik/](http://www.instagram.com/ozdemirestetikguzellik/) adresli internet sitesinin 12.10.2017 tarihli görünümünde; “*Faça, kesik izi giderme, ankara. Dermalpen ile lekelerinizden kurtulma zamanı geldi geçiyor Özdemir Güzelliğe sizleri de bekliyoruz. Dermalpen uygulaması ile cildiniz yenileniyor! Kırışıklık, yara, yanık, kesik, cilt lekeleri ve yoğunlaşmış kılcal damar görüntüsü gibi çoğu cilt probleminde olumlu sonuçlar aldığımız Dermalpen uygulaması merkezimizde başarı ile uygulanmaktadır.”* gibi tedaviye yönelik tanıtımlarının yapıldığı ve söz konusu işlemlerle ilgili fiyat bilgisi de verilerek hastaların öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle de söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı 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, “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ahmet Arif ÖZDEMİR- Özdemir Estetik Lazer** 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.

**49)**

**Dosya No: 2017/1285**

### Şikayet Edilen: Elegant Güzellik Salonu Kozmetik Medikal Denizcilik İnşaat Turizm Reklam Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.elegantguzellik.com](http://www.elegantguzellik.com)adresli internet sitesinin 26.10.2017 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun*“Elegant Güzellik”* olarak isimlendirildiği,

-Ana sayfada; *“Buz başlıklı ütüleme epilasyon, istenmeyen tüylerden kurtulmanın modern yolu. Konforlu-modern-risksiz.”*

-“Yorumlar” başlığı altında; *“Selam ben Ömer, İzmir’de epilasyon için çok yer aradım tavsiye üzerine geldim ve çok memnun kaldım ilgi alaka müşteri memnuniyeti gerçekten çok iyi tavsiye ederim. Özellikle dilek hanıma çok teşekkür ederim işinde temiz ve başarılı.*

*Daha beşinci seansımdayım; daha şimdiden sonuçlar mükemmel. Aysel hanim ilgilendi benimle. Kendisinin işinde uzmanlığı ve güler yüzüyle seanslarımız çok keyifli geçiyor ayrıca. Aysel hanıma sonsuz teşekkürler .”,*

-“Epilasyon” başlığı altında; “*Paket 1 sakal üstü, boyun, ense, omuz, sırt, göğüs, k.altı 1999TL+kdv. Bu kampanya erkeklere özel olup 7 ana seans ve 7 ara seans olarak uygulanacaktır. Her aya özel sınırlı sayıdadır. Paket içeriği değiştirilemez. Bu bölgelere ekleme yapıldığı takdirde her bölge için liste fiyatı üzerinden %25 lik indirim uygulanacaktır. Uzmanlarımız tarafından detaylı kıl analizi yapıldıktan sonra başarı oranı belirlenir üyeliğiniz başlatılır. Paket 2 sakal üstü, boyun, ense, sırt veya göğüs 999TL+kdv. Ayın kampanyası buz başlıklı ütüleme epilasyon. Y. bacak+genital+bikini+k.altı 999 TL+ kdv. Bu kampanya sadece bayanlara özel olup 7 ana seans ve 7 ara seans olarak uygulanacaktır. Her aya özel sınırlı sayıdadır. Paket içeriği değiştirilemez. Bu bölgelere ekleme yapıldığı takdirde her bölge için liste fiyatı üzerinden %25 lik indirim uygulanacaktır. Yaza merhaba kampanyası. Genital+ bikini+ k.altı 499TL+kdv.* ” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapıldığı, ayrıca fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle de söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı 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, “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elegant Güzellik Salonu Kozmetik Medikal Denizcilik İnşaat Turizm Reklam Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2017/1287**

**Şikayet Edilen:** **İzmir Life Lazer Epilasyon**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.facebook/izmirlifelazerepilasyon](http://www.facebook/izmirlifelazerepilasyon) adresli internet sitesinin 14.12.2017 tarihli görünümünde;

Kuruluşun*“İzmir Life Lazer Epilasyon”* olarak isimlendirildiği,

“*Yepyeni bir görünüm için; istenmeyen tüylerinizden kurtulun. Erkeklerin kıl kökleri kadınlara göre daha kalın olabileceğinden, erkekler lazer epilasyonda daha iyi sonuç alabilmektedirler. Lazerde son buluş ütüleme. Lazer epilasyon yöntemi ile cildinize zarar vermeden istenmeyen tüylerinizden kurtulabilirsiniz. Lazer epilasyon pürüzsüz güzelliğe kavuşun. Lazer epilasyon pürüzsüz hayat. SHR diyod lazer teknolojisi, kalıcı kıl giderme, dört mevsim uygulama, ütüleme ağrısız kılsız. Tüm kıl ve cilt tiplerine uygun lazer epilasyon. Epilasyon yaptırın tüylere veda edin. Bikini mevsimi çok yaklaştı. İstenmeyen tüylerinizden kurtuldunuz mu? İzmir life- Kırıkkale epilasyon salonu 05079909406”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle de söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı 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, “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2017/1319**

**Şikayet Edilen:** **Elizya Güzellik - Eda AYTEKİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com/elizyaguzellik](http://www.facebook.com/elizyaguzellik)adresli internet sitelerinde;

Kuruluşun*“Elizya Güzellik”* olarak isimlendirildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com)adresli internet sitesinin 14.12.2017 tarihli görünümünde; *“Elizya’dan sevgililer günü müjdesi. Bölgesel incelme (cavitasyon-lipolazer): 1000TL yerine 500TL, Tüm vücut epilasyon: 2000TL yerine 900TL. 10-20 iubat arası sevgililer gününe özel inanılmaz indirimler 225 08 08”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapıldığı, ayrıca fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

[www.facebook.com/elizyaguzellik](http://www.facebook.com/elizyaguzellik) adresli internet sitesinin 14.12.2017 tarihli görünümünde; “*Bakım gizli kalmış güzellikleri yansıtır. Dinlenirken zayıflayın. Epilasyon, leke ve kırışıklık tedavisi ve selülit tedavisi. Hıfu ile yaşlanmaya karşı koyuyoruz. Hıfu gold mucizesi 10 dk da tüm sarkmaları toparlıyoruz acısız ağrısız. Ameliyatsız Yüz Germe . HIFU (Yüksek Yoğunlukla Odaklanmış Focus Ultrasound) vücudün kendini doğal yoldan iyileştirmesi yöntemini kullanarak ameliyatsız yüz germe kaş kaldırma, sıkılaşma ve tonlamayı sağlayan, yüz, boyun ve göğüs için cerrahi olmayan gençleştirici yöntemdir. Focus ultrasoundu kullanarak derinin derin yapılarını uyarır, cerrahi ve diğer yöntemlerin aksine, derinin yüzeyini tahriş edici uygulama içermez. HIFU SİSTEM Yüksek Performans, Daha Düşük Sarf Maliyeti, Daha Güvenli, Daha az Ağrılı ve Hasta  endikasyonlar. Cilt gerdirme ve gençleştirme, Göz çevresi ve alın kırışıklıkların giderilmesi, Kaş kaldırma, Gıdı yok etme, Üst dudak bölgesi kırışıklıkların giderilmesi, Kolajen revitalizasyonu ve Yanak bölgesinde elastisite. Uygulama tüm yüz ve boyunda uygulanabilmesinin yanında kaş kaldırma, yanak kaldırma, nasolabial oluklarda, alın çizgileri, gıdı bölgesi gibi alanlarda lokalize de yapılabilir. Cildinizi 10 yaş geriye atmak için hazırız. Bu ayki kampanyalı seansı kaçırmayın 225 08 08. Hifu non-invazif uygulamaya dayalı olmasından dolayı cilt yüzeyine zarar vermeksizin hedeflenen bölgede termal hasar oluşturma amaçlı geliştirilmiş en son teknolojidir. Ses dalgaları kullanılarak cildin alt katmanlarındaki kolojen üretiminin uyarımı sayesinde germe ve sıkılaşma da en etkin sonuçlar elde edilebilir. Uygulama sonrasında yenilenme süreci hemen başlar. Gerçek sonuçlar 30 gün sonrasında belirgin hale gelir.90 günün sonunda ise maximum seviyeye ulaşır ve HIFUGOLD teknolojisi artık KIRIKKALE 'de. Elizya açıldığı günden beri tüm desteğiyle yanımda olan Estedem medikal estetik grubuna Sevgili Umut DEMİRE çok teşekkür ederim.*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapıldığı, ayrıca fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle de söz konusu tanıtımların mevzuata aykırı 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, “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**52)**

**Dosya No: 2016/3970**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.estrogenolit.](http://www.estrogenolit.)net adresli internet sitesinde muhtelif takviye edici gıdalara yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.estrogenolit.net](http://www.estrogenolit.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 24.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; Estrogenolit Bayan Tablet, Estrogenolit Bayan Damla, Erkek Tablet, Stopex Delay, Xlarge Tablet, Estro Bitter ve One Night adlı ürünlere yönelik olarak, *“Estrogenolit cinsel isteksizlik veya orgazm sorunu yaşayan bayanlara yardımcı olabilir. Ürünün kişinin iradesi dışında kullanımından oluşacak her türlü yasal sorumluluk sipariş veren müşteriye aittir.”* şeklindeifadelerin yer aldığı, ayrıca Bursa İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğünün başvurusunda, “Estrogenolit with Extrakt” adlı ürün numunesi üzerinde yapılan analizde ürün içeriğinde kullanımı yasak “Sildenafil” adlı ilaç etken maddesinin tespit edildiği şeklinde ifadelere yer verildiği belirlenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.estrogenolit.net](http://www.estrogenolit.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 24.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; Estrogenolit Bayan Tablet, Estrogenolit Bayan Damla, Erkek Tablet, Stopex Delay, Xlarge Tablet, Estro Bitter ve One Night adlı ürünlere yönelik olarak,  *“Estrogenolit cinsel isteksizlik veya orgazm sorunu yaşayan bayanlara yardımcı olabilir. Ürünün kişinin iradesi dışında kullanımından oluşacak her türlü yasal sorumluluk sipariş veren müşteriye aittir.”* şeklinde bilimsel olarak ispat edilemeyen,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 şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen piyasa gözetim ve denetim faaliyetleri çerçevesinde, inceleme konusu Estrogenolit With Extrakt Tablet adlı ürüne ilişkin olarak yapılan analiz sonucunda, ürün içeriğinde bir gıda maddesinin üretiminde kullanımı yasak olan afrodizyak etkiye sahip “Sildenafil” adlı ilaç etken maddesine rastlandığı, bu durumun da mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Ayrıca takviye edici gıda olarak piyasaya sürülen bir ürün içeriğine ilaç etken maddesi karıştırılmak suretiyle söz konusu ürünün ilaçlaştırıldığı; kaldı ki, takviye edici gıdaların ilaç algısı yaratacak şekilde endikasyon içeren ifadelerle tanıtılmasının mevzuata aykırı olduğu gibi ürünü takviye edici gıda niteliğinden koparacak şekilde ilaç etken maddeleri karıştırılarak üretilmesinin de mevzuata aykırı ve yasadışı olduğu; ayrıca ürün etiketinde belirtilen içerikleri dışında beyansız bir biçimde ilaç etken maddeleri karıştırılarak üretilen ve ürün içeriğinde aktif ilaç bileşenleri bulunan bir takviye edici gıdanın tüketiciler tarafından kullanımı sağlıklı bireylerde dahi yan etkilere yol açabilirken hassas kişilerde ciddi sağlık sorunlarına yol açabileceği, bu durumun da kamu sağlığı açısından tehlikeli olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla 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,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18 ve 19 uncu 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, 26/1 ve 32 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2017/2075**

**Şikayet Edilen: Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “YEK TV” adlı televizyon kanalında “*Bionol Masaj Jeli ve Losyonu*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 28.10.2016 tarihinde 09:05:29-09:17:30 saatleri arasında “YEK TV” adlı televizyon kanalında *“Bionol Masaj Jeli ve Losyonu*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında;ekranda durağan yazı olarak, *“Ağrılara mucize çözüm. 15 endemik bitki yağından elde edilen mucize formül! Romatizma, Kireçlenme, Bel ağrısı, Diz ağrısı, Boyun ağrısı, Baş ağrısı, Migren. Ağrılara son! Bionol bitkisel rahatlatıcı masaj jeli ve losyonu. 15 bitkinin özünden hazırlanan mucize. Hemen arayın, 0216 912 14 16.”* ifadelerine, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Hepimizin kabusu olan ağrılardan şikayetçi misiniz? Kireçlenme, romatizma, eklem ağrısı, diz ağrısı, boyun ağrısı, boyun fıtığı, bel ağrısı, bel fıtığı, sırt ağrısı, baş ağrısı sorunları olanlar ekran başına. Almanya’da satış rekorları kıran mucize set artık Türkiye’de. Bionol Sağlık Bakanlığı’ndan onaylı bir üründür. Ayrıca kalite ve onay belgelerine sahiptir. İçerisinde ağrıları anında kesen Bionol Ağrı Losyonu, ağrıları uzun süreli tedavi eden Bionol Ağrı Jeli bulunmaktadır. Diz ve eklem ağrılarınız hayatınızı kısıtlamasın. Ağrılarınızdan kurtulun. Kullanımı çok basittir. Ağrı olan yere önce losyonu sürün, daha sonra Bionol ağrı kesici jeli sürün ve ağrılarınıza elveda deyin. Ünlü sanatçı Dilberay Almanya’da verdiği konser sonrasında tanıştığı Bionol’ü anlatıyor ve gördüğü faydaları saymakla bitiremiyor: Belin mi ağrıyor beline çal, dizin mi ağrıyor dizine çal, kolun mu ağrıyor koluna çal, başın mı ağrıyor alnına sür, her yerine sür ama düzenli sür…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatında belirlenmiş “kozmetik ürün” tanımı doğrultusunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği halde, 28.10.2016 tarihinde 09:05:29-09:17:30 saatleri arasında YEK TV adlı televizyon kanalında “Bionol Masaj Jeli ve Losyonu” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, diğer taraftan inceleme konusu reklamda tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer verilen iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların,

Dolayısıyla inceleme konusu ifade, reklam ve tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve Dış Ambalajda Yer Alacak Bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.625 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2017/3885**

**Şikayet Edilen: Haribo Şekerleme San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “*Haribo Chamallows*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2017 – 31.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.12.2017 – 31.01.2018 tarihleri arasından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, “Haribo Chamallows” adlı ürünün ızgarada, mangalda ve ateşte kızartıldığı görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen cevabi yazı ekinde, İstanbul Teknik Üniversitesi Gıda Mühendisliği bölümünden emekli öğretim üyesi Prof. Dr. Dilek Boyacıoğlu’nun “Akrilamid Oluşumu Hakkında Bilimsel Görüş” başlıklı görüşüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından “*Haribo Chamallows*” adlı ürüne yönelik olarak 16.12.2017 - 31.01.2018 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, esasen bir şekerleme ürünü olan ve halk arasında “marshmallow” olarak adlandırılan ürünün mangalda ve ateşte kızartıldığı sahnelere yer verildiği, bununla birlikte, nişasta, karbonhidrat ve şeker içerikli gıdaların yüksek sıcaklığa maruz kaldığında kanserojen akrilamid bileşiklerinin açığa çıktığının bilindiği, marshmallow ürünlerinin de mangalda veya ızgarada kızartılması veya doğrudan ateşe tutulması esnasında akrilamid oluşum riskinin mevcut olduğu, diğer taraftan, ortalama bir tüketicinin marshmallow ürününü ne kadar sürede ve kaç derece sıcaklıkta kızartması gerektiğini bilemeyeceği, dolayısıyla ürünün kızartılması esnasında kanserojen akrilamid bileşiklerinin oluşum riski nedeniyle inceleme konusu reklamlarda Haribo Chamallows adlı ürünün mangalda, ızgarada ve ateşte kızartıldığı görüntülerin yer almasının kamu sağlığı açısından risk teşkil ettiği,

Diğer taraftan, Haribo Chamallows ve benzeri şekerleme ürünlerinin özellikle çocukların ilgisini çekmesi, çocuklar tarafından tüketilmesi, ayrıca söz konusu reklam filminde çocuk oyuncuların da yer alması göz önüne alındığında, inceleme konusu reklam filminde marshmallow ürününün ateşte kızartılması gibi görüntülere yer verilmesinin çocuklarda ateşle oynama gibi tehlike oluşturabilecek davranış biçimlerini özendirdiği,

Dolayısıyla inceleme konusu ifade, reklam ve tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 24/1-a, 24/1-ç, 24/1-f ve 24/1-n maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2017/4147**

**Şikayet Edilen: Doğal Sağlık Ürünleri İsmail ECER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.kibarlidanisma.net](http://www.kibarlidanisma.net) adresli internet sitesinde “*Kibarlı Panax*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kibarlidanisma.net](http://www.kibarlidanisma.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“Kibarlı Panax – Bitkiye verilen Panax ismi “her şeyi iyileştiren, tam iyileşme” anlamına gelmektedir. Yapılan çalışmalarda iltihap giderici etki gösterdiği, antioksidan olduğu, sinir iletimini ve sinir hücrelerini iyileştirdiği, bağışıklık sistemini güçlendirdiği, şeker ve kolesterol metabolizmasında çok olumlu etkileri olduğu, damar tıkanıklığı ve damar sertleşmesi giderici fonksiyonu olduğu, kanser hücrelerini öldürdüğü gösterilmiştir. Yorgunluk ve bitkinlik halini azaltır, zindelik verir. Kalp damar sistemi üzerinde çok olumlu etkileri vardır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Karaciğer sağlığını toksin maddeleri dışarı atarak korur, hücrelerin yenilenmesini kolaylaştırır. Psikolojik ve fiziksel stresi adotojen olarak tanımlanan etkisi vardır. Kandaki şeker lipit ve kolesterol seviyesini düşürür. Anemiye iyi geldiği yönünde araştırmalar mevcuttur. Bakteriyel ve viral enfeksiyonlarda, hepatit hatta AIDS hastalarında yarar sağlamıştır. Mide, kalın bağırsak, karaciğer, prostat, malin melanom, lösemi, baş-boyun, pankreas, meme, kemik, ve jinekolojik organların kanserlerinde etkili olduğunu gösteren çalışmalar yapılmıştır. Tümör hücrelerinin bağışıklık sistemi tarafından tanınabilmesini arttırmakta hatta kemoterapi uygulanan hastalarda olası ilaç dirençlerini ortadan kaldırabilmektedir. Hücre tahribatını azaltarak radyasyon tedavisi gören hastalar için faydalıdır. Ginseng tüketimi olan toplumlarda pek çok kanser türünün görülme sıklığı belirgin olarak azalmaktadır. Öğrenme yeteneğini ve hafızayı güçlendirir, konsantrasyonu arttırır. Erkeklerde cinsel arzuyu attırır ve sertleşme sorununda çözüme yönelik etkisi vardır. Sperm azlığı, sperm yapı ve hareket kusuru olan durumlarda çok olumlu katkıları olup erkek kaynaklı kısırlık problemlerinin çözümünde faydalıdır…”* şeklindeifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kibarlidanisma.net](http://www.kibarlidanisma.net) adresli internet sitesinde “*Kibarlı Panax*” adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan ve anılan internet sitesinin 16.11.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; endikasyon belirten, bilimsel olarak ispat edilemeyen ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün inceleme konusu reklamlarda öne sürülen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “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 söz 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,

- 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 **Doğal Sağlık Ürünleri İsmail ECER** 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.

