**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**GEREKÇELİ KARAR**

**Toplantı Tarihi :** 17 Nisan 2018

**Toplantı Sayısı :** 271

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**1)**

**Dosya No: 2017/3442**

**Şikayet Edilen: T Film Yay. Yap. ve Prod. Hiz. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Kanal T” logolu televizyon kanalında yayınlanan, "*Anıl Can İle Pozitif Hayatlar*" isimli programın 09.12.2016 ve 14.01.2017 tarihli yayınları

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2016 ve 14.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Kanal T logolu televizyon kanalında, 09.12.2016 tarihinde yayınlanan “Anıl Can’ la Pozitif Hayatlar” isimli televizyon programının ekranın sağ üst köşesinde “R” ibaresinin yer almadığı bölümlerinde;

Kanal T logolu televizyon kanalında, 09.12.2016 tarihinde yayınlanan *“Anıl Can’ la Pozitif Hayatlar”* isimli televizyon programının “R” ibaresi yer almayan bölümlerinde;

*“Herkes öyle diyor. Diyor ki: Anıl Bey mükemmelsin.”*

*“Sosyal medya hesaplarımız Anıl CAN Official gördüğünüz hesaplar, numaralar… Buradan takip edebiliyorsunuz beni. Bir sürü herkesin takip ettiği gibi siz de takip edebiliyorsunuz. Ayşe TOLGA’ yla güzel bir video çektik. Onu da bugün yetiştirebilirsek vereceğiz. Yetiştireceğiz. Bilginiz olsun. Kendisi de diyor ki: “Anıl CAN benim en çok sevdiğim, en çok güvendiğim, çok özel bir şekilde danıştığım, bilgilerine çok güvendiğim tek astrologtur.”*

*“Bir tek benim danışmanlık verdiğim 4-5 tane firma var. İsmini vermeyim. İşte biri Serdar İNAN, Erkut SOYAK, Nedim KEÇELİ gibi insanlar. İşte bu adamlar çok önemliler. Zaten soy isimlerinden belli bu adamların kim olduğu. Bu gibi insanların baktığınız zaman bereket çalışmaları çok kuvvetli şekilde yapıldı. Danışmanları benim zaten. Yıllardır da benim. Koskoca 7 şirketin 3 ünün ismini verebilirim. Bunların işleri mesela çok iyi gidiyor. İnanılmaz satışları var. Hiçbir yerde de indirim yapmıyorlar. Bir şey yapmıyorlar. Neden? İhtiyaç duymuyorlar.”*

*“Türkiye’ de de zaten Beşiktaş’ ta, Fulya’ da ofisimiz. Oradan da yine randevularınızı organize edebiliyorsunuz. Sevgili asistanım Gülay’ ı aradığınız zaman. Telefonda veya yüzyüze görüşme randevularınızı organize edebiliyorsunuz. Derseniz ki; “Ben Almanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa’ dayım. Ama benim işim acil. Ben telefonda görüşmek istiyorum.” diyorsanız. Telefonda da aynı kalitede görüşebiliyoruz. Varsa bir blokaj veya bir kötü enerji gerekli çalışmayı yapıp gönderebiliyoruz.”*

*“Herkes diyor ki: “Anıl Bey herşeyi biliyorsunuz. Çünkü atmasyon yapmıyorum. Bunu bilin. Hiçbirinize burada sallamıyorum.”*

*“Cambridge Üniversitesi’ nde biliyorsunuz. Bilişsel psikoloji dersi alıyorum. Online eğitim alıyorum. Fark etmiyor. Cambridge Üniversitesi olması yetiyor. Ve kovulmadım okuldan. O da çok güzel bir şey.”*

*“Yazabilirsiniz danışanlarımız. Yani benden destek alan danışanlarımız yazsınlar. Çünkü bak sende koruma görüyorum. Dedim bir anda yani böyle güzel korumayı kim yapabiliyor… Kontrol ettik sistemden bizim danışanımız çıktın.”*

*“Anıl Can kimi mesaj gönderenlere Kuran-ı Kerim’ den bazı bazı surelerin ayetlerini okumalarını söylüyor. Ve kimi arayanlara veya mesaj atanlara Esma-ül Hüsna’ dan “Ya Rezzak, Ya Cami…”* şeklinde ifadelere,

Aynı programın 14.01.2017 tarihinde yayınlanan ve “R” ibaresi yer almayan bölümlerinde ise;

*“(Anıl Can): “Sen destek almıştın değil mi bizden?”*

*(Bağlanan kişi): “Evet. Evet. Bereket çalışması aldım. Kötü enerji temizleme aldım. Kısmet çalışması aldım.”*

*(Anıl CAN): Süper. Ne fark etti? Ne oldu? Ne bitti?*

*(Bağlanan Kişi): O kadar çok şey fark etti ki. Yani ben normalde… bir insanken bakın şimdi hiç aklımda olmayan işler ayağıma geliyor. Güzel oluyor ya. Her şey güzel oluyor.”*

*(Anıl CAN):Daha önce birilerine gidilmiş. Etkileşimler var ama doğru değil. Hep söylediğim bir şey var arkadaşlar. Bazen hacıya hocaya gidiyorsunuz. Bakın bunlara gitmeyin. Benim de hocam var ama adam ilim içinde yüzüyor. Bunlara gitmeyin demiyorum. Bulursanız bana da söyleyin. Yani benim hocalarım falan ilim kazanına düşmüş. Bana da hep şey diyorlar: “Seni de kazana düşürdük. Artık beni arama.” Kezzül havaslar, havas ül havaslar,kezzül zehebler, şems ül maarifler… Ama orijinal kaynak ve gerçek bilgilerle beraber. Bugün yine bir danışanımız gelmiş. Sevdiği için gidip, buna büyüler falan yapmış. Haberi yok bundan. Kız diyor ki: “Ben sevdiğime kavuşmak istiyorum. “Herkesin hakkı mıdır? Hakkıdır. Sorabilir mi? Sorabilir. Kadın da gitmiş okumuş üflemiş. Bir sürü saçma sapan şeyler. Haa rukye vardır. Rukye Kuran-ı Kerim’ de de vardır. Hz. Muhammed’ e dayanır. Yok diyemezsiniz. Rukye bir tedavi şeklidir. İnkâr edilemez. Ama büyücülükle karıştırılmasın. Biri dua biri farklı bir şey. Bir yerlere bir şey gömülüp, bir yerlerde bir şeyler yakılırsa o işte bir şeyler var demektir. Siz farkına varmadan o bana hayırlı bir şekilde gelsin derken bir bakmışsın adam büyü yapıyor. Bu sefer hem harama düşüyorsun, ahireti yakıyorsunuz. Harama düşüyorsun, hem paradan oluyorsun hem de yapılanın hayatına zarar veriyorsun. Bu kadar vebal, bu kadar sıkıntıyı bence üzerinize almamanız gerekiyor. O yüzden bu alanlara her zaman dikkat edin. Kendinize, gittiğiniz zaman sorun, ben ne yapıyorum? Bana geliyor diyor ki: adam şunu şunu ayır. Böyle bir şey yapılabilir mi? Hayır. Ama ne yapılabilir? Hayırlı bir iş çalışması yapılabilir. Zaten onun için hayırlı değilse ayrılmak zorundadır.* Hayırlıysa e zaten sen sevdiğin insanın hayrını istemiyor musun? *Havasta çok güzel çözümler var. Ama kalbi kötüye çalıştığı için hacılar, hocalar, üfürükçüler, büyücülükler… Bunlara dikkat edin. Bakara Suresi 101-102 nci ayetler ne diyor? Yatacakları yer yok diyor. Bazen gidiyorsunuz. Tabi ki de gideceksiniz. Bilmiyorsunuz, etmiyorsunuz. Ama uyarın arkadaşlarınızı, yakın çevrenizi. Ne ahiretinizi ne hayatınızı yakın. Düzgün bir şey yapar, olmaz. Tabi ki de Allah kabul etmedikten sonra ne yapacak yani? Kim ne yapacak? Kimse bir şey yapamaz. Ben de hiçbir şey yapamam. Adam diyor senin sayende döndü. Ben Ne yaptım? Gereken çalışmayı yaptım. Allah kabul etti. İşte benim bereketim senin sayende arttı. Ben keramet sahibi miyim? Bak işte hasta oldum. 4 gün kafamı kaldıramadım. Benim yeteneğim var. Bu işi iyi biliyorum. Bu işi severek yapıyorum. Bereket çalışmalarımı doğru yapıyorum. İşini çok iyi yapan bir sanatkar gibi, işini çok iyi yapan bir avukat gibi, doktor gibi düşünün...”*

*“(Anıl Can): Alt bölgede. Mide altında, bağırsaklar, idrar yolları… Bu alanlarla ilgili… Rahim mesela… Bu konularla ilgili sıkıntılar olabilir.*

*(Bağlanan Kişi): Ama Anıl Bey genelde beynimde sanki. Beynim bir anda… Sıkıntı basıyor. Hareket edemiyorum.*

*(Anıl Can): Ateş basıyor di mi? Şöyle beynini falan.*

*(Bağlanan Kişi): Birdenbire şöyle bayılacak gibi oluyorum. Doktora gidiyorum. MR çektiriyorum. Ama bir şey bulamıyorlar.*

*(Anıl Can): Beyninde bir şey yok işte onu diyorum. Bir kontrol ettir. Ama çok da korkma. Bir şey olduğunu düşünmüyorum. Rahat ol.*

*(Bağlanan Kişi): Geçecek mi?*

*(Anıl Can): Geçecek. Şafi esmasını oku bol bol.”*

ifadelerine ve program esnasında ekranda; *“www.pozitifhayatlar.tv, Canlı yayına bağlanmak için bizi arayın. 0 888 233 96 96, ANL yaz boşluk bırak mesajını yaz 6662’ ye gönder, Adınız Soyadınız Doğum Tarihiniz Doğum Saatiniz ve sorunuzu mutlaka yazın (mesaj ücretleri ... TL) Anıl Can 7/24 Özel telefonu arayabilirsiniz 0 535 577 20 64"* şeklinde durağan yazılara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anıl CAN isimli şahsın programda “R” ibaresine yer verilmediği zaman diliminde içerikle uyumsuz şekilde, abartılı ve orantısız olacak şekilde örtülü olarak kendi reklamını yaptığı, şahsın özel telefon numarasının da ekrana getirildiği, anılan program esnasında ekranda; *“www.pozitifhayatlar.tv, Canlı yayına bağlanmak için bizi arayın. 0 888 233 96 96, ANL yaz boşluk bırak mesajını yaz 6662’ ye gönder, Adınız Soyadınız Doğum Tarihiniz Doğum Saatiniz ve sorunuzu mutlaka yazın (mesaj ücretleri ... TL) Anıl Can 7/24 Özel telefonu arayabilirsiniz 0 535 577 20 64"* şeklinde durağan yazılara yer verildiği, fakat söz konusu durağan yazılarda, tüketicilerin gönderecekleri kısa mesajların bedelinin anlaşılabilir bir şekilde belirtilmediği, bu durumun tüketicilerin satın alma kararını etkilediği ve dolayısıyla yukarıda ifade edilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3 9/1, 9/5, 18/1, 18/4 19/1, 21/1, 22 ve 23/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **T Film Yay. Yap. ve Prod. Hiz. San. ve Tic. 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.

**2)**

**Dosya No: 2017/2625**

**Şikayet Edilen: 321 Medya Yapım Rek. ve Gıd. Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde “Nedir” isimli Youtube kanalı tarafından 18.04.2017 tarihinde yayınlanan *“Evlenme Nedir”* başlıklı video

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.04.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Nedir” isimli Youtube kanalı tarafından 18.04.2017 tarihinde yayınlanan *“Evlenme Nedir”* başlıklı video içerisinde, “Enza Home” markasına ait ürün görsellerinin kullanıldığı;

“Enza Home” tabelasının ekrana getirildiği, sunucunun “Enza Home” mağazasına girdiği, buradaki mobilyaları, halıları, lambaları, yatak ve koltukları incelediği, mobilyaların fotoğraflarını çektiği,

Mağaza içerisinde yer alan “Yataş Bedding” şeklindeki tabelanın gösterildiği; bu esnada anlatımı yapan sunucu tarafından; *“Aradığımız konsepte en uygun mobilyayı buldum şu an… Ben bu takımı alıyorum… Çakması değil bu canım gerçeği… Ay ne güzel renkler bunlar. Ne kadar çok çeşit var burada… Hangisi benim için doğru yatak acaba? Ne, ‘smart match’ mi?”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Nedir” isimli Youtube kanalı tarafından 18.04.2017 tarihinde yayınlanan *“Evlenme Nedir”* başlıklı video içerisinde “evlenme” kavramının mizahi bir üslupla anlatılmaya çalışıldığı, bununla birlikte, “Enza Home” markasına ait ürün görsellerinin kullanıldığı; “Enza Home” tabelasının odaklanılarak ekrana getirildiği, sunucunun “Enza Home” mağazasına girdiği, buradaki mobilyaları, halıları, lambaları, yatak ve koltukları incelediği, mobilyaların fotoğraflarını çektiği, mağaza içerisinde yer alan “Yataş Bedding” şeklindeki tabelanın odaklanılarak ön plana çıkarıldığı; bu esnada anlatımı yapan sunucu tarafından; *“Aradığımız konsepte en uygun mobilyayı buldum şu an… Ben bu takımı alıyorum… Çakması değil bu canım gerçeği… Ay ne güzel renkler bunlar. Ne kadar çok çeşit var burada… Hangisi benim için doğru yatak acaba? Ne, ‘smart match’ mi?”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu program içerisinde; tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “Enza Home” ve “Yataş” markalarına yönlendirme yapıldığı ve adı geçen markaların örtülü reklamının yapıldığı;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **321 Medya Yapım Rek. ve Gıd. Hiz. 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: 2017/2627**

**Şikayet Edilen: Güngör ARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gunaydinkocaeli.com](http://www.gunaydinkocaeli.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Sağlıklı ve Bembeyaz dişler için; Mavi Diş”* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gunaydinkocaeli.com](http://www.gunaydinkocaeli.com) adresli internet sitesinin 03.01.2018 tarihli görünümünde yer alan *“Sağlıklı ve Bembeyaz dişler için; Mavi Diş”* başlıklı yazı içerisinde,

*“Dişlerimize her ne kadar iyi bakmaya çalışsak, günde iki defa fırçalasak da tam olarak temizleyemiyoruz. Biriken yemek artıkları, kahve – çay gibi içeceklerden oluşan renk salt fırçalama ile çıkmıyor. Zaman içinde renk değişikliği ve sararma kaçınılmaz oluyor. Dişlerimizin ön tarafları her ne kadar beyazlığını korumuş gibi dursa da arka tarafları maalesef genelde ön taraf gibi olmuyor. Ben de aslen baktığınızda dişleri güzel olan insanlar sınıfındayım. Bir tanesi gece yatmadan önce olmak üzere günde iki defa fırçalar kontrollerimi yaparım. Bu kadar dikkat etmeme rağmen dişlerimin arka tarafları renk değişimine uğramıştı. Baharın gelmesini fırsat bilerek bahar temizliği amaçlı Yahya Kaptan’daki Özel Mavi Diş Kliniği’ne gittim. Mavi Diş Kliniği, daha içeri girdiğiniz anda kalitesini hissettiren bir işletme. Bankodaki güler yüzlü çalışanlardan pırıl pırıl bekleme bölümleri muayenehanelere kadar insanın içine fazlasıyla sinen bir yer. Duvarlarındaki Selçuk Aklın’a ait tablolar size kendinizde, bir sanat galerisinde geziyormuş hissi uyandırıyor.*

*Yüzde yüz memnuniyet aynı yerde 7 yılı aştı.*

*2011 yılında Dr. Dt. Emin Altiti,  Dt. Başar Turgut ve Eda Altiti tarafından kurulmuş. 2015 de ise bünyesine ve işletme ortaklığına Dt. Betül Koç’u da dahil etmiş. Kocaeli’nin ilk özel kliniği olan Mavi Diş, 1000 metrekare kapalı alanda modern teknoloji ile hizmet veriyor. Tüm branşlarda kendi uzman hekim kadrosu bulunan Mavi Diş, dişlerinizi ve ağız sağlığınızı; Uzman kadrosu, modern teknolojik donanımı ve ultra hijyen metodları ile en sağlıklı ve iyi görünümlü hale kavuşturuyor. Dental radyoloji ve görüntüleme, Estetik-Protetik Diş Hekimliği, Endodonti, Ortodontik Tedavi, Pedodonti - Çocuk Diş Hekimliği, Koruyucu Diş Hekimliği, Ağız Hastalıkları, Hamilelikte Diş Sağlığı, Lazer Destekli Diş Hekimliği, Dental İmplantoloji, Ağız ve Çene Cerrahisi, Periodontoloji-Diş Eti Hastalıkları, branşlarında yüzde yüz memnuniyet garantisi ile hizmet vermeye devam ediyorlar. Mavi Diş’de uygulanan Fast&Fixed yöntemi ile hiç dişiniz olmasa da, ya da mevcut dişleriniz çekilecek olsa da dişlerinizin çekildiği gün implantlar yapılıp, AYNI GÜN (geçici) Sabit Dişleriniz ile hayatınıza sorunsuz bir şekilde devam edebiliyorsunuz. Bana diş beyazlatma uygulaması yapan doktorum  Dt. Sercan Doğan beyazlatma (detertraj) uygulaması sırasında çok faydalı bilgiler verdi. Mesela ben de bunca yıldır dişlerimi  yanlış fırçalıyormuşum. Dişlerimi fırçalarken üst dişlerimi ayrı – alt dişlerimi ayrı fırçalamamam gerektiğini bilmiyordum. Diş fırçasıyla dişi süpürür gibi üsttekileri ayrı alttakileri ayrı ve hep tek yöne olacak şekilde fırçalamam gerektiğini de öğrendim. Mavi Diş Kliniği, diş doktoru fobinizi unutturacak, son derece sempatik ve donanımlı bir yer. Ben çok memnun kaldım. Dişinizle ilgili sorununuz varsa kesinlikle öneririm.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı;