**56)**

**Dosya No: 2017/4154**

**Şikayet Edilen: Beypazarı İçecek Paz. Dağ. Amb. Tur. Pet. İnş. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından *“Beypazarı”* markalı maden sularına yönelik olarak [www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2017, 23.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin 27.11.2017 ve 23.01.2018 tarihli görünümlerinde Beypazarı markalı maden sularına ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda;

“Firma Profili” başlıklı tanıtım sayfasında,*“…Saatte  300 bin şişe üretim kapasitesiyle, maden suyu denilince akla gelen ilk marka  olma başarısını yakalamıştır…”* ifadelerine,

“Basın Reklam” başlığı altında “Beypazarı Gazozu” adlı ürüne yönelik tanıtım afişinde,*“En sevdiğiniz maden suyundan çok seveceğiniz bir lezzet; Beypazarı Gazozu”* ifadelerine,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan reklam afişlerinde**,** “En doğal milli içecek” ifadelerine,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin ana sayfasında yayınlanan bir başka reklam afişinde, “Beypazarı Mandalina Aromalı Doğal Maden Suyu” adlı ürüne yönelik olarak, bir mandalina görseli ile birlikte *“Siz hiç mandalina içtiniz mi?”* şeklinde ifadelere,

“Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Çocuklar ve Hamileler İçin Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Süt ile doğal maden suyu karşılaştırıldığında her iki besinin de vücuda yararlı olan mineralleri benzer derecede içerdiği bilimsel olarak ortaya konmuştur.”* şeklinde süt ile maden suyunu karşılaştıran ifadeler ile birlikte bir anne ile bebeğinin görseline,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinde , “Bebeğim çok sağlıklı, çünkü anne karnından beri %100 doğal Beypazarı maden suyu içiyor” başlıklı reklam görselinde, *“Kalsiyum zengini Beypazarı maden suyunu düzenli olarak içmek hem anne hem de bebeğin sağlığı açısından çok önemlidir. Beypazarı doğal maden suyu, içeriğindeki zengin kalsiyum miktarıyla annenin gebelik boyunca ihtiyaç duyduğu kalsiyumun karşılanmasını sağlar. Bebeğin doğduğunda kuvvetli bir kemik ve diş yapısına sahip olması için de Doğal Maden Suyu gereklidir. Bununla beraber, yetişme çağındaki çocukların ihtiyaç duyduğu kalsiyum, demir, çinko, florür gibi mineralleri içermesi bakımından Beypazarı Doğal Maden Suyu büyüme çağında önemli bir besin kaynağı oluşturur”* şeklinde ifadeler ile bebeğini Beypazarı Maden Suyu şişesi şeklinde bir biberon ile besleyen annenin görüntüsüne,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan bir başka reklam afişinde, Beypazarı Maden Suyu şişesine benzetilen bir biberon görseli ile *“Anne karnından başlayarak her yaşta güvenle”* ifadelerine,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinde, maden suyu içen bir çocuk görseli yanında *“Büyümek için”*, maden suyu içen hamile bir kadın görseli yanında *“Sağlık için”* ve maden suyu içen bir yetişkin görseli yanında *“Enerji için”* şeklinde reklam sloganları içeren tanıtımlara,

Basın Reklam” başlığı altında yer alan bir başka reklam görselinde, bir ecza dolabı içinde ilaçlar ile birlikte iki şişe Beypazarı Maden Suyu şişesine ve bu görselin yanında *“Sağlığın yerinde”* ibaresine,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan bir başka reklam görselinde, bir masa üzerinde krem, losyon, makyaj malzemesi gibi kozmetik ürünler ile birlikte iki şişe Beypazarı Maden Suyu şişesine ve bu görselin yanında *“Güzelliğin yerinde”* ibaresine,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin “Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Güzellik & Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Doğal maden suyu sadece içildiğinde değil dışarıdan yüzümüze uyguladığımızda da cildimizin ihtiyaç duyduğu mineralleri sağlayarak, cildin pürüzsüzleşmesini ve yaşlanmaya bağlı oluşan kırışıklıkların azalmasına yardımcı oluyor. Eğer cildinizin ışıl ışıl ve pürüzsüz olmasını istiyorsanız her gün sonrasında özellikle makyaj temizliğinden sonra, cildinizi 1 şişe doğal maden suyu ile yıkamanız ve kendi halinde kurumaya bırakmanız gerekmektedir. Uzmanlara göre; doğal maden suyu, cilt güzelliğine önem veren bayanlar için son derece önemli bir kaynaktır. Yapılan araştırmalara göre; doğal maden suyu, kadınlar için mükemmel bir güzellik ve sağlık kaynağı. Özellikle pürüzsüz bir cilt hayali kuran bayanlara, bol bol doğal maden suyu içmeleri hatta yüzlerini yıkamaları tavsiye ediliyor.”* şeklinde ifadelere,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin “Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Güzellik & Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Sağlıklı hayatın şartlarından biri de, vücuda ihtiyacı olan mineralleri temin etmektir. İnsan vücudu, fonksiyonlarını doğru bir şekilde yerine getirebilmek için 80’den fazla mineral kullanmaktadır.*

*Vücudun dengesi için çok önemli olan minerallerin eksikliği, dengenin bozulmasına sebep olur. Vücudumuzun sağlığı için hangi yiyecekleri yememiz gerektiğini bilmemiz, sağlıklı ve uzun bir ömür sürmek için temel koşullardan biridir. Sadece yiyeceklerde değil içtiğimiz suda bile vücudumuz için son derece önemli maddeler vardır. Bu nedenle, içerdiği mineraller bakımından vücudumuza gerekli mineralleri sağlayan en iyi içecek doğal maden suyudur.*

*Doğal maden sularının ihtiva ettiği zengin mineraller, vücudumuzda vitaminlerin fonksiyonlarına yardımcı olur. Muhtevasındaki zengin kalsiyum ve florür gibi mineraller dolayısıyla özellikle çocuklar, bayanlar ve yaşlıların daha fazla doğal maden suyu içmeleri gerekir. Uzmanlara göre, günde en az 2 şişe doğal maden suyu tüketilmesi sağlıklı hayatın temel şartıdır.*

*Doğal maden suyunda zengin olarak bulunan minerallerden magnezyum, hücre içerisinde potasyumdan sonra en yoğun olarak bulunan katyondur. Hücre zarı, hücre içi ve hücre çekirdeğindeki birçok biyolojik olaylarda etkilidir ve kas ile sinirlerdeki elektrik uyarılarının iletilmesini sağlar. Kalp ve damar hastalıklarıyla çok ilgisi vardır. Enfarktüs geçiren insanlarda magnezyum düşüklüğü tespit edilmiştir. Damar sertliğine yol açan damarlardaki yağ ve kalsiyum birikmesi de magnezyum eksikliğinden oluşur. Günde en az 2 şişe doğal maden suyu içenlerde ani kalp enfarktüsü görülmediği bilimsel verilerle tespit edilmiştir.*

*Doğal maden suyunda bulunan sodyum ise, vücut sıvılarında en fazla bulunan elementtir ve sıvı dağılımıyla sıvı dengesinin düzenlenmesini sağlar. Ayrıca asit-baz dengesi ve sinir uyarılarının taşınması en önemli görevlerindendir.*

*Kalsiyum, vücudumuzda en fazla bulunan elementtir. Kemik yapısının yanı sıra kas kasılmalarının düzenlenmesine, sinir uyarılarının taşınmasına, hücre zarlarında iyon değişimine, hormonların, sindirim enzimlerinin salgılanmasına yardımcı olur. Yaşla ilgili kemik kayıplarını ve kırılmalarını önler. Kalsiyum, sadece süt ve doğal mineralli sularda bulunur. İçerisinde kalori ve besin olmadığı için doğal mineralli su, kalsiyum açısından süte en iyi alternatif olmaktadır.*

*Kalsiyum ve magnezyum içeren sular, stres sonucu gelişen ishal gibi şikayetleri önlemede de etkili olur. Sülfatlı sular ise safra salgılarını ve akımlarını artırır. Kalsiyum zengini doğal maden suları, menapoz döneminde kadınlarda ve ileri yaşlarda erkeklerde kemik erimesinin önlenmesi ve tedavisinde yeterli kalsiyum desteği sağlanmasında önemli bir seçenektir.*

*Doğal maden suyu özellikle osteoporoz hastalığının önlenmesinde ve tedavisinde önemli rol oynuyor. İşte doğal maden suyunun diğer faydaları:*

*\* Sindirim sistemine olumlu etkisi var.*

*\* Vücuttaki gereksiz tuzu yok eder.*

*\* Selülit oluşmasını engeller.*

*\* Normal su vücuttan 6 saatte atılırken doğal maden suyu 2 saatte atılır.*

*\* Kalori içermediği için tüm zayıflama programlarının vazgeçilmez bir parçasıdır.*

*\* Flüor içerdiği için özellikle çocukların diş çürümelerini engeller.*

*\* Hamileler ve emziren anneler için özellikle tavsiye ediliyor.”* şeklinde ifadelere,

“Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Maden Suyu & Diyet” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Maden suları sindirimi kolaylaştırıcı özelliğe sahiptir. Bu yüzden zayıflama diyeti uygulayanlara rahatlıkla önerilebilir. Özellikle sosyal aktivitelerde ve davetlerde hazır meyve suları, meşrubatlar veya alkollü içecekler yerine doğal maden suyu en iyi seçenektir. Doğal maden suları alkali yapılarından ötürü mide asitliğini nötralize eder ve dengeler. Böylelikle sindirim sistemine yararlı etkiler gösterir ve mideyi rahatlatır. Dolayısıyla zayıflama diyeti uygulayanlar için rahatlıkla önerilebilir.”* ifadelerine,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinden, “Çok enerjiğim çünkü; gün boyunca kaybettiğim minerali Beypazarı Doğal Maden Suyu ile karşılıyorum” başlıklı reklam görselinde, *“Gün boyu enerjik olmak için adeta doğal bir mucize olan doğal maden suyunun vücudumuza sayısız faydası var. Bir şeyler içmek istediğimizde, şekerli ve zararlı içecekler yerine mineral deposu Beypazarı Doğal Maden Suyu içmek, hem sizi zinde tutar hem de bağışıklık sisteminizi güçlendirir. Beypazarı Doğal Maden Suyu profesyonel sporcuların ve spor yapanların aktivite sonucu kaybettiği su ve mineral kaybını en iyi karşılayan içeceklerden biridir…”* ifadelerine,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinden, “Çok sağlıklıyım çünkü; günlük su ihtiyacımı Beypazarı Doğal Maden Suyu içerek karşılıyorum” başlıklı reklam görselinde, *“Uzun ve sağlıklı bir yaşam sürmek her gün günde en az iki şişe Beypazarı Doğal Maden Suyu tüketmekten geçiyor. Sıcak yaz aylarında su içmek sadece anlık sıvı ihtiyacını karşılarken düzenli Beypazarı Doğal Maden Suyu Tüketimi, hem su hem de çeşitli yollarla kaybettiğimiz mineral ihtiyacını karşılar ve sindirim sistemimizin düzgün çalışmasına da yardımcı olur. Beypazarı Doğal Maden Suyu zengin magnezyum içeriği sayesinde kalp ve damar hastalıklarıyla, prostat ve meme kanseri gibi hastalıklardan koruyucu özelliğe sahiptir. Sabahları kahve ya da çay içmek yerine güne maden suyu ile başlamak gün boyunca kendinizi daha dinç ve enerjik hissetmenizi sağlar.”* şeklinde ifadelere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: [www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin 27.11.2017 ve 23.01.2018 tarihli görünümlerinde Beypazarı markalı maden sularına ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda;

“Firma Profili” başlıklı tanıtım sayfasında, *“…Saatte  300 bin şişe üretim kapasitesiyle, maden suyu denilince akla gelen ilk marka  olma başarısını yakalamıştır…”* ifadelerine,

“Basın Reklam” başlığı altında “Beypazarı Gazozu” adlı ürüne yönelik tanıtım afişinde, *“En sevdiğiniz maden suyundan çok seveceğiniz bir lezzet; Beypazarı Gazozu”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, “Maden suyu denilince akla ilk gelen marka” ve “En sevdiğiniz maden suyu” şeklinde doğrulanabilir nitelikte somut ifade, iddia ve tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükümleri kapsamında firma tarafından ispatlanamadığı,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan reklam afişlerinde, “En doğal milli içecek” ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, “Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmelik” kapsamında düzenlenen, ilgili mevzuatında “Doğal mineralli su” şeklinde tanımlanan ve yapısı gereği doğal olan bir ürüne atfedilen “En doğal milli içecek” şeklindeki iddianın, benzer ürünlerin doğal olmadığı veya daha az doğal olduğu şeklinde bir izlenim oluşturduğu, bu durumun da tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu ve alkolsüz içecek sektöründe faaliyet gösteren diğer firmalar aleyhine haksız rekabet yarattığı,

Diğer taraftan, firma ürününe atfedilen “Milli içecek” iddiasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükümleri kapsamında firma tarafından ispatlanamadığı, aynı zamanda söz konusu iddianın tüketici güvenini ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin ana sayfasında yayınlanan bir başka reklam afişinde, “Beypazarı Mandalina Aromalı Doğal Maden Suyu” adlı ürüne yönelik olarak, bir mandalina görseli ile birlikte *“Siz hiç mandalina içtiniz mi?* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte, üretiminde mandalina aroması kullanılan bir ürüne yönelik olarak ürün içeriğinde doğal mandalina bulunduğunu çağrıştıracak bir biçimde ürünün mandalina/mandalina suyu ile eş değer tutulmasının tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinde “Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Çocuklar ve Hamileler İçin Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Süt ile doğal maden suyu karşılaştırıldığında her iki besinin de vücuda yararlı olan mineralleri benzer derecede içerdiği bilimsel olarak ortaya konmuştur.”* şeklinde süt ile maden suyunu karşılaştıran ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesinde, karşılaştırmalı reklamların ancak *“karşılaştırılan mal veya hizmetlerin aynı ihtiyaçları karşılaması ya da aynı amaca yönelik olması”* koşuluyla yapılabileceğinin hüküm altına alındığı, bununla birlikte süt ve maden suyunun aynı ihtiyaca veya aynı amaca yönelik ürünler olmaması nedeniyle söz konusu tanıtımın mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, anılan tanıtım sayfasında kullanılan anne - bebek görseli, maden suyu ile süt arasında yapılan karşılaştırma ile birlikte değerlendirildiğinde Beypazarı Maden Suyu’nun anne sütünün ikamesi olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, firma ürününün hem yeni doğan bebekler hem de ana karnındaki bebeklerin sağlıklı gelişimi için hamile kadınlar ve anneler tarafından tüketilmesi gereken temel bir gıda maddesiymiş gibi gösterildiği, böylelikle anne sütünün yokluğunda yeni doğan bebeklerin ihtiyaç duyduğu mineral ve besin maddelerinin Beypazarı Maden Suyu ile sağlanabileceği şeklinde bir imada bulunulduğu, bu durumun ise tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Ayrıca söz konusu ifade, iddia ve tanıtımlara benzer hususlara “Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinde de yer verildiği,

Buna göre, “Bebeğim çok sağlıklı, çünkü anne karnından beri %100 doğal Beypazarı maden suyu içiyor”başlıklı reklam görselinde, *“Kalsiyum zengini Beypazarı maden suyunu düzenli olarak içmek hem anne hem de bebeğin sağlığı açısından çok önemlidir. Beypazarı doğal maden suyu, içeriğindeki zengin kalsiyum miktarıyla annenin gebelik boyunca ihtiyaç duyduğu kalsiyumun karşılanmasını sağlar. Bebeğin doğduğunda kuvvetli bir kemik ve diş yapısına sahip olması için de Doğal Maden Suyu gereklidir. Bununla beraber, yetişme çağındaki çocukların ihtiyaç duyduğu kalsiyum, demir, çinko, florür gibi mineralleri içermesi bakımından Beypazarı Doğal Maden Suyu büyüme çağında önemli bir besin kaynağı oluşturur”* şeklinde ifadeler ile bebeğini Beypazarı Maden Suyu şişesi şeklinde bir biberon ile besleyen annenin görüntüsüne yer verildiği,

Yine [www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinde hali hazırda yayınlanmakta olan bir başka reklam afişinde ise, Beypazarı Maden Suyu şişesine benzetilen bir biberon görseli ile *“Anne karnından başlayarak her yaşta güvenle”* ifadelerine yer verildiği,

Bu itibarla, söz konusu reklamlarda, Beypazarı Maden Suyu’nun anne ve bebek sağlığı için vazgeçilmez bir gıda maddesiymiş gibi tanıtıldığı, biberona benzetilmiş Beypazarı Maden Suyu şişesi ile bir bebeğin sağlıklı gelişimi için ihtiyaç duyulan tüm besin öğelerinin firma ürünü ile sağlanabileceği şeklinde mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarını aşan yanıltıcı mesajlar verildiği, ayrıca bebekler için yaşamsal öneme sahip ve yeni doğan bebeklerin gereksinim duyduğu karbonhidrat, protein, yağ, mineral ve vitamin gibi besin öğelerini içeren anne sütünün değersizleştirildiği,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinde, “Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinde, maden suyu içen bir çocuk görseli yanında *“Büyümek için”*, maden suyu içen hamile bir kadın görseli yanında *“Sağlık için”* ve maden suyu içen bir yetişkin görseli yanında *“Enerji için”* şeklinde reklam sloganları içeren tanıtımlara yer verildiği, söz konusu tanıtımlarda çocukların büyümesi, hamile kadınların sağlıklı olması ve yetişkinlerin enerjik olmasının Beypazarı Maden Sularının tüketimi ile ilişkilendirildiği, bu itibarla söz konusu ifade ve tanıtımların abartılı, maksadını aşan ve mevzuatta izin verilen beslenme ve sağlık beyanlarının dışına çıkan ifadeler olarak değerlendirildiği, ayrıca söz konusu iddiaların bilimsel çalışmalarla ispatlanamadığı,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan bir başka reklam görselinde, bir ecza dolabı içinde ilaçlar ile birlikte iki şişe Beypazarı Maden Suyu şişesine ve “Sağlığın yerinde” ibaresine yer verildiği, böylelikle Beypazarı Maden Suyu ilaçların ikamesi gibi gösterilerek hastalıklarda Beypazarı Maden Suyu tüketimini tavsiye eden tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığı açısından sakıncalar içeren tanıtımlar gerçekleştirildiği,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesinde, karşılaştırmalı reklamların ancak *“karşılaştırılan mal veya hizmetlerin aynı ihtiyaçları karşılaması ya da aynı amaca yönelik olması”* koşuluyla yapılabileceğinin hüküm altına alındığı, bununla birlikte ilaç ve maden suyunun aynı ihtiyaca veya aynı amaca yönelik ürünler olmaması nedeniyle söz konusu tanıtımın mevzuata aykırı olduğu,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan bir başka reklam görselinde, bir masa üzerinde krem, losyon, makyaj malzemesi gibi kozmetik ürünler ile birlikte iki şişe Beypazarı Maden Suyu şişesine ve “Güzelliğin yerinde” ibaresine yer verildiği, böylelikle Beypazarı markalı maden suları kozmetik ürünlerin ikamesi gibi gösterilerek kozmetik ürünler ile Beypazarı Maden Suyu arasında bir karşılaştırma yapıldığı,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesinde, karşılaştırmalı reklamların ancak “karşılaştırılan mal veya hizmetlerin aynı ihtiyaçları karşılaması ya da aynı amaca yönelik olması” koşuluyla yapılabileceğinin hüküm altına alındığı, bununla birlikte kozmetik ürünler ve maden suyunun aynı ihtiyaca veya aynı amaca yönelik ürünler olmaması nedeniyle söz konusu tanıtımın mevzuata aykırı olduğu,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin “Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Güzellik & Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, “Doğal maden suyu sadece içildiğinde değil dışarıdan yüzümüze uyguladığımızda da cildimizin ihtiyaç duyduğu mineralleri sağlayarak, cildin pürüzsüzleşmesini ve yaşlanmaya bağlı oluşan kırışıklıkların azalmasına yardımcı oluyor. Eğer cildinizin ışıl ışıl ve pürüzsüz olmasını istiyorsanız her gün *sonrasında özellikle makyaj temizliğinden sonra, cildinizi 1 şişe doğal maden suyu ile yıkamanız ve kendi halinde kurumaya bırakmanız gerekmektedir. Uzmanlara göre; doğal maden suyu, cilt güzelliğine önem veren bayanlar için son derece önemli bir kaynaktır. Yapılan araştırmalara göre; doğal maden suyu, kadınlar için mükemmel bir güzellik ve sağlık kaynağı. Özellikle pürüzsüz bir cilt hayali kuran bayanlara, bol bol doğal maden suyu içmeleri hatta yüzlerini yıkamaları tavsiye ediliyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte, Kozmetik Mevzuatında belirlenmiş “kozmetik ürün” tanımı doğrultusunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği halde “Beypazarı Maden Suyu” adlı ürüne yönelik söz konusu ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, böylelikle firma ürününün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer verilen iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

[www.beypazarimadensuyu.com.tr](http://www.beypazarimadensuyu.com.tr) adresli internet sitesinin “Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Güzellik & Maden Suyu” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Sağlıklı hayatın şartlarından biri de, vücuda ihtiyacı olan mineralleri temin etmektir. İnsan vücudu, fonksiyonlarını doğru bir şekilde yerine getirebilmek için 80’den fazla mineral kullanmaktadır.*

*Vücudun dengesi için çok önemli olan minerallerin eksikliği, dengenin bozulmasına sebep olur. Vücudumuzun sağlığı için hangi yiyecekleri yememiz gerektiğini bilmemiz, sağlıklı ve uzun bir ömür sürmek için temel koşullardan biridir. Sadece yiyeceklerde değil içtiğimiz suda bile vücudumuz için son derece önemli maddeler vardır. Bu nedenle, içerdiği mineraller bakımından vücudumuza gerekli mineralleri sağlayan en iyi içecek doğal maden suyudur.*

*Doğal maden sularının ihtiva ettiği zengin mineraller, vücudumuzda vitaminlerin fonksiyonlarına yardımcı olur. Muhtevasındaki zengin kalsiyum ve florür gibi mineraller dolayısıyla özellikle çocuklar, bayanlar ve yaşlıların daha fazla doğal maden suyu içmeleri gerekir. Uzmanlara göre, günde en az 2 şişe doğal maden suyu tüketilmesi sağlıklı hayatın temel şartıdır.*

*Doğal maden suyunda zengin olarak bulunan minerallerden magnezyum, hücre içerisinde potasyumdan sonra en yoğun olarak bulunan katyondur. Hücre zarı, hücre içi ve hücre çekirdeğindeki birçok biyolojik olaylarda etkilidir ve kas ile sinirlerdeki elektrik uyarılarının iletilmesini sağlar. Kalp ve damar hastalıklarıyla çok ilgisi vardır. Enfarktüs geçiren insanlarda magnezyum düşüklüğü tespit edilmiştir. Damar sertliğine yol açan damarlardaki yağ ve kalsiyum birikmesi de magnezyum eksikliğinden oluşur. Günde en az 2 şişe doğal maden suyu içenlerde ani kalp enfarktüsü görülmediği bilimsel verilerle tespit edilmiştir.*

*Doğal maden suyunda bulunan sodyum ise, vücut sıvılarında en fazla bulunan elementtir ve sıvı dağılımıyla sıvı dengesinin düzenlenmesini sağlar. Ayrıca asit-baz dengesi ve sinir uyarılarının taşınması en önemli görevlerindendir.*

*Kalsiyum, vücudumuzda en fazla bulunan elementtir. Kemik yapısının yanı sıra kas kasılmalarının düzenlenmesine, sinir uyarılarının taşınmasına, hücre zarlarında iyon değişimine, hormonların, sindirim enzimlerinin salgılanmasına yardımcı olur. Yaşla ilgili kemik kayıplarını ve kırılmalarını önler. Kalsiyum, sadece süt ve doğal mineralli sularda bulunur. İçerisinde kalori ve besin olmadığı için doğal mineralli su, kalsiyum açısından süte en iyi alternatif olmaktadır.*