Ayrıca, *“İletişim: Tel: 0262 311 51 11* [*http://www.ozelmavidis.com*](http://www.ozelmavidis.com/) *Yahya Kaptan – İzmit”* şeklinde adı geçen diş kliniğinin iletişim bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.gunaydinkocaeli.com adresli internet sitesinin 03.01.2018 tarihli görünümünde yer alan *“Sağlıklı ve Bembeyaz dişler için; Mavi Diş”* başlıklı yazı içerisinde, tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde bahsi geçen klinik ve burada uygulanan tedavi yöntemlerine ilişkin özel tanıtıcı atıflar yapıldığı, ilgili klinikten hizmet alınmasının teşvik edildiği ve tüketicilerin bahsi geçen kliniğe yönlendirildiği, dolayısıyla reklam unsuru içeren söz konusu ifadelerin, *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 “Mavi Diş” isimli kliniğin *örtülü reklamının yapıldığı;*

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2017/5017**

**Şikayet Edilen: RG Gazetecilik Matbaacılık Reklamcılık Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Antalya Körfez” adlı gazetede ve <http://antalyakorfez.com> adresli internet sitesinde *“Bir protokol daha”*başlığı ile yayınlanan yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, gazete

**Tespitler:** “Antalya Körfez” adlı gazetede ve <http://antalyakorfez.com> adresli internet sitesinde *“Bir protokol daha”* başlığı ile yayınlanan yazı içerisinde; *“Basın Yayın ve Enformasyon Antalya İl Müdürlüğü ile Leo Optik arasında Basın Kartı sahibi basın mensupları ile 1. derecede yakınlarına yönelik görmeye yardımcı malzemelere ilişkin indirim protokolü imzalandı. BYEGM Antalya İl Müdürü Esen Diler ile Leo Optik Müessese Müdürü Sıla Bıyıklıoğlu`nun imzaladığı protokolde; optik çerçeve, güneş gözlükleri, teleskopik gözlükler ve lenslerde yüzde 5-20 arasında indirimler öngörülüyor. Leo Optik,  Öğretmenevleri Mahallesi Atatürk Bulvarı No:76/B, Antalya adresinde hizmet veriyor.”* şeklinde ifadelere ve yazı içerisinde bahsi geçen “*Leo Optik*” adlı kuruluşun iletişim bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 26.07.2017 tarihinde “Antalya Körfez” adlı gazetede ve <http://antalyakorfez.com> adresli internet sitesinde *“Bir protokol daha”* başlığı ile yayınlanan yazı içerisinde, “Leo Optik” adlı optisyenlik müessesi tarafından yapılan indirimlere vurgu yapılarak tüketicilerin bilinçli bir şekilde anılan kuruluşa yönlendirildiği; bununla birlikte, kuruluşun iletişim bilgilerine yer verildiği; buna göre, inceleme konusu yazı içerisinde, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “Leo Optik” adlı optisyenlik müessesinin örtülü reklamının yapıldığı;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **RG Gazetecilik Matbaacılık Reklamcılık Tic. Ltd. Şti** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**5)**

**Dosya No: 2016/193**

**Şikayet Edilen: GCM Menkul Kıymetler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gcmforex.com](http://www.gcmforex.com) adresli internet sitesinde yer alan “forex” isimli finansal yatırım işlemlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.gcmforex.com](http://www.gcmforex.com) adresli internet sitesinde,

Ana sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Forex, yatırım yapmanın şeklini de tarzını da değiştirdi; zaman ve mekan sınırı olmadan internetten güvenli, kolay ve avantajlı yatırım için lisanslı olarak hizmet veren bir yatırım kuruluşuyuz. Yeni nesil teknolojileri kullanan gelişmiş online Forex işlem platformlarımız sayesinde müşterilerimiz tüm anlık finansal verilere, piyasa analizlerine ve dünyanın bir diğer ucundaki yatırım fırsatlarına ulaşıyor. Böylece hızlı ve güvenli bir şekilde işlem yapabiliyor ve eşsiz bir yatırım deneyimi yaşıyorlar.”*,

“Hesap İşlemleri” adı altında yer alan tanıtımlarda; *“İnternetten döviz, altın, petrol, global hisse ve endekslere yatırım yapmanın; kolay, güvenli ve avantajlı yolu.”*,

“İşlem Platformları” adı altında yer alan tanıtımlarda; *“Meta Trader 4 işlem platformu temel bilgi düzeyi ne olursa olsun her yatırımcı profiline uygun çözüm sunan yaygın kullanıma sahip ödüllü bir Forex işlem platformudur. Kullanışlı arabirimi ve kısayol özellikleri sizin de tercihiniz olabilir.”*,

“Forex Eğitimleri” adı altında yer alan tanıtımlarda; *“Dünyanın en büyük piyasasını en anlaşılır terimlerle ele alan Forex 5N, sadece en yalın dille anlatmakla kalmıyor, dersleri bilgisayarınızda uygulatıyor. Bu kitabı tamamladığınızda kendinizi Forex dünyasının içinde bulacağınızı iddia ediyoruz.”*,

“Şirket Profili” adı altında yer alan tanıtımlarda; *“GCM Menkul Kıymetler A.Ş.,Türkiye Sermaye Piyasalarında finansal aracılık hizmetleri içinde özellikle kaldıraçlı alım satım işlemlerinde (Forex) alanında lider olma misyonunu benimseyerek yola çıkan, 39 Milyon TL. ödenmiş öz sermayesi ve dünya standartlarındaki teknolojik altyapısıyla SPK Tebliği’nin tüm gereklerini yerine getirerek lisans belgesini almış bir yatırım kuruluşudur.*

*GCM Menkul Kıymetler A.Ş. olarak organizasyon yapımızı yatırımcılarımıza nitelikli ve kaliteli hizmet verebilmek adına profesyonel ve güçlü bir kadrodan oluşturduk. Çalışanlarımız, müşterilerimize en hızlı, güvenli ve sofistike finans verilerini en verimli şekilde iletebilmesi açısından, ileri düzey sermaye ve türev piyasaları bilgisine sahiptir. Tüm çabamız, müşterilerimizi yüksek kar marjlarına götüren yolun olabildiğince kısaltılması içindir. Bu yoldaki zorunlu olmayan her bürokratik işlem, her iletişim problemi, her gecikme bir engeldir ve bu engellerin kaldırılması her zaman önceliğimizdir.”* ve “Yatırımcı Görüşleri” başlığı altında *“Piyasada faaliyette bulunan FX şirketlerinin en kurumsal ve başarılı şirketi olduğunu düşünüyorum.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gcmforex.com](http://www.gcmforex.com) adresli internet sitesinde, *“Piyasada faaliyette bulunan FX şirketlerinin en kurumsal ve başarılı şirketi olduğunu düşünüyorum.”* ifadesine yer verilmekle beraber, söz konusu ifadenin 14.01.2016 tarih ve 29593 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Yatırım Kuruluşlarının Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ’in “Reklam, ilan ve duyurular” başlıklı 41 inci maddesinde 5 inci fıkrasında yer alan; *“d) Herhangi bir istatistiki veya somut veriye dayanılmaksızın ilgili aracı kurumu öne çıkaracak şekilde haksız rekabet doğuracak ifadelere,…yer verilemez*.” hükmüne aykırı olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- 14.01.2016 tarih ve 29593 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Yatırım Kuruluşlarının Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ’in 41/5 maddesi,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2,7/3,7/4,7/5-b,7/5-h ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**6)**

**Dosya No: 2016/113**

**Şikayet Edilen: Keon Bilişim Sağlık İnşaat San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.prezervatifler.com](http://www.prezervatifler.com) adresli internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Arex Geciktirici Sprey For Men 15 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Erkeklerde erken boşalmayı engellemeye yardımcı sprey. Kullanım alanı: Arex masaj spreyi ile geceler daha uzun. Cinsel hazzı uzatır”,* “Adam & Eve Geciktirici Sprey 118 ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal geciktirici sprey.. Erken boşalma endişesi olmadan, uzun süreli cinsel ilişki için Adam and Eve Delay Geciktirici Sprey kullanabilirsiniz. Hassasiyeti dengeleyerek seks süresini uzatır.”,* “Durex Play O Jel 15 ml - Orgazm Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Durex'ten Kusursuz orgazmlara ulaşmanın en kolay yolu; Durex Play O Jel. Cinsellikte siz kadınlar için çığır açan Durex Play O Jel, farklı duyguları eşzamanlı olarak harekete geçiren, bununla birlikte kolay ve yoğun bir orgazm için klitorisin uyarılmasını arttıran eşsiz bileşenleri, mükemmel bir karışımla bir araya getiren kadınlar tarafından geliştirildi... Durex’ in uzun süren araştırmalarının sonucunda karşılaştıkları sonuç hem hayret verici hem de üzücüydü. Araştırma sonuçlarına göre kadınların %70’ e varan kısmı düzenli orgazm yaşamamakta, orgazm olanların neredeyse yarısı da, yaşadıkları orgazmın yoğunluğundan tatmin olmaktadır. Bunun üzerine yapılan çalışmalarda ise, Durex Play O Jel kullanan kadınların %79’u orgazm yaşamıştır. Orgazm yaşayabiliyorsanız, yaşadığınız orgazmın yoğunluğunu veya sıklığını arttırmak için de Durex Play O jel kullanabilirsiniz... Deneyin ve orgazmın doruklarına ulaşın.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.prezervatifler.com](http://www.prezervatifler.com) adresli internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Arex Geciktirici Sprey For Men 15 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Erkeklerde erken boşalmayı engellemeye yardımcı sprey. Kullanım alanı: Arex masaj spreyi ile geceler daha uzun. Cinsel hazzı uzatır”,* “Adam & Eve Geciktirici Sprey 118 ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal geciktirici sprey.. Erken boşalma endişesi olmadan, uzun süreli cinsel ilişki için Adam and Eve Delay Geciktirici Sprey kullanabilirsiniz. Hassasiyeti dengeleyerek seks süresini uzatır.”,* “Durex Play O Jel 15 ml - Orgazm Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Durex'ten Kusursuz orgazmlara ulaşmanın en kolay yolu; Durex Play O Jel. Cinsellikte siz kadınlar için çığır açan Durex Play O Jel, farklı duyguları eşzamanlı olarak harekete geçiren, bununla birlikte kolay ve yoğun bir orgazm için klitorisin uyarılmasını arttıran eşsiz bileşenleri, mükemmel bir karışımla bir araya getiren kadınlar tarafından geliştirildi... Durex’ in uzun süren araştırmalarının sonucunda karşılaştıkları sonuç hem hayret verici hem de üzücüydü. Araştırma sonuçlarına göre kadınların %70’ e varan kısmı düzenli orgazm yaşamamakta, orgazm olanların neredeyse yarısı da, yaşadıkları orgazmın yoğunluğundan tatmin olmaktadır. Bunun üzerine yapılan çalışmalarda ise, Durex Play O Jel kullanan kadınların %79’u orgazm yaşamıştır. Orgazm yaşayabiliyorsanız, yaşadığınız orgazmın yoğunluğunu veya sıklığını arttırmak için de Durex Play O jel kullanabilirsiniz... Deneyin ve orgazmın doruklarına ulaşın.”* ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan internet sitesinde yer alan “*Proloonging Delay Geciktirici Krem 56 gr”, “Okey Kayganlaştıcı Jel Sıcak Temas 100 Ml”, “Durex Play Sensual Masaj Jeli” ve “Kayganlaştırıcı 2 in 1*” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**7)**

**Dosya No: 2016/622**

**Şikayet Edilen: Hamit DÖLEK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dutyfreeparfumler.com](http://www.dutyfreeparfumler.com) adresli internet sitesinin 08.04.2016 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hakkımızda: 2009 Yılında Türkiye’de ilk paralel ihracat yoluyla hizmete giren firmamız. 2012 Yılında internet sektöründe instagram ile iç piyasaya hizmet vermeye başladık. 2014 Yılında Gold kuruluşu olan sanal pazar üzerinde satışımıza devam ettik. Sattığımız ürünler büyük kozmetik mağazalarına bedelsiz verilen tehşir için kullanılan ürünlerdir. Hiç biri kutusundan çıkartılmamıştır ve hiç kullanılmamıştır. Piyasadaki ürün Fiyatlarının altında olup ürünlerimiz orjinaldir…duty free parfümler … Hermes Jour D’EDP Bayan Parfüm 85 ml - 309.00 TL / 99.00 TL … Lancome La Vie Est Belle Bayan Parfüm 75 ml - 330.00 TL / 99.00 TL … Christian Dior Jadore EDP Bayan Parfüm 486.00 TL / 99.00 TL …”* ve *“7. Yılımıza özel %70 İndirimli Satışlarımız Devam Etmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait [www.dutyfreeparfumler.com](http://www.dutyfreeparfumler.com) adresli internet sitesinin 08.04.2016 tarihli görünümünde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hakkımızda: 2009 Yılında Türkiye’de ilk paralel ihracat yoluyla hizmete giren firmamız. 2012 Yılında internet sektöründe instagram ile iç piyasaya hizmet vermeye başladık. 2014 Yılında Gold kuruluşu olan sanal pazar üzerinde satışımıza devam ettik. Sattığımız ürünler büyük kozmetik mağazalarına bedelsiz verilen tehşir için kullanılan ürünlerdir. Hiç biri kutusundan çıkartılmamıştır ve hiç kullanılmamıştır. Piyasadaki ürün Fiyatlarının altında olup ürünlerimiz orjinaldir…duty free parfümler … Hermes Jour D’EDP Bayan Parfüm 85 ml - 309.00 TL / 99.00 TL … Lancome La Vie Est Belle Bayan Parfüm 75 ml - 330.00 TL / 99.00 TL … Christian Dior Jadore EDP Bayan Parfüm 486.00 TL / 99.00 TL …”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan kozmetik ürünlerin “orijinal” olduğu iddia edilmesine rağmen, söz konusu ürünlerin “orijinal” olduğunun üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgeler ile ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, şahsa ait internet sitesinin adında ve söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda “duty free” ibaresine yer verilmesine rağmen, “Duty Free” tabelası ile satış yapılan yerlerin, Bakanlığımız Gümrüksüz Satış Mağazaları Yönetmeliği çerçevesinde kara, hava, deniz ve demiryolu hudut kapıları itibarıyla Türkiye Gümrük Bölgesinden çıkış ve Türkiye Gümrük Bölgesine giriş yerleri içinde yer alması zorunluluğunun bulunduğu, bu nedenle “Duty Free” ibaresi ile yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Ayrıca söz konusu tanıtımlarda *“7. Yılımıza özel %70 İndirimli Satışlarımız Devam Etmektedir.”* ifadesi yer almasına rağmen, söz konusu indirimin başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli satılan ürünlere ilişkin stok miktarlarına yer verilmediğinin görüldüğü, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin*;“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal* *veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 11 inci, 12 nci, 14 üncü, 28 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hamit DÖLEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2016/844**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli kozmetik ürüne ait isimde *“varis”* ifadesine ve ürüne ilişkin tanıtımlarda *“SALVOSANO Varis Kremi’nin tamamen doğal formülü deri altındaki varisten dolayı hasar görmüş bölgeye kadar ulaşır. Portakal, Biberiye, Papatya, Kekik ve Buğday yağlarının iyileştirici ve yenileyici özellikleri ile kısa sürede varisli bölgede gözle görülür fark yaratır. Düzenli kullanımda zamanla; varisli bölgenin rengi yavaş yavaş açılır ve damar şişlikleri azalır. SALVOSANO; Varis probleminize ağrısız, ameliyatsız en etkili doğal çözümü sunuyor. (...) Varis probleminize ameliyatsız en etkili çözüm! SALVOSANO Varis Kremi size ameliyatsız en etkili çözümü sunuyor. Siz de varislerinizden narkoz almadan, hastanede yatmadan kurtulmak istiyorsanız SALVOSANO’yu deneyin. Problemli bölgelere günde 3 kere masaj ile uygulayın. Kullanmaya başladıktan birkaç gün sonra varislerin yol açtığı o koyu renkler azalacak ve varisin sebep olduğu damar şişlikleri zamanla yok olacak! Portakal Yağı: Bunun dışında cilt yüzeyindeki selülitlerin görünümünü azaltır. Antiseptik, Antibakteriyel özelliği yüksektir. Antiseptik özelliği ile ağrıları dindirir. Cilt altındaki varislerin de ağrısını dindirir. Şifa verici özelliği ile deri altındaki varislerin görünümünü günden güne azaltır. Biberiye Yağı: Antiseptik, kramp çözücü, safrayı artırıcı, kan basıncını yükseltici, kan şekerini düşürücü, antikarsinojen, antiromatik, hafıza ve sinirleri güçlendirici etkilere sahiptir. Kan dolaşımını dengeleyici özelliği ile varis görünümünü azaltıcı etkiye sahiptir. Kekik Yağı: Hazmı kolaylaştırır, sinirleri kuvvetlendirir, salgı bezlerinin düzenli çalışmasını sağlar. İltihap giderici özelliğe sahiptir. Adet düzensizliğini ve çocuklarda görülen kansızlığı giderir. Kan dolaşımını düzenleyici etkisi ile varislere sebep olan dolaşım bozukluklarını onarır. Dolaşımı düzenleyerek oluşmuş varislerin görünümünü zamanla azaltır. Papatya Yağı: Cilt yapısını tamamen değiştirerek adeta yepyeni bir cilt yaratır. Cilt yüzeyinde yarattığı bu değişimi cildin içine işleyerek de gerçekleştirir. Damarlarınızı adeta yenileyerek; varislerin sebep olduğu damar tahribatını en aza indirgeyecektir. Etkili bir iltihap gidericidir. Buğday Yağı: Buğday yağı kırışıklıkları ve yaşlanmanın etkilerini azaltır. Aynı zamanda etkili bir antioksidandır. Hücre yenileyici ve iyileştirici özelliği vardır. Hücre yenileyici özelliği ile deri altındaki damarların içerisine işleyerek varislerin neden olduğu zararları iyileştirerek, o bölgeyi adeta yeniler. Yanıklarda da yara iyileştirici olarak kullanılır. Cilt lekeleri, güneş lekeleri ve doğum lekelerinde de tedavi edicidir. (…)Buna rağmen düzenli kullanımınızda koyu renkli görünüm azalır ve kan dolaşımınız düzenlenir. SALVOSANO’yu tekrar kullanmam gerekir mi? Bu sebeple özellikle varis oluşumunun en erken dönemlerinde SALVOSANO’yu kullanmanız ileride oluşacak varisleri engeller. Özellikle de Orta Boy ve Kılcal Varisler’in Büyük Varisler’e çevirmesini önleyecektir. Salvosano Varis Kremi; Varis oluşumunu engeller. Oluşmuş varislerin koyu renkli görünümünü kısa sürede azaltır. Kan dolaşımınızı düzenler. Varislerin yol açtığı ağrı ve krampları azaltır. Varislerin deri altında yarattığı tahribatı en aza indirir. Özellikle kılcal damar varislerinde ve orta boy varislerde tedavi edicidir. Salvosano Varis Kremi ile; Varis ağrısı çekmeyeceksiniz. Varis şişlikleriniz inecek. Varisin yol açtığı koyu renkli kötü görünüm kısa zamanda hafifleyecek. (…) SALVOSANO Varis Kremi; portakal yağı, biberiye yağı, kekik yağı, papatya yağı, buğday yağı ve doğal saf kremden oluşmaktadır. (…) Doğal Saf Krem: Bu yağları özel olarak birleştirmek için kullanılmıştır. Hiçbir katkı maddesi ya da parfüm içermez. (…)Yan Etkisi: Tamamen doğal yağlardan oluşan SALVOSANO Varis Kremi’nin bilinen hiçbir yan etkisi bulunmamaktadır.* *SALVOSANO’yu ne kadar süre kullanmalıyım?* *SALVOSANO Varis Kremi uygulanmaya başladığından 1 ay sonra gözle görülür bir fark yaratacaktır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli kozmetik ürüne ait isimde *“varis”* ifadesine ve ürüne ilişkin tanıtımlarda *“SALVOSANO Varis Kremi’nin tamamen doğal formülü deri altındaki varisten dolayı hasar görmüş bölgeye kadar ulaşır. Portakal, Biberiye, Papatya, Kekik ve Buğday yağlarının iyileştirici ve yenileyici özellikleri ile kısa sürede varisli bölgede gözle görülür fark yaratır. Düzenli kullanımda zamanla; varisli bölgenin rengi yavaş yavaş açılır ve damar şişlikleri azalır.* *SALVOSANO; Varis probleminize ağrısız, ameliyatsız en etkili doğal çözümü sunuyor. (...) Varis probleminize ameliyatsız en etkili çözüm! SALVOSANO Varis Kremi size ameliyatsız en etkili çözümü sunuyor. Siz de varislerinizden narkoz almadan, hastanede yatmadan kurtulmak istiyorsanız SALVOSANO’yu deneyin. Problemli bölgelere günde 3 kere masaj ile uygulayın. Kullanmaya başladıktan birkaç gün sonra varislerin yol açtığı o koyu renkler azalacak ve varisin sebep olduğu damar şişlikleri zamanla yok olacak!* *Portakal Yağı: Bunun dışında cilt yüzeyindeki selülitlerin görünümünü azaltır. Antiseptik, Antibakteriyel özelliği yüksektir. Antiseptik özelliği ile ağrıları dindirir. Cilt altındaki varislerin de ağrısını dindirir. Şifa verici özelliği ile deri altındaki varislerin görünümünü günden güne azaltır.* *Biberiye Yağı: Antiseptik, kramp çözücü, safrayı artırıcı, kan basıncını yükseltici, kan şekerini düşürücü, antikarsinojen, antiromatik, hafıza ve sinirleri güçlendirici etkilere sahiptir. Kan dolaşımını dengeleyici özelliği ile varis görünümünü azaltıcı etkiye sahiptir.* *Kekik Yağı: Hazmı kolaylaştırır, sinirleri kuvvetlendirir, salgı bezlerinin düzenli çalışmasını sağlar. İltihap giderici özelliğe sahiptir. Adet düzensizliğini ve çocuklarda görülen kansızlığı giderir. Kan dolaşımını düzenleyici etkisi ile varislere sebep olan dolaşım bozukluklarını onarır. Dolaşımı düzenleyerek oluşmuş varislerin görünümünü zamanla azaltır.* *Papatya Yağı: Cilt yapısını tamamen değiştirerek adeta yepyeni bir cilt yaratır. Cilt yüzeyinde yarattığı bu değişimi cildin içine işleyerek de gerçekleştirir. Damarlarınızı adeta yenileyerek; varislerin sebep olduğu damar tahribatını en aza indirgeyecektir. Etkili bir iltihap gidericidir.*  *Buğday Yağı: Buğday yağı kırışıklıkları ve yaşlanmanın etkilerini azaltır. Aynı zamanda etkili bir antioksidandır. Hücre yenileyici ve iyileştirici özelliği vardır. Hücre yenileyici özelliği ile deri altındaki damarların içerisine işleyerek varislerin neden olduğu zararları iyileştirerek, o bölgeyi adeta yeniler. Yanıklarda da yara iyileştirici olarak kullanılır. Cilt lekeleri, güneş lekeleri ve doğum lekelerinde de tedavi edicidir. (…)Buna rağmen düzenli kullanımınızda koyu renkli görünüm azalır ve kan dolaşımınız düzenlenir. SALVOSANO’yu tekrar kullanmam gerekir mi? Bu sebeple özellikle varis oluşumunun en erken dönemlerinde SALVOSANO’yu kullanmanız ileride oluşacak varisleri engeller. Özellikle de Orta Boy ve Kılcal Varisler’in Büyük Varisler’e çevirmesini önleyecektir.* *Salvosano Varis Kremi;* *Varis oluşumunu engeller.* *Oluşmuş varislerin koyu renkli görünümünü kısa sürede azaltır.* *Kan dolaşımınızı düzenler.* *Varislerin yol açtığı ağrı ve krampları azaltır.* *Varislerin deri altında yarattığı tahribatı en aza indirir.* *Özellikle kılcal damar varislerinde ve orta boy varislerde tedavi edicidir.* *Salvosano Varis Kremi ile;* *Varis ağrısı çekmeyeceksiniz.* *Varis şişlikleriniz inecek.* *Varisin yol açtığı koyu renkli kötü görünüm kısa zamanda hafifleyecek.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler ile tanıtımı yapılan ürününün isminde yer alan “varis kremi” ifadesinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *SALVOSANO Varis Kremi; portakal yağı, biberiye yağı, kekik yağı, papatya yağı, buğday yağı ve doğal saf kremden oluşmaktadır. (…) Doğal Saf Krem: Bu yağları özel olarak birleştirmek için kullanılmıştır. Hiçbir katkı maddesi ya da parfüm içermez. (…)Yan Etkisi: Tamamen doğal yağlardan oluşan SALVOSANO Varis Kremi’nin bilinen hiçbir yan etkisi bulunmamaktadır.”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda *“Antibakteriyel özelliği yüksektir.”* ifadesine yer verilmesine rağmen, tanıtımı yapılan ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edilebilmesi için biyosidal ürün ruhsatının bulunması gerektiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2016/845**

**Şikayet Edilen: İndirdik Bilgi Teknolojileri A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.indirdik.com](http://www.indirdik.com) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde yer alan “Salvosano Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Varis probleminize ameliyatsız en etkili çözüm. Etek giymekten korkmayın, Salvosano kullanın. Salvosano Varis Kremi sizi ameliyatsız en etkili çözümü sunuyor. Siz de varislerinizden narkoz almadan, hastanede yatmadan kurtulmak istiyorsanız Salvosano’yu deneyin. Problemli bölgelere günde 3 kere masaj ile uygulayın. Kullanmaya başladıktan birkaç gün sonra varislerin yol açtığı o koyu renkler azalacak ve varisin sebep olduğu damar şişlikleri zamanla yok olacak! Varis bayanların en büyük dertlerinden birisidir. Etek ve elbiselerin altından görünen kopkoyu damarlar yüzünden yaz aylarında bile pantolon giymek zorunda kalırsınız. Salvosano kullanarak pürüzsüz bacaklarınızı gururla sergileyebilirsiniz. (…) Ürün etkisi: Salvosano Varis Kremi’nin tamamen doğal formülü deri altındaki varisten dolayı hasar görmüş bölgeye kadar ulaşır. Portakal, biberiye, papatya, kekik ve buğday yağlarının iyileştirici ve yenileyici özellikleri ile kısa sürede varisli bölgede gözle görülür fark yaratır. (…) Salvosano Varis Kremi’nin içeriğindeki portakal yağı, biberiye yağı, kekik yağı, papatya yağı, buğday yağı ve doğal saf krem size cerrahi müdahale gerektirmeden muhteşem bacakların formülünü sunuyor!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.indirdik.com](http://www.indirdik.com) adresli internet sitesinin 18.05.2016 tarihli görünümünde “Salvosano Varis Kremi” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Varis probleminize ameliyatsız en etkili çözüm. Etek giymekten korkmayın, Salvosano kullanın. Salvosano Varis Kremi sizi ameliyatsız en etkili çözümü sunuyor. Siz de varislerinizden narkoz almadan, hastanede yatmadan kurtulmak istiyorsanız Salvosano’yu deneyin. Problemli bölgelere günde 3 kere masaj ile uygulayın. Kullanmaya başladıktan birkaç gün sonra varislerin yol açtığı o koyu renkler azalacak ve varisin sebep olduğu damar şişlikleri zamanla yok olacak! Varis bayanların en büyük dertlerinden birisidir. Etek ve elbiselerin altından görünen kopkoyu damarlar yüzünden yaz aylarında bile pantolon giymek zorunda kalırsınız. Salvosano kullanarak pürüzsüz bacaklarınızı gururla sergileyebilirsiniz. (…) Ürün etkisi: Salvosano Varis Kremi’nin tamamen doğal formülü deri altındaki varisten dolayı hasar görmüş bölgeye kadar ulaşır. Portakal, biberiye, papatya, kekik ve buğday yağlarının iyileştirici ve yenileyici özellikleri ile kısa sürede varisli bölgede gözle görülür fark yaratır. (…) Salvosano Varis Kremi’nin içeriğindeki portakal yağı, biberiye yağı, kekik yağı, papatya yağı, buğday yağı ve doğal saf krem size cerrahi müdahale gerektirmeden muhteşem bacakların formülünü sunuyor!”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2016/3465**

**Şikayet Edilen: Taner KARAKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bitkiselkrem.org](http://www.bitkiselkrem.org) ve [www.ciltbakimurunleri.com](http://www.ciltbakimurunleri.com) adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2016, 05.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bitkiselkrem.org](http://www.bitkiselkrem.org) adresli internet sitesinin 03.08.2016 tarihli görünümünde “İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu nedir? Daha çok karın, kalça ve bacak bölgesinde tercih edebileceğiniz ve selülite karşı mücadelede kullanabileceğiniz bu ürün ile yağ birikimi sorunlarının da önüne geçebilirsiniz. İçeriğindeki doğal özler sayesinde düzenli bir kullanımdan sonra bölgesel yağlanmaya son vererek selülit oluşumlarına karşı tedbir alabilirsiniz. İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu selülitin azalmasında çok etkili olduğu için tercih edilebilir. Aşırı kilolu bayanlar tarafından tercih edilmesi gereken bu losyon ile cildinizi rahatlatabilirsiniz. (…) Bu yüzden İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonundan faydalanarak ve aynı zamanda egzersiz uygulamalarına da devam ederek yağlanma sorununa karşı önlemlerinizi almanız gerekir. (…) İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu Faydaları: Çatlak izlerine karşı rahatlıkla kullanmanız gereken bu losyon (…). Bayanlarda ise doğum sonrasında görülebilecek cilt çatlaklarına karşı oldukça etkilidir. “(…) İçeriğinde bulunan bitkisel özler sayesinde sizlere kısa sürede etkili çözümler sunan İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu, klinik testleri başarıyla geçmiştir. Bunun yanında kimyasal madde içermemesi nedeniyle de bayanların en çok tercih ettiği markalardan biri olmuştur. (…) Sadece selülit oluşumu için değil, daha güzel ve parlak bir cilde sahip olabilmek adına da kullanabilirsiniz. Yapılan araştırmalarda artık salyangoz kremlerinin fazlasıyla tercih edildiği söyleniyor. Çünkü salyangoz özlü losyon ve diğer cilt bakım ürünlerinin cildi rahatlatıcı etkisinin olduğu ispatlanmıştır. Bu yüzden de kullanıcılar, ilk kullanımından itibaren etkisini görebiliyor. Piyasada kozmetik ürünlerin varlığından söz etmek mümkündür fakat cildinizi için besleyici özler bulunduran ve etkisini de uzun süre koruyabilen İlvina markasının çok daha yüksek oranda tercih edildiği de bir gerçektir. Cildinizde herhangi bir yan etki yaratmaması ve tamamen bitkisel olmasından dolayı kullanabilir ve çevrenizde de tavsiye edebilirsiniz. Bu sayede daha ipeksi ve güzel bir cilde sahip olmanız kolaylaşacaktır. (…) ayrıca yaşlılık karşıtı bir bakım da sağlar. Cilt sorunlarının bitkisel tedavisinde kullanmanızı önerdiğimiz İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu ile birlikte cildinizi çok daha sağlıklı bir hale getirebilir ve etkisini de uzun süreli hissedebilirsiniz. (…)İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonunun cilt üzerinde kurutucu etkisi de vardır. Faydaları olarak ayrıca cilt kabarıklıklarını giderdiği de biliniyor. (…) İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyonu bu açıdan bakıldığında anti-aging özelliktedir. Yani yaşlılığı geciktirmektedir. Günümüzün sorunlarından olan güneş ışınları da cildinize zarar vereceği için losyondan faydalanmanızı öneriyoruz.”* ifadelerine,

[www.ciltbakimurunleri.com](http://www.ciltbakimurunleri.com) adresli internet sitesinin 05.12.2017 tarihli görünümünde yer alan “DR. Slip Bel Fıtığı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bunun yanı sıra rahatsızlığından ötürü bireyin yaşamına gelen kısıtlılığı bir nebze azaltıcı özelliğe sahip Bel Fıtığı Kremi kullanılması da tedavi sürecinin daha kolay atlatılmasına yardımcı olacaktır.”* ifadelerine, “Hemoroid Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Naturaline Hemodem Hemoroid Kremi Nedir? Makat çatlağı sorunlarını gidermeye yarayan bir uygulama kremi olan bu ürün günümüzdeki popülerliğini korumaktadır. Makatta görülen çatlaklar genelde kabızlık sorunu sonrasında oluşabilen makat kası üzerindeki ufak yırtıklar olarak bilinir. Tek başına görülebilir ve makatta yanma ve cam kesiği gibi bir acı vererek de anlaşılabilmektedir. Naturaline Hemodem Hemoroid Kreminin onarıcı etkisi vardır ve bununla birlikte hücre yenileyici özelliği de bulunur. Bu anlamda makat çatlaklarında hızlı bir toparlanma ve iyileşme sürecine girilebilir. Dışkı yaparken yanma ve kaşıntı hissinin ortadan kaldırılmasında da etkilidir. Naturaline Hemodem Hemoroid Kremi gebe, anne ve çocukların kullanımı için uygun olarak üretilen doğal bir kremdir ve etkisini de kısa sürede göstermektedir. Anal bölgede kullanılacağı gibi bağırsak ve midede görülebilen çatlak ve yaralar için de iyileştirici bir formülle üretilmiştir. (…) Hastaların sürekli olarak ihtiyaç duyduğu bir ürün olduğu için günümüzde Hemoroid yani basur sorunu yaşayan kişilerin kullanımına uygundur. Naturaline Hemodem Hemoroid Kremi, rahatsızlığın oluşturduğu ağrıları azaltmak için tercih edilmektedir çünkü bölgede uyuşturma özelliği sayesinde ağrıyı kısa sürede keser. Hastalığın tam olarak iyileşebilmesi için ameliyat uygulamalarından önce sizi rahatlatabilen Hemoroid Kremi (…)”* ifadelerine,

“Pepper Gel Sıkılaştırıcı ve İnceltici Biber Jeli”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biber jelinin kullanım amacı bölgesel zayıflamanıza, (…) ve inceltmeye yardımcı olmaktadır. (…) Pepper Gel Etkileri Nelerdir? Deri ve terleme yolu ile yağları dışarı atar kafein ile metabolizmayı hızlandırmaya ve termal kemer ile desteklendiğinde özellikle bel bölgesinde incelmeye yardımcı olur, Stres hormonlarını azaltır”* 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 halde inceleme konusu [www.bitkiselkrem.org](http://www.bitkiselkrem.org) ve [www.ciltbakimurunleri.com](http://www.ciltbakimurunleri.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürünlerin hemoroid ve bel fıtığı gibi hastalıklara iyi geleceği, selülit oluşumunu engelleyeceği veya selüliti ve hamilelikte ortaya çıkan çatlak izlerini ortadan kaldıracağı yönünde tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler ile tanıtımı yapılan ürünlerin isimlerinde yer alan “Anti Selülit”, “Bel Fıtığı”, “Hemoroid” ve “İnceltici” ifadelerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, [www.bitkiselkrem.org](http://www.bitkiselkrem.org) adresli internet sitesinin 03.08.2016 tarihli görünümünde yer alan ifadelerin ispatlanamadığı,

Ayrıca, söz konusu internet sitesinde yer alan *“Krauterhof Anti-Cellulite Gel, “Scream İnceltici ve Sıkılaştırıcı Krem 50 Ml”, “Valide Sultan Salyangoz Kremi 30 Ml”* gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde *kozmetik tanımını aşan* ifadelere yer verildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2016/3466**