*Kalsiyum ve magnezyum içeren sular, stres sonucu gelişen ishal gibi şikayetleri önlemede de etkili olur. Sülfatlı sular ise safra salgılarını ve akımlarını artırır. Kalsiyum zengini doğal maden suları, menapoz döneminde kadınlarda ve ileri yaşlarda erkeklerde kemik erimesinin önlenmesi ve tedavisinde yeterli kalsiyum desteği sağlanmasında önemli bir seçenektir.*

*Doğal maden suyu özellikle osteoporoz hastalığının önlenmesinde ve tedavisinde önemli rol oynuyor. İşte doğal maden suyunun diğer faydaları:*

*\* Sindirim sistemine olumlu etkisi var.*

*\* Vücuttaki gereksiz tuzu yok eder.*

*\* Selülit oluşmasını engeller.*

*\* Normal su vücuttan 6 saatte atılırken doğal maden suyu 2 saatte atılır.*

*\* Kalori içermediği için tüm zayıflama programlarının vazgeçilmez bir parçasıdır.*

*\* Flüor içerdiği için özellikle çocukların diş çürümelerini engeller.*

*\* Hamileler ve emziren anneler için özellikle tavsiye ediliyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Faydalı Bilgiler” bölümü altında yer alan “Maden Suyu & Diyet” başlıklı tanıtım sayfasında, *“Maden suları sindirimi kolaylaştırıcı özelliğe sahiptir. Bu yüzden zayıflama diyeti uygulayanlara rahatlıkla önerilebilir. Özellikle sosyal aktivitelerde ve davetlerde hazır meyve suları, meşrubatlar veya alkollü içecekler yerine doğal maden suyu en iyi seçenektir. Doğal maden suları alkali yapılarından ötürü mide asitliğini nötralize eder ve dengeler. Böylelikle sindirim sistemine yararlı etkiler gösterir ve mideyi rahatlatır. Dolayısıyla zayıflama diyeti uygulayanlar için rahatlıkla önerilebilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinden, *“Çok enerjiğim çünkü; gün boyunca kaybettiğim minerali Beypazarı Doğal Maden Suyu ile karşılıyorum”* başlıklı reklam görselinde, *“Gün boyu enerjik olmak için adeta doğal bir mucize olan doğal maden suyunun vücudumuza sayısız faydası var. Bir şeyler içmek istediğimizde, şekerli ve zararlı içecekler yerine mineral deposu Beypazarı Doğal Maden Suyu içmek, hem sizi zinde tutar hem de bağışıklık sisteminizi güçlendirir. Beypazarı Doğal Maden Suyu profesyonel sporcuların ve spor yapanların aktivite sonucu kaybettiği su ve mineral kaybını en iyi karşılayan içeceklerden biridir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Basın Reklam” başlığı altında yer alan reklam afişlerinden, *“Çok sağlıklıyım çünkü; günlük su ihtiyacımı Beypazarı Doğal Maden Suyu içerek karşılıyorum”* başlıklı reklam görselinde, *“Uzun ve sağlıklı bir yaşam sürmek her gün günde en az iki şişe Beypazarı Doğal Maden Suyu tüketmekten geçiyor. Sıcak yaz aylarında su içmek sadece anlık sıvı ihtiyacını karşılarken düzenli Beypazarı Doğal Maden Suyu Tüketimi, hem su hem de çeşitli yollarla kaybettiğimiz mineral ihtiyacını karşılar ve sindirim sistemimizin düzgün çalışmasına da yardımcı olur. Beypazarı Doğal Maden Suyu zengin magnezyum içeriği sayesinde kalp ve damar hastalıklarıyla, prostat ve meme kanseri gibi hastalıklardan koruyucu özelliğe sahiptir. Sabahları kahve ya da çay içmek yerine güne maden suyu ile başlamak gün boyunca kendinizi daha dinç ve enerjik hissetmenizi sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Buna göre, söz konusu reklam ve tanıtımlarda, doğal mineralli suların doğal olarak bileşiminde bulunan minerallerin sağladığı sağlık faydaları üzerinden tüketicilerin firma ürünlerine yönlendirildiği,

*“Uzun ve sağlıklı bir yaşam sürmek her gün günde en az iki şişe Beypazarı Doğal Maden Suyu tüketmekten geçiyor.”* ifadesi ile uzun ve sağlıklı bir yaşam sürmenin tek yolunun Beypazarı Maden Sularını tüketmekle mümkün olduğu şeklinde tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve kamu sağlığı açısından sakıncalar içeren tanıtımlara yer verildiği,

Ayrıca inceleme konusu reklamlarda, “Beypazarı Doğal Maden Suyu” adlı ürüne yönelik olarak, endikasyon belirten, ispat edilemeyen ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların Beypazarı Maden Suyu ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle firma ürününün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün inceleme konusu reklamlarda öne sürülen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda gıda 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 söz konusu ifade, reklam ve tanıtımların;

- Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmeliğin “Etiket bilgileri ve tanıtım” başlıklı 25 inci maddesi,

- 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 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beypazarı İçecek Paz. Dağ. Amb. Tur. Pet. İnş. San. ve Tic. 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.

**57)**

**Dosya No: 2017/4809**

**Şikayet Edilen: Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 01.05.2017-15.07.2017 tarihleri arasında düzenlenen *“2 Kapaktan Birinde İstediğin 1 LT Hediye*” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet, afiş

**Tespitler:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımların broşür versiyonunda; *“Sofraların Bereketi Artsın Diye 2 kapaktan 1’inde İstediğin 1 Litre Hediye (2,5 Litre Coca-Cola, Fanta, Sprite Altın Renkli Kapaklarının Altında)”* ana vaadinin altında, ana vaadin istisnası olarak, *“Kampanya promosyona katılmayı kabul etmiş ve 1 LT. Pet hediye ürün dağıtımı yapmakta olan satış noktalarında geçerlidir. Satış noktalarında ürün dağıtılırken kampanyalı ürünlerin kapalı olması ve dağıtımının tesadüfi yapılması sebebiyle, 2 adet promosyonlu ürün alan tüketici hediye 1 LT. pet ürün kazanamayabilecektir. Yapılan tesadüfi dağıtımdan Coca Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. sorumlu değildir.”* ifadelerinin yer aldığı, ürün ambalajları üzerindeki tanıtımlarda da aynı yönde ifadelerin kullanıldığı,

Anılan reklam kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Sofraların bereketi artsın diye 2,5 Litrelik Coca Cola’lardaki iki altın kapaktan birinde milyonlarca 1 Litrelik Coca Cola, Fanta, Sprite, Cappy ve Fuse Tea’lerden biri kazanma şansı.”* sesli ifadelerinin yanı sıra, ana vaadin istisnası (alt yazı) şeklinde, *“1 Mayıs 2017 ile 15 Temmuz 2017 tarihleri arasında, T.C. sınırlarında geçerli promosyonun detaylarını 0850 201 30 40 veya* [*www.coca-cola.com.tr’den*](http://www.coca-cola.com.tr'den) *öğrenebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenen “2 Kapaktan Birinde İstediğin 1 LT Hediye” başlıklı promosyon kampanyasına ait reklam afişlerinde; *“Sofraların Bereketi Artsın Diye 2 Kapaktan 1’inde İstediğin 1 Litre Hediye (2,5 Litre Coca-Cola, Fanta, Sprite Altın Renkli Kapaklarının Altında). 1 L Coca-Cola, Fanta, Sprite, Cappy ve Fuse Tea Çeşitleri Hediye”* ana vaadi ile birlikte ana vaadin istisnası olarak reklam afişinin alt bölümüne konumlandırılmış dipnot içerisinde; *“Kampanya promosyona katılmayı kabul etmiş ve 1 L PET hediye ürün dağıtımı yapmakta olan satış noktalarında geçerlidir. Satış noktalarında ürün dağıtılırken kampanyalı ürünlerin kapalı olması ve dağıtımın tesadüfi yapılması sebebiyle, 2 adet promosyonlu ürün alan tüketici hediye 1 L PET ürün kazanamayabilecektir. Yapılan tesadüfi dağıtımdan Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. sorumlu değildir. "2 Kapaktan 1 İnde istediğin 1 L Hediye” promosyonunun kurallarının tümünü, promosyonlu altın renkli kapaklı Coca-Cola, Fanta, Sprite 2,5 L PET şişe etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından, Coca-Cola iletişim Merkezi'nin 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı hatlarından ve www.coca-cola.com.tr'den öğrenebilirsiniz. Promosyondan yararlanmak isteyen herkes bu kuralları kabul etmiş sayılır. Bu promosyon 1 Mayıs 2017 ile 15 Temmuz 2017 tarihleri arasında T.C. sınırları içinde geçerlidir. Bu promosyon, uygulama gereği M.P.İ. İzni kapsamı dışında olup, Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenmektedir. \*\*PET 1L Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light, Fanta Portakal, Fanta Tanecix, Sprite, Sprite Şekersiz, Cappy Serin Limonata, FuseTea Şeftali, FuseTea Limon, FuseTea Karpuz, FuseTea Mango Ananas çeşitleri hediye.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı, ürün ambalajları üzerindeki tanıtımlarda da aynı yönde ifadelerin kullanıldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise*, “Sofraların bereketi artsın diye 2,5 Litrelik Coca-Cola’lardaki iki altın renkli kapaktan birinde milyonlarca 1 Litre Coca-Cola, Fanta, Sprite, Cappy ve Fuse Tea’lerden birini kazanma şansı.”* sesli ifadelerinin yanı sıra, ana vaadin istisnası olarak altyazı içerisinde, *“1 Mayıs 2017 ile 15 Temmuz 2017 tarihleri arasında, T.C. sınırlarında geçerli promosyonun detaylarını 0850 201 30 40 veya www.coca-cola.com.tr’den öğrenebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte, kampanyanın kampanyaya katılmayı tercih eden satış noktalarında geçerli olacağı bilgisinin ana vaadin istisnası biçiminde dahi tüketicilere sunulmadığı,

Bu itibarla, 01.05.2017-15.07.2017 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen “2 Kapaktan Birinde İstediğin 1 LT Hediye” başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin 2,5 Litrelik Coca-Cola, Fanta ve Sprite altın renkli kapaklarından her iki kapaktan birinde 1 Litre Coca-Cola, Fanta, Sprite, Cappy ve Fuse Tea çeşitlerinden birini kazanma şansı bulunduğu ve kampanyaya katılımın süpermarket, hipermarket, market, bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kapakları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri veyahut da bir çok satış noktasının kampanyaya katılmadığının anlaşıldığı, firma tarafından yapılan açıklamalardan ise, Türkiye genelinde 181.310 satış noktasından 114.044 adedinin kampanyaya katılmayı tercih ettiği, bunun ise toplam satış noktası sayısının % 63’üne tekabül ettiği, dolayısıyla önemli sayıda satış noktasının kampanyaya katılmadığının anlaşıldığı,

Bu doğrultuda, inceleme konusu promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında, *“Sofraların bereketi artsın diye 2,5 Litrelik Coca-Cola’lardaki iki altın kapaktan birinde milyonlarca 1 Litrelik Coca-Cola, Fanta, Sprite, Cappy ve Fuse Tea’lerden biri kazanma şansı.”* sesli ifadelerinin yanında, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olacağı bilgisinin ana vaadin istisnası biçiminde dahi tüketicilere sunulmamasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar” başlıklı 15. maddesinin, *“(1) Mal veya hizmetlere yönelik çekiliş, yarışma ve promosyon gibi pazarlama tekniklerini kullanmak suretiyle yapılan reklamlarda aşağıdaki hususlara uyulması zorunludur: a) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerle birlikte karşılıksız olarak verilen mal veya hizmetlerin ya da ikramiyelerin taahhüt edilenden farklı olmaması ve tüketicilerde oluşturulan makul beklenti düzeyini karşılaması gerekir. (…) c) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması veya belli sayıda kupon, etiket, kapak ve benzeri unsurların biriktirilmesi suretiyle piyango, ikramiye çekilişi ya da bir yarışmaya katılma hakkı veren pazarlama tekniklerinin duyurulması halinde; promosyon süresinin başlangıç ve bitiş tarihi, ikramiye çekiliş sonuçlarının duyuruluş şekli, malın teslimi ile hizmetin yerine getirilme tarihi ve koşulları açıklanır.”* hükmüne ve ayrıca reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu; kaldı ki, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olduğu bilgisine anılan televizyon reklamlarında yer verilse bile bu bilgilendirmenin yeterli olmadığı, çünkü söz konusu reklamda tüketicilerin kampanyaya katılan satış noktalarını ve bu satış noktalarının isim/adreslerini nereden öğrenebilecekleri hususunda bir yönlendirme yapılmadığından ortalama bir tüketicinin hangi satış noktalarının kampanyaya dahil olduğu hususunda bilgi sahibi olamayacağı, bu bağlamda, tüketicilerin eksik bilgilendirme yoluyla yanıltıldığı,

Anılan reklam kampanyasına ait basılı materyallerde ise, her ne kadar, ana vaadin istisnası olarak, *“Kampanya promosyona katılmayı kabul etmiş ve 1 LT. Pet hediye ürün dağıtımı yapmakta olan satış noktalarında geçerlidir.”* şeklinde ifadelerin yer almasına karşın, yaygın bir şekilde gerçekleştirilen inceleme konusu reklam kampanyasının “Milyonlarca 1 LT kazanma şansı” şeklindeki ana vaadinin firma tarafından %63 gibi düşük bir katılım oranıyla karşılanmasının ve dolayısıyla birçok tüketicinin taahhüt edilen hediye ürünü alamamasının, söz konusu kampanyanın gerektiği gibi yerine getirilmediği anlamına geldiği, bu durumun da reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 15; 26/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.** 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.

**58)**

**Dosya No: 2017/4999**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Doyum Tereyağlım adlı ürüne yönelik olarak reyon etiketleri üzerinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Yunus Market şubelerinde Doyum Tereyağlım adlı ürünün 22.11.2017 tarihli raf etiketi üzerinde “Doyum Tereyağ 1 KG” ibaresi ile satışa sunulduğu, bununla birlikte söz konusu ürünün ürün ambalajı üzerinde “Doyum Tereyağlım Süt Yağlı Bitkisel Margarin %80 Yağlı %32 Süt Yağlı” şeklinde adlandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Yunus Market şubelerinde, Doyum Tereyağlım adlı ürünün raf etiketi üzerinde “Doyum Tereyağ 1 KG” ibaresi ile satışa sunulduğu, bununla birlikte söz konusu ürünün ürün ambalajı üzerinde “Doyum Tereyağlım Süt Yağlı Bitkisel Margarin %80 Yağlı %32 Süt Yağlı” şeklinde adlandırıldığı, buna göre, gerçekte “bitkisel margarin” olan bir ürünün raf etiketi üzerinde “tereyağı” ibaresiyle satışa sunulmasının mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı, aynı zamanda tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici 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 ile “Gıdanın adı” başlıklı 20 nci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Sürülebilir Yağlar/Margarin ve Yoğun Yağlar Tebliği ‘nin (Tebliğ No: 2008/21) “Ambalaj, etiketleme, işaretleme” başlıklı 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yunus Market İşletmeleri 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.

**59)**

**Dosya No: 2017/5000**

**Şikayet Edilen: MND Kahvaltılık Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Lokman marka “Teryağ” bitkisel margarine yönelik olarak ürün ambalajı üzerinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, etiket

**Tespitler:** Lokman marka bitkisel margarinin ürün ambalajı üzerinde anılan ambalajdaki en büyük puntolu yazı olacak şekilde, “Teryağ” ifadesinin bulunduğu, bu ifadenin altında söz konusu ifadeden daha küçük puntolarla yazılmış şekilde “bitkisel margarin” ifadesinin yer aldığı, bunların yanı sıra, ürün ambalajını çevreler şekilde, ürün içeriğine ve üretici firmaya ilişkin bilgilere küçük puntolu yazı biçimi kullanılmak suretiyle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Lokman marka bitkisel margarinin ürün ambalajı üzerinde “Teryağ” şeklinde adlandırıldığı, buna göre, gerçekte tereyağı olmayan ve ürün ambalajından da anlaşıldığı şekilde bitkisel margarin sınıfında olan bir ürüne ilişkin olarak kullanılan “Teryağ” şeklindeki isimlendirmenin, ürünün tereyağı olduğu şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturması nedeniyle tüketicilerin söz konusu ifadeyi “Tereyağ” şeklinde okumasına ve ortalama tüketici tarafından firma ürününün ilk bakışta kolaylıkla tereyağı olarak algılanmasına yol açtığı, dolayısıyla bitkisel margarin olan bir ürüne ilişkin olarak firma tarafından kullanılan “Teryağ” şeklindeki ürün isimlendirmesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirildiği,

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,

-Türk Gıda Kodeksi Sürülebilir Yağlar/Margarin ve Yoğun Yağlar Tebliği ‘nin (Tebliğ No: 2008/21) “Ambalaj, etiketleme, işaretleme” başlıklı 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MND Kahvaltılık Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2017/5015**

**Şikayet Edilen: Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından YEK TV adlı televizyon kanalında “Sinirli Ot – Stevia Bitki Tohumu – Pırasa Tohumu 3’lü Set” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından 28.10.2016 tarihinde 09:17:30-09:29:20 saatleri arasında YEK TV adlı televizyon kanalında “*Sinirli Ot – Stevia Bitki Tohumu – Pırasa Tohumu 3’lü Set*” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında; ekranda durağan yazı olarak, *“Şeker ve kolesterole mucize çözüm. Sinirli ot – Stevia bitki tohumu – Pırasa tohumu. 3’lü Set. Sipariş hattı: 0216 912 14 16.”* ifadelerinin, ekranda altyazı olarak, *“Şeker yani diyabet hastalığını önleyen mucize yöntem. Uzmanlar sinirli ot bitkisi, stevia bitki tohumu ve pırasa tohumu tüketmenin şeker hastalığı ve yüksek kolesterolü önlediğini açıkladı.”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Şeker hastaları, kolesterol hastaları ekran başına. Diyabet yani halk arasında şeker hastalığı olarak bilinen hastalıktan kurtulmak artık mümkün. Şeker hastalığı ve kolesterol destek seti. Artık korkmayın, şeker ve kolesterolü yok eden muhteşem set şu anda karşınızda. Sinir otu bitkisi, stevia bitki tohumu ve pırasa tohumu, bu üç mucize bitki ile diyabet yani şeker hastalığına dur diyeceksiniz. İnsülin kullanma devri bitiyor. Şeker hastalığına ve kolesterol rahatsızlığına bitkisel tedavi bulundu. Bakın tohum deyip geçmeyin. Stevia ve pırasa tohumu adeta bir şifa kaynağı deposu. Günde bir kere düzenli kullanmanız halinde şeker ve kolesterol rahatsızlığınızı ortadan kaldırır. Bu bitkiler mucize diyorum, mucize! Siz de insülinden kurtulmak, şekerinizi dengelemek istiyorsanız kolesterolünüzü kontrol altına almak istiyorsanız, hemen ekran altındaki numaraları arayarak sipariş verin. İzlediğiniz hastaların hepsi bu bitkileri kullandı ve şifa buldu. Uzmanların şeker hastalığına karşı her fırsatta önerdiği sinirli ot bitkisi, hemoglobine bağlı glikoz değeri yüksek hastalar için adeta bir mucize. Sinirli ot bitkisini günde bir defa demleyerek çayını içmeniz, şekerinizi dengede tutar ve zamanla şeker hastalığınızı tedavi eder. Pırasa tohumuysa kolesterol ve şeker hastaları için bulunmaz bir şifa kaynağı. Kanı temizleme özelliği olduğu için damar sertliğine, yüksek kolesterole ve kan şekerini düşürmede muhteşem bir şifa kaynağıdır…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sinirli Ot – Stevia Bitki Tohumu – Pırasa Tohumu 3’lü Set” adlı ürüne yönelik olarak 28.10.2016 tarihinde 09:17:30-09:29:20 saatleri arasında YEK TV adlı televizyon kanalında yayınlanan tele-alışveriş reklamında, endikasyon belirten, bilimsel olarak ispat edilemeyen ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “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, inceleme konusu 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 **Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.625 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2017/5016**

**Şikayet Edilen: Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “YEK TV” adlı televizyon kanalında “*Dr. Viagera Seti”* adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 21.10.2016 tarihinde 01:00:40-01:22:18 saatleri arasında YEK TV adlı televizyon kanalında “Dr. Viagera Seti” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında;ekranda durağan yazı olarak, *“Dr. Viagera Seti. American playboy performans krem. Performans arttırıcı, bayan istek arttırıcı, geciktirici, büyütücü, sertleştirici. Sahte ürünlere dikkat, %100 orijinal ürün. Resmi sipariş hattı: 0216 912 14 16.”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Tanıtacağımız ürün öyle bir ürün ki hem enine hem boyuna hem de çok kısa bir süre içinde, üstelik performansı arttıran bir özellikte tam 45 dakika, evet tam 45 dakika sizi kimse durduramaz. Bakın çok önemli bir şeyden bahsediyoruz, 12 hafta gibi kısa bir sürede 7 ile 8 cm büyüyeceksiniz. Avrupa’nın en iyisi Dr. Viagera sizleri minimum 7-8 cm büyütecek. İlk kullanımda mucize performans artışı, tam 45 dakika. Sertlik problemi olanlar, erken boşalma sorunu olanlar, cinsel sağlık problemi olanlar, bu kampanyayı arasanız bulamazsınız. Hiçbir yan etkisi yoktur, tamamen bitkiseldir…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatında belirlenmiş “kozmetik ürün” tanımı doğrultusunda, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği halde, 21.10.2016 tarihinde 01:00:40-01:22:18 saatleri arasında YEK TV adlı televizyon kanalında “Dr. Viagera Seti” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda yer verilen tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, diğer taraftan inceleme konusu reklamda tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer verilen iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların,