**Şikayet Edilen: Muharrem BEYAZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.denizlicarsi.com](http://www.denizlicarsi.com) adresli internet sitesinin 03.08.2016 tarihli görünümünde “İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyon 300 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;  *“İçeriğindeki aktif bitki özleri ve kafein sayesinde 4 haftadan itibaren selülit görünümünü gözle görülür derecede azaltır. Selülit kontrolünde aktif bitki özleri; İlvina Anti-Selülit Salyangoz Losyonu (…) selülit görünümünü azaltma özelliğine sahiptir. (…) İlvina Anti-Selülit Salyangoz Losyonu cildinizi nemlendirirken (…)İçerdiği aktif bitki özleri sayesinde portakal kabuğu görünümünü azaltır. Cildi sıkıştırarak pürüzsüz bir görünüm sağlar. Vücut hatlarını yeniden şekillendirmeye yardımcı olur. Formülündeki aktif nemlendirici ile cildi 24 saat boyunca nemlendirir ve pamuksu yumuşaklık sağlar. Karın, bel, bacak, basen ve kalça bölgelerinde meydana gelen portakal kabuğu görünümünü azaltır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu [www.denizlicarsi.com](http://www.denizlicarsi.com) adresli internet sitesinnde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler ile tanıtımı yapılan ürünün isminde yer alan “anti-selülit” ifadesinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, [www.denizlicarsi.com](http://www.denizlicarsi.com) adresli internet sitesinde “İlvina Salyangoz Anti Selülit Losyon 300 Ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadelerinin ispatlanamadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2017/1199**

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

**Şikayet Edilen Reklam: “**La Roche-Posay” markalı *“Lipikar”, “Effaclar”* ve *“Anthelios”* isimli ürün serilerine ilişkin olarak [www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün ambalajlarında ve eczanelerde bulunan afiş ve stant uygulamalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.07.2017;13.11.2017;15.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Ürün Ambalajı-Afiş-Stant

**Tespitler:** “LIPIKAR Baume AP+ Lipid Yenileyici Balsam” isimli ürüne ilişkin ambalajın ön yüzünde *“Anti-irritation”, “Anti-scratching”* ve ambalajın arka yüzünde yer alan *“Lipikar Baume AP+ Kuruluk ve Kaşıntı Karşıtı Lipid Yenileyici Balsam. Belirtiler: Bebeklerde, çocuklarda ve yetişkinlerde görülen aşırı kuruluk. Hassas, çok kuru, tahriş olmuş, kaşıntıya eğilimli ve atopiye eğilimli ciltlerin kullanımı için uygundur. Sonuçlar: Cildi anında yatıştırır ve ciltte uzun süre rahatlama sağlar. Cilt esnekliğini yeniden kazanır. Kaşıntı ataklarının aralığını uzatır.”*,

“Lipikar Lipid Yenileyici Balsam ve Lipikar Vücut Temizleme Jeli” isimli ürünleri içeren ikili setin ambalajına ilişkin kutu üzerinde *“Kuru ve Atopiye Eğilimli Ciltler”* ibaresi ile kutunun arka tarafı üzerinde yer alan *“Hassas bebek cildi dahil, kuru ve atopiye eğilimli ciltler için uygundur/etkili nemlendirme sağlar. Kaşıntı ataklarının aralığını uzatır. Cilt bariyerini yapılandırır ve korur. Ciltte uzun süre rahatlama sağlar.”*,

Söz konusu ürünlere ilişkin eczane görselinde; *“Kuruluk ve kaşıntı hissini azaltır. Kaşıntı ataklarının aralığını uzatır. Ciltte uzun süreli rahatlama sağlar.”*,

“LIPIKAR STICK AP+” isimli ürüne ilişkin eczane stand uygulaması görselinde; *“Kaşıntı hissini anında yatıştırma. İritasyon ve Tahriş karşıtı. Rahatlama hissi.”*,

[www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) internet sitesinin 31.07.2017 ve 13.11.2017 tarihli görünümlerinde yer alan “Lipikar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda;

*“LIPIKAR BAUME AP+* *Lipid yenileyici balsam.*

*Kuruluk ve Kaşınma Karşıtı. Çok Kuru, Kaşıntıya Eğilimli Tahriş Olmuş Cilt.. Aşırı Kuruluk. Hassas ve Atopiye Eğilimli Cilt. Cildin anında yatışmasına ve kaşıntı aralıklarının uzatılmasına yardımcı olmaktadır.*

*Yorumlar:*

*Kızım ve oğlumun aşırı hassas ve atopik ciltleri lipikar dus jeli ile yıkayıp bu balsami sürünce oldukça rahatladı. Kızımın yaraya dönük döküntülerini hafifletti. Ağırlık yapmadan cilt tarafından hemen emiliyor. Tatmin edici bir rahatlık sağlıyor.”*,

*“LIPIKAR STICK AP+*

*Kuru ve Atopiye Eğilimli Cilt Bakımında YENİLİK! Kaşıntı hissini anında yatıştırma. İritasyon ve tahriş karşıtı. Rahatlama hissi. Bebek, çocuk, yetişkin tüm aile bireyleri kullanabilir.*

*Kaşıntı hissini anında yatıştırır. Her zaman, her yerde yanınızda.*

*Özellikler:*

*Kuru ve atopiye eğilimli kaşıntı hissi olan ciltler için. Aşırı kuruluk. Hassas ve atopiye eğilimli ciltler için. Bebek, çocuk, yetişkin, tüm aile bireyleri için.*

*Kaşıntı hissini anında yatıştırır. Kaşıntı refleksinin yerine geçer.*

*İritasyon ve tahriş karşıtı.”* ifadelerine yer verildiği,

La Roche-Posay markalı “Effaclar” isimli ürünleri içeren setin ambalajına ilişkin kutu üzerinde *“Yağlı ve Akneye Eğilimli Ciltler İçin Bakım Kiti”* ve *“Yağlı ve Akneye Eğilimli Cildin Bakımı İçin Tavsiye Almak İster Misin? Bizi Takip Et.* [*www.laroche-posay.com.tr/aknesizcildim*](http://www.laroche-posay.com.tr/aknesizcildim)*”*,

[www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) adresli internet sitesinin 13.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Effaclar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda;

*“EFFACLAR H CREAM LAVANTE Yağlı ve Akneye Eğilimli Hassas Ciltler için Temizleyici.*

*Özellikler:*

*Yağlı ve akneye eğilimli hassas ciltler için uygundur.”*,

*“EFFACLAR TEMİZLEME JELİ Akneye eğilimli yağlı ciltler için arındırıcı temizleme jeli. Akneye eğilimli yağlı ciltlerde derinlemesine temizlik ve koruma sağlar.*

*Özellikler:*

*Akneye eğilimli yağlı cilt.*

*Rahatsızlık karşıtı ve yatıştırıcı etkileye sahip La Roche-Posay Termal suyu içerir.*

*Yorumlar:*

*Effaclar temizleyici jelle doktorumun tavsiyesi üzerine tanıştım... Sadece akşamları kullanmama rağmen sivilce problemimi ortadan kaldırma konusunda oldukça yardımcı oldu, sivilceleri azaltırken cildinizi ferah ve temiz hissetmenizi sağlıyor.”*,

*“EFFACLAR TONİK Yağlı ve akneye eğilimli ciltler için sıkılaştırıcı ve mikro soyucu tonik.*

*Pürüzlü yağlı ciltlerde, genişlemiş gözenekler ve düzensiz cilt dokusunda düzelmeye yardımcı olur.*

*Özellikler:*

*Geniş gözenekli, yağlı ve akneye eğilimli cilt.*

*Effaclar sıkılaştırıcı mikro-soyucu tonik içeriğindeki temizleyici maddeler ve sıkılaştırıcı*

*LHA™ ile ciltteki gözeneklerin temizlenmesini sağlar ve tıkanmalarını engeller.*

*Ürün Etkinliği: Kullanım sonucunda pürüzlü cilt görünümü, genişlemiş gözenekler ve düzensiz cilt dokusunda düzelme gözlemlenmiştir.*

*Yorumlar:*

*Eğer akneye eğilimli ve yağlı bir cildiniz varsa, çözüm; La Roche posta-Effaclar serisi.. Jelini, toniğini ve duo(+) kremini 2 aydır düzenli olarak kullanıyorum. Gerçekten hepsi birlikte bir mucize yaratıyorlar. Jel işe yüzümü temizlenmiş ve arınmış, tonik sayesinde sıkılaşmış ve kremi sürdükten sonra yumuşacık hissediyorum. Effaclar serisi sayesinde cildimdeki sivilcelerden kurtuldum. Siz de bir an önce bu seriyle tanışın ve farkı görün. Teşekkürler La Roche Posay.”*,

*“EFFACLAR DUO (+) SPF 30 Cildi güneş ışınlarına karşı korumaya yardımcı olur. Cilt kusurlarının görünümünü azaltır.*

*[XL]-PROTECT teknolojisi ve Procerad bileşeni ile cilt kusurlarının görünümünü azaltarak, UVA ve UVB ışınlarına ve hava kirliliğine karşı koruyucu rol oynar. Tıkalı gözenekler açılır. Cilt dokusu arınmış hisseder.*

*Özellikler:*

*Yağlı ve akneye eğilimli ciltler. Günlük olarak UV ışınlarına ve hava kirliliğine maruz kalan, cilt kusurlarına eğilimli tıkalı gözeneklere sahip, yağlı ve akneye eğilimli cilde sahip kişiler.*

*Yorumlar:*

*Cildimdeki küçük sivilceleri kullandığım andan itibaren birkaç gün içinde küçülttü ve cildimi pürüzsüzleştirdi. 1 1,5 ay sonra ise cildimdeki kahverengi lekeleri fark edilir bir şekilde azalttı. Üstelik makyaj bazı olarak da çok güzel oluyor.”*,

*“EFFACLAR A.I. Ani ve lokal olarak beliren sivilcelere karşı düzeltici bakım kremi.*

*Ciltte ani ve lokal olarak beliren sivilceleri yok etmeye ve kalıcı izlerin oluşmasını engellemeye yardımcı olur.*

*Özellikler:*

*Yağlı ve akneye eğilimli cilt.*

*Effaclar A.I. ciltte ani ve lokal olarak beliren sivilcelerin yok edilmesine ve kalıcı izlerin oluşumunun önlenmesine yardımcı olur. İçeriğindeki bileşenler sayesinde cildi arındırır ve bozuklukların oluşumunu engeller. Mikro soyucu LHA ve onarıcı La Roche-Posay Termal suyu ile cildin yenilenme sürecini harekete geçirir.*

*Ürün etkinliği*

*Kullanım sonucunda sivilce büyüklüğü ve görünümünde fark edilir derecede azalma sağladığı gözlemlenmiştir.*

*Yorumlar:*

*Gerçekten işe yarıyor muhteşem bişey gece yatmadan çıkmak üzere olan sivilcelerimin üzerine çok az miktar uyguluyorum ve sabah uyandığımda sivilcelerim nerdeyse yok oluyor. Hiçbir sivilce kreminden bu kadar memnun kalmamıştım.”*,

*“EFFACLAR H Kurutucu dermatolojik uygulama altındaki ciltler için yatıştırıcı, nemlendirici bakım.*

*Akne karşıtı kurutucu ürünlerin kullanımı sonucunda güçsüzleşmiş yağlı ciltlerde nemlendirme ve rahatlık hissi sağlar.*

*Özellikler:*

*Akne karşıtı kurutucu uygulamalar sonucunda güçsüzleşmiş yağlı cilt.*

*EFFACLAR H Kurutucu cilt bakım ürünleri tarafından güçsüzleştirilmiş yağlı cildi nemlendirir. Aynı zamanda, koruyucu hidrolipidik tabakasını yenilemesi için cildin ihtiyacı olan yağları verir. İçeriğindeki Ceramide 5 sayesinde cildin bariyer işlevini güçlendirmeye yardımcı olur. La Roche-Posay Termal Suyu ve Bisabolol eklenmiş formülü ile tahriş ve kızarıklıkları rahatlatır.*

*Ürün etkinliği*

*Kullanım sonucunda cilt kuruluğunda azalma, rahatlık ve esnekliğinde artma gözlemlenmiştir.*

*Yorumlar:*

*Cilt dr.unun tavsiyesi üzerine kullandım. Hem geçmeyen sivilcelerim vardı, hem de egzama gibi kabartılar vardı, gerçekten işe yarıyor... Diğer korzitonlu ilaçlar temizleyiciler gibi cildi kurutmadı ve etkiliydi.*

*Yıllardır akneyle savas veren biri olarak ve bu yüzden güneş koruyucu dahi kullanamamış biri olarak bu ürünü kesinlikle tavsiye ediyorum hem mükemmel koruma hem tedavi edici özelliği var mutluyum Çok kısa surede hızlı ve etkili Teşekkürler.”*,

*“EFFACLAR DUO (+) Cilt bozukluklarına ve akne lekelerine karşı düzeltici bakım.*

*Cilt bozukluklarını azaltmaya yardımcı olur. Akne lekelerine karşı savaşır. İlk 24 saatten itibaren etkilidir.*

*Özellikler:*

*Procerad™ patentli seramid içeriği, kırmızı ve kahverengi akne lekesi oluşumunu engellemeye yardımcı olur.*

*Ürün etkinliği:*

*Aktif bileşen yeniliği: kırmızı ve kahverengi lekelere karşı etki. Procerad™ patentli seramid içeriği, kırmızı ve kahverengi akne lekesi oluşumunu engellemeye yardımcı olur.*”,

*“EFFACLAR K (+) Yağlı Ciltler İçin 8 Saate Kadar Sebum Düzenleyici Etkiye Sahip Bakım*

*Cilt dokusu pürüzsüz görünür. Tıkalı gözeneklerin azalmasına ve parlamanın kontrol altına alınmasına yardımcı olur. Cilt kusurlarının ve siyah noktaların yeniden oluşumuna karşı savaştığı kanıtlanmıştır.*

*Özellikler:*

*Karmadan yağlıya dönük cilt tipi. Tekrarlayan siyah noktalar, cilt dokusundaki düzensizlikler ve tıkanmış gözenekler.”*,

*“EFFACLAR Akneye Eğilimli Ciltler için Tanışma Kiti. Yağlı ve akneye eğilimli ciltlere dermatologların önerdiği bakım rutini.*

*Özellikler:*

*Effaclar DUO(+) 15 ml Cilt Bozukluklarına ve Akne Lekelerine Karşı Düzeltici Bakım Cilt bozukluklarının görünümünü düzeltmeye yardımcı olur. Tıkalı gözenekleri açar. akne lekelerinin görünümünü azaltmak için savaşır.*

*•24 saat sonra: Cilt bozukluklarının kırmızılığı gözle görülür oranda azalır\*.*

*•8 gün sonra: Cilt bozukluklarının görünümü önemli ölçüde azalır\*.*

*•4 hafta sonra: Tıkalı gözenekler açılmış, cilt dokusu tazelenmiş görünür\*\*.*

*\* kozmetoklinik çalışma - 38 kişi.*

*\*\* kozmetoklinik çalışma - 51 kişi.*

*Yeni doku: fresh jel-krem, 24 saat nemlendirme ve uzun süreli matlık. Hızlıca emilir, yağlı ve yapışkan bir his bırakmaz.”*

*“EFFACLAR DUO (+) UNIFIANT La Roche-Posay Termal Suyu ile cilt problemlerine karşı etkili ve akneye eğilimli ciltlerde lekelerin görünümünü azaltmaya yardımcı, cilt rengini eşitleyici bakım kremi.*

*EFFACLAR DUO (+)’ın cilt problemlerine karşı ve akneye eğilimli ciltlerde lekelerin görünümünü azaltmaya yardımcı etkisi, anında kapatıcı ve cilt rengini eşitleyici etkiyle güçlendirilmiştir.*

*Özellikler*

*Cilt bozukluklarına eğilimli ciltler.*

*Kırmızı ve kahverengi lekelerin görünümü azalır. Cilt rengi eşitlenir.*

*Ürün etkinliği*

*8 gün sonra: Cilt problemlerinin görünümü azalır\*. 4 hafta sonra: Gözenekler açılmış, cilt dokusu temizlenmiş görünür. Parlak cilt bölgeleri kontrol altına alınır.\*\*. \* kozmetoklinik çalışma - 38 kişi. \*\* kozmetoklinik çalışma - 42 kişi.*

*Yorumlar:*

*Doktorumun güvenle reçete ettiği ve tereddütsüz aldığım bir la Roche posay ürünü. Tek kelimeyle mükemmel. Şiddetle tavsiye ederim.”*,

[www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) adresli internet sitesinin 15.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Anthelios” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda;

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ ULTRA-LIGHT*

*Ürün etkinliği*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneşe karşı toleranssızlıkları önler. Aynı zamanda, ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, hamilelik maskelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”*,

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ ULTRA-LIGHT TINTED*

*Ürün etkinliği*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneşe karşı toleranssızlıkları önler. Aynı zamanda ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, gebelik lekelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”*,

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ DRY TOUCH GEL-CREAM TINTED*

*Ürün etkinliği*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneşe karşı toleranssızlıkları önler. Aynı zamanda, ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, hamilelik maskelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”*,

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ DRY TOUCH GEL-CREAM*

*Ürün etkinliği:*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneşe karşı toleranssızlıkları önler. Aynı zamanda, ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, gebelik lekelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”*,

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ CREAM COMFORT*

*Ürün etkinliği*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneş hassasiyetini önler. Aynı zamanda, ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, gebelik lekelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarlarından cildi korur.”*,

*“ANTHELIOS XL SPF 50+ BB TINTED CREAM COMFORT*

*Ürün etkinliği*

*Güneş alerjileri olarak bilinen güneş hassasiyetini önler. Aynı zamanda, ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, gebelik lekelerini veya pigment beneklerini de engeller. Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarlarından cildi korur.”*,

“Anthelios” isimli ürün grubuna yönelik olarak *“ilaçların neden olduğu ışığa karşı duyarlılığı, gebelik lekelerini veya pigment beneklerini de engeller”*,

[www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) adresli internet sitesinin 15.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “#CildiniKoru” linki altında *“Cilt kanseri vakalarının büyük bir kısmı zamanında tespit edilirse tedavi edilebilir\*”* ifadesinin altında *“Cildinizi daha iyi korumak için. La Roche-Posay öneriyor. Anthelios. Hassas ciltler için dermatologlar tarafından önerilen güneş koruma markası.”*,

Diğer taraftan, www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 13.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Effaclar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda; “EFFACLAR A.I” isimli ürüne ilişkin olarak *“...kalıcı izlerin oluşumunun önlenmesine yardımcı olur. (…) Kullanım sonucunda sivilce büyüklüğü ve görünümünde fark edilir derecede azalma sağladığı gözlemlenmiştir.”* ,