Dolayısıyla inceleme konusu ifade, reklam ve tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “İç ve Dış Ambalajda Yer Alacak Bilgiler” başlıklı 10 uncu maddesi,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gözde Doğal Gıda İnş. Oto. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.625 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2018/425**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.dogaltedavi.com.tr](http://www.dogaltedavi.com.tr) ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com)adresli internet sitelerinde, *“Gökçek Şifa”*markalı muhtelif takviye edici gıdalara yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogaltedavi.com.tr](http://www.dogaltedavi.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ve anılan internet sitesinin 05.01.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda; *“Gökçek Aloevera Jel isimli ürün ile ilgili****;*** *Gökçek Aloeverajel bağırsaklardaki mantarlara dünyada en etkili üründür. Gökçek Tonik mantara karşı etkili fakat bazı mantar türlerinde problem yaşıyoruz bu nedenle arayışlara girdim ve aloeverajeli üretim. Tonik mide deki bakteriyi problemsiz yok ederken bazen çok nadir bağırsak mantarlarının bazı alt türlerinde yetersiz kalıyor. Bu belki 100 kişide 5 kişidir, fakat çözülmesi gereken bir problemdir diye yıllarca düşündüm ve üretmek şimdi nasip oldu. Aslında bu reçete bende tam 25 yıldır var, fakat tam istediğim gibi mükemmel olmadığından arayış içinde idim ve sonunda çok şükür başardım. Eskiden Sovyetlerde ki hasta olan özelikle de kanser hastası bütün parti yöneticileri ve üst bürokratlar ve yakınlarını Fahrettin Amca tedavi etmiş. Fahrettin Amca Çeçen savaşında bütün mal varlığını kaybetmiş ve can güvenliği de olmayınca Türkiye'ye kaçmış ondan da esinlenerek GÖKÇEK ALOEVERAJELİ ürettim. Bundan tam 19 yıl önce Almanya'nın Frankfurt şehrine konferans vermek için gelen Ahmet ER (Rahmetli Muhsin Yazıcıoğlunun eğitimci kadrosundan başkan yardımcısı) ile tanıştım. Ahmet ER ne işle meşgulsünüz diye sorunca şifalı bitkilerle ilgili araştırmalarım yapıyorum kitap yazıyorum deyince çok heyecanlandı ve hemen seninle özel görüşmem gerek dedi. Ahmet Bey rüyasında peygamberimizi gördüğünü ve peygamberimizin ona aloverayı göstererek ''Ahmet bu bitkide çok şifa var bu bitkiyi insanlara tanıtın ve yayın'' demiş. Ahmet Bey rüya üzerine düşünmüş ve anlamını çözememiş. Benim ile tanışınca demek bu rüya senin içinmiş İbrahim Bey dedi. Ahmet Bey büyük bir sorumluluktan ve ağır bir yük taşıma duygusundan kurtulmuş ve rahatlamıştı. Bana ''Ben bu rüyanın ne anlama geldiğini anlamamış ve bunu düşünüp duruyordum ve bu vebalden kutulamazsam ne olacak diye uyuyamamıştım. Allah’ıma şükürler olsun ki karşıma sen çıktın. İbrahim Bey iyi ki geldiniz beni çok büyük ve ağır bir mesuliyetten kurtardınız’’ dedi. Ben o zamanlar aloe vera ürünleri satan bir firmanın distribütörlüğünü yaptım. Bu ürünleri kullananlar önce çok seviniyorlar, fakat sonra rahatsızlık yeniden nüksetti diyorlardı. Bu beni o zaman çok üzdü. İnsan kazanmak para kazanmaktan önemli diyerek çok çok iyi para kazanmama rağmen distribütörlüğü bıraktım ve bundan sonra iksir, tonik, tentür, diyet ve çayları üretmeye başladım günden bugüne kadar aloe vera neden klinik araştırmalarda çok çok etkili oluyor da ürünleri kullanınca aynı etkiyi yapmıyor diye düşündüm. Lahanayı haşladığınızda nasıl ki birleşimindeki etkin maddeler yok oluyorsa, aloe vera hazırladığınızda da en etkili maddeler yok oluyor. Bu nedenle etkisi azalıyor. Ben hem Brezilyalılardan, hem de Fahrettin hocadan aldığım reçetelere klinik araştırmalarla elde edilen bilgileri de ekleyerek mükemmel ve yepyeni bir ürün üretim. Allah’ıma hamdolsun. Tonik midedeki bakteriye karşı çok çok etkili, yani gastrit, ülser, kolit, enterit ve allerji de tonik vazgeçilmez. Gökçek Aloevrajel çok amansız bağırsak mantarları, deri hastalıklarından: akne, ekzem, atopik ekzem ve diabete (şeker hastalığı) karşı ve de hücre yenileyici özelikleri ile mükemmel bir üründür. Klinik araştırmalarda zaten bunu ispatlanmıştır.*

*Aloeverajel aloe vera, bal ve 19 çeşit bitkiden oluşan özel bir karışım. Bu güne kadar bağırsaklarında mantar olanların asla tatlı yememeleri ve hatta tatlı meyve bile yememelerini söyledim. Fakat ben kendim içinde bal olan bir şurup ürettim. Bu çelişki değil mi diye soranlar oluyor. Evet, çelişki gibi gözüküyor doğru. Bağırsak mantarları glikoz yani şekerle beslenir ve şekerin her türü mantarın hızla yayılmasına sebep olur. Peki ben yıllarca tatlı yemeyin derken neden mantara karşı bir şurup ürettim. Evet, çok ilginç bir buluş yaptım. Burada mantarı fare olarak düşünün balı peynir ve 19 şifalı bitkiyi de fare kapanı olarak düşünün. Evet, aynı teknikle mantarı balla beslenmek isterken diğer şifalı bitkiler mantarları yok ediyor. Yani mantara karşı bir tuzak kurdum ve çok şükür çok çok etkili olduğunu gördüm. Aloe vera ile ilgili klinik araştırmalar yapılmış ve zaten etkisi belgelenmiştir. Bizim burada farkımız kimyasal ilaç kullanmadan doğal bazı yöntemlerle bu GÖKÇEK Aloeverajelini üretmiş olmamızdır.*

*Bağırsaklara mantar yerleşmişse, mantarlar tedavi edilmeden tedavi olmak mümkün değildir. Çünkü mantarların üretmiş olduğu toksik maddeleri karaciğer arıtamazsa diğer organlara depolar. Hangi organa veya dokuya toksik madde depolanırsa orda problem çıkar. Günümüzde bakterilerin teşhisi kan, idrar ve gaita tahlillerinden hemen yapılabilir, fakat mantarların teşhisi hemen hemen imkansızdır ve ancak belirtilerinden ve dilden anlaşılabilir. Antibiyotikler ve yanlış beslenme (tatlı, peynir türleri, siyah çay, kola vs) mantarları çoğaltır ve daha da kötüleşirsiniz. Tonik mide de gastrit ve ülsere sebep olan haliko bakter pylori ye karşı etkilidir, bununla ilgili olarak Kaliforniya’nın Standford Üniversitesi’nde Cheney ve ekibi 1950-52 yılları arasında Lahana suyu ile üç büyük tedavi denemesi yapmıştır ve bunu 1956’da Wasler ile Miller’in tedavi denemeleri takip etmiştir. Hastalar mide, onikiparmak bağırsağı ve ince bağırsak ülseri olanlardan seçilmiştir ve de 1-4 hafta süre ile günde 1 lt Lahana suyu verilmiştir. Lahana suyunun gün boyu yudum yudum içilmesi gerekir. Cheney tarafından 1950’de yapılan 13 hasta üzerinde deneye yapılmıştır ve bunların altısında mide, yedisinde onikiparmak bağırsağı ülseri olduğu röntgenle tespit edilmiştir. Tamamı Lahana suyu ile normal tedavi süresinden önce iyileşmişlerdir.(Age).Yalnız sadece Lahana suyu Guvatıra sebep olabilir bu nedenle biz lahana suyu nu 19 çeşit bitki ile takviye ettik. (…)*

*Gökçek Aloe Vera Jel genelikle bağırsak mantarlarına karşı etkilidir. Bu nedenle bağırsakların da mantar olanların ilk 6 hafta dan sonra Tonik yerine Aloe Vera Jeli kullanmaları daha uygun olur. Kimyasal ilaçlar ve yanlış beslenme nedeniyle bozulan asit-baz dengesini kurmak gerekir, çünkü mikroplar asidik ortamda daha hızlı çoğalırlar. Vücudumunuzun bozulan asit baz dengesini Himalaya tuzu ile yeniden düzenleeybiliriz. Örneğin normal tuz ödeme sebep olurken Himalaya tuzu ödemi önler. TECRÜBELER Sarımsak kokusundan rahatsız olanlar, iksiri aldıktan 5-10 dakika sonra bir miktar süt (en az yarım çay bardağı) içerse bu süt kokuyu emer ve yok eder.”*

*Ayı üzümü Forte isimli ürün ile ilgili; Sistit, intersistiyel sistit, aktif mesane, nefrit.*

*Biberiye Forte isimli ürün ile ilgili; Düşük Tansiyon, Kansızlık, Antioksidan, Anemi.*

*Çay Ağacı Yağı isimli ürün ile ilgili; Melaloyka, Tırnak Mantarı, Vajina Mantarı, Akne.*

*Çentiyan Forte isimli ürün ile ilgili; İştahsızlık, Anoreksiya, Nervoza, Halsizlik.*

*Çoban Çantası Forte isimli ürün ile ilgili; Basur, Hemoroid, iç Kanama.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan, <https://www.youtube.com/channel/UCXmVuOnbGo6GI22A8kDlY6A> URL adresinde firmanıza ait “İbrahim Gökçek” adlı kullanıcı hesabı tarafından firmanız ürünlerinin tanıtımlarını içeren çok sayıda reklam filminin yayınlandığı, söz konusu tanıtımlarda, İbrahim Gökçek adlı şahsın *ilgili ürünlere ilişkin tanıtıcı bilgileri sunduğu ve hastalık isimleri de zikrederek ürünlerin çeşitli hastalıkları tedavi ettiği şeklinde ürün tanıtımları gerçekleştirdiği,*  ayrıca söz konusu reklam filmlerinin, [www.dogaltedavi.com.tr](http://www.dogaltedavi.com.tr) adresli internet sitesinde ürünlere ait tanıtım sayfalarında da yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.dogaltedavi.com.tr](http://www.dogaltedavi.com.tr) ve [https://www.youtube.com/ channel/UCXmVuOnbGo6GI22A8kDlY6A](https://www.youtube.com/%20channel/UCXmVuOnbGo6GI22A8kDlY6A) URL adresinde firmaya ait “İbrahim Gökçek” adlı kullanıcı hesabı tarafından yayınlanmış ve İbrahim Gökçek adlı şahsın *ilgili ürünlere ilişkin tanıtıcı bilgileri sunduğu ve hastalık isimleri de zikrederek ürünlerin çeşitli hastalıkları tedavi ettiği şeklinde bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle ürün tanıtımları gerçekleştirdiği* çok sayıda reklam filmine yer verildiği;

Firma tarafından üretilerek “Gökçek Şifa” markası altında satışı yapılan takviye edici gıdalara yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda ve bilhassa İbrahim Gökçek adlı şahsın yer aldığı reklam filmlerinin tümünde, endikasyon belirten, bilimsel olarak ispat edilemeyen ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların firmanız ürünleri ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu reklamlarda yer verilen bilimsel olarak ispata muhtaç iddiaların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi ile Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Beyanlar için bilimsel doğrulama” başlıklı 9 uncu maddesi hükümleri kapsamında firma tarafından ispatlanamadığı,

Dolayısıyla 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,

- 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,

- Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gökçek Gıda İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine; diğer taraftan;

* Reklam Kurulu’nun 09.01.2018 tarih ve 268 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, *“Kanal T logolu televizyon kanalında 04.01.2017 tarihinde yayınlanan “Gökçek İle Sağlıklı Yaşam” programında yer verilen”* reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, firma hakkında, **12.070 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
* Reklam Kurulu’nun 20.06.2017 tarih ve 261 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, *“*[*www.gokcekmarket.com*](http://www.gokcekmarket.com)*,* [*www.dogaltedavi.net*](http://www.dogaltedavi.net)*,* [*www.dogaltedavi.com*](http://www.dogaltedavi.com)*,* [*www.gokcektv.com*](http://www.gokcektv.com) *adresli internet sitelerinin 26.04.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklam ve tanıtımlar ile* ***“Gokcekgida”*** *hesap adı ile* [*www.youtube.com*](http://www.youtube.com) *adresli internet sitesinde yayınlanan”* reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, firma hakkında, **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 77/12 maddesinde; *“(12) Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. (…) Aykırılık; (…) e) İnternet aracılığı ile gerçekleşmiş ise elli bin Türk Lirası, (…) idari para cezası verilir.* ***Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir.****”* hükmünün yer aldığı,

Bu itibarla, Reklam Kurulunun 20.06.2017 tarih ve 261 sayılı toplantısı ile 09.01.2018 tarih ve 268 sayılı toplantısında tesis edilen idari işlemlere konu ihlalin firma tarafından son bir yıl içinde üçüncü kez tekrar edilmesi ve 6502 sayılı Kanunun 77/12 maddesi hükmüne istinaden idari para cezasının iki kat olarak **(69.086 x 2 = 138.172 TL** **(Yüzotuzsekizbinyüzyetmişiki Türk Lirası))** uygulanmasına karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2017/1990**

**Şikayet Edilen: Aksiyon Pazarlama Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Shopping Channel”* logolu televizyon kanalında 19.11.2016-02.12.2016 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan “*Dr. Love”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2016-02.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Shopping Channel ”* logolu televizyon kanalında 19.11.2016-02.12.2016 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Dr. Love”* isimli ürüne yönelik olarak *“Dr. Love 60 Kapsül, 45 Dk Performans Artttırıcı, Tamamen Kalıcı ,Para İade Garantili, 89 TL+kargo Satış Rekoru Kırıyor, Mutlu Sabahlar Güzel Gecelerin Sonunda Başlar Memnun kalmazsan adımı değiştiririm, Erkeklere Özel Maksimum Güç İlk Kapsülde 45 Dk Performans 0 212 925 20 10”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Aksiyon Pazarlama Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.** 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.

**64)**

**Dosya No: 2017/2926**

**Şikayet Edilen: Anadolu Cansoy Görsel Medya Radyo A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında 15.12.2016-18.12.2016 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan “*Safranlı Himalaya Şekeri”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2016-18.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Safranlı Himalaya Şekeri”* isimli ürün tanıtımlarında *“Şeker kullanmak istemeyenler, diyet yapanlar, şişkinlik sıkıntısı yaşayanlar, çok çay içenler işte size kilo aldırmayan şeker...Ağız ve diş eti yaralarından şikayetçi olanlar, öksürük nöbeti tutanlar, gazı ve şişkinliği olanlar lütfen dikkat. İşte size muhteşem doğal çözüm. Safranlı Himalaya Şekeri....Safranlı Himalaya Şekeri'yle ağız yaraları ve ağız kokusuna bir de bağırsak sıkıntılarına dur diyeceksiniz…Safranlı Himalaya Şekeri-Yeni ürün 29.90 TL+ kargo- Ağız, mide ve bağırsak sıkıntılarına etkili ürün-02129453727”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu 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, mecra kuruluşu **Anadolu Cansoy Görsel Medya Radyo A.Ş.** 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.

**65)**

**Dosya No: 2017/3052**

**Şikayet Edilen: Maya Radyo Televizyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 05.01.2016-06.01.2016 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan “*Dr. Love”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05-06.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Dr. Love”* isimli ürün tanıtımlarında *Dr. Love 60 Kapsül, 45 dk Performans Arttırıcı, …, Tamamen Kalıcı, …. 7-8 cm .., Para İade Garantili, Eczanelerde 139 TL, 39 TL+Kargo 10 TL, Satış Rekoru Kırıyor, Avrupa'da 1 Numara, Mutlu Sabahlar, Güzel Gecelerin Sonunda Başlar, İlk Kapsülde 45 dk. Performans, Erkeklere Özel Maksimum Güç, Kadınlar … Sever ,Satış Rekoru Kırıyor, Memnun Kalmazsan Adımı Değiştiririm, 0212 925 51 01”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 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, mecra kuruluşu **Maya Radyo Televizyon 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2017/3071**

**Şikayet Edilen: Evren Görsel Medya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Evren TV”* logolu televizyon kanalında 13.05.2017 tarihinde(10:34) yayınlanan “*Doktor Power”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Evren TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih ve saatte yayınlanan reklamda *“Dr. Power”* isimli ürün tanıtımlarında *“Evet mutluluk seti. dörtlü set doktor power .. Dört tane farklı ürün. Her birinin özelliği diğerinden çok farklı...doktor power performans artırıcı kapsül ile gücünüze güç katacaksınız, enerji verir, afrodizyak etki yapar, cinsel gücünüzü performansınızı öyle bir artırırki artık kendinizi zaptedemeyecek hale gelirsiniz. Dr Power kapsülü kullandığınızda 70 yaşında olsanız bile artık kendinizi 18 yaşında bir delikanlı gibi hissedeceksiniz..39 TL 0212 700 18 92, 012 599 11 91”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında sağlık beyanlarına yer verildiği ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Evren Görsel Medya 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2018/170**

**Şikayet Edilen: Sanfra İlaç ve Tıbbi Ürünler İthalat ve İhracat Pazarlama Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sanfra.com.tr](http://www.sanfra.com.tr) adresli internet sitesinin 14.12.2017 tarihli görünümünde **Macador** isimli ürüne yönelik olarak*“Dünya'da sadece Peıu ve Bolivya’daki And Dağlarının yükseklerinde 2.200-4.000 metreyi bulan rakımlarda doğal olarak yetişen çok yıllık bir bitkidir. Maca koku; karbonhidrat, protein, fiber ve esansiyel mineraller açısından oldukça zengindir. Ayrıca linolenik asit, palmitik asit, oleik asit, steroller ve polisakkaritler içerir Cinsel isteksizlikte, Libido artışında, Kısırlık-infertilite rahatsızlıklarında, Sperm ve semen sayısının arttırılması, Erenktil disfonksiyon, Prematür ejekülasyon, Hormon Replasman Tedavisinde kullanıldığı bilinmektedir.”* **Flaxseed** isimli ürüne yönelik olarak *“Kullanılmaya başlandığı ilk günden itibaren hemoroid rahatsızlığında belirgin bir rahatlama sağlayabilir. Gastrointestinal sistem mukozasına güçlendirmeye yardımcı olabilir. İçeriğindeki keten tohumu suyla temas ettiğinde şişip kaygan bir jel haline gelerek dışkıyı yumuşatır ve bağırsak hacmini artırır. Mide yanması, bulantı, iştah kaybı ve basınç hissi gibi şikayetlerin hafifletilmesinde kullanılabilir. İrrite kolon, bağırsak candidası, gastrit ve enteriten tedavisinde kullanılabilir.”* **Ginger Turmeric** isimli ürüne yönelik olarak *“Ağrı ve sızıları azaltmak için doğal bir analjezik olarak kullanılabilir. Sağlık sektöründe öncü olan ülkelerin farmakopile rinde kolit, ülser, gastrit ve midedeki gaz problemlerine çözüm olarak yer almaktadır. Kıkırdak aşınması, kireçlenme ve dizlerdeki ağrıyı önemli ölçüde azaltıcı olarak kullanılabilir. Romatroid -artrit gibi rahatsızlıklarda yüksek oranda ağrı azaltıcı aktivite göstermektedir.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, aynı sitenin anasayfasında *“Çocuğunuzun hastalığından endişe etmeyin”* ifadesi ile Botafer isimli ürün görselinin, ağzında ateş ölçer ile yatmakta olan hasta çocuk fotoğrafı ile yan yana getirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda tanıtımı yapılan ürünler ve benzer birçok ürünle alakalı 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, yine *“Çocuğunuzun hastalığından endişe etmeyin”* ifadesi ile Botafer isimli ürün görseli, ağzında ateş ölçer ile yatmakta olan hasta çocuk fotoğrafı yan yana getirilerek söz konusu ürünün birtakım hastalıkları tedavi ettiği izleniminin oluşturduğu, dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 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, 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 **Sanfra İlaç ve Tıbbi Ürünler İthalat ve İhracat Pazarlama Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2017/1597**

**Şikayet Edilen:** **Şehrazat Aktar Sağlık Ve Yaşam Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sehrazataktarbaharat.com](http://www.sehrazataktarbaharat.com) adlı sitede yer alan “*Akzer Bayan Çayı 60’Lı (Kadın Hormon Çayı), Akzer Beyaz Çay, Akzer Ginseng Li Karışık Bitki Çayı, Akzer Karabaş Otlu Çoban Çökertenli Bitki Çayı*” isimli ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sehrazataktarbaharat.com](http://www.sehrazataktarbaharat.com) adresli internet sitesinin 09.01.2018 tarihli görünümünde,

“*Akzer Beyaz Çay 25’Li- Metabolizma yağ yakıcı sıkılaştırıcıdır. Akzer Ginseng Li Karışık Bitki Çayı-Cinsel Güç Verici -Enerji Verici, Akzer Karabaş Otlu Çoban Çökertenli Bitki Çayı 25 Li-Varis, Toplardamar-Hemoroid Basur için.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sehrazataktarbaharat.com](http://www.sehrazataktarbaharat.com) adresli internet sitesinde “*Akzer Bayan Çayı 60’Lı (Kadın Hormon Çayı), Akzer Beyaz Çay, Akzer Ginseng Li Karışık Bitki Çayı, Akzer Karabaş Otlu Çoban Çökertenli Bitki Çayı”*  adlı ürünlere yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-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. maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1,7/2,7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 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, 7/2, 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 **Şehrazat Aktar Sağlık Ve Yaşam Merkezi** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2017/1600**

**Şikayet Edilen:** **Nurbal Şifa Aktar Doğal Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nurbal.com](http://www.nurbal.com) adlı sitede yer alan “*SA 30 Zayıflama Çayı*” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**27.02.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nurbal.com](http://www.nurbal.com) adresli internet sitesinin 27.02.2017 tarihli görünümünde; “*Zayıflama Destekler*” başlığı altında, *“SA 30 Zayıflama Çayı”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.nurbal.com](http://www.nurbal.com) adresli internet sitesinde “*SA 30 Zayıflama Çayı*” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-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. maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 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, 7/2, 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 **Nurbal Şifa Aktar Doğal Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2017/2024**

**Şikayet Edilen:** **Aksu Vital Doğal Ürünler Gıda Sanayi Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili firmaya ait broşürde yer alan “*Shiffa Home*” markalı muhtelif ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu broşürün 17.03.2017 tarihli görünümünde,

*“Shiffa Home Aksuvit enerjiniz bol olsun. Hem erkek hem de bayanlarda cinsel istek ve cinsel fonksiyonların düzenlenmesinde, erkeklik hormonu (testesteron) ve sperm miktarını arttırmada destek olarak kullanılabilir. Vücudun dengeye kavuşmasında, hastalıklara karşı korunmasında, hastalık oluşumunu engellemede ve bağışıklık sisteminin güçlenmesine destektir. Genel sağlığın korunmasına ve enerji sağlamaya yardımcıdır.*

*Shiffa Home Alıç yaprağı, içerisindeki flavonoidler ile oligometrik potosiyanidinler kan damarlarını korumaya ve kılcal damar yapısını güçlendirmeye yardımcıdır. Damar sertliğini önlemeye destek olarak kullanılır. Alıç ekstraktlı karışım kalbe giden damarların tıkanmasıyla kan akımında meydana gelen azalmadan kaynaklanan kalp rahatsızlıklarını önlemeye yardımcı olduğu bildirilmektedir.*

*Shiffa Home Berkap Alternatif tıbbın Hemoroid Çözümü, içerisindeki civan perçemi ile gazların ve mide-bağırsak iltihaplarının giderilmesine, karahalile ile hazmı kolaylaştırmaya ve mide rahatsızlıklarına fayda sağlayabilir. Tanen maddesi ile hemoroidli bölgenin elastikiyetinin artmasına ve sıkılaşmasına, lifli içeriği sayesinde hemoroidi tetikleyici sindirim bozukluklarının giderilmesine yardımcıdır.*

*Regl Dönemlerinde Oluşan Sıkıntılardan Kurtulun. Shiffa Home Bymix. İçerisindeki bitkilerle, adet öncesi gerginlik sendromu döneminde (PMS dönemi) aşırı uyuma stres, depresyon gibi psikolojik durumlarla başa çıkmada destekleyicidir. Vücutta su toplanması, baş ağrısı, eklem ağrıları, sindirim sorunları gibi fizyolojik sıkıntılarla başa çıkmada fayda sağlar. Ayrıca vücuttaki aşırı suyun atılmasına iyi bir destekleyicidir.*

*Shiffa Home Cetavin, İçeriğindeki Alfa lipolik asit ile kan şekerini regüle etmeye destektir. Özellikle şeker hastalarında sinir hasarının önlenmesinde fayda sağlar. Kan damarlarında oluşan kolestrolün engellenmesinde yardımcıdır. İçerisindeki biyotin vitamini ile şeker metabolizmasında glukokinazın artmasına destektir. İnsülin direncini ve Tip-2 şeker hastalığını kontrol altında tutmaya yardımcı olur.*

*Asırların Siyah Dostu. Shiffa Home Çörekotu bağışıklık sisteminin kuvvetlendirilmesinde buna bağlı olarak virüs ve mikrobik durumların giderilmesinde, immüm sistem ile ilgili hücrelerin sayılarında artışa yardımcı olabileceği bildirilmiştir. Kan şekerini dengeleyici ve kanser hücrelerinin kemoterapiye karşı direnç kazanmasının önlenmesine yardımcı olabilir.*

*Shiffa Home Propolis. Japonya’da yapılan klinik çalışmalarda düzenli ve sürekli propolis kullanımında kanser hücrelerinin devitalize edilmesinde ve gelişmesini engellemede olumlu sonuçlar al Prostattan Korunun Shiffa Home Perst. BPH (prostat büyümesi) genellikle 40 yaş üzerindeki erkeklerin hastalığıdır. 50 yaş üzerindeki erkeklerin %50 sinde, 60-70 yaş arasında % 65’inde, 80 yaş üzeri erkeklerde %90 ında BPH gelişmektedir.*

*Shiffa Home BPH’ nin yaşlanmayla birlikte, östrojen hormon düzeylerinde görülen değişiklik nedeniyle geliştiği düşünülmekle beraber kesin nedeni belli değildir. Modern tıbbın onayladığı ve kullanılmasını önerdiği doğal bitkilerden formüle edilmiş özel bir üründür. Tahriş belirtileri olan ağrılı, sık sık ve muhtemelen geceleri idrara çıkma, idrar akımının geç başlaması gibi durumlarda yardımcı olarak kullanılabilir.*

*Shiffa Home Rlx Bitkisel karışımla Rahatınıza Bakın. Stres ve sinirsel gerginliğe karşı güçlü bir destekleyicidir. Araştırmalarda hafıza zayıflığının, huzursuzluk ve sıkıntı hallerinin giderilmesine yardımcı olduğu belirtilmektedir. Ayrıca sakinleştirici, sinirleri onarıcı, kas gerilimini ortadan kaldıran melisa bitkisinin, sinir zafiyetlerinde, melankoli hallerinde, sinirsel kaynaklı baş ağrılarında, hazımsızlıkta, mide bağırsak gazlarının giderilmesinde doğal destekleyici olarak bilinir.*

*Shiffa Home Köpek Balığı Kıkırdağı. Yüksek oranda protein, kalsiyum, fosfor, ve kolaj içeren köpekbalığı kıkırdağı bağışıklık sisteminin güçlenmesinde önemli bir takviyedir. Kemoterapi sırasında, tümör gelişiminin önlenmesinde yardımcı ve sonrasında koruyucu destek olarak kullanılabilir. Eklem iltihabı ve romatizmal eklem iltihabı gibi etmenlerde kullanılabilir.*

*İçerdiği gümüş düğme ile migren ataklarının önlenmesi ve giderilmesine yardımcı olurken, ak söğüt kabuğu ile ağrının giderilmesine destek olur. Ayrıca içeriğindeki sarı kantaron, melisa, ıhlamur, lavanta gibi bitkiler ile vücudun ve zihnin rahatlamasına destek olur.*

*Shiffa Home Medan. Karaciğere Güçlü Koruma. İçeriğindeki karahindiba, devedikeni, enginar karaciğere güçlü bir koruma sağlayabilir. Kolesterolün, LDL ve trigliserit miktarının düşürülmesinde, hepatit, karaciğer ve safra kesesi rahatsızlıklarının giderilmesinde olumlu etkiler gösterdiği bilinmektedir. Karaciğer yağlanmasının sebep olduğu deformasyonlarını önlemeye yardımcı olur.*

*Shiffa Home Enginar. Karaciğeri temizleyen nadir bitkilerden enginar ve enginar ekstresi içerir. Karaciğer ve safra kesesinde biriken nikotin alkol ve yağın vücuttan atılmasına yardımcı olabilmektedir. Karaciğerdeki yağ depolarını harekete geçirmeye destek olur. Ayrıca enginarın kolestrol sentezi oranının, toplam kolestrolün, LDL ve trigliserid miktarının düşürülmesine yardımcı olduğu bilinmektedir.*

*Shiffa Home Epimedium. İçeriğindeki bitkiler afrodizyak olarak kullanılır. Sadece vücudun cinsel fonksiyonlarını düzenlemeye yardımı olarak değil, aynı zamanda cinsel arzu ve hassasiyeti de arttırmaya yardımcıdır. Dikkat ve konsantrasyonu sağlamaya destektir. Zihin ve bedenin enerjisini dengelemeye yardımcı olur.*

*Shiffa Home Fitoform İçeriğindeki bitkilerin lifli yapısı sayesinde kendinizi tok hissetmenize ve daha sağlıklı bir beslenme alışkanlığı edinmenize katkıda bulunabilir. İçeriğindeki L-Carnitine ile depolanan yağların yakılmasını hızlandırmaya yardımcı olarak sağlıklı bir biçimde formda kalmanıza ve kilo vermenize destek olabilir. Ayrıca içeriğindeki kiraz sapı, biberiye, yeşilçay gibi bitkilerle vücuttaki ödemin atılmasına yardımcıdır.*

*Shiffa Home Ferrovitec. İçeriğindeki üzüm çekirdeği ekstresi, kuşburnu gibi bitkilerle tam bir antioksidan deposudur. Ayrıca C vitamini, demir ve çinko içerir. Yapılan çalışmalarda üzüm çekirdeği ve C vitaminin aynı anda kullanılmasının kansızlığa karşı fayda sağladığını göstermektedir. Doğal bitki, vitamin ve minerallerden oluşan özel birformülasyonla üretilmiştir.*

*Dünyada en çok kullanılan gıda takviyelerinden olan Shiffa Home Ginkgo biloba, tam bir beyin toniğidir. İçeriğinde kan damarlarının genişlemesine, kan dolaşımının artmasına ve pıhtılaşmayı engellemeye yardımcı olan bileşikler bulunur. Doku yenileyici özelliği ile hafıza fonksiyonlarının artmasına yardımcı olur. Alzheimer hastalığının erken dönemlerinde hastalığın ilerleyişini durdurmaya destek olduğu saptanmıştır.*

*Shiffa Home Glucosamine, Chondrotine, MSM ve ananas ekstratı ile özel olarak geliştirilmiş formulasyon, eklem ağrılarını azaltmaya, kıkırdak dokusunu geliştirmeye, osteoartrite bağlı bel ağrıları şikayetlerini azaltmaya destekleyici olarak tavsiye edilir.*

*Shiffa Home Kırmızı Ginseng. Uzak doğunun hayat iksiri kırmızı ginseng uzun yıllardan beri çok yönlü kullanılmaktadır. İçerisindeki ginseroside etken maddesi ile yorgunluk, halsizlik gibi fiziksel ve zihinsel direnci direnci arttırmada destekleyicidir.Shiffa Home Kudret Narı Propolis. İçerisindeki kudret narı genel mide rahatsızlığı, gastrit, reflü, ülser gibi etmenlerde, kan şekerinin düşürülmesinde etkili olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca propolis ve diğer bitki ilaveleriyle patojenleri yok etmeye midenin rahatlamasına yardımcıdır.*

*Shiffa Home Sâri Kantaron. İçeriğindeki hypericin etken maddesi ile beyin içerisinde sinir uyarılarının iletiminde önemli bir artışa yardımcı olabilir. Depresyonda, panik atak durumlarında en çok tercih edilen bitkilerden sarı kantaron endişe, uykusuzluk, fazla uyuma, depresyon semptomlarından kurtulmaya destek olur. Vücuttaki virüsleri inaktive etmede, yara ve yanıkların tedavi sürecinde yardımcı olarak kullanılabilir.*

*Shiffa Home spirulina, Sodalı ve mineralli sularda yetişen spirulina bir yosun türüdür. Süper besin olarak bilinir ve Dünya çapında üne sahiptir. Serbest radikaller ve çevresel faktörlere bağlı hücre tahribatını önlemeye yardımcıdır. İçeriğindeki gamma linolenik asit ile yağ birikintilerinin çözülmesine ve kilo kontrolünün sağlanmasına yardımcıdır. Omega3-6-9 bakımından zengindir ve bağışıklık sisteminin güçlenmesine destektir.*

*Shiffa Home Upr. İçeriğindeki Reishi mantarı ve köpekbalığı kıkırdağı ile kanser hücrelerine karşı koruyucu ve kanser tedavisini destekleyici olabilir. Panteikasit, asetilkolin ve proteinler ile bağışıklık sistemini güçlendirmeye, virüslerin, bakterilerin ve fungusların vücuttan atılımına yardımcı olabilir. Kolesterolün dengelenmesinde, idrar yolu iltihaplanmalarında, genel sağlığın korunmasında destek olarak kullanılması önerilebilir.”*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait broşürde yer alan “Shiffa Home” markalı muhtelif ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-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. maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1,7/2,7/3, 7/4 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 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, 7/2, 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 **Aksu Vital Doğal Ürünler Gıda Sanayi Ve Tic. A.Ş.** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2017/1304**

**Şikayet Edilen: Gelişim İnternet Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.telemagaza.com](http://www.telemagaza.com) adresli internet sitesinin 18.01.2018 ve 19.01.2018 tarihli görünümlerinde; *“Aztec Super Food Chia Tohumu; (…) “Plant Foods for Human Nutrition” dergisinde yayımlanan bir araştırmada, 7 gün boyunca günde 25 gram chia tüketen kişilerin vücutlarındaki omega-3 yağ asidi seviyesinin önemli miktarda arttığı gözlenmiştir. Sağlıklı diş ve kemiklere sahip olmak ve osteoporozdan korunmak için güzel bir alternatiftir. (…)Ünlü Diyetisyen Taylan Kümeli. Hem Besleyici Hem de Diyet için Uygun. (…) Da Hong Pao Kırmızı Pelerin Çayı; Kırmızı pelerin Da Hong Pao Çayı ile zayıflayın! Asırlık tarihe sahip olan kırmızı pelerin çayı ile siz de kalıcı olarak kilo verebilirsiniz. Yağları yakıp, ödemleri atıp, şişkinliği azaltan ve vücuda ihtiyaç duyduğu enerji miktarını fazlasıyla sağlayan bu özel çay ile artık kilo vermek çok daha sağlıklı ve hızlı! (…)Efferslim Chitosan Tozu; Adından da anlaşılacağı gibi birçok doktorun tabir ettiği “LipoKes” yağı kesmek anlamına gelmektedir. LipoKes bir madde değil yöntemdir. Ürünümüz EfferSlim “Chitosan” sayesinde LipoKes yöntemini görebilmeniz mümkündür. Yağların mıknatıs gibi çekilerek ya da sünger gibi emilerek dışarıya atılması olayıdır. LipoKes yağ parçalamak yağı kesmek yağı bölmek anlamına gelmektedir. LipoKes bir madde değil bir yöntemdir. (…)Fitballs Cla V-Caps Mikro Toplar; (…) Bağışıklık sistemini güçlendirir. CLA destekli Fitballs zayıflama paketi içerisindeki Fitballs tea ödem çayıdır. (…)Slim Lab Pepper Gel Biber Jeli; (…)Biberin en önemli özelliği bölgesel uygulasanız dahi deri tarafından hücrelere alındıktan bir müddet sonra bütün vücudunuzda ki yağ oranını azaltıcı etki oluşturmanıza yardımcı olur. Uygulama sağladığınız bölgede ki yapay yanma hissi oluşturur ve bu sizleri sürekli olarak terlemenize yardımcı olur. (…)Deri ve terleme yolu ile yağları dışarı atmanıza ve kafein ile metabolizmayı hızlandırmanıza yardımcı olur. Stres hormonlarını azaltmanıza yardımcı olur ve vücudun rahatlamasında destekleyici olabilir. Aynı zamanda da bibere tadını veren kapsaisin bilinen en etkili bölgesel incelme sağlayabilecek maddedir.(…)Magic Wave Slim Kapri+Sinoz İnceltici ve Sıkılaştırıcı Jel; Yağ yakıcı etki. 18 günde kalça -5,5 cm bacak -1,8 cm incelme. Yağ depolanmasını engelleyici etki. Özel işlemlerle kumaşa emdirilmiş mikro kapsüller siz hareket ederken vücudunuza sürtünerek parçalanır ve aktif kozmetik içerik hiç enerji sarf etmenize gerek bırakmadan gün boyunca vücudunuza etki eder. Magic Wave inceltici tayt vücudunuzu şekillendirmek ve forma sokmak için kullanabileceğiniz en pratik ve şık üründür. Oldukça hafif ve rahat olan Magic Wave ürünümüzün kumaşa yerleştirilmiş mikro kapsülleri sayesinde kısa bir süre içerisinde kalça, basen ve uyluk bölgenizde gözle görülür değişikliği fark edeceksiniz. Magic Wave tayt ve kapri giydiğinizde vücudunuzu şekillendirebilir ve çok daha hızlı sonuç alabilirsiniz. Magic Wave içerisinde bulundurduğu son teknoloji ile üretilmiş mikro kapsüller ile kalça ve uyluk bölgenizdeki istenmeyen fazlalıkları yakar ve hep arzuladığınız elbiselerin içine girmenize yardımcı olur. (…) Vücudun 5 Ayrı Bölgesinde 5 Ayrı Etki! Magic Wave Tayt göğüs altı, mide ve karnı düzleştirmede yardımcı olur. \*Bölgesel sıkılaştırma etkisi vardır. \*Belinizi destekler. \*Belin çekilmesine ve karın şişkinliğine karşı mücadele eder. (…)Slim N Lift Infused Zayıflama Korsesi+Slim’n Fit İnfused Skincarewear Spray; (…)Üründeki baş döndüren bu özellik ise bel ve Kalça bölgelerindeki yağ yakımını sağlaması ise herkesi şaşırtacak basen ve bacak bölgesini toparlamanın ve desteklemenin yanı sıra sıkılaşmanında sağlanması için özel olarak üretilen yepyeni ve çok farklı bir korse modelidir.(…)Infused Zayıflama Spreyi giyildikten sonra yavaş yavaş o bölgenin ısı artışını sağlar. Sweat form korse giyildiği süre boyunca masaj etkisi yaratır. Bu masaj etkisi bölgedeki kan dolaşımını hızlandırır, ısı artışına sebebiyet verir. Bölge’de görülen ısı artışı ile beraber cilt ısınır, daha çabuk kalori yakımını destekler. Bu nedenle uygulanan bölge daha çabuk kalori yakmaya başlanmış olup bölgesel incelme ve sıkılaşma sağlanır. (…)Depuff Kırışıklık Giderici Krem; Depuff Kırışıklık Giderici Krem hızlı ve etkili bir şekilde yaşlanmanın etkilerini azaltan çok güçlü bir kırışıklık giderici mikrokremdir. Devrim yaratan ana maddesi ise Argireline: İğnesiz, Botox gibi çalışan bir peptitdir. (…)Lacinia Sivilce ve Akne Kremi (…)”* şeklinde,

Anılan internet sitesinde yer alan “*Diyetisyen Taylan KÜMELİ Chia’yı Anlatıyor*” başlıklı videoda; *“(…)Şişme özelliği nedeniyle de hem siz proteininizi alıyorsunuz hem iştah kontrolü sağladığı için de gerçekten kilo kaybına da destek oluyor. (…)Yüksek lif nedeniyle size sağladığı iştah kontrolü nedeniyle aynı zamanda kilo verirken sizin kolesterolünüzü de düşürüyor. Bu kolesterol düşürmesine paralel vücudunuza verdiği Omega 3 ve 6 nedeniyle hem Alzheimer’i engellemeye hem de bağışıklık sisteminizi desteklemek gibi etkileri de oluyor. Yurtdışında özellikle İngiltere’de 10-12 yaş grubu çocuklarda yapılan hiperaktivite tedavilerinde Omega 3 desteği verildiğinde ve bu çocuklara haftada 2 ya da 3 kez chialı pudingler verildiğinde hiperaktivitenin çok sağlıklı bir şekilde tedavi edildiği gözleniyor.(…)”* 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 gıda takviyesi niteliğindeki 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 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, 5/i ve 7 nci maddeleri,

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazetede 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 ve 15/1-c 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 **Gelişim İnternet Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2017/3225**

**Şikayet Edilen: İ. E. Ulagay İlaç Sanayii Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanalları ile [www.sustenium.com.tr](http://www.sustenium.com.tr), [www.facebook.com/susteniumenerjiniyukle/](http://www.facebook.com/susteniumenerjiniyukle/) ve [www.instagram.com/susteniumenerjiniyukle/](http://www.instagram.com/susteniumenerjiniyukle/) adresli internet sitelerinde yer alan “Sustenium Plus” ve *“Sustenium Triple Action*” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2017-20.11.2017, 06.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: 13.11.2017-20.11.2017 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; “*Güç İki Bir Action! Hayatın hızına yetişmek istiyorsanız, güvenilir bir desteğe ihtiyacınız var. Güne enerjik başlamaya, direncini korumaya ve zamana meydan okumaya yardımcı 3 katmanlı tablet teknolojisi ile Sustenium Triple Action yanında. Simin BIÇAKÇIOĞLU. Türkiye Kadınlar Ralli Şampiyonu. Sustenium, enerjini yükle.”* şeklinde ifadeler ile birlikte *“Güne Enerjik Başla. 5-45 dakika. B1, B2, B12, B6 (…) Direncini Koru. 45 dakika. çinko, demir, iyot, bakır (…) Zamana Meydan Oku. 8 saat+. Kalsiyum, selenyum, krom (…)”* şeklinde,