“EFFACLAR DUO (+)” isimli ürüne ilişkin olarak *“…kırmızı ve kahverengi akne lekesi oluşumunu engellemeye yardımcı olur.”* ve www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 15.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Anthelios” isimli ürün serisine ilişkin olarak *“Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.laroche-posay.com.tr](http://www.laroche-posay.com.tr) internet sitesinde, ürün ambalajlarında, eczane görsellerinde yer alan tanıtımlarda kozmetik ürün tanımını aşan ifadelerin kullanıldığı,

www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 15.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “#CildiniKoru” linki altında *“Cilt kanseri vakalarının büyük bir kısmı zamanında tespit edilirse tedavi edilebilir\*”* ifadesinin altında *“Cildinizi daha iyi korumak için. La Roche-Posay öneriyor. Anthelios. Hassas ciltler için dermatologlar tarafından önerilen güneş koruma markası.”* ifadelerine yer verilerek tanıtımı yapılan güneş kremi ürünlerinin cilt kanserine yönelik koruma sağladığının ima edildiği,

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 sağlık beyanı içeren ifadeler ile endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 13.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Effaclar” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda yer alan; “EFFACLAR A.I” isimli ürüne ilişkin kullanılan *“...kalıcı izlerin oluşumunun önlenmesine yardımcı olur. (…) Kullanım sonucunda sivilce büyüklüğü ve görünümünde fark edilir derecede azalma sağladığı gözlemlenmiştir.”* ,

“EFFACLAR DUO (+)” isimli ürüne ilişkin kullanılan *“…kırmızı ve kahverengi akne lekesi oluşumunu engellemeye yardımcı olur.”* ve www.laroche-posay.com.tr adresli internet sitesinin 15.11.2017 tarihli görünümünde yer alan “Anthelios” isimli ürün serisine ilişkin tanıtımlarda yer alan *“Erken cilt yaşlanmasından ve uzun vadede hücre hasarından korur.”* iddialarına ilişkin olarak sunulan raporların, söz konusu iddiaları doğrulamada yetersiz olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, ,7/8-ç, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2018/700**

**Şikayet Edilen: İyi Kozmetik**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.iyikozmetik.org](http://www.iyikozmetik.org) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.iyikozmetik.org](http://www.iyikozmetik.org) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda;

“Keramine H Stop Grey Saç Beyazlık Giderici Losyon” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Stop Grey Beyazlık Giderici Losyon saça renk veren pigmentler içermektedir.”*,

“Salba Mamma Uno Hamilelik Çatlak Önleyici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hamilelik süresince kullanılmak üzere formüle edilmiştir. Cilt tabakasının esnek ve yumuşak kalmasını sağlar.”*,

“Miracle Eyes Kırışıklık Giderici Bant” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Küçük enerji hücreleri iyontoforez ile hidrojelin deriye aktarılmasını sağlayan mikroteknoloji.”*,

“Guarana Sıkılaştırıcı Krem (Ünlü Eczacı Mehmet Müderrisoğlu Geliştirdi)” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Guarana Krem’i incelmesini istediğiniz bölgeye 8-10 gram (bir tatlı kaşığı) kadar sürdükten sonra dairesel hareketlerle masaj yaparak cilde tamamen yedirilmesini sağlayın.”,*

“Salba Mamma Due Çatlak Giderici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğum sonrasında kullanılmak üzere formüle edilmiştir. Cilt tabakasının onarılmasına yardımcı olur.”* ifadelerine,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde “Cilt Bakım” başlığı altında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlardan, örneğin; “Avene Cicalfate Creme” isimli ürüne ilişkin olarak *“Yara Kapatıcı ve Onarıcı Krem”*, “Avene PhysioLift Eyes Yeux” isimli ürüne ilişkin olarak *“Göz Çevresindeki Kırışıklıkların Azalması İçin Kullanılan Serum”*, “AVENE XeraCalm Huile Lavante Relipidante” isimli ürüne ilişkin *“XeraCalm Çok kuru, atopik eğilimi ve kaşıntılı ciltler için temizleyici yağ.”*, “Mustela Foam Shampoo For Newborns” isimli ürüne ilişkin *“Konak rahatsızlığı olan bebeklerin kullanımına uygundur.”*, “Vücut Bakım” başlığı altında yer alan “Gehwol Balm For Normal Skin Bakım Balsamı” isimli ürüne ilişkin olarak *“Ayak Kokusu Ayak Mantarı Terleyen ayaklar Yorgun ve Sancılı ayaklar Ayaklarda Yanma”* ifadelerine, “Mezoterapi Ürünleri” başlığı altında yer alan tanıtımlardan, örneğin; “Bılobıne-G (Ginkgo Biloba)” isimli ürüne ilişkin olarak *“Cildi gençleştirme yöntemlerinde, Cildin bağ dokusunu desteklemede, Sarkmaların azalmasında”*, “Dexenol (Dexpanthenol)” isimli ürüne ilişkin olarak *“Saç dökülmesinde. Kuru egzamada”* şeklinde ve benzer ifadelere 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 ancak [www.iyikozmetik.org](http://www.iyikozmetik.org) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer alan ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca internet sitesinde çeşitli markalara ait kozmetik ürünlerin satışının yapıldığı, ancak bahsi geçen kozmetik ürünlerin “orijinal” olduğunun ispatına ilişkin olarak üretici veya ithalatçı firmalardan alınan fatura vb. belgelerin ibraz edilmediği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6,7/8-ç, 9 uncu, 11 inci, 12 nci,26 ncı ve 28 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **İyi Kozmetik-www.iyikozmetik.org** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No:** **2017/518**

**Şikayet Edilen: Enes Mesut MEŞELİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.sorionkrem.com/> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sorionkrem.com](http://www.sorionkrem.com) adresli internet sitesinde yer alan “Sorion Krem” isimli ürüne ilişkin olarak “*Sedef (Psoriasis) ve egzama tedavisinde yardımcı. Kortizon içermeyen etkili doğal ve hızlı çözüm. Şimdi Türkiye’de sedef hastalığı ve egzama tedavisinde dermatit, mantar olgularını bakterisidal, fungisidal etkisiyle cilde zarar vermeksizin yok etmeye yardımcı Sorion Krem. Sorion Saç Losyonu ve Sorion Şampuan Pullu Kızarık Ciltler için tedaviyi destekler. Sedef hastalığında (Psoriasis) tama yakın deri iyileşmesi. Sedef, egzama ve liken planus gibi enflamatuar cilt rahatsizlıklarinda, kimyasal ve fiziksel etkenlerin yanısira en onemli etkenlerden biri de mikroorganizmalardir bu tür cilt problemlerinde tetikleyici mikroorganizmalar, bakterisidal ve fungisidal etkili urünlerle yok edilmelidir. Sorion Krem Cildin Doğal Bariyer Fonksiyonunun Onarılmasinda Yeniden Oluşumunda ve Korunmasında Etkilidir. Sedef (psoriasis) egzama, atopik dermatitte (AD) haricen kullanılmasi için geliştirilmiştir. Kullanım&Uygulama deriye uygulandıktan sonra derinin en üst tabakasına geçmekte ve nitrik oksitlerini fiziksel olarak bağlayarak, onların proinflamatuvar etkilerini ortadan kaldirabilmektedir. Nitrik oksitlerinin bağlanması yoluyla en önemli iltihaplanma araci maddelerinden birisi etkisiz hale getirilmektedir ve böylece antienftamatuvar bir reaksiyon başlamaktadir. Sorion bariyer krem ihtiyaca göre en az 2 sefer olmak üzere günde birçok kez hastalığa maruz kalan cilt bölgelerine uygulanabilmektedir. Fungisidal, bakterisidal krem, sedef hastalığı ve egzama, akne tedavisinde tama yakın deri iyileşmesi mümkün. Sorion Fungisidal Bariyer Krem,Saç losyonu ve şampuan Bakteridisal ve Fungisidal Etkinlikleriyle Enflamasyona Neden Olan Bakteri Ve Mantar Gibi Mikroorganizmalari Sagliklı Cilde Zarar Vermeksizin Yok Eder. Sedef (psoriasis),Atopik Dermatit(AD), Egzama Etkileşim. Nörodermatit gibi kronik inflamatuvar deri hastalıklarinda, derinin inflamatuvar bölgelerinde yüksek konsantrasyonlarda nitrik oksitleri görülmektedir. Nitrik oksitleri inflamatuvar süreçIerin geIişmesinde ve gelişen bu inflamatuvar uyaricılara derinin bagışıklık tepkisinin düzenlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Nitrik oksitleri biyokimyasal bir döngü ile inflamatuvar sureçler geliştirebilmekte ve kötüleştirebilmekte ve krronnikleştirebilmektedirler. Neem Trees&ZerdaçaI Hindistan halkı birçok faydası bulunan Zerdeçal ve bu ağacı "köy eczanesi” olarak adlandırırlar. Yüzyıllar boyunca neem ağacının suyunu özünü cilt hastalıklarında kullandılar sedef hastalığı, egzama ,akne başlıca olmak üzere.D vitamin kombinasyonlu paşi değerleri %99 deride tama yakın iyileşme gösterdiği klinik testlerle kanıtlanmıştır!”* ifadelerine, “Sorion Şampuan/Sorion Saç Losyonu” isimli ürünlere ilişkin olarak *“Sorion Şampuan ve Saç Losyonu saçlı derideki sedef hastalığı ve seberoik dermetite bağlı problemlerde enflamatuar etkiye sahip % 100 doğal ürünlerdir. Sorion Şampuan ve Saç Losyonu saçlı derideki sedef hastalığı ve seberoik dermetit tedavisinde kullanılan tama yakın iyileşme gösteren deride iyi tolere edilen losyon&şampuan saçınızın ve saç derinizin günlük bakımını da yapan güçlü formülasyonu ile hastaların günlük kullanımına uygun enflamatuar etkiye sahiptir. Içeriğinde bulunan neem ağacı, zerdeçalın etkisiyle eşsiz formülasyonu ile sedef hastalığı, egzama, dermatit, atopikdermatit, akne tedavisinde enflamatuar etkiye sahip Sorion Şampuan, Sorion Saç Losyonu diğer Sorion Krem ve Sorion Kapsül kadar başarılı kombinasyona sahiptir.”* ifadelerine, “Sorion Kapsül” isimli ürüne ilişkin olarak *“Sorion Kapsül 60 adet sedef hastalığı ve egzama tedavisinde Sorion Krem, Sorion Şampuan, Sorion Saç Losyonu eşliğinde bozulan bağırsak florasını düzenlemeye ve bağışıklık sistemi destekleyici etkiye sahip %100 doğal bir üründür. Kullanımda herhangi bir yan etki belirtilmemiştir.”* ifadelerineyer 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 [www.sorionkrem.com](http://www.sorionkrem.com) adresli internet sitesinde yer alan yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde yer alan “Sorion Kapsül” isimli ürüne ilişkin olarak; endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, gıda takviyesi niteliğinde olan söz konusu ürünün, tıp literatüründe “hastalık” olarak tanımlanan ve doktor kontrolünde tedavi edilmesi gereken sağlık problemlerini tedavi ettiği izlenimi uyandırıldığı;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 17/1, 17/3

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Enes Mesut MEŞELİ** 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.

**15)**

**Dosya No: 2017/1001**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Head&Shoulders” isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Head&Shoulders”* markalı ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarındayayınlanan reklamlarda *“Neden sıradan bir kepek şampuanı kullanasınız ki? Yeni Head&Shoulders’ın 3 etkili formülünü deneyin. %100’e kadar kepeksiz saçlara kavuşun. Bilinen tüm kepek şampuanlarına karşı test edildi, kanıtlandı. Kepeği yok etmede daha iyisi yok.* *Head&Shoulders dünyanın 1 numarası”* şeklinde, altyazıda ise *“Düzenli kullanımla gözle görülen kepekleri önlemeye yardımcı olur. düzenli kullanımda selenyum içerenler hariç kepek şampuanlarına kıyasla.\*\*\*Temmuz 2013 Haziran 2014 Nielsen satış verilerini baz almaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Head&Shoulders” markalı ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“%100’e kadar kepeksiz saçlara kavuşun.”* iddiasının doğruluğuna ilişkin olarak bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerin sunulmamış olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu reklam filminde yer alan *“Bilinen tüm kepek şampuanlarına karşı test edildi, kanıtlandı. Kepeği yok etmede daha iyisi yok.”* iddiası ile piyasada bulunan diğer kepek şampuanları ile karşılaştırma yapıldığı, buna göre Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat Külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinin 3 üncü fıkrasının *“(3) Karşılaştırmalı reklamlarda yer alan ve karşılaştırmaya konu edilen iddialar, her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanmak zorundadır.”* hükmü gereğince, söz konusu iddianın doğruluğunun üniversitelerin ilgili bölümlerinde veya akredite kuruluşlarda yapılmış testlerle ispatlanamadığı,

Son olarak, anılan reklam filminde *“Bilinen tüm kepek şampuanlarına karşı test edildi, kanıtlandı. Kepeği yok etmede daha iyisi yok”* sesli ifadeleri birlikte reklam görüntülerinde; “Head&Shoulders” markalı ürünün, diğer rakip ürünleri temsil eden şampuan ambalajlarının üzerinde gösterilmesinin, söz konusu ürünün piyasada bulunan diğer tüm kepek önleyici ürünlerden daha üstün olduğu algısını yaratması nedeniyle tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No:** **2017/1373**

**Şikayet Edilen:** **Muhammed Ozan YILMAZOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Ağrı Kremi*" isimli ürüne ilişkin olarak “Seymen TV” logolu televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Seymen TV” logolu televizyon kanalında “Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak Ekim 2016 yayınlanan reklamlarda; *“Bakın içerisine sevgimizi, muhabbetimizi, duamızı kattık. İnsanlığa sunuyoruz. Karşılığında -Allah razı olsun kardeşim- desinler diye...4 adet alan 4 tane bizim programımıza özel hediye veriyoruz. Kargo, KDV bizden. Annene, babana, halana, teyzene, amcana, dayına yaşlı veya genç fark etmiyor. Vücudumuzda bulunan bütün ağrılarda gönül rahatlığı ile kullanabileceğiniz Deva Ağrı Kremimiz Edirne'den Kars'a bakın tüm kainata, Mars'a köyden kasabaya Türkiye'nin her yerine gönderiyoruz... Bel fıtığı ağrım var, boyun fıtığı ağrım var, kas, adale ağrım var.var da var, sinüzit ağrım var. Romatizmal ağrılarım var diyen anneler. Bakın namazımı kılamıyorum diyenler var....Bakın sizi rahatsız eden her türlü kronik ve anlık sızılara karşı rahatlatıcı masaj kremi. Başta romatizmal olmak üzere kas sıkışmalarında, göğüs adalelerinde, kasılma ve gerilmelerde, boyun sırt ve bel rahatsızlıklarında, incinme ve burkulmalarında, romatizmal ve kireçlenmelerde, spor yaralanmalarında Deva Rahatlatıcı Ağrı Kremini gönül rahatlığı ile kullanabilirsiniz... Allah Resulu çörek otu ölüm hariç her derde devadır- hadis-i şerifi ile zaten anlatmış... içinde ağrı kesici maddeler var. Çörek otuna ardıç katarsan değme garibin keyfine...''* 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 Seymen TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında “Ağrı Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak Ekim 2016 yayınlanan reklamlarda yer verilen tedaviye yönelik ve endikasyon ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda yer verilen görüntüler ve *“Allah Resulu çörek otu ölüm hariç her derde devadır- hadis-i şerifi ile zaten anlatmış...”* ifadelerinin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

-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, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Muhammed Ozan YILMAZOĞLU** 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.

**17)**

**Dosya No: 2017/2056**

**Şikayet Edilen: Muhammed UZAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.beyazsaclarason.com](http://www.beyazsaclarason.com) adresli internet sitesinde; *“Saç Beyazlamasını %100 Bitkisel ve Doğal Bir Yöntemle Bitirerek Saçınızı Eski Rengine Getirebileceğinizi Biliyor musunuz? Evet, yanlış duymadınız, bitkisel ve tamamen doğal bir yöntemle beyaz saçınızı kalıcı olarak tekrar eski rengine döndürebilirsiniz. Merhaba ben Ahmet Erkin, şifalı bitkiler uzmanı ve araştırmacısıyım. Birçok kişi için sorun olan saç beyazlamasını yıllardır yakından takip ediyor ve bu konuda araştırmalar yapıyorum. Ulaştığım sonuçların tamamen bilime dayalı olarak yorumlamasını yapıyor ve çeşitli kürler geliştiriyorum. Yöntemlerimi uygulayan onlarca kullanıcıdan gelen istekler sonucu bu çok özel yöntemi bir e-kitapta toplamaya karar verdim. Amacım ister erken yaşta olsun ister orta ve üstü yaşlardaki insanların kitabımda gösterdiğim yöntemlerle saç beyazlamasından kurtularak, saçını eski rengine çevirmelerini sağlamaktır. Benim yöntemimle saç beyazlamasına karşı verdiğim kürü uygulayan onlarca kullanıcıdan gelen sonuçlarla size garanti ediyorum ki: Bu yöntemle KALICI OLARAK beyaz saçlarınızdan kurtulacaksınız. Yıllara varan deneyimlerim sonucu oluşturduğum bu bitkisel kürü uygulayarak saç beyazlamasına veda edebilirsiniz. Bu Sorunları Yaşıyorsanız Kitabımı Çok Seveceksiniz: Erken yaşta saçı beyazlamış ya da beyazlamaya başlayanlar, strese bağlı ani saç beyazlaması yaşayanlar, bölgesel saç beyazlaması yaşayanlar, ırsi (genetik) olarak saç beyazlamasına yatkın kişiler, orta ve üstü yaşta saçı beyaz olan kişiler, ya da yaşı gereği saçı beyazlamaya başlayanlar. Eğer yukarıdaki maddelerden biri ya da birkaçı size uyuyorsa kitabımda anlattığım yöntem ile beyaz saçlarınızdan kurtulabilir ve garantili bir şekilde sonucu gözlerinizle görebilirsiniz. Birçok insan hayatının belli döneminde bu sorunu yaşıyor ve ciddi anlamda bunalıma girenleri dahi görüyoruz. Sırf saçı beyaz diye çevresindeki kişilerce “yaşlı adam” ya da “yaşlı kadın” muamelesi görmek kimse tarafından istenmeyen bir durumdur. Hele genç yaşta bu durumla karşılaşmak gerçekten can sıkıcı olabiliyor. Saç Beyazlamasına Kalıcı ve Doğal Çözüm Tabiat gereği saçımızın yapısı stres, çeşitli vitamin ve mineral eksikliği, genetik faktörler gibi sebeplerden dolayı bozulmakta ve saç derisindeki saça rengini veren melaninde zamanla eksilme ve bozulma görülmektedir. Buda saç tellerinin rengini kaybetmesine ve beyazlamasına yol açıyor. Dikkatle belirtmek isterim ki benim ürünüm herhangi bir boya, kimyasal veya bir ilaç değildir. Tamamen bitkisel olarak evde hazırlayabileceğiniz çok gizli formülize edilmiş, saç beyazlamasına karşı bitkisel bir kürdür. Kitabımda anlattığım bu yöntem bayan ya da erkek fark etmeksizin uygulanıp başarıyla sonuç alınabilmektedir. Kitabımızdaki yöntemleri uygulayarak eski saç rengine kavuşan kullanıcılarımızın bize yazıklarına bir bakalım”* ifadelerine,