[www.sustenium.com.tr](http://www.sustenium.com.tr) adresli internet sayfasının 06.11.2017 tarihli görünümünde; *“Sustenium Enerjini Yükle. Güç İki Bir Action! Sustenium Triple Action’ın benzersiz üçlü katmanıyla, enerji gün boyu seninle. Güne enerjik başla. Direncini koru. Zamana meydan oku. Simin Bıçakçıoğlu Türkiye Kadınlar Ralli Şampiyonu. (…) Anında enerjiye ihtiyacınız varsa; Keşfet! (…) Güvenilir Günlük Desteğe İhtiyacınız Varsa; Keşfet! (…) İstediğin anda enerjini katla. Ekstra enerjiye ihtiyaç duyduğunuz anda Sustenium Plus yanınızda. (…)Sustenium Nedir? Hayattır, enerjidir; Sustenium hayatın hızına yetişebilmektir. Yaşam enerjisini sürdürmenin yeni adı artık Sustenium. (…)Sustenium Triple Action, eşsiz ve yüksek teknoloji ile üretilen 3 katmanlı tabletiyle optimum vitamin ve minerallere ek olarak güçlü bir antioksidan olan koenzim Q10 ve resveratrol içeriğiyle enerjinizi gün boyu yüksek tutan bir multivitamin-multimineraldir. Sustenium Triple Action; Farklılaştırılmış salımlı 3 katmanlı teknolojisi ile vitamin ve minerallerin salımını üç aşamada düzenleyen, %100 optimum vitamin ve mineral desteği, Stresli dönemlerde, Hücreleri korumaya destek olan iki güçlü antioksidan içeriği olan bir multivitamin ve mineral desteğidir. Sustenium Triple Action, vitamin ve mineral ihtiyacının arttığı; Vitamin ve mineral eksikliklerinde, Yaşam temposunun arttığı zamanlarda, Stresli ve yoğun dönemlerde işe yarar. (…)Sustenium Triple Action ne zaman kullanılır, kimler kullanmalı? Sustenium Triple Action’ı herkes kullanabilir, ancak özellikle beslenme ile günlük yeterli vitamin ve mineral almadığını düşünenler, eksikliği hissedildiği ya da ihtiyacın arttığı durumlarda alınması önerilmektedir: örnek vermek gerekirse; - Sigara içenler, - Sık hastalananlar, - Yoğun stres altında veya aşırı çalışanlar, - Rutini yoğun olanlar, - Kronik hastalıkları olanlar, - Kronik yorgunluk, halsizlik çekenler, - Gebeler, emzirenler, - Diyet yapan ya da iyi beslenemeyip yeterli vitamin alamayanlar, - Aktif yaşayan, fiziksel veya zihinsel aktiviteler yapanlar, - Enerji düzeylerinin düşük olduğunu, canlılık kaybı yaşadıklarını düşünenler, - Uyku düzeninde bozukluk olanlar, - Artmış viral infeksiyonlara yatkınlığı olanlar, - Değişen hava koşullarına uyum sağlayamayanlar, - Düşük enerji içeren diyet tüketenler, - Yeterli ve dengeli beslenmeyi sağlayamayanlar (psikolojik ya da ekonomik nedenlerden dolayı), - Vejetaryenler (özellikle hiçbir hayvansal gıda tüketmeyen veganlar), - Demir eksikliği anemisi olanlar ve menopoz sonrası osteoporoz riski taşıyan kadınlar gibi bileşenlerden birinin eksikliğine yatkın olanlar, - Yaşlılar, - Uzun süre ya da çok ilaç kullananlar (özellikle antasitler, antibiyotikler, laksatifler, diüretikler), - Besin alımını engelleyen alerjik hastalıkları olanlar. (…) Neden Sustenium Triple Action’a ihtiyacımız var? Vitamin ve mineraller düzenli olarak dışarıdan almak zorunda olduğumuz organik ve inorganik maddelerdir. Vücudumuzdaki tüm işlevleri yürüten enzim ve benzeri moleküllerin çalışabilmeleri için gerekli faktörleri (koenzim, kofaktör) oluştururlar. Antioksidanlarsa serbest oksijen radikalleri denen zararlı moleküllerin etkisinden vücudun önemli maddelerini ve hücreleri, dokuları korur. Bu zararlı moleküllerin etkilediği maddeleri de eski haline getirdiği zaman en büyük faydası ortaya çıkar. Bu işlem sırasında, zararlı oksitleyici madde olan serbest oksijen radikali uzaklaştırılmış olur. (…)Sustenium Plus ne zaman kullanılır, kimler kullanmalı? Sustenium Plus, anlık ve yoğun enerji ihtiyacı için doğal yollardan enerji sağlar. Bu tür durumlarda gerekli olduğunda örneğin; - Antrenman zamanlarında, - Yoğun tempolu günlerde, - Stresli dönemlerde, - Yorgun ve halsiz ve hissettiğimiz zamanlarda, - Tatil dönemlerinde, - Travma, ameliyat sonrası gibi yorucu iyileşme süreçlerinde Sustenium Plus kullanılabilir. (…)Neden bu içeriğe ihtiyacımız var? Enerji metabolizması hem kas hem de beyinde mikrobesin durumuna karşı duyarlıdır. Mikrobesinlerin desteklenmesi, yapılan çalışmalarda görülmektedir ki sağlıklı kişilerde dahi hem metabolik özellikleri iyileştirmekte hem de performansını arttırabilmektedir. Bu iyileşmeler eksiklik durumu görülmese dahi geçerlidir. Özellikle günlük stres, yoğun rutin ve değişen hava koşulları gibi durumlarda amino asit homeostazisinin de etkilendiği çalışmalarla anlaşılmıştır. Sustenium Plus, benzersiz formülasyonu ile, size gerektiğinde “plus” enerjiyi garanti edecek, vücudunuzun doğal enerji depoları olan özel amino asitleri kreatin, arjijnin ve beta-alanin yanında, enerjiyi kullanabilmek için gerekli vitamin C, B1 ve magnezyum, demir, çinko minerallerini yerine koyabilecek şekilde güvenle sağlamaktadır. (…)”*şeklinde,

Anılan internet sitesinde yer alan *“Siz fark etmeseniz de”* başlıklı videoda; *“Siz fark etmeseniz de bir gün aslında sandığınızdan da uzun. Günün hızlı temposuna ayak uydurmak, hayatın hızına yetişebilmek, zihinsel ve fiziksel performansı zirveye taşımak ve daima aktif kalmak için güvenilir bir desteğe ihtiyacınız var. Güç, iki, bir, action! (…)Güne enerjik başlamak, direncini tüm gün korumak ve zamana meydan okumak için faklı sürelerde çözünen 3 katmanlı tablet teknolojisi ve benzersiz formülüyle etkisini gün boyu gösterir. Sustenium Triple Action ile enerjini yükle. (…)Mesai bitmediyse ve daha çok enerjiye ihtiyacın varsa aminoasitlerle zenginleştirilmiş Sustenium Plus yanında. Doğal vitamin ve mineral desteğiyle performansın anında zirvede. İstediğin anda, enerjini katla.”* şeklinde,

[www.facebook.com/susteniumenerjiniyukle/](https://www.facebook.com/alflorextr/) adresli internet sayfasının 06.11.2017 tarihli görünümünde; *“Sustenium Enerjini Yükle. Güç, iki, bir, action! İstediğin anda enerjini katla. (…)Enerjik bir hafta sonu seni bekliyor! Sustenium ile #enerjiniyükle (…)sustenium kullanıcıları spor yapmaya üşenmez! #enerjiniyükle (…) Gündelik hayatın hızına yetişemiyorum diye şikayet edenlerden misin? Sustenium Triple Action yorgunluğunuzu gidermenize yardımcı olur. (…)Kendini yorgun mu hissediyorsun? Sustenium Triple Action 3 katmalı tablet teknolojisi sayesinde enerjini gün boyu yüksek tutmana yardımcı olur. (…)Hayatın hızına yetişebilmek ve daima aktif kalmak için; güvenilir bir desteğe ihtiyacın var. Sustenium ile #enerjiniyükle. (…)Sustenium Triple Action’ın 3 katmanlı tabletiyle gün boyu ihtiyacın enerji, ihtiyacın olan zamanında seninle (…)Enerjini yükseltmenin yeni adı artık sustenium!”* şeklinde,

Anılan internet sayfasında yer alan “Ekstra etkinlikler enerji gerektiriyorsa Sustenium Plus”başlıklı videoda; “*Mesai bitmediyse ve daha çok enerjiye ihtiyacın varsa aminoasitlerle zenginleştirilmiş Sustenium Plus yanında. Doğal vitamin ve mineral desteğiyle performansın anında zirvede. İstediğin anda, enerjini katla”*, “Enerjini Yükseltmenin Yeni Adı Artık Sustenium!” başlıklı videoda; *“Sustenium ile enerjini yüklemeye hazır mısın? Farklı, yenilikçi ve benzersiz 3 katmanlı formülü ile bir vitaminden daha fazlası! Aminoasitlerle zenginleştirilmiş vitamin ve mineral desteği ile hayatın hızına yetişebilmek, yaşam enerjini sürdürmek için.”* ve “Sustenium Triple Action’ın 3 katmanlı tabletiyle gün boyu” başlıklı videoda; *“3 katmanlı benzersiz multivitamin. Güne enerjik başla. Direncini Koru. Zamana meydan oku.”* şeklinde,

<https://www.instagram.com/susteniumenerjiniyukle>/ adresli internet sayfasının 06.11.2017 tarihli görünümünde; *“Sustenium Enerjini Yükle. Sustenium hayattır, enerjidir, hayatın hızına yetişebilmektir. Yaşam enerjisini sürdürmenin, enerjiyi yükseltmenin yeni adı artık Sustenium. (…)İstediğin anda enerjini katla. (…)Kendini yorgun mu hissediyorsun? Sustenium Triple Action 3 katmalı tablet teknolojisi sayesinde enerjini gün boyu yüksek tutmana yardımcı olur. (…) Mesai çıkışı konser Sustenium Plus kullanıcısı için imkansız değil. (…)Sustenium Triple Action’ın 3 katmanlı tabletiyle gün boyu ihtiyacın enerji, ihtiyacın olan zamanında seninle. (…)3 katmanlı benzersiz multivitamin. Güne enerjik başla. Direncini Koru. Zamana meydan oku. (…) Haftanın son gününde yoğun iş toplantılarını dert etme, Sustenium Triple Action hep seninle. Zamana meydan oku. 3. Katman 8. Saatten itibaren emilir ve gün boyu enerjiyi garanti altına alır. (…)Direncini koru. 2. Katman 45 dakika-8 saat arası emilir ve gün içinde enerjinin düşmesini engeller. (…)Güne enerjik başla. 1. katman 45 dakikadan kısa sürede emilir ve güne güçlü başlamanızı sağlar.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Sustenium Triple Action” adlı ürün içeriğinde bulunan *kalsiyum, magnezyum, demir, mangan, niasin, riboflalavin, C Vitamini* gibi vitamin ve mineralleri içeren gıdaların tanıtımında, Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Ek’inde alan sağlık beyanları listesinde belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek’inde yer alan hükümler uyarınca anılan vitamin ve mineralleri içeren gıdaların tanıtımının *“Normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur”* şeklinde yapılabileceği, ancak anılan reklamlarda mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı, ayrıca, söz konusu ürün içeriğinde yer alan *koenzim Q10, resveratrol ve antioksidanlar* için anılan Yönetmelik Ek’inde izin verilen bir beyan bulunmadığı,

Bununla birlikte, “Sustenium Plus” adlı ürün içeriğinde bulunan *kreatin* içeren gıdaların tanıtımının *“Kreatin kısa süreli, yüksek yoğunluklu egzersizlerin ardı ardına yapılmasında fiziksel performansı artırır”* şeklinde, *magnezyum, demir ve C Vitamini* içeren gıdaların tanıtımının ise *“Normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur”* şeklinde yapılabileceği, ancak anılan reklamlarda mevzuatta 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 Kanununun 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 5/1, 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,

- 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 **İ. E. Ulagay İlaç Sanayii Türk A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2017/3809**

**Şikayet Edilen: Bayer Türk Kimya Sanayii Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanalları ile [www.supradyn.com.tr](http://www.supradyn.com.tr), [www.facebook.com/supradynturkiye/](http://www.facebook.com/supradynturkiye/) ve [www.instagram.com/supradynturkiye/](http://www.instagram.com/supradynturkiye/) adresli internet sitelerinde yer alan **“Supradyn All Day”** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2017-20.12.2017, 11.01.2018, 12.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: Muhtelif televizyon kanallarında 06.09.2017-20.12.2017 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; *“Türkiye’nin %86’sı gün içinde keşke daha aktif olsam diyor. Ama içiniz rahat olsun. Çünkü ihtiyaç duyduğunuz destek yeni Supradyn’de. Supradyn içeriğindeki vitaminlerin ve minerallerin yanında Koenzim Q10 desteği sağlıyor. Ben her gün Supradyn kullanıyorum ve güne kendimi en iyi şekilde hazırlıyorum. Yeni supradyn ile ilk kullanımdan itibaren aktif hisset.(…)”* şeklinde,

[www.supradyn.com.tr](http://www.supradyn.com.tr) adresli internet sitesinin 11.01.2018 tarihli görünümünde; *“Yeni Supradyn’le aktif hisset!. (…)Çocuklarınız hayat doludur, onlarla dolu dolu vakit geçirebilmek için günde bir Supradyn ile aktif kalın! (…)Tam zamanlı bir iş ile tam zamanlı bir hayatı güçlükle sürdürmeye çalışmak aktif kalmanızı zorlaştırabilir. Günde 1 supradyn ile aktif kalın (…)Vitamin & mineral ve koenzim Q10 içeriğine sahip Supradyn ile hareketli hayatında aktif kal!(…)Supradyn yoğun yaşamınızda aktif kalmanıza yardımcı olur.”* şeklinde,

[www.facebook.com/supradynturkiye/](http://www.facebook.com/supradynturkiye/) adresli internet sayfasının 11.01.2018 tarihli görünümünde; *“Final haftası yaklaşıyor! Bu zorlu sınav Yeni Supradyn ile #aktifhisset. (…)Günün yorgunluğunu Supradyn ile unut, her an #aktifhisset. Sabahları erken kalkmaktan şikayet etme, Supradyn al, gün boyu Aktif Hisset! (…)Yeni supradyn ile tanıştınız mı? Değişen formülüyle artık ilk kullanımdan itibaren #aktifhisset.(…) Supradyn All Day ile kim tutar seni!”*şeklinde,

[www.instagram.com/supradynturkiye/](http://www.instagram.com/supradynturkiye/) adresli internet sayfasının 12.01.2018 tarihli görünümünde; *“Yeni supradyn’le ilk kullanımdan itibaren aktif hisset! (…)Sunumlara hazırlanırken modun düşmesin, supradyn all day ile aktif kal! (…)Güne erken başla #kim tutar seni (…) Gün boyu aktif kal(…)”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün *ilk kullanımdan itibaren etki göstererek* gün boyu enerji sağlayacağı izlenimi verildiği, ancak Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Ek’inde alan sağlık beyanları listesinde belirtilen hükümler uyarınca anılan tanıtımların *“Normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur”* şeklinde yapılabileceği, dolayısıyla anılan reklamlarda mevzuatta 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 Kanununun 24/3 maddesi,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazetede 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Bayer Türk Kimya Sanayii Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2017/4401**

**Şikayet Edilen: Danone Hayat İçecek ve Gıda San. ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hayatsu.com.tr](http://www.hayatsu.com.tr) ve [www.bebegimlehayat.com](http://www.bebegimlehayat.com) adresli internet sitelerinde yer alan “İlk Hayat’ım Hayat Doğal Mineralli Su”adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://www.hayatsu.com.tr/bebeginizicin.html> adresli internet sayfasının 19.01.2018 tarihli görünümünde; *“Hayat Su Bebeklere Özel”* şeklinde,

[www.bebegimlehayat.com](http://www.bebegimlehayat.com) adresli internet sitesinin 19.01.2018 tarihli görünümünde; *“Bebeklere Özel Hayat Su (…)Hayat Su, bebeğiniz için hijyeninden tamamıyla emin olabileceğiniz ilk bebek suyudur. Sakarya, Hendek’in el değmemiş su kaynağından en son üretim teknolojileri ile sağlıklı ve hijyenik koşullarda şişelenen Hayat Baby bebeğinizin su ihtiyacı düşünülerek tasarlanmıştır. (…)Hayat Baby doğal mineralli yapısı ile bebeğinizin sağlıklı beslenmesi için idealdir.”* şeklinde,

Anılan internet sitesinin “Sıkça Sorulan Sorular”başlığı altında; *“Bebeklere özel Hayat Su, diğer Hayat Su ürünlerinden içerik olarak farklı mıdır? Bebeklere özel Hayat Su ürününün içerisindeki su ürün, Sakarya kaynağımızdan çıkan ve el değmeden kaynağında şişelenen diğer ürünlerimizle (Hayat Su Pet ve Hayat Damacana ile) tamamen aynıdır.”* şeklinde ifadelereyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “İlk Hayatım” markalı doğal mineralli suların bebeklere özel ambalaj ve suluk tasarımına sahip olduğu, ancak tanıtımlarda *“bebeklere özel hayat su”* ve *“bebek suyu”* şeklinde ifadelere yer verilerek, anılan ürün içeriği firmaya ait diğer pet ve damacana ürünleri ile tamamen aynı olmasına rağmen “İlk Hayatım” markalı ürünün içerik olarak da farklı olduğu izleniminin yaratıldığı,

Diğer taraftan, anılan ürün ambalajlarında dolum tesisinin Adana/Pozantı olduğu belirtilmesine rağmen, inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu ürünün Sakarya kaynağından üretildiği bilgisine yer verildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Danone Hayat İçecek ve Gıda San. ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**75)**

**Dosya No: 2018/989**

**Şikayet Edilen: İdeasonic Teknoloji Ürünleri Satış Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ideasonic.com.tr](http://www.ideasonic.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan *“Panasonic”* markalı elektronik güvenlik sistemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2018, 12.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ideasonic.com.tr](http://www.ideasonic.com.tr) adresli internet sitesinde, “Panasonic” markalı elektronik güvenlik sistemleri ürünlerinin tanıtımının yapıldığı ve *“Panasonic Türkiye Distribütörü”* ifadesine yer verildiği; “Hakkımızda” başlığı ile yayınlanan reklamlarda, “*Çağımızın gerektirdiği inovatif çözümleri, elektronik güvenlik sistemleri ve zayıf akım teknolojileri ile birleştiren IdeaSonic Teknoloji, 15 yıllık sektör tecrübesi ve alanında uzmanlaşmış kadrosu ile Panasonic Türkiye Distribütörü olarak hizmet vermektedir”* şeklinde *“Panasonic Türkiye Distribütörü”* olarak faaliyet gösterdiğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Panasonic Marketing Europe GmbH unvanlı firma ile şikayet edilen İdeasonic Teknoloji Ürünleri Satış Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. arasında Panasonic güvenlik kamerası ürünlerinin tedarikine ilişkin kurulan tedarik sözleşmesinin sona ermesine rağmen; anılan firma tarafından www.ideasonic.com.tr adresli internet sitesinde, “Panasonic” markalı elektronik güvenlik sistemleri ürünlerine ilişkin yapılan tanıtımlarda, firmanın *“Panasonic Türkiye Distribütörü”* olarak hizmet verdiğinin belirtildiği; bu nedenle, inceleme konusu reklamlarda Panasonic Marketing Europe GmbH unvanlı firmanın itibarından haksız yararlanıldığı;

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, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **İdeasonic Teknoloji Ürünleri Satış Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezasıı** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**76)**

**Dosya No: 2016/4577**

**Şikayet Edilen: Mustafa Fikri HOCAOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2016-30.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.istanbulkombiservisim.com](http://www.istanbulkombiservisim.com) adresli internet sitesinin 19.08.2016 tarihli görünümünde;

*“Viessmann Kombi Servisi*

*Viessmann Servisleri olarak hizmette farkımız güven, kalite, hız ve ekonomik olarak en iyi şekilde etmeyi amaç edinmiştir. Viessmann Servis merkezimiz yeni teknoloji ve kurumsal standartlara göre uygun servis ağımız ile üretici firma garantisi dolmuş her Viessmann marka modele bakım ve onarımını yapmaktadır.*

*Viessmann Teknik Servis ağımız ile İstanbul'un tüm bölgelerine hizmet ederek eğitimli personel ile tüm marka ve modellere servis hizmeti vermektedir. Orjinal Viessmann yedek parça ve garanti hizmetleri ile cihazlarınız atölyemizde test edilerek arızanın bulunması ve giderilmesi işlemleri yapılmaktadır. Hemen bizi arayın size en yakın Viessmann Servis hizmetlerinden yararlanın. Sizlere en uygun şartlarda hizmet veren Viessmann servisleri kaliteden ödün vermeden Viessmann güvencesiyle verilmektedir.”* ibarelerine yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.istanbulkombiservisim.com](http://www.istanbulkombiservisim.com) adresli internet sitesinin 19.08.2016 tarihli görünümünde;

*“Viessmann Kombi Servisi*

*Viessmann Servisleri olarak hizmette farkımız güven, kalite, hız ve ekonomik olarak en iyi şekilde etmeyi amaç edinmiştir. Viessmann Servis merkezimiz yeni teknoloji ve kurumsal standartlara göre uygun servis ağımız ile üretici firma garantisi dolmuş her Viessmann marka modele bakım ve onarımını yapmaktadır.*

*Viessmann Teknik Servis ağımız ile İstanbul'un tüm bölgelerine hizmet ederek eğitimli personel ile tüm marka ve modellere servis hizmeti vermektedir.Orjinal Viessmann yedek parça ve garanti hizmetleri ile cihazlarınız atölyemizde test edilerek arızanın bulunması ve giderilmesi işlemleri yapılmaktadır.Hemen bizi arayın size en yakın Viessmann Servis hizmetlerinden yararlanın.Sizlere en uygun şartlarda hizmet veren Viessmann servisleri kaliteden ödün vermeden Viessmann güvencesiyle verilmektedir.”* ibarelerine yer verildiği 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 sitesinde yer alan bahsi geçen ifadeler ile birlikte “Viessmann” markasına yer vermek suretiyle “Viessmann Servisi” olarak tanıtım yapılmasının 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 **Mustafa Fikri HOCAOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2016/4590**

**Şikayet Edilen: Abubekir ÜLGEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.corlukombiteknikservisi.com](http://www.corlukombiteknikservisi.com) adresli internet sitesinde *“Viessmann*” markası kullanılarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.corlukombiteknikservisi.com adresli internet sitesinde; *“Viessmann marka kombilerinizin servis, bakım ve arıza onarım işlemlerini 7/24 acil servis hizmetimizle yapıyoruz. Tüm bu hizmetlerimiz 1 yıl garantilidir. Viessmann kombilerin tüm modellerine servis, bakım ve onarım hizmetleri vermekteyiz.”*  ifadelerine, diğer taraftan söz konusu ifadelerin yer aldığı internet sitesine ait sayfanın başında “*Özel Viesman*” ve “*Viessmann Özel Kombi Servisi”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.corlukombiteknikservisi.com](http://www.corlukombiteknikservisi.com) adresli internet sitesinde; “Viessmann” marka adına yerilmekle beraber *“Viessmann marka kombilerinizin servis, bakım ve arıza onarım işlemlerini 7/24 acil servis hizmetimizle yapıyoruz. Tüm bu hizmetlerimiz 1 yıl garantilidir. Viessmann kombilerin tüm modellerine servis, bakım ve onarım hizmetleri vermekteyiz.”* ifadelerinin yer aldığı internet sitesine ait sayfanın başında *“Özel Viesman”* ve *“Viessmann Özel Kombi Servisi”* ibarelerine yer verilmek suretiyle söz konusu markaya ait ürünlere ilişkin olarak özel servis hizmeti verildiğinin tüketicinin dikkatine sunulduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2017/2616**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“ÖTV İndirimi Devletten Galaxy Cep Telefonu Hediyesi Samsung’dan”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2017-31.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** *“ÖTV İndirimi Devletten Galaxy Cep Telefonu Hediyesi Samsung’dan”* başlıklı kampanya kapsamında, televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan dış seste *“Samsung sunar. İleri teknoloji ve yenilikçi tasarımı bir arada sunan Samsung beyaz eşyalarda şimdi ÖTV indirimi devletten Galaxy Cep Telefonu Hediyesi Samsung’dan”* şeklinde; alt yazı metninde ise; *“Kampanya, 9 Şubat-31 Mart tarihleri arasında, kampanyaya katılan satış noktalarında, web sitesinde belirtilen modellerde geçerlidir ve stoklarla sınırlıdır. Samsung, kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylı kampanya bilgisine 444 77 11 Samsung çağrı merkezinden ve* [*www.samsung.com.tr’den*](http://www.samsung.com.tr'den) *ulaşılabilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“ÖTV İndirimi Devletten Galaxy Cep Telefonu Hediyesi Samsung’dan”* başlıklı kampanya reklamlarında, kampanyaya katılan satış noktalarından 09.02.2017-31.03.2017 tarihleri arasında satın alınmış kampanyaya dahil olan Samsung marka beyaz eşya için geçerli olup; bu ürünlerden birini alan tüketicilere kampanya koşullarını yerine getirmeleri durumunda, aldıkları model beyaz eşyaya belirli model cep telefonu hediye edileceğinin ya da www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar adresinde satışa sunulan belirli model cep telefonu alımında kullanabilecekleri tavsiye edilen satış fiyatı üzerinden %50 indirim sağlanacağının vaat edildiği;

Kampanya kapsamında, televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan dış seste *“Samsung sunar. İleri teknoloji ve yenilikçi tasarımı bir arada sunan Samsung beyaz eşyalarda şimdi ÖTV indirimi devletten Galaxy Cep Telefonu Hediyesi Samsung’dan”* şeklinde; alt yazı metninde ise; *“Kampanya, 9 Şubat-31 Mart tarihleri arasında, kampanyaya katılan satış noktalarında, web sitesinde belirtilen modellerde geçerlidir ve stoklarla sınırlıdır. Samsung, kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylı kampanya bilgisine 444 77 11 Samsung çağrı merkezinden ve* [*www.samsung.com.tr’den*](http://www.samsung.com.tr'den) *ulaşılabilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ancak; kampanya koşulları arasında yer alan *“Ürünleri kampanya koşullarına uygun olarak satın alan katılımcıların, 444 77 11 Samsung çağrı merkezini arayarak ürünlerin kurulumunu 15.04.2017 tarihine kadar Samsung Yetkili Servisi aracılığı ile yaptırması gerekmektedir. Belirtilen şekilde kurulum yaptırmayan katılımcılar kampanyadan faydalanamazlar.”; “Ürün kurulumlarını gerçekleştiren katılımcılar, ardından 20.04.2017 tarihine kadar* [*www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar*](http://www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar) *web sitesi adresinde yer alan kampanya kayıt formunu eksiksiz olarak doldurmalı ve ürün faturasının renkli ve okunaklı fotoğrafını yine aynı forma yüklemelilerdir. Kampanyaya katılan katılımcının, adına fatura düzenlenen kişi olması gerekmektedir.”, “Katılımcının hediye cep telefonu ürünü hakkından yararlanması durumunda; tüm kampanya koşullarını yerine getirdiği tespit edilen katılımcıya, hediye cihazın katılımcı adresine teslim edilmek üzere 45 gün(onaylanan başvuru tarihinden itibaren) 3. Kişi kargo şirketine teslim edileceğini belirten bir SMS gönderilecektir.”* şeklinde tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek pek çok ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiye yer verilmediği;

Bununla birlikte; inceleme konusu reklamlarda, kampanyanın hangi beyaz eşya modelleri için geçerli olduğunun ve bu beyaz eşya modellerine bağlı olarak hediye edilen cep telefonu modellerinin belirtilmediği;

Ayrıca, televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda ve [www.samsung.com.tr](http://www.samsung.com.tr) adresli internet sitesinin 25.08.2017 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, hediye edilen ürünlerin gerçek piyasa değerine yer verilmediği ve kampanyanın stoklarla sınırlı olduğunun belirtilmesine rağmen, bu miktarın belirtilmediği;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9, 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**79)**

**Dosya No: 2017/5003**

**Şikayet Edilen: Karya Sahili Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *“Karya Palm Beach Hotel”* adlı tesise yönelik olarak [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr), [www.setur.com.tr](http://www.setur.com.tr), [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Karya Palm Beach Hotel”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 23.09.2017 tarihli görünümünde “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.setur.com.tr](http://www.setur.com.tr), [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinin 11.01.2018 tarihli görünümlerinde ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait *“Karya Palm Beach Hotel”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 23.09.2017 tarihli görünümünde “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.setur.com.tr](http://www.setur.com.tr), [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinin 11.01.2018 tarihli görünümlerinde ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu 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 **Karya Sahili Tur. İnş. 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.

**80)**

**Dosya No: 2018/352**

**Şikayet Edilen: Şahin Peker Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *“Tavşanlı Otel”* adlı tesise yönelik olarak tesis girişinde, otel logosu üzerinde, otele ait kartvizitlerde ve [www.tavsanliotel.com.tr](http://www.tavsanliotel.com.tr) adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, kartvizit

**Tespitler:** *“Tavşanlı Otel****”*** adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, [www.tavsanliotel.com.tr](http://www.tavsanliotel.com.tr) adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde, otel logosu üzerinde, tesisin girişinde yer alan tabelada ve otele ait kartvizitlerde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait *“Tavşanlı Otel”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, [www.tavsanliotel.com.tr](http://www.tavsanliotel.com.tr) adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde, otel logosu üzerinde, tesisin girişinde yer alan tabelada ve otele ait kartvizitlerde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu 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 **Şahin Peker Turizm San. ve Tic. 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.

**81)**

**Dosya No: 2018/393**

**Şikayet Edilen: Volkan Turizm İnş. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *“Club Hotel Falcon”* adlı tesise yönelik olarak, otel logosu üzerinde ve [www.clubhotelfalcon.com](http://www.clubhotelfalcon.com), [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), [www.trivago.com](http://www.trivago.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Club Hotel Falcon”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel” Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.clubhotelfalcon.com](http://www.clubhotelfalcon.com) , [www.otelz.com](http://www.otelz.com) , [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) , [www.trivago.com](http://www.trivago.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinin 31.01.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait *“Club Hotel Falcon”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel” Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.clubhotelfalcon.com](http://www.clubhotelfalcon.com) , [www.otelz.com](http://www.otelz.com) , [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) , [www.trivago.com](http://www.trivago.com) ve [www.valstur.com.tr](http://www.valstur.com.tr) adresli internet sitelerinin 31.01.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu 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 **Volkan Turizm İnş. Tic. 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.

**82)**

**Dosya No: 2018/653**

**Şikayet Edilen: Anı Turizm Yatırım Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 25/08/2017-03/09/2017 tarihleri arasında düzenlenen Ege-Akdeniz turuna ilişkin olarak paket tur broşüründe yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firma tarafından 25/08/2017-03/09/2017 tarihleri arasında düzenlenen 9 gece 10 gün süreli Ege-Akdeniz turuna ilişkin olarak paket tur broşüründe yer verilen tanıtımlarda, “Turun Otelleri” başlığı altında konaklamanın 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde veya özel belgeli otellerde yapılacağının belirtildiği, yüksek sezonda otellerin doluluğuna göre aynı standartta olmak kaydıyla değişiklik yapılabileceği bilgisine yer verildiği,

Bu kapsamda, paket tur broşüründe konaklamanın niteliği ve sınıfına ilişkin olarak yer verilen tanıtımlarda; Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırım Belgeleri bulunmamasına karşın, Suhan Sea Port Otel’in 4 yıldızlı, Rozetta Otel’in 3 yıldızlı, Moss Otel’in 3 yıldızlı, Club Ege Antique Hotel’in 3 yıldızlı, Kalemci Otel’in 4 yıldızlı, Hotel Sevi Life’ın 3 yıldızlı, Sunshine Otel’in 3 yıldızlı, Eda Su Otel’in 3 yıldızlı, Karbel Hotel’in 4 yıldızlı, Atlas Hotel’in 4 yıldızlı, Aymes Otel’in 3 yıldızlı, Golden Ring Hotel’in 4 yıldızlı, Miami Garden Resort Otel’in 3 yıldızlı, Sonnen Beach Otel’in 3 yıldızlı ve Atalla Hotel’in 3 yıldızlı olarak tanıtımlarının yapıldığı; benzer şekilde, paket tur kapsamında konaklanacak oteller arasında sayılan Selen Otel’in ise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirildiği halde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı,

Diğer taraftan, paket tur broşüründe paket turun 6. günü için konaklamanın yapılacağı oteller arasında, Fethiye’de Sun Shine Holiday Resort, Atlas Otel, Karbel Otel, Aymes Otel, Eda Su Otel, Sevi Otel ile Dalaman’da Lykia Resort Otel adlı tesislerin isimlerine yer verildiği, bununla birlikte paket turun 6. gününde paket tur katılımcılarının Ortaca’da “Bağhan Otel” adlı bir tesise yönlendirildiği, “Bağhan Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından 25/08/2017-03/09/2017 tarihleri arasında düzenlenen 9 gece 10 gün süreli Ege-Akdeniz turuna ilişkin olarak paket tur broşüründe yer verilen tanıtımlarda, “Turun Otelleri” başlığı altında konaklamanın 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde veya özel belgeli otellerde yapılacağının belirtildiği, yüksek sezonda otellerin doluluğuna göre aynı standartta olmak kaydıyla değişiklik yapılabileceği bilgisine yer verildiği,

Bu kapsamda, paket tur broşüründe konaklamanın niteliği ve sınıfına ilişkin olarak yer verilen tanıtımlarda; Kültür ve Turizm Bakanlığından Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırım Belgeleri bulunmamasına karşın, Suhan Sea Port Otel’in 4 yıldızlı, Rozetta Otel’in 3 yıldızlı, Moss Otel’in 3 yıldızlı, Club Ege Antique Hotel’in 3 yıldızlı, Kalemci Otel’in 4 yıldızlı, Hotel Sevi Life’ın 3 yıldızlı, Sunshine Otel’in 3 yıldızlı, Eda Su Otel’in 3 yıldızlı, Karbel Hotel’in 4 yıldızlı, Atlas Hotel’in 4 yıldızlı, Aymes Otel’in 3 yıldızlı, Golden Ring Hotel’in 4 yıldızlı, Miami Garden Resort Otel’in 3 yıldızlı, Sonnen Beach Otel’in 3 yıldızlı ve Atalla Hotel’in 3 yıldızlı olarak tanıtımlarının yapıldığı; benzer şekilde, paket tur kapsamında konaklanacak oteller arasında sayılan Selen Otel’in ise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirildiği halde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, paket tur broşüründe paket turun 6. günü için konaklamanın yapılacağı oteller arasında, Fethiye’de Sun Shine Holiday Resort, Atlas Otel, Karbel Otel, Aymes Otel, Eda Su Otel, Sevi Otel ile Dalaman’da Lykia Resort Otel adlı tesislerin isimlerine yer verildiği, bununla birlikte, katılımcıların Fethiye veya Dalaman’da 3, 4, 5 yıldızlı otellerde veya özel belgeli tesislerde konaklama yapması gerekirken bunun yapılmayarak paket tur katılımcılarının Ortaca’da “Bağhan Otel” adlı bir tesise yönlendirildiği, “Bağhan Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmadığı, dolayısıyla paket tur broşüründe katılımcılara 3, 4, 5 yıldızlı otellerde veya özel belgeli tesislerde konaklama vaat edilmesine karşın turizm belgesi sahibi olmayan, söz konusu kriterleri karşılamayan ve eşdeğer olmayan bir tesisin konaklama amaçlı olarak belirlenmesinin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu’nun 10 ve 19 uncu maddeleri,

- 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 **Anı Turizm Yatırım Tic. ve San. 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.

**83)**

**Dosya No: 2016/1381**

**Şikayet Edilen: Kuşadası Otel İşl. Tur. İnş. Tic. A.Ş. (Yalova Palace)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait kapı tanıtım levhasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan tesisin, [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinin ve tesise ait kapı tanıtım levhasının 07.11.2016 ve 23.06.2016 tarihli görünümlerinde; “Yalova Thermal Palace” şeklinde tanıtımının yapıldığı,

Bununla birlikte, söz konusu reklamlarda *“Yalova ili, Termal ilçesi, Akköy mevkiinde inşası devam eden Yalova’nın en büyük termal otel ve devremülk projesidir.”*şeklindeki ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Yalova Palace” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinin ve tesise ait kapı tanıtım levhasının 07.11.2016 ve 23.06.2016 tarihli görünümlerinde turizm yatırım belgesine aykırı olarak “Yalova Thermal Palace” şeklinde tanıtımının yapılmasının, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu;

Bununla birlikte, söz konusu reklamlarda *“Yalova ili, Termal ilçesi, Akköy mevkiinde inşası devam eden Yalova’nın en büyük termal otel ve devremülk projesidir.”*şeklinde gerçeği yansıtmayan ve ispata muhtaç ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

-Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddeleri.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kuşadası Otel İşl. Tur. İnş. Tic. A.Ş. (Yalova Palace)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127 TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2017/2826**

### Şikayet Edilen: 4 Kıta Uluslararası Kültür Eğitim ve Spor Organizasyonları Tic. Ltd. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Avrupa Rüyası”* isimli yurtdışı turunun tanıtımına yönelik olarak www.avruparuyasi.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 4 Kıta Uluslararası Kültür Eğitim ve Spor Organizasyonları Tic. Ltd. Şti. tarafından düzenlenen *“Avrupa Rüyası”* isimli yurtdışı turunun tanıtımına yönelik olarak www.avruparuyasi.com.tr adresli internet sitesinde *“Merak Ettikleriniz”* başlığı altında yayınlanan reklamlarda, *“Başvurumu yaptım ama vize çıkmazsa ne olur? Vize koordinasyon ekibimiz bu konuda profesyoneldir. Avrupa Rüyası konsolosluklar tarafından da bilinen bir organizasyon olduğu için bugüne kadar vize reddi gibi bir durumla karşılaşılmamıştır. Evrak eksiğiniz olmadığı taktirde böyle bir problem yaşamazsınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 4 Kıta Uluslararası Kültür Eğitim ve Spor Organizasyonları Tic. Ltd. Şti. tarafından düzenlenen *“Avrupa Rüyası”* isimli yurtdışı turunun tanıtımına yönelik olarak www.avruparuyasi.com.tr adresli internet sitesinde *“Merak Ettikleriniz”* başlığı altında yayınlanan reklamlarda, *“Başvurumu yaptım ama vize çıkmazsa ne olur? Vize koordinasyon ekibimiz bu konuda profesyoneldir. Avrupa Rüyası konsolosluklar tarafından da bilinen bir organizasyon olduğu için bugüne kadar vize reddi gibi bir durumla karşılaşılmamıştır. Evrak eksiğiniz olmadığı taktirde böyle bir problem yaşamazsınız.”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, başvuru sahibi tüketicilerin vize başvurularının tur tarihinden bir gün önce reddedildiği ve bu durumun inceleme konusu reklamda yer alan, *“Avrupa Rüyası”* isimli tura katılmak amacıyla söz konusu firmaya başvuruda bulunan tüketicilerin vize reddi gibi bir durumla kesinlikle karşılaşmayacağı yönündeki vaadi ile çeliştiği, dolayısıyla anılan firma tarafından www.avruparuyasi.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **4 Kıta Uluslararası Kültür Eğitim ve Spor Organizasyonları Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2017/3229**

**Şikayet Edilen: Çetin İnş. Taah. İth. İhr. Oto. Eml. Kuy. Tur. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Side Crown Charm Palace”*isimli tesise ilişkin olarak www.crownsidecharm.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesisin girişinde ve tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2017, 23.01.2018

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

**Tespitler:** Çetin İnş. Taah. İth. İhr. Oto. Eml. Kuy. Tur. Tic. A.Ş.’yeait *“Side Crown Charm Palace”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.crownsidecharm.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesisin girişinde ve tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çetin İnş. Taah. İth. İhr. Oto. Eml. Kuy. Tur. Tic. A.Ş.’ye ait *“Side Crown Charm Palace”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.crownsidecharm.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet siteleri ile tesisin girişinde ve tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlarda *“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 **Çetin İnş. Taah. İth. İhr. Oto. Eml. Kuy. Tur. Tic. 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.