*“Beyaz Saçlara Son!”* isimli kitaba ilişkin tanıtımlarda,*“Kitabımızın içeriğine kısaca değinmek istiyorum. Beyaz saçlara son kitabı. Saç yapısı ve onu anlama üzerine çok özel bilgiler, Kişiye özel formülize edilerek geliştirmiş saça eski rengini kazandıracak 8 farklı bitkisel kür, Eski rengine kavuşan saçın doğal rengini koruma yöntemi. Herşeyden önemlisi %100 doğal bir yöntemle herhangi bir boya veya kimyasal olmadan nasıl kalıcı olarak beyaz saçlarınızı eski rengine çevireceğinizi öğreneceksiniz. Bu konuda iddialıyız: Ya saçınızı eski rengine çevirin ya da bu kitap için ödediğiniz ücreti iade edelim!”* ifadelerine,

*“Saç Bakım Yöntemleri”* isimli kitaba ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kırılan ve mat saçların veya şekil almayan saçlarınız mı var? Saç bakım yöntemleri kitabı tam size göre! Burada saç tiplerine göre çok özel bakım teknikleri ve tavsiyelerinin anlatıldığı bilgiler yer alıyor. Sizde bu yöntemlerle çevrenizde farkınızı hissettireceksiniz. Ayrıca sezona göre yazın veya kışın en yeni bakım yöntemleri anlatılmaktadır.”* ifadelerinin, *“Saç Dökülmesine Son”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Saç yapıları hakkında bilgiler ve saç neden dökülür kısmında saç dökülme sebepleri ve daha sonrası en etkili ve başarısı kanıtlanmış saç dökülmesini önleyici ve saç yapısını onarıcı çok özel bir formül anlatılmaktadır. Kitabın amacı saçı dökülen kişilere anında müdahale ederek saç kaybının önlenmesidir.”* ifadelerine,

“*Ahmet Bey öncelikle bana özgüvenimi geri kazandırdığınız için sonsuz kez teşekkür ediyorum. Kitabınızda anlattığınız yöntemle erken yaşta karşılaştığım saç beyazlaması problemini çözdüm. Bu kıymetli kitabı benim gibi bu sorunu yaşayanlara tavsiye ediyorum. Ahmet hocama kitabından dolayı teşekkür ediyorum. Kitabının ilk bölümünde anlatılan kürü evimde uygulayarak çok ciddi bir etki gördüm. Yolladığım resimde de açıkça görülüyor değişim. Kitabınızın etkisini gün geçtikçe daha çok hissediyor ve değişimi kendi gözümle görüyorum. Açıkçası bu kadar hızlı edeceğini düşünmemiştim. Bu işin hakkını vererek yaptığınızı düşünüyorum. Teşekkürler. Beyaz saçlar bazı kişiler için çok rahatsız edici olabiliyor. Bu konuda rahatsızlık yaşayan birisi olarak şuan yaşadığım değişimin tek bir açıklaması var oda mucize! Eski saç rengim anlattığınız yöntemi uygulayarak geri geldi ve en az 7-8 yaş genç görünüyorum inanılmaz. Ahmet Bey gerçekten konusunda uzman ve ciddi tespitlerde bulunmuş. Neredeyse çoğunluğu beyaz olan saçlarım eski rengine döndü. Kendisine bu değişimi bana yaşattığı için teşekkürlerimi sunuyorum…*” ifadelerine,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.beyazsaclarason.com](http://www.beyazsaclarason.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıımların, *“Beyaz Saçlara Son!”* , *“Saç Bakım Yöntemleri”* ve *“Saç Dökülmesine Son”* isimli kitaplara ilişkin olduğu, söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan kitapların haricinde herhangi bir kozmetik ürün satışı gerçekleştirilmediğinden Kozmetik Mevzuatı kapsamında değerlendirilemeyeceği, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda Reklam Mevzuatı kapsamında da bir aykırılık tespit edilmediğinden, söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2017/4299**

***P&G* Tüketim Malları Sanayi A.Ş.**’ye ait *“Oral B Şarjlı Diş Fırçası*" isimli ürüne ilişkin reklamlarhakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2017/4386**

**Şikayet Edilen: Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Rinso Siyahlar İçin Sıvı Deterjan"* isimli ürüne ilişkin olarak *"Daha İyisi Yok"* sloganıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

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

**Tespitler:** [www.rinso.com.tr](http://www.rinso.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında “Rinso Kusursuz Siyahlar” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yeni Rinso Kusursuz Siyahlar ile siyahlarınızın rengi ilk günkü gibi kalacak, kalıcı kokusu ile çamaşır yıkamak keyfe dönüşecek. Siyah renklerin korunmasında daha iyisi yok!”* ifadelerine,

“Rinso Capcanlı Renkler” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kıyafetlerinizin rengi ilk günkü gibi. Starndart koton kumaşlarda 20 yıkama ile test edilmiştir.”* ifadelerine,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**[www.rinso.com.tr](http://www.rinso.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında “*Rinso Kusursuz Siyahlar*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alanifadelerinve muhtelif televizyon kanallarında “Rinso Capcanlı Renkler” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; ifadelerin doğruluğu bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle ispatlandığından, söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No:** **2017/4398**

**Şikayet Edilen: Şifa Sultan Bah. Gıda Hedi. Eşya. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kokoshabla.com](http://www.kokoshabla.com) adresli internet sitesinde yer alan “Göz Çevresi Morluklarına Karşı Bakım Kremi” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Badem yağının renk açıcı etkisi, kara üzüm çekirdeği yağının olumlu etkileri ve karışımdaki diğer yağların birleşiminin ortaya çıkardığı maksimum iyileştirici etki, gözaltı ve göz çevresi morluklarını gidermeye yardımcıdır. Kırışıklıkları önleyip/azaltarak ve cildi gerginleştirerek yaşlılık etkilerini büyük ölçüde engeller.”* ifadelerine, “Hemoroid ve Basur Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Makat kanamalarını, basur ve hemoroidi engelleyici ve onarıcı etkiye sahiptir. Kabızlığı önlemeye yardımcıdır.”* ifadelerine, “Göz Altı Şişlik ve Torbalanmalarına Karşı Bakım Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Ö*zenle seçtiğimiz bakım yağlarını içeren formülü en hassas göz çevresinde bile gözaltı torbalarını indirmek, bakışlardaki yorgunluğu gidermek ve nazik cilt tabakasını yatıştırmak için üretilmiştir. Serbest radikallere karşı göz çevrenizi korumaya yardımcıdır.”* ifadelerine, “Sırt, Bel ve Boyun Ağrıları İçin Masaj Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Herhangi bir sebepten ötürü sırt, bel ve boyun bölgesinde ortaya çıkan ağrıları gidermeye yardımcıdır.*” ifadelerine*,* *“Göz Çevresi Morluklarına Karşı Bakım Kremi”* isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Tüm cilt tipleri için güvenle kullanılabilir. %100 doğal, soğuk pres yağlardan katkısız bir şekilde üretilmiştir. Yutulması halinde herhangi bir sağlık sorunu meydana gelmez.”* ifadelerine,“Hemoroid ve Basur Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 doğal, soğuk pres yağlardan katkısız bir şekilde üretilmiştir. Yutulması halinde herhangi bir sağlık sorunu meydana gelmez.”* ifadelerine,“Göz Altı Şişlik ve Torbalanmalarına Karşı Bakım Yağı”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göz çevresindeki yorgunluk belirtilerinin de ortadan kalkmasına yardımcı olarak daha genç ve sağlıklı bir görünüm kazandırır. Ayrıca nemlendirici etkiye, içeriğindeki vitaminler ve diğer bileşikler sayesinde göz çevresi bakımınızı en güzel şekilde yapmanızı sağlayacak etkiye de sahiptir. Tüm cilt tipleri için güvenle kullanılabilir.”* ifadelerine*,* “Yüz ve Boyun Bölgesi Kırışıklarına Karşı Yoğun Bakım Kremi” *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “Nar çekirdeği yağının mucizevi etkisiyle diğer yağların karışımının ortaya çıkardığı yüz ve boyun bölgesi kırışıklarına karşı yoğun bakım yağı; henüz kırışıklığı oluşmamış kişiler için kırışıklık önleyici, kırışıkları başlamış kişiler için ise büyük oranda kırışıklıkları ve yaşlanma etkilerini azaltıcı etkiye sahiptir. Tüm cilt tipleri için güvenle kullanılabilir. %100 doğal, soğuk pres yağlardan katkısız bir şekilde üretilmiştir. Yutulması halinde herhangi bir sağlık sorunu meydana gelmez.”* ifadelerine *yer* verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu [www.kokoshabla.com](http://www.kokoshabla.com) adresli internet sitesinde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler ile söz konusu ürünlerin isimlerinde yer alan “Hemoroid ve Basur” ve “Sırt, Bel ve Boyun Ağrıları İçin” ifadelerinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bununla birlikte [www.kokoshabla.com](http://www.kokoshabla.com) adresli internet sitesinde yer alan ifadelerin ispatlanamadığı,

Ayrıca [www.kokoshabla.com](http://www.kokoshabla.com) adresli internet sitesinde “Cilt Temizleyici Ürünler”, “Doğal Bakım Kremleri”, “Doğal Bakım Yağları”, “Doğal Şampuanlar”, “Kampanyalı Paketler”, “Maskeler” başlıkları altında yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- 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, 9.uncu, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şifa Sultan Bah. Gıda Hedi. Eşya. 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.

**SAĞLIK**

**21)**

**Dosya No: 2017/1389**

**Şikayet Edilen: Ersun Topal Özel Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Bursa Diyabet ve Obezite Cerrahisi Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.diyabetklinigi.com](http://www.diyabetklinigi.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; *“Diyabete elveda”*,

-“Tip 2 Diyabet Hastalığında Transit Bipartisyon Ameliyat Nedir?” başlığı altında; *“…metabolik hastalıkları ortadan kaldırmada güçlü ve etkili cerrahi tekniklerden biri olmuştur…diyabetes mellitus tip2 üzerine en güçlü en saygın araştırmalara yön veren kuruluşlar…saygın diyabet ve endokrinoloji uzmanlarınca da kabul edilmiş durumdadır…transit bipartisyon ameliyatı ile güçlendirdikleri bu tekniğin…bu metabolik cerrahi tekniğin 5 yıllık sonuçlarına göre avantajları şunlardır…mevcut problemler çözülecek ve risklerin en aza indirilmesi için tüm gayret sarf edilecektir…Türkiye’de ilk ve tek klinik olmanın gururunu yaşamaktayız…tüm hastalarımızda rutin uyguladığımız epidural ile kombine anestezi sayesinde ağrı duymayan hastalarımız…”*,

-“Şeker Hastalığının Tedavisi Nedir?” başlığı altında; *“…şeker hastalığının yani tip2 diyabet hastalığının bilinen kalıcı tek tedavisi metabolik cerrahi ameliyatları ile sağlanır…Op. Dr. Ersun Topal tarafından kapalı yöntem (laparoskopik cerrahi) ile başarılı bir şekilde uygulanmaktadır…şeker hastalığının kalıcı %100 yakın başarı oranları ile bilinen tek kalıcı tedavisi metabolik cerrahi dediğimiz ameliyatlardır…metabolik cerrahi ameliyatının hedefi hastanın şeker hastalığı süresi ile ilgili olarak 6 ay içinde şeker hastalığı için kullandığı tüm ilaçlardan ve insülinlerden, hipertansiyon ve kollesterol için düzenlenen tedavilerden kurtulmasıdır…”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, 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 reklamların;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Ersun Topal Özel Sağlık Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Bursa Diyabet ve Obezite Cerrahisi Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2017/1850**

**Şikayet Edilen: Bionep Güzellik Merkezi ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Bionep Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bionep.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 08.11.2017 tarihli görünümünde; *“Kavitasyon, Leke Tedavisi, Selülit Tedavisi, MegaSon Ultra Lipo Kavitasyon, Obez Olmamak İçin Harekete Geçin, Selülit Hakkında, Selülit Nedir-Selülit Tedavisi, Ultralipo Kavitasyon”*,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Bionep Güzellik Merkezi”* kullanıcı isimli sayfanın 08.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon”* gibi kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin **“**Bionep Güzellik, Bionep 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 sitelerinde; kuruluşun isminin “Bionep Güzellik, Bionep 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.bionep.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 08.11.2017 tarihli görünümünde; *“Kavitasyon, Leke Tedavisi, Selülit Tedavisi, MegaSon Ultra Lipo Kavitasyon, Obez Olmamak İçin Harekete Geçin, Selülit Hakkında, Selülit Nedir-Selülit Tedavisi, Ultralipo Kavitasyon”*,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Bionep Güzellik Merkezi”* kullanıcı isimli sayfanın 08.11.2017 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon”* 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 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 reklamların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2017/1997**

**Şikayet Edilen: Emek Hasta Yatakları Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.haskarmedikal.com](http://www.haskarmedikal.com), [www.hastakaryolasiemek.com](http://www.hastakaryolasiemek.com), [ww.kariyermedikal.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.kariyermedikal.com) ve [www.emeksaglik.net](http://www.emeksaglik.net) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hastakaryolasiemek.com,](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.hastakaryolasiemek.com,) [www.emeksaglik.net,](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.emeksaglik.net,) [www.haskarmedikal.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.haskarmedikal.com,) ve [ww.kariyermedikal.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.kariyermedikal.com) adresli internet sitelerinin 06.03.2018 tarihli görünümlerinde; *"havalı hasta yatakları*"nın tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği,

Yine anılan Yönetmelik 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 sitelerinde, 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 havalı hasta yataklarının ilgili mevzuat gereği internet üzerinden satışının ve reklamının yapılmasının yasak olduğu; bu sebeple, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 ve 26 ncı 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 **Emek Hasta Yatakları Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2017/2016**

**Şikayet Edilen: Naim ALBAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait;

-“Nail Albay” isimli sayfanın 05.10.2017 tarihli görünümde yer alan 25.08.2017 ve 26.11.2016 tarihli paylaşımlarda;*“Hacamat&Sülük. Hacamat ağrısız, sızısız yatak istirahasiz bir uygulamadır. Hacamt olurken çok acı hisseder miyim? Hacamat olurken çok az derecede acı hissi olur ama kesinlikle rahatsız etmyecek derecede olur. Hacamat olmadan önce çekinenler hacamattan sonra çekinilecek herhangi bir durum olmadığını bildirmişlerdir.”* ifadeleri ile,

-“Nail Albay” isimli sayfanın 05.10.2017 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Migren , sinüzit ve baş ağrısı için bir de hacamatı deneyin. Klinik ortamında hijyenik bir şekilde sünnete uygun hacamat için.Hacamat ve sülük merkezi, kilnik ortamda hacamat için lütfen arayınız. Bel fıtığı ve boyun fıtığı ağrıları için hastanın durumuna göre 2 veya 3 seans Hacamat uygulaması ile ameliyatsız bu ağrılarınızdan kurtulabilirisiniz. Kliniğimizde saç kesmeden baştan hacamat yapıyoruz. Ağrısız, sızısız yatak istirahartsiz bir uygulamadır. 70 derde deva hacamat. Hacamat ile kılcal damarlarda bulunan kirli kan, toksikler ve gazlar alınır. Vücudu temizler, taze tutar. Hacamat olunuz, şifa bulunuz”* gibi ifadelere ile,

-“Bandırma Gönen Hacamat” isimli sayfanın 05.10.2017 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Hacamatın Faydaları: Ağrıları giderir, ödemleri çözer, hastalıkları önler, beyin fonksiyonlarını canlandırır, kan üretimi ile görevli organları uyarır, kan ve dokulardaki gaz ve toksinleri atar, hacamat bağışıklık sistemini kuvvetlendirir, vücuda direnç kazandırır, bel boyun fıtığı eklem ağrıları karaciğer kalp hastalıkları psikolojik hastalıkların tedavisine yardımcı olur. Omuz hacamat kürek kemikleri arası tedavi:akciğer hastalıkları ve yüksek tansiyon, baş ağrısı ve baş dönmesi, migren, horman dengesizliğine, boyun fıtığı ve kireçlemesi, kol ve omuzlardaki romatizma ve ağrılar, uyuşma, halsizlik, saç dökülmesi, kepek, akciğerler, kalp, pankreas ve safra kesesi hastalıklarına. Hacamat ve Sülük Tedavisi: Hacamat ile kılcal damarlarda bulunan kirli kan, toksikler ve gazlar alınır, vücudu temizler, canlılık verir. Hacamat ile migren ve sinuzit tedavisi. Hacamatın en faydalı olduğu hastalıklar:Yüksek kolesterol, yüksek tansiyon, kalp damar tıkanıklıkları, diyabet, vertigo. Hacamatta şifa vardır, klinik ortamında hijyenik bir şekilde sünnete uygun hacamat yapıyoruz. Hacamat ve Sülük Merkezi”* gibi ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde yer alan sayfalarda *“Kan aldırma yollarının en güzeli Hacamattır-Hadisi şerif. Sünnete uygun hacamat. Hacamat, Peygamber Efendimiz'in (s.a.v.) sünneti, Cebrail (a.s.)'nin müminlere tavsiyesidir.”* gibi dini duyguları istismar edici nitelikte ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kupa uygulaması ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Sağlık Bakanlığı'nca tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip, diş tabibi ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensubu tarafından yapılabileceği; ayrıca, sülük uygulaması ile ilgili bilgilendirmelerin de yalnızca Sağlık Bakanlığı'nca tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sağlık meslek mensuplarınca yapılabileceği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında hizmet vermeye yetkili olmayan şahsın tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; ayrıca, sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep artırıcı ve tedavi yöntemlerini övücü tanıtım yapılamaz iken, şahsın çeşitli rahatsızlıkların tedavisine ilişkin talep yaratmaya yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, 10 ve 24 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,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1 ve 12/2 nci maddeleri ile "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı yönetmelik ekinin 5 ve 8 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Naim ALBAY** 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//2403**

**Şikayet Edilen: Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2018, 05.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.venividigoz.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.venividigoz.com) adresli internet sitesinin 08.02.2018 tarihli görünümünde;

-“No Touch Lazer” başlığı altında; *“…Gözlükten ve kontakt lenslerden kurtulmak için…TransPRK (No Touch Laser) yönteminin diğer lazer tedavi yöntemlerinden farkı nedir? Klasik tedavi yöntemleri olan LASIK ve intraLASIK (femto-saniye) tekniklerinde, gözdeki kornea dokusu özel bir bıçakla veya lazerle kesilir ve sonra tedavi yapılır. PRK yönteminde ise gözün ön çeperi alkolle eritilerek kazınır ve sonra tedavi yapılır. No Touch Laser tedavisinde bunlar yapılmaz, tedavi tek adımda gerçekleşir. Bu yöntemde uzaktaki bir ışık kaynağına 50 saniyeden az bir süreyle bakmak yeterli olur. Bu yöntem, LASIK ve femto-saniye (intraLASIK, i-LASIK) tedavilerinden sonra görülebilen ve ektazi adı verilen, ameliyata bağlı ilerleyici kornea incelmesi ve ameliyata bağlı yüksek astigmat gelişimi riskini sıfıra kadar indirir. Ayrıca, LASIK ve femto-saniye yöntemlerinde göze zorunlu olarak uygulanan vakum (emme) halkasının neden olabileceği retina yırtılması riskini tamamen ortadan kaldırır… No Touch Laser tedavisi sorunu çözebilecek tek yöntem olabilir…hasta hiç ağrı duymaz…Gözlük ya da lensle bile düzeltilemeyen bu sapmalar wavefront tekniğiyle düzeltildiğinde kişinin kendi göz yapısına uygun tedavi gerçekleşmiş olur. Sonuçta, hastanın gece görüşü artar ve gece karşıdan gelen araba farlarının yarattığı kamaşma türü yakınmalar sona erer. Neden No Touch Laser? Tedavi göze cihaz teması olmadan gerçekleşir. Tedavi saniyeler içinde tamamlanır. Gözden zar kaldırılmaz, göz çizilmez, gözden parça çıkarılmaz. Gözün örtüsü olan epitel alkol ile temizlenmez, epitel kazıması yapılmaz. Tedavi sırasında hiç ağrı duyulmaz. İki göze aynı seansta tedavi yapılır. Tedavi sonrası gözler kapatılmaz. İnce kornealı hastalara uygulanabilir. Ektazi riski sıfıra yakındır. Retina yırtılması riski sıfırdır. Zar kırışması, zar altında hücre birikmesi türünden sorunlar oluşmaz. Miyop, hipermetrop ve astigmatlara uygulanabilir. Tedavi sonrası gelişen göz kuruluğu şiddeti düşüktür ve geçicidir. LASIK, femto-saniye türü tedavilerden sonra gözleri uzun süre darbelerden korumak gerekirken, No Touch Laser tedavisinden 3-4 gün sonra artık gözlerin bu tür bir korumaya ihtiyacı kalmaz. Tedavi sonrası 7. günden itibaren denize ve havuza girilmesi mümkündür.”*,

-“Akıllı Lensler” başlığı altında; *“…kişiye her mesafede net bir görüş kazandıracaktır. Akıllı Lens (Göz İçi Lens) takılan hastada göz numarası bir daha hiç ilerlemez ve bu gözde bir daha katarakt oluşmaz…gözlüklerinden ömür boyu kurtulmak isteyen herkes doğal olarak adaydır…Numara artık ömür boyu ilerlemeyecektir ve gözde bir daha hiç katarakt gelişmeyecektir…hem uzağı hem de yakını gözlüksüz görmek istiyorsa yine Akıllı Lens ilk seçenektir…tamamen ağrısız geçen operasyonda…özelliğini kaybetmeyen ömürlük merceklerdir…görme kalitesinin en önemli olması gereken mesafelerde de görüş nettir.”*,

-“Laser Comfort Plus” başlığı altında; *“…Kişiye özel göz lazerinde hastanın konforunu artıracak yüksek kriterlerin bütünüdür. Operasyon Kısa Sürüyor. Uzun süren lazer ameliyatları yerini daha konforlu ameliyatlara bıraktı. Laser Comfort Plus+ ile saniyeler içinde gözlük veya kontakt lenslerinizden kurtulabilirsiniz. Göze Dokunulmuyor. Lazer operasyonunda konforunuzu artıran bir başka kriter ise göze dokunmadan, gözden parça çıkarılmadan yapılmasıdır. Hastaların lazer cihazından gelen ışığa bakması tedavinin yapılması için yeterli oluyor. Tedavi sırasında hastalarında gözünü oynatması da sorun olmuyor…Uzak, yakın ve astigmat gibi göz sorunları olan hastalar tümünden tek operasyonla kurtulabilir, operasyon sırasında ağrı-acı hissetmezler. İnce Kornealı Hastalara Uygun. Laser Comfort Plus+ sayesinde yıllardır ince kornealı göz yapısına sahip hastalara da lazer operasyonu yapılabiliyor. Göz Kuruluğu Yapmıyor. Göz lazer operasyonlarında konforunuzu arttıracak bir başka özellik ise gözden parça çıkarılmadığı, göze kesi uygulanmadığı için diğer lazer operasyonları sonrasında görülen göz kuruluğunun Laser Comfort Plus+ ile oluşmamasıdır. Katarakt Ameliyatı Olmaya Engel Olmaz. Laser Comfort Plus+ ile yapılan lazer operasyonu ileri yaşta oluşabilecek katarakt hastalığının tedavisine engel değildir. Tüm Spor Aktiviteleri Serbest. Lazer operasyonundan bir hafta sonra istediğiniz tüm spor aktivitelerini yapabilmeniz konforunuzu artıran bir diğer avantajdır.”*,

-“Excimer Lazer, Lasik, Tprk” başlığı altında; *“…Lazer teknolojisinde No Touch Laser yöntemi ile göze dokunulmadan lazer yapılabildiğini biliyor muydunuz…deneyimli bir hekime…Hem Lasik hem de No Touch Laser (TransPRK) için uygun bulundum. Hangisini seçmeliyim? Aşağıdaki durumlar mevcut ise No Touch Laser (TransPRK) tekniğinin seçilmesi daha uygun olacaktır: 1. Korneanıza kesi yapılmasını istemiyorsanız. 2. Kornea sinirlerinin kesilmesi sonucu oluşabilecek göz kuruluğuna maruz kalmak istemiyorsanız. 3. Yakın temas sporları yapıyorsanız. 4. Korneanızda en az düzeyde incelme olmasını arzu ediyorsanız…Lazer cihazı, son teknoloji ürünü aktif infra-red çok yönlü göz takip sistemi içerir. Bu sistem gözün en ufak hareketine bile duyarlıdır…Her ameliyatta olduğu gibi bu operasyonların da ​riskleri vardır. Ancak bu risk​ler​ çok düşük​ oranda gerçekleşir…Neden No Touch Laser? Tedavi göze cihaz teması olmadan gerçekleşir. Tedavi saniyeler içinde tamamlanır. Gözden zar kaldırılmaz, göz çizilmez, gözden parça çıkarılmaz. Gözün örtüsü olan epitel alkol ile temizlenmez, epitel kazıması yapılmaz. Tedavi sırasında hiç ağrı duyulmaz. İki göze aynı seansta tedavi yapılır. Tedavi sonrası gözler kapatılmaz. İnce kornealı hastalara uygulanabilir. Ektazi riski sıfıra yakındır. Retina yırtılması riski sıfırdır. Zar kırışması, zar altında hücre birikmesi türünden sorunlar oluşmaz. Miyop, hipermetrop ve astigmatlara uygulanabilir. Tedavi sonrası gelişen göz kuruluğu şiddeti düşüktür ve geçicidir. LASIK, femto-saniye türü tedavilerden sonra gözleri uzun süre darbelerden korumak gerekirken, No Touch Laser tedavisinden 3-4 gün sonra artık gözlerin bu tür bir korumaya ihtiyacı kalmaz. Tedavi sonrası 7. günden itibaren denize ve havuza girilmesi mümkündür.”*,

-“Transprk” başlığı altında; *“Gözlükten ve kontakt lenslerden kurtulmak için uzun zamandır uygulanmakta olan klasik lazer tedavilerinde gözünüze “dokunulması” gerekir. Bu durum lazer operasyonunu tercih eden hastalarda tedirginliğe yol açabilmektedir. TransPRK (No Touch Laser) tekniği adı verilen lazer yöntemi bu tedirginliği önler. Bu yöntemle yapılan lazer tedavisinde göze cihaz teması olmaz. Hastanın, uzaktaki bir ışık kaynağına saniyeler içinde bakması tedavinin yapılması için yeterlidir…TransPRK (No Touch Laser) yönteminin diğer lazer tedavi yöntemlerinden farkı nedir? Klasik tedavi yöntemleri olan LASIK ve intraLASIK (femto-saniye) tekniklerinde, gözdeki kornea dokusu özel bir bıçakla veya lazerle kesilir ve sonra tedavi yapılır. PRK yönteminde ise gözün ön çeperi alkolle eritilerek kazınır ve sonra tedavi yapılır. No Touch Laser tedavisinde bunlar yapılmaz, tedavi tek adımda gerçekleşir. Bu yöntemde uzaktaki bir ışık kaynağına 50 saniyeden az bir süreyle bakmak yeterli olur. Bu yöntem, LASIK ve femto-saniye (intraLASIK, i-LASIK) tedavilerinden sonra görülebilen ve ektazi adı verilen, ameliyata bağlı ilerleyici kornea incelmesi ve ameliyata bağlı yüksek astigmat gelişimi riskini sıfıra kadar indirir. Ayrıca, LASIK ve femto-saniye yöntemlerinde göze zorunlu olarak uygulanan vakum (emme) halkasının neden olabileceği retina yırtılması riskini tamamen ortadan kaldırır…No Touch Laser tedavisi sorunu çözebilecek tek yöntem olabilir…hasta hiç ağrı duymaz…Gözlük ya da lensle bile düzeltilemeyen bu sapmalar wavefront tekniğiyle düzeltildiğinde kişinin kendi göz yapısına uygun tedavi gerçekleşmiş olur. Sonuçta, hastanın gece görüşü artar ve gece karşıdan gelen araba farlarının yarattığı kamaşma türü yakınmalar sona erer. Neden No Touch Laser? Tedavi göze cihaz teması olmadan gerçekleşir. Tedavi saniyeler içinde tamamlanır. Gözden zar kaldırılmaz, göz* *çizilmez, gözden parça çıkarılmaz.Gözün örtüsü olan epitel alkol ile temizlenmez, epitel kazıması yapılmaz. Tedavi sırasında hiç ağrı duyulmaz. İki göze aynı seansta tedavi yapılır. Tedavi sonrası gözler kapatılmaz. İnce kornealı hastalara uygulanabilir. Ektazi riski sıfıra yakındır. Retina yırtılması riski sıfırdır. Zar kırışması, zar altında hücre birikmesi türünden sorunlar oluşmaz. Miyop, hipermetrop ve astigmatlara uygulanabilir. Tedavi sonrası gelişen göz kuruluğu şiddeti düşüktür ve geçicidir. LASIK, femto-saniye türü tedavilerden sonra gözleri uzun süre darbelerden korumak gerekirken, No Touch Laser tedavisinden 3-4 gün sonra artık gözlerin bu tür bir korumaya ihtiyacı kalmaz. Tedavi sonrası 7. günden itibaren denize ve havuza girilmesi mümkündür.”*,

-“Presbymax” başlığı altında; *“…Avrupa Birliği tarafından onaylandı ve CE belgesini aldı. Klinik sonuçlar ciddi bilimsel dergilerde yayınlandı…gibi sayısız ülkede başarıyla uygulanmaktadır…Tam görüş yeteneğime ne zaman kavuşurum ? Tedaviden sadece kısa bir süre sonra mümkündür…PresbyMAX binlerce kişiye uygulandı, alınan sonuçlar senelerce izlendi. Alınan sonuçlar, önde gelen ve ciddi bilimsel dergilerde yayınlandı ve tüm dünyadaki göz hekimlerinin ilgisini çekti. Yüzlerce hekim, kendi ülkelerinde bu yöntemi uygulamaya başladılar. Seneler içinde, bu tedaviyi uygulayan hekim sayısı da, tedavi olan hasta sayısı da hızla arttı…”*,

-“Yag Laser” başlığı altında; *“…kısa süren bir işlemdir…”*,

-“Fdt” başlığı altında; *“…tedavi 90 saniye sürer…daha yüksek etkinlik elde edilmeye çalışılmaktadır…”*,

-“Göz İçi Kontakt Lens Tedavisi” başlığı altında; *“…hasta herhangi bir ağrı duymaz…Katarakt ameliyatı gibi değildir, gözün içindeki doğal mercek alınmaz…Tedaviden sonra hasta, gözlük ya da kontakt lensi olmadığı halde günlük yaşantısına dönebilecek kadar net görmeye başlar…Yüksek derece göz bozukluğu olan ve lazer tedavisi için kornea dokusu uygun olmayan hastalarda başarılı sonuçlar verir…Lazer ameliyatlarından farkı, yüksek miyop ve hipermetrop olan kişilere de uygulanabilir olmasıdır. Göz içine yerleştirilen bu lens, hastanın isteği doğrultusunda geri çıkartılabilmekte ve hastaya son teknolojik tedavi yöntemlerinden yararlanabilme olanağı sağlamaktadır…”*,

-“Ameliyatsız Göz Kapağı Cerrahisi” başlığı altında; *“…göz gibi hassas bir organ etrafında bu tedavi rahatlıkla uygulanmaktadır. Göz kapağındaki sarkma torbalanma ve kırışıklıklarda etkinliği kanıtlanmıştır ve uygulama sonrası etkisi artmaktadır…Tedavi uygulaması yapan cihaz ve tedavi uygulamaları Avrupalı göz hekimleri tarafından geliştirilerek uygulanmış ve vakalar yüzlerce bilimsel toplantıda ve yayınlarda takdim edilmiştir.Bu yöntemin uygulandığı kişi sosyal hayata hemen dönebilmektedir…Genç yaş grubunda da güvenle kullanılabilir…”*,

-“Katarakt Cerrahisi” başlığı altında; *“…Gözlük veya ilaç kullanımı ile tedavi edilemeyen kataraktın tek tedavi yöntemi ameliyat ile…EDOF özelliği ile; mercek tüm mesafelerde renk farklılığını net görmenizi, geçiş mesafelerde (uzaktan ortaya, ortadan yakına) kesintisiz görmenizi sağlar. Aynı zamanda yine mercek özelliği ile gece görüşlerinizde herhangi bir parlama ve ışık saçılmaları gözlemezsiniz…Katarakt ameliyatı ne kadar sürüyor? Akıllı Lensler, ameliyatı kolaylaştırmak ve kısa sürmesini sağlamak için özel olarak dizayn edilmiştir. Katarakt ameliyatı süresi birçok merceğe göre kısa sürmektedir. Katarakt ameliyatı bitiminden 1 gün sonrasında iş yaşamınıza dönebilir…”*,

-“Deforme Lens Sendromu” başlığı altında; *“…böylece daha ileriki yaşlarınızda katarakt cerrahisine olan ihtiyacınız ortadan kalkar. İleri teknoloji ürünü Akıllı Göz İçi Lensler, görüşünüzü en uygun hale getirmek ve gözlük bağımlılığınızı azaltmak veya tamamen ortadan kaldırmak için tam da aradığınız, doğru ve sağlıklı bir seçenek olabilir. Akıllı Göz İçi Lensler ile uzak, orta ve yakın mesafelerde size net görüş sağlamanın yanında üçüncü aşama DLS’ye gelmeden, oluşabilecek katarakt sorununu da ortadan kaldırır.”*,

-“Gözde Uçuşmalar ve Vitreolizis” başlığı altında; *“…Hastaların yaşam kalitesini bozan bu sorun Vitreolizis tedavisiyle ağrısız çözülüyor…”*,

-“Keratokonus” başlığı altında; *“…Böylece, bir yandan keratokonusun ilerlemesi dururken, diğer yandan hastasının görme kalitesi ve görme miktarı artar. Bu tedavi, keratokonus hastasında gözlük numarasını düşüren ve görmeyi artıran en etkili yöntemdir. Uygulama ağrısızdır. Tedavide başarı oranı yüksektir…Merkezimizde uygulanan keratokonus tedavi yöntemlerinde temel amaç…”*,

-“Göz Eti” başlığı altında; *“…modern cerrahi yöntemlerde tekrarlamaları engellemek için çeşitli teknikler kullanılır. Bu sayede başarı oranı %85-95 arasında değişir…”*,

-“Gözyaşı Yolları Hastalıkları” başlığı altında; *“…Başarı oranı % 95 civarındadır…Basit ve risksiz bir işlemdir…”*,

-“Göz Tembelliği” başlığı altında; *“…estetik açıdan iyi bir görünüm elde edilmesidir…Şaşılık tedavisi ne kadar erken yapılırsa başarısı o kadar yüksek olur…”*,

-“Bebek & Çocuklarda Şaşılık – Göz Kayması” başlığı altında; *“…Şaşılık tedavisi ne kadar erken yapılırsa başarısı o kadar yüksek olur…”*,