**86)**

**Dosya No: 2017/3327**

**Şikayet Edilen: Hitit-İda Sağlık Termal Turizm Gıda İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Hitit-İda Sağlık Termal Turizm Gıda İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.tarafından işletmeciliği yapılan *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Dünyada Alp Dağları'ndan sonra 2. en yüksek oksijen oranına sahip; Kazdağları'nda yer alan Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları şifa ve sağlık dolu bir tatil için sizleri bekliyor...” , “SAĞLIĞIN EN KONFORLU HALİ; Kapalı termal havuzları veya dış havuzları kullanarak sağlığınıza sağlık, zindeliğinize zindelik katmak sizin elinizde.” , “HATTUŞA VACATION THERMAL CLUB SPA - (…) Termal havuz, 38ºC / 40ºC, (…) mineral zengini (…)”, “HATTUŞA İLE GELEN SAĞLIK; Banyo ve içme kürleri şeklinde tatbik edilen termal sular, vücutta depolanmış yağları yakarak fazla kiloları attırır. Birçok yararlı mineraller içeren termal sular hassas ciltleri yatıştırır ve sakinleştirir. Mineral sular, içme kürleri şeklinde Osteoporozda (kemik hastalığı) yardımcı tedavi olarak kullanılmaktadır. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak, vücudun sinir sisteminin düzenli çalışmasına yardımcı olur. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak bağışıklık sistemini kuvvetlendirir, mutluluk hormonu denilen endorfini artırır. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak, hücreleri tazeler ve yaşlanmayı azaltır. 3700 çeşit doğal mineral katkılı termal ve içmeler. Termal içme mucizesiyle doğal detoks.”* şeklinde ifadelere yer verildiği; ancak Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Müdürlüğünce yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamların yayınlandığı tarihte *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”* isimli tesis adına Kaplıca Tesisi İşletme İzni düzenlenmediği, ayrıca söz konusu termal suyun Sağlık Bakanlığı Tıbbi Değerlendirme Kurulunca belirlenmiş endikasyonu ile www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan termal suyun endikasyonuna yönelik ifadelerin birebir uyuşmadığının görüldüğü; diğer taraftan, inceleme konusu www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Dünyada Alp Dağları'ndan sonra 2. en yüksek oksijen oranına sahip Kazdağları'nda yer alan Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları şifa ve sağlık dolu bir tatil için sizleri bekliyor. (…) sevdiklerinizle birlikte huzur ve konfor içinde zaman geçirmeniz için, 5 yıldızlı otel düzeyinde hizmet veren Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları sizi bekliyor.”* ifadelerine yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan incelemede, tesisin anılan Bakanlıktan turizm belgesinin bulunmadığı hususunun tespit edildiği, dolayısıyla söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hitit-İda Sağlık Termal Turizm Gıda İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından işletmeciliği yapılan *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinin 24.02.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Dünyada Alp Dağları'ndan sonra 2. en yüksek oksijen oranına sahip; Kazdağları'nda yer alan Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları şifa ve sağlık dolu bir tatil için sizleri bekliyor...” , “SAĞLIĞIN EN KONFORLU HALİ; Kapalı termal havuzları veya dış havuzları kullanarak sağlığınıza sağlık, zindeliğinize zindelik katmak sizin elinizde.” , “HATTUŞA VACATION THERMAL CLUB SPA - (…) Termal havuz, 38ºC / 40ºC, (…) mineral zengini (…)”, “HATTUŞA İLE GELEN SAĞLIK; Banyo ve içme kürleri şeklinde tatbik edilen termal sular, vücutta depolanmış yağları yakarak fazla kiloları attırır. Birçok yararlı mineraller içeren termal sular hassas ciltleri yatıştırır ve sakinleştirir. Mineral sular, içme kürleri şeklinde Osteoporozda (kemik hastalığı) yardımcı tedavi olarak kullanılmaktadır. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak, vücudun sinir sisteminin düzenli çalışmasına yardımcı olur. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak bağışıklık sistemini kuvvetlendirir, mutluluk hormonu denilen endorfini artırır. Termal kaynak suyu ile banyo yapmak, hücreleri tazeler ve yaşlanmayı azaltır. 3700 çeşit doğal mineral katkılı termal ve içmeler. Termal içme mucizesiyle doğal detoks.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Ancak Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Müdürlüğünce yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamların yayınlandığı tarihte *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”* isimli tesis adına Kaplıca Tesisi İşletme İzni düzenlenmediği, ayrıca söz konusu termal suyun Sağlık Bakanlığı Tıbbi Değerlendirme Kurulunca belirlenmiş endikasyonu ile www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan termal suyun endikasyonuna yönelik ifadelerin birebir uyuşmadığının görüldüğü, dolayısıyla *“Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları”* isimli tesisin Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda Valilikten alınan tesis izni ve işletme izninin bulunmadığı tarihlerde *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan termal suyun endikasyonuna ilişkin olarak gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, inceleme konusu www.hattusa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Dünyada Alp Dağları'ndan sonra 2. en yüksek oksijen oranına sahip Kazdağları'nda yer alan Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları şifa ve sağlık dolu bir tatil için sizleri bekliyor. (…) sevdiklerinizle birlikte huzur ve konfor içinde zaman geçirmeniz için, 5 yıldızlı otel düzeyinde hizmet veren Hattuşa Vacation Thermal Club Kazdağları sizi bekliyor.”* ifadelerine yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan incelemede, tesisin anılan Bakanlıktan turizm belgesinin bulunmadığı hususunun tespit edildiği, dolayısıyla söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi sahibi olmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hitit-İda Sağlık Termal Turizm Gıda İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2017/3328**

**Şikayet Edilen: Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Modern Saraylar”*isimli tesise ilişkin olarak www.modernsaraylar.com ve www.muhafazakarotelim.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, *“3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 14.06.2016 tarih ve 112399 sayılı Makam Oluru ile iptal edilen *“Modern Saraylar”* isimli tesise ilişkin olarak www.modernsaraylar.com ve www.muhafazakarotelim.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup,*“3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 14.06.2016 tarih ve 112399 sayılı Makam Oluru ile iptal edilen *“Modern Saraylar”* isimli tesise ilişkin olarak www.modernsaraylar.com ve www.muhafazakarotelim.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“5 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 **Mi-Sa Group İnş. Emlak Tur. Kuy. 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.

**88)**

**Dosya No: 2017/3329**

**Şikayet Edilen: Mek Otelcilik Tur. İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Costa Bitezhan Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mek Otelcilik Tur. İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Costa Bitezhan Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mek Otelcilik Tur. İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Costa Bitezhan Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.tripadvisor.com.tr, www.trivago.com.tr, www.otelz.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mek Otelcilik Tur. İnş. Taah. 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.

**89)**

**Dosya No: 2017/3690**

**Şikayet Edilen: İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Laphetos Beach Resort & Spa”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.laphetoshotel.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.08.2017, 26.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş.’yeait *“Laphetos Beach Resort & Spa”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.laphetoshotel.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş.’yeait *“Laphetos Beach Resort & Spa”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.laphetoshotel.com, www.trivago.com.tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“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 **İnortaş Turizm San. ve Tic. 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.

**90)**

**Dosya No: 2017/3745**

**Şikayet Edilen: Beltaş Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Sentido Sultan Beldibi”*isimli tesise ilişkin olarak www.palomahotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2017, 26.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Sentido Sultan Beldibi”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.palomahotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Sentido Sultan Beldibi”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.palomahotels.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.trivago.com.tr ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beltaş Turizm İnş. ve Tic. 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.

**91)**

**Dosya No: 2017/3877**

**Şikayet Edilen: Şahiner İnş. Tur. Nak. Tar. ve Pet. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hotel Şahiner”*isimli tesise ilişkin olarak www.hotelsahiner.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2017, 30.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Şahiner İnş. Tur. Nak. Tar. ve Pet. Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Hotel Şahiner”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hotelsahiner.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda*“3 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahiner İnş. Tur. Nak. Tar. ve Pet. Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Hotel Şahiner”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.hotelsahiner.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.neredekal.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlarda *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**92)**

**Dosya No: 2017/3879**

**Şikayet Edilen: Ezay Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Sunside Beach Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.princegroup.com.tr, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Ezay Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Sunside Beach Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, [www.princegroup.com.tr](http://www.princegroup.com.tr), www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ezay Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Sunside Beach Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.princegroup.com.tr, www.tripadvisor.com.tr ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ezay Turizm Otelcilik İnş. 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.

**93)**

**Dosya No: 2017/3899**

**Şikayet Edilen: Avangarde Turizm Otelcilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Avantgarde Hotel & Resort”*isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.avantgarderesorts.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.vogue-hotel-avantgarde.kemer.hotels-antalya.net/tr/ ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Avantgarde Hotel & Resort”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.avantgarderesorts.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.vogue-hotel-avantgarde.kemer.hotels-antalya.net/tr/ ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Avangarde Turizm Otelcilik A.Ş.’ye ait ***“****Avantgarde Hotel & Resort”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.avantgarderesorts.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.vogue-hotel-avantgarde.kemer.hotels-antalya.net/tr/ ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avangarde Turizm Otelcilik 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2017/4159**

**Şikayet Edilen: Minör Tur. Yat. Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Aurum Moon Resort”*isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.aurumhotels.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.odamax.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* iptal edilmiş bulunan *“Aurum Moon Resort”* isimli tesise ilişkin olarak, www.aurumhotels.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.odamax.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Minör Tur. Yat. Tic. ve San. A.Ş.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* iptal edilmiş bulunan *“Aurum Moon Resort”* isimli tesise ilişkin olarak www.aurumhotels.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.odamax.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Minör Tur. Yat. Tic. ve San. 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2017/4857**

**Şikayet Edilen: Hakan ÖNER**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Burgaz Resort Hotel”*isimli tesisin girişinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulmuş, ancak yapılan değerlendirme sonucunda belge talebi reddedilmiş olan *“Burgaz Resort Hotel”* isimli tesisin girişinde *“\*\*\*\*” (dört yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hakan ÖNER’e ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulmuş, ancak yapılan değerlendirme sonucunda belge talebi reddedilmiş olan *“Burgaz Resort Hotel”* isimli tesisin girişinde *“\*\*\*\*” (dört yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hakan ÖNER** 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.

**96)**

**Dosya No: 2017/4887**

**Şikayet Edilen: Boreas Gay. Hiz. Org. Prod. Gıda Tur. İnş. Mob. İml. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Demonti Hotel”*isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.demonti-hotel.hotelinankara.net/tr/, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.agoda.com, www.otelz.com, www.kayak.com.tr ve www.odamax.com adresli internet siteleri ile firmaya ait antetli kağıt üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2016, 31.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyal

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 09.05.2017 tarihli Makam Oluru ile *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* düzenlenmiş *“Demonti Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.demonti-hotel.hotelinankara.net/tr/, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.agoda.com, www.otelz.com, www.kayak.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.01.2018 tarihli görünümlerinde, ayrıca söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesinin bulunmadığı 21.07.2016 tarihinde firmaya ait antetli kağıt üzerinde düzenlenmiş tutanak ve sözleşmede yer alan tesis logosunda *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Boreas Gay. Hiz. Org. Prod. Gıda Tur. İnş. Mob. İml. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 09.05.2017 tarihli Makam Oluru ile *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* düzenlenmiş *“Demonti Hotel”* isimli turizm işletmesine ilişkin olarak www.demonti-hotel.hotelinankara.net/tr/, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.agoda.com, www.otelz.com, www.kayak.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 31.01.2018 tarihli görünümlerinde, ayrıca söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesinin bulunmadığı 21.07.2016 tarihinde firmaya ait antetli kağıt üzerinde düzenlenmiş tutanak ve sözleşmede yer alan tesis logosunda *“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 **Boreas Gay. Hiz. Org. Prod. Gıda Tur. İnş. Mob. İml. 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.

**DİĞER**

**97)**

**Dosya No: 2017/3895**

**Şikayet Edilen: EHM Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Güngören ilçesinde yer alan Kale Center Outlet Arena Park AVM’de faaliyet gösteren mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Şişli ilçesinde yer alan Güngören ilçesinde yer alan Kale Center Outlet Arena Park AVM’de faaliyet gösteren mağazanın girişinde; *“Tüm ürünlerde %50 indirim*” şeklinde ifadeye yer verildiği, aynı afişte küçük puntolarla “*sarı etiketli ürünlerde geçerli değildir*” ifadesine yer verildiği,

Ayrıca, söz konusu vitrin görsellerinde indirim başlangıç-bitiş tarihlerinin belirtilmediği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 25.10.2017 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından yapılan denetimde Kale Center Outlet'te faaliyet gösteren English Home mağaza vitrininde yer alan afişte "*TÜM ÜRÜNLERDE %50 İNDİRİM*" ifadesine yer verilerek tüm ürünlerde indirim uygulandığı algısı yaratıldığı ancak aynı afişte yer verilen *" sarı etiketli ürünlerde geçerli değildir*" ifadesinin okunamayacak kadar küçük puntolarla mevzuata aykırı biçimde afişte yer verildiği ve *"tüm ürünlerde %50 indirim*" ana vaadi ile çeliştiği, böylece mağaza içerisinde yapılan denetimlerde (sarı etiketli)yeni sezon ürünlerinde satışının yapıldığı ve yeni sezon ürünlerine indirim uygulanmadığı, dolayısıyla ana vaadin gerçeği yansıtmadığı,

Ayrıca, söz konusu vitrin görsellerinde indirim başlangıç-bitiş tarihlerinin belirtilmediği, indirimin ne kadar süre ile geçerli olduğunun bilinmediği, dolayısıyla tanıtım materyallerinin mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2017/3896**

**Şikayet Edilen:** **Alaa Cik Ecik Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.e-ciktrade.com](http://www.e-ciktrade.com) adresli internet sitesinde, *“E-Cik Trade”* ismiyle Facebook sayfasında ve [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer alan “*E-Cik GPS Kol Saati”* isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “** *E-Cik Ticaret*" ismiyle Facebook sayfasında yayınlanan 06.10.2017 tarihli tanıtımlarda, [www.e-ciktrade.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.e-ciktrade.com) ve [www.n11.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.n11.com) adresli internet sitesinin 18.10.2017 tarihli görünümlerinde yer alan "E-Cik GPS Kol Saati" isimli ürüne ilişkin açıklama kısmında *" E-CİK GPS Kol Saati size ve çocuğunuza nasıl yardımcı olur? Anlık Konum izleme Saatinize sim kartı takmanızla birlikte mobil harita uygulaması üzerinden anlık olarak konum takibi yapmaya başlarsınız. Cihazınız hareket halindeyse, hız bilgisini de mobil uygulama üzerinden görüntülersiniz. Acil Durum SOS düğmesi 3 saniye basılı tutulursa, “Acil Durum Modu” devreye girer. Bu durumda saat üzerinden belirlenen acil durum numaralarına arama yapılır ve belirlenen numaralara o an bulunan konum bilgisi SMS olarak gönderilir. Sanal Bariyer Sanal bariyer özelliğini kullanarak güvenli bölge tanımlayabilirsiniz. Böylece güvenli bölgenin dışına çıkıldığında yada güvenli bölgeye geri dönüldüğünde mobil uygulama ile bilgilendirilirsiniz. Örneğin  sanal bariyer okulu gösteriyor ise, cihazınız (çocuğunuz), okula girerken ya da okuldan çıkarken sistem sizin bilgi sahibi olmanızı sağlıyor. Telefon Saatin içinde bulunan SIM kartı sayesinde çocuğunuzu telefonla arayabilirsiniz. Ayrıca saatin üzerinde bulunan iki düğme sayesinde çocuk, annesini veya babasını istediği zaman arayabilir. Saat sizin belirlediğiniz numaralar hariç hiç bir numaraya cevap vermez. Ayak İzi Çocuğunuzun, 3 saat önce, dün ya da geçen hafta gibi geçmişe dönük nerelere gittiğini, hızlarıyla beraber öğrenebilirsiniz. ‘Geçmiş’’ düğmesini tıklayıp ve zaman aralığı bilgilerini girmeniz yeterli olacaktır. Karşınıza çıkan yeni ekran size, girmiş olduğunuz zaman diliminde cihazınızla ilgili konum ve hız bilgilerini sunuyor olacak. "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından gönderilen ürün görsellerinin başka firmalar tarafından da kullanıldığı, bu ürünlerin Çin menşeli olduğu ve birçok internet sitesinde aynı görselle GPS Q90 markası ile satışa sunulduğu, başvuru sahibi firma tarafından gönderilen reklam örneklerinde tarih bilgisi yer almadığı gerekçesiyle incelemeye konu edilmediği, halihazırda bahsi geçen ifadelerin de internet sitesinde yer almadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda herhangi bir yanıltıcı unsurun bulunmadığı tespit edilmiş 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.

**99)**

**Dosya No: 2017/4802**

**Şikayet Edilen:** **İstikbal Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.istikbal.com.tr](http://www.istikbal.com.tr) adresli internet sitesinde, firmaya ait sosyal medya hesaplarında ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *" %10 KDV indirimi devam ediyor"* başlıklı reklamlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** 31.01.2017 tarih ve 29968 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2017/9759 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesinin 5. maddesi ile 30.04.2017 tarihine kadar uygulanmak üzere kararnameye ekli 1 sayılı cetvelde yer alan ürünlere uygulanacak KDV oranları %18den %8e düşürülmüştür. 25.04.2017 tarih ve 30052 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2017/10106 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile KDV indirim süresinin 30.09.2017 tarihine kadar uzatılması kararı alınmıştır. 30.09.2017 tarihi itibari ile uygulanan KDV indirimi sona ermiş olup başkaca bir uzatım kararı alınmamıştır.

[www.istikbal.com.tr](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\270\www.istikbal.com.tr) adresli internet sitesinin 26.12.2017 tarihli görünümünde; "*%10 KDV indirmi devam ediyor. Kampanyada 01.10.2017-31.12.2017 tarihleri arasında geçerlidir. KDV oranı %18'den mobilya ürün grubunda %10 KDV indirim uygulaması devam etmekte olup Ev tekstili ve Halı ürün gruplarında KDV tutarında indirim uygulanmıştır.*" şeklinde ifadelere,

"Instagram" sayfasında yer alan 18.10.2017-01.11.2017 tarihli paylaşımlarda; *" %10 KDV indirmi devam ediyor."*  ifadesine,

"Twitter" sayfasında yayınlanan videoda; "*Mutluluk daha da artsın diye İstkibal'den evinize yakışır sezon finali, %10 KDV indirimi devam ediyor."* şeklinde ve altyazıda; "*Kampanyada 01.10.2017-31.12.2017 tarihleri arasında geçerlidir. KDV oranı %18'den mobilya ürün grubunda %10 KDV indirim uygulaması devam etmekte olup Ev tekstili ve Halı ürün gruplarında KDV tutarında indirim uygulanmıştır.*" şeklinde ifadelere,

Facebook sayfasında yapılan 04.11.2017 tarihli paylaşımda; "*Biz bitti demeden bitmez! %10 KDV tutarında indirim devam ediyor."* ifadelerine,

Mağaza vitrinlerinde; "*Yılın son fırsatı KDV indiriminde 31 Aralık SON. Fırsatı kaçırmayın.* " ifadelerine,

Televizyon reklamlarında dış ses olarak “*Mutlu bir sabahın, o büyük kavuşmanın, heyecanla beklenen anların, eğlenceli akşamların, huzurlu yuvaların yerini ne doldurabilir ki?! Şimdi bu mutluluk daha da artsın diye İstikbal’den evinize yakışan sezon finali. %10 KDV indirimi devam ediyor. Üstelik Axess’e özel 12 ay taksitle.*” ifadelerine, altyazıda ise “ Kampanya 01.10.2017-31.12.2017 tarihleri arasında geçerlidir. KDV oranı %18 olan ürün grubunda %10 KDV indirimi uygulaması devam etmekte olup KDV oranı %8 olan ev tekstili ve halı ürün gruplarında KDV tutarında indirim uygulanmıştır.” ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yasal %10 KDV indirim uygulaması sona erdikten sonra firmanın insiyatif alarak KDV indirim uygulamasına devam ettiği ve maliyete katlanıldığı, bu uygulamaya birçok rakip firmanın da devam ettiği ve reklamlarında aynı şekilde yer verdiği, ayrıca firma tarafından gönderilen faturalar ve fiyat listesi ile bu durumun ispatlandığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda herhangi bir yanıltıcı unsurun bulunmadığı tespit edilmiş olup anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2017/2840**

**Şikayet Edilen: Jotun Boya San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.jotun.com.tr](http://www.jotun.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Küf ve mantar oluşumuna karşı dirençli”, “Özel formülasyonu ile 22 çeşit mantar ve bakteriye karşı direnç göstermektedir.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.jotun.com.tr](http://www.jotun.com.tr) adresli internet sitesinde, “Fenomastic Hygiene Silk” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özel formülasyonu ile 22 çeşit mantar ve bakteriye karşı direnç göstermektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği; bahsi geçen ifadelerin tüketiciler açısından aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2017/2877**

**Şikayet Edilen: Cafe Turizm Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.cafebilet.com.tr](http://www.cafebilet.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Cafe Turizm Ltd. Şti. (Mondial) uçuşları için kişi başı bagaj taşıma limiti 20 kilogramdır”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.cafebilet.com](http://www.cafebilet.com) adresli internet sitesinde *“Bagaj Taşıma Limiti”* başlığı altında yer alan; *“Cafe Turizm Ltd. Şti. (mondial)Uçuşları için kişi başı taşıma limiti 20 kilogramdır. (Ek olarak kabin içine alabileceğiniz el bagaj hakkınız 5 kg’dır). Koltuk verilmeyen bebeklerin bagaj hakkı yoktur.”* İfadelerine istinaden 7 kişilik uçak bileti satın alan Yusuf AKAY isimli tüketiciye firma tarafından gönderilen e-postada “bagaj hakkının bulunmadığının” bildirildiği, bahsi geçen bagaj taşıma hakkının “mondial” uçuşlarda geçerli olduğu ancak “Mondial” ifadesinin ulusal ve uluslararası mevzuatlarda yer almadığı ve ortalama tüketiciler açısından anlaşılmasının mümkün olmadığı, dolayısıyla ilgili tanıtım ifadelerinin mevcut halleriyle tüketicilerin satın alma kararını etkileyen, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cafe Turizm 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2017/3030**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait“*2. Ürüne %50 net indirim*” başlıklı kampanyada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2017 – 16.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Söz konusu afişlerde; “*2. Ürüne %50 net indirim, 27.06.2017 – 16.07.2017 tarihleri arasında seçili ürünlerde 2. Ürüne %50 indirim kampanyası uygulanacaktır. Kampanya sicili kadın, çocuk, çocuk spor grubu ayakkabılar, aksesuar grubunda yalnızca kadın çantalar ve tekstil ürünlerinde geçerli olacaktır. Kampanya uluslararası spor markalar olan Nike, Adidas, Puma, Reebok, Skechers, Slazenger ve Hummel markalarında ve diğer spor grubu ayakkabılarda geçerli değildir. Kampanya yeni sezon kış ürünlerinde geçerli değildir. Kampanya Outlet mağazalar ve Outlet reyonu bulunan mağazaların Outlet reyonu hariç tüm Flo ve Polaris Mağazaları’nda ve* [*www.flo.com.tr’de*](http://www.flo.com.tr'de) *geçerlidir. İki ürün arasında fiyatı düşük olan üzerinden indirim yapılacaktır. Kampanya kapsamında satın alınan ürünlerin iade ve/veya değişiminde satış belgesi üzerindeki fiyat dikkate alınır. Kampanya detaylarına ayrıca 0850 290 3 356 numaralı Müşteri Hizmetleri hattından ulaşılabilir. Kampanya stoklarında sınırlıdır. Diğer kampanyalarla, hediye çekleriyle ve FLO kartla yapılacak alışverişlerle birleştirilemez. FLO Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.’nin kampanya süre ve kurgusunda değişiklik yapma hakkı saklıdır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca 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.

**103)**

**Dosya No: 2017/3352**

**Şikayet Edilen:** **Vitra Karo San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Hayat baharla hayaller VitrA ile canlanıyor*” başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2017 – 30.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımlarda; “*Hayat baharla hayaller VitrA ile canlanıyor, %40’a varan indirim, ücretsiz montaj, VitrA’nın bahar fırsatıyla hayallerinizi tasarlamanın tam zamanı, kampanya 1 Nisan – 30 Haziran tarihleri arasında geçerlidir. Kampanya fiyatları tavsiye edilen satış fiyatları olup KDV dahildir. Belirlenen fiyatlar yalnızca kampanya döneminde geçerlidir.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca 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.