-“Bebek ve Çocuk Göz Hastalıkları” başlığı altında; *“Veni Vidi Göz özellikle çocuk misafirlerimizin korkmadan ve huzursuz olmadan muayene olabilecekleri bir ortam sunmaya çalışmaktadır. Hekimlerimizce çocuk göz hastalıklarında erken tanı ve tedavi yöntemlerini kapsayacak donanımlı bir sağlık hizmeti profiline sahiptir…erken tedavide başarı şansı çok yüksektir.”*,

-“Göz Kapağı Cerrahisi” başlığı altında; *“…Masajla kendiliğinden kanalın açılma ihtimali %95 civarındadır…estetik olarak iyi bir görüntü sağlar…”*,

-“Bölümlerimiz” başlığı altında; *“Katarakt tedavisinde lensleriniz ne kadar akıllı”* gibi ifadeler ile,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “venividigöz”kullanıcı isimli sayfanın 08.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Soru: Göz lazer ameliyatları güvenli midir? Cevap: Günümüze kadar milyonlarca insana uygulanan göz lazer miyop, hipermetrop ve astigmat tedavisinde güvenli bir yöntem olduğunu kanıtlamış ve dünyada uygulanmasına izin verilmiştir…Her emsafede net görüş sağlayan akıllı lensler…gözlük ve lensleriniz olmadan özgürce kulaç atabilmek için 30 saniyenizi lazer tedavisine ayırabilirsiniz”* gibi ifadeler ile inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“Allah uzun sağlıklı ömür versin başarılı kıymetli doktorumuz iyi ki varsınız torunumun gözlerinin tedavisi sizin sayenizde iyi yolda teşekkürler*” gibi kuruluşunuzda çalışan sağlık meslek mensuplarına yönelik teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği; ayrıca, söz konusu internet sitesinin 07.08.2017 tarihli görünümünde yer alan 07.07.2017 tarihli paylaşımında, *“Göz lazer tedavisi 1990 TL. Göz lazer tedavisi Temmuz ayı boyunca 1990 TL.”* gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; [www.venividigoz.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.venividigoz.com) adresli internet sitesinin 08.02.2018 ve 05.04.2018 tarihli görünümlerinde yer alan; *“Fizik Tedavi ve Rehabilitasyonu, Cp Rehabbilitasyonu, Lenf Ödem, Romatoid Artrit, Romatizma, Parkinson ve Ftr, Omurilik Yaralanması, Ms ve Ftr, Felç, Kemik Erimesi, Boyun Fıtığı, Bel Fıtığı, Düz Tabanlık, Burun Estetiği, Burun Eğriliği,, Öksürük, Tıkayıcı Uyku Apnesi, Dil Bağı, Bademcik, Halluks Valgus”* gibi başlıklar altında bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaptığı; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği; diğer taraftan, kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan işlemler ile ilgili bilgilendirme faaliyetinde bulunmasının benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; ayrıca, söz konusu sosyal paylaşım sitesinde sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verilerek mevzuatın ihlal edildiği,

Diğer taraftan; kuruluşun “Kulak Burun Boğaz, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon” gibi alanlarda hizmet sunabilmek için yetkili olduğu hususu Bakanlığa sunulan bilgi ve belgeler ile kanıtlanamadığından, [www.venividigoz.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.venividigoz.com) adresli internet sitesinin 08.02.2018 ve 05.04.2018 tarihli görünümlerinde yer alan; *“Fizik Tedavi ve Rehabilitasyonu, Cp Rehabbilitasyonu, Lenf Ödem, Romatoid Artrit, Romatizma, Parkinson ve Ftr, Omurilik Yaralanması, Ms ve Ftr, Felç, Kemik Erimesi, Boyun Fıtığı, Bel Fıtığı, Düz Tabanlık, Burun Estetiği, Burun Eğriliği,, Öksürük, Tıkayıcı Uyku Apnesi, Dil Bağı, Bademcik, Halluks Valgus”* gibi başlıklar altındaki ifadelerin sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, bir göz sağlığı merkezi olan kuruluşun bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi** 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.

**26)**

**Dosya No: 2017/2460**

**Şikayet Edilen: Çağlar YILMAZ (Estabest Saç Ekim Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.estabest.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.estabest.com) adresli internet sitesinin 26.01.2018 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Sabit fiyat sadece 2500 TL. Max Greft, alınabilecek en yüksek gretf sayısı. Garanti, memnuniyet ve sıklık garantili. Kampanya ve fırsatlardan faydalanın”*,

-“Kurumsal” başlığı altında; *“EstaBest, saç ekimi ve saç tedavisi yöntemleri ile ilgili hizmet ve tedavilerin yapılması amacıyla 9 yıldan bu yana faaliyet gösteren konusunda uzmanlaşmış ekiple bu güne kadar 5.000 den fazla saç ekim vakasını başarıyla gerçekleştirmiş, konusunda uzman bir kuruluştur. Sizlerin memnuniyetinden aldığımız güç ve bize olan inancınızın ile EstaBest sürekli büyümeyi sürdürüyor. Yeni merkezimiz ile birlikte sektördeki yerimizi güçlendiriyoruz. Toplamda 540 m2 uygulama alanı ile sayılı saç ekim merkezlerinden biriyiz. Modern teknolojik altyapısı ve uzman kadrosu ile artık sadece İstanbul için değil tüm dünya için hazır bir markayız.”*,

-“Saç Ekimi” başlığı altında; *“…Saç ekiminin başarısı bu genetik yapıdan dolayıdır…Saç naklinin hiç bir yan etkisi yoktur. Yaptığımız işlemde saç nakli ekibinin becerileri ile micro graft sistemi esastır...Daha önceden bahsettiğimiz gibi işlem steril ve hijyenik çalışma ile yapılır. Bu saç nakli ekibimizin çalışma prensibidir.”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

-“Sakal ve Bıyık Ekimi” başlığı altında; *“…Bu nedenle en iyi yöntem nakil işlemidir. Bölgesel seyrelmeler, saçkıran ya da yara izleri olan bölgelere 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...Sonuç doğal ve* *kalıcıdır...Ekimde kullanılan FUE yöntemiyle bıyık bölgesinde yara izi, ameliyat izi, yanık izi, dökülme gibi sorunlar doğal bir şekilde kapatılabilir…Bıyık ekim işlemi, her ne kadar kısa ve pratik bir işlem olsa da...”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

-“Kaş Ekimi” başlığı altında; *“FUE ile kaş ekimi sonrasında ömür boyu dökülmeyen ve istediğiniz gibi şekil verebileceğiniz doğal kaşlar elde ediliyor. Son derece başarılı sonuçların alındığı bu uygulama aynı zamanda oldukça da konforludur. Bu uygulamada kesi işlemi yapılmamaktadır. Kesi işleminin olmaması da hem iz oluşmasını hemde enfeksiyon riskini ortadan kaldırmaktadır. Yapılan işlem sonrasında kişi günlük yaşantısına devam edebilmektedir…uygulama sonrasında kişilerin son derece doğal kaşlara sahip olduklarını bu uygulama sırasında da kesinlikle kesi işlemlerinin yapılmadığını vurguladı…”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

-“Saç Simulasyonu” başlığı altında; *“Özel olarak tasarlanmış cihazlar ile özel olarak geliştirlmiş boyaların…Saç ekimiyle farkı nedir? Saç pigmentasyonunda bir saç ekilmiyor. Sadece bölgeye minik saç efektleri veriliyor. Saç ekiminde işlem sonrası 1 yıl gibi bir süre beklemek gerekirken saç pigmentasyonunda 3-5 saat gibi kısa bir sürede yeni bir görünüme kavuşmak mümkün…Saç simülasyonu işlemi bittiği andan itibaren normal yaşantınıza dönebilirsiniz. Hatta işlem sonrası sinemaya, arkadaşlarınızla buluşmaya gidebilirsiniz.”*,

-“Sıkça Sorulan Sorular” başlığı altında; *“…Ekilen saçlar ne kadar doğal bir görünüm alıyor? Fue yöntemiyle yapılan işlemler sonucunda saçınız tamamıyla doğal bir görünüm alır. Alınan kökler kişinin kendine ait olması bu doğallığı sağlar. Saç rengi sizin saçınızın rengi ve karakterindedir. Hiç bir yabancı madde, reaksiyon veya yan etkileri yoktur…”* ifadeleri ile,

[www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “estabesthair” kullanıcı isimli sayfanın 26.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Fiyatımız sabit 2500 TL”* gibi ifadeler ile tıbbi bir işlem olan saç ekimine yönelik fiyat bilgilerine; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *“Estabest saç ekimi merkezi”* kullanıcı isimli sayfanın 26.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Max Greft, Kart Seçenekleri. Saç Ekimi 2500 TL”* ifadeleri ile tıbbi bir işlem olan saç ekimine yönelik fiyat bilgilerine; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“Çok güzel olmuş sizin ve ekibinizin ellerine sağlık. Ellerinize sağlık”* gibi ifadeler ile sağlık personellerine yönelik teşekkür ve onay ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde kuruluşun isminin "Estabest Saç Ekimi Merkezi" olarak belirtildiği; ancak, sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun anılan isim aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili 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, *“İnsan Kaynakları Yönetim Danışmanlığı Faaliyetleri”* alanında faaliyet gösteren kuruluşun tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı beyanlarda bulunmasının ilgilimevzuata aykırılık teşkil ettiği; bununla birlikte, inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun aracılık faaliyetinde bulunduğu hastaneler ve sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 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 Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında 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 **Çağlar YILMAZ (Estabest Saç Ekim Merkezi)** 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.

**27)**

**Dosya No: 2017/2499**

**Şikayet Edilen: Bursa Çınar Sağlık Hizm. Turz. Eğt. San. Tic. A.Ş. (Bursa Göz Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bursagoz.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.bursagoz.com) adresli internet sitesinin 22.01.2018 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Sağlıkta 20 yıllık tecrübenin yeni adı. Bu sorun artık ortadan kalkıyor. Oküloplastik ile gençleşin. Doğuştan ya da yaşa bağlı oluşan göz kapağı sarkmasına kısa sürede çözüm sunabilen bu cerrahi operasyon acısız ve ağrısız…Gelişmiş sağlık teknolojilerimiz ve uzman medikal doktorlarımız ile 10 yıldır göz sağlığınızı korumaktayız. Excimer lazer yöntemi ile sadece dakikalar içince gözlük ve lens kurtulabilirsiniz, kornea şekli değiştirilerek göz numarasının yok edilmesi de mümkündür. Emeklilere müjde. Oküloplasti cerrahisi ile daha genç bakışlar. Göz ameliyatlarından korkmayın, katarakt excimer lazer gibi cerrahi operasyonları gerektiren ameliyatlar acısız ve ağrısız kısa sürede bitmektedir”*,

- “Hastalar Bursa Göz Merkezi Hakkında Neler Söylüyor” başlığı altında; *“Laser ameliyatı öncesinde 2,5 miyopi ve 1,75 derece de astigmat problemim vardı. Gözlüğüm olmadan bir adım bile atamıyordum. İstemediğimiz bir şeye katlanmak gerçekten de çok zor. Tatilimi geçirmek için kardeşimin yanına Bursa'ya geldiğimde gözlüksüz yaşamı düşünerek Laser operasyonuna karar verdim. Göz merkezinde kullanılan cihazın Amerika'dakiler gibi FDA onaylı olması tercihimde etkili oldu. Üstelik Amerika 'daki operasyon maliyetinin beşte biri gibi bitiyor. Her şey bitince gözlerinizi açıp etrafı gözlüksüz net görmek mükemmel bir duygu.Sol gözümde görme tembelliği ve iki göz arasında çok fazla dioptri farkı vardı. Bu yüzden çok sık baş ağrısı problemi yaşıyordum. Zamanla yakını görme sorunu başladı, özellikle araba kullanırken zorlanıyordum. Dr. Bülent KÖSE ve ekibinin profesyonel yaklaşımı ve teknik mekan imkanlarını gördükten sonra doğru yere geldiğimi anladım. Muayene ve tetkiklerin sonucunda doktorum ameliyata uygun olduğumu, ameliyat sonrasında nasıl sonuçlar elde edeceğini uzun uzun anlattı. Sonuçta ameliyata karar verdim. Operasyon sonrasında herhangi bir şey hissetmiyorsunuz. Bir yandan doktorla konuşurken her şey bitiyor. Şu an oldukça rahatım, baş ağrılarımda geçiyor.”*,

-“Genel Muayene” başlığı altında; *“…hassas bir ölçüm ile en doğru numarayı tespit etmemizi kolaylaştırır…çocuklar için özel geliştirilmiş mobil ölçüm cihazlarıyla küçük çocukların muayenesi ve kontrolü kolaylıkla yapılabilmektedir…”*,

-“Ptosiz” başlığı altında; *“…tedavisi şikayetlerin geçmesini sağladığı gibi yüze bir estetik görünüm kazandırdığı için 5-7 yıl daha genç bir görünüm elde edilmektedir…”*,

-“Excimer Laser Wavefront” başlığı altında; *“…yıllardır büyük zorluklarla kullandığımız gözlük ve kontakt lenslerden güvenli bir şekilde kurtulmak bu yöntemle artık çok kolaydır. Teknolojinin dünyada geldiği son nokta olan excimer lazer wavefront yöntemi ile sadece dakikalar içine gözlük ve lens kurtulabilirsiniz. Excimer lazer teknolojisiyle kornea şekli değiştirilerek göz numarasının yok edilmesi mümkündür. Ortalama bir iki dakikalık işlemin sonrasında…astigmatın tedavisinde başarıyla uygulanmaktadır…lasik yöntemi sayesinde istenilen sonuçlara çok rahat ulaşılır. Numaraların tekrar oluşma olasılığı yok denecek kadar azdır…lazer cihazı içinde geliştirilmiş özel programlar vasıtasıyla normalden daha iyi görecek bir göz yapısı oluşturmak için kişiye özel bir lazer uygulaması uygular…”*,

-“Fako Yöntemi-Katarakt” başlığı altında; *“…katlanabilir göz içi mercekleri daha küçük bir kesiden göz içine yerleştirildiği için bir takım üstün özellikleri vardır…”*,

-“Protez Cerrahisi” başlığı altında; *“…Bu tür bilyelerin en önemli avantajları, hafif olmaları nedeni ile yıllar içinde yanağa doğru çökmemeleri ve içlerine damar ve doku yürümesine izin vermeleri nedeni ile daha iyi bir protez hareketi sağlamalarıdır…nispeten daha hafif ve kırılmayan bir maddedir…Bu durumda protezin görünümü ve hareketleri diğer göze daha uyumlu olacaktır ve ağrı ile rahatsızlık vermeyecektir. Ek olarak, kişiye göre hazırlanan protezlerin yapısı ve malzemesi, çapaklanma ve alerji oluşumu açısından hazır protezlere göre daha güvenlidir, kırılmaya daha dayanıklıdır ve kullanım ömrü daha uzundur…kişiye özel protez hazırlandığı hastalarda iyi bir protez hareketi sağlamak mümkündür…protez hareketleri daha iyi olacaktır…Proteziniz kolaylıkla çıkacaktır…tuzlu su bu işlem için daha güvenlidir…”*,

-“Excimer Lazer Operasyonu” başlığı altında; *“…yaklaşık 22 yıldır göz cerrahisinde güvenle uygulanmaktadır…”*,

-“Refraksiyon Cerrahisi Yöntemleri” başlığı altında; *“…Çok ileri düzey tedavilerdir ve operasyon sonrası görme seviyesini %100 ün üzerine çıkarabilmesi sebebiyle Kartal Gözü Yöntemi olarak bilinmektedir…gözün iç kısmına dokunulmaması, iyileşmenin çabuk ve ağrısız olması, sonuçların daha tatmin edilebilir olması gibi sebeplerle öncelikle tercih edilir…”*,

-“Wavefront” başlığı altında; *“Tedavi yapıldığında tedaviden sonra hasta gözlükle ne kadar görüyorsa yine o kadar görebilmekteydi, daha fazla bir görme artışı sağlanamıyordu. Yüksek astigmatlı, tembelliğe bağlı görmesi az olan veya düzensiz astigmatı olan göz hastalarında tedavi çok iyi sonuç vermiyor ve fazla görme elde edilemiyordu.*  
*Wavefront (Kartal Gözü) Yönteminin Amerika Gıda ve ilaç Örgütü(FDA) bu tedavinin insan gözü üzerinde rahatlıkla uygulanabileceğine ve mükemmel sonuçlar verebileceğine dair onayı ile bu yöntem kullanılmaya başlanmıştır…Böylelikle her göze özel tedavi şeması oluşturmakta ve mükemmel sonuçlar elde edilmektedir…Wavefront uygulamasıyla, düzensiz astigmat dahil tüm kusurları mükemmel bir şekilde tedavi edilmektedir. Bu tedaviden sonra hastaların görme dereceleri ciddi artışlar göstermektedir. Örnek bir hastanın gözlük veya lensle %100 görüyorsa, eski laser tedavisi uygulandığında tedaviden sonra yine %100 görebilmekteydi. Wavefront tedavi yönteminde ise lazer uygulamasından sonra hastanın görme derecesi %150 hatta %200 e kadar artabilmektedir. Kartal gibi avcı kuşlarda bulunan bu görme derecesi insanlarda da elde edilebilmektedir. Bu nedenle wavefront tedavisine kartal gözü veya süper görme de denilmektedir…Wavefront laser tedavisi sayesinde gece görüş problemleri ortadan kalkmaktadır…”*,

-“ Lasik Yöntemi” başlığı altında; *“Göz Kusurlarından Kurtulmayı Hatırlatan Bu İşlem Nerelerde Kullanılmaktadır…Laser ışınları gözlük ihtiyacını ortadan kaldıracak şeklide korneayı yeniden yapılandırır…LASIK’ın diğer refraktif cerrahi yöntemlerinden farkı nedir…LASIK’ın avantajları nelerdir? LASIK özellikle yüksek dereceli göz kusurlarında alternatifi olmayan bir metottur…Ameliyat esnasında ve sonrasında ağrı hissedilmez. İşlem için hiçbir iğne, narkoz, vs gerekmez. İşlem birkaç dakika sürer…Hasta yürüyerek evine gidebilir…Başarı % 100’e yakındır. Uzun dönemde hastanın göz kusurunda geriye dönüş olmaz…Ancak % 99 ihtimalle gözlüğe ihtiyaç duymayacağınızı da bilmelisiniz…Bu işlemin A.B.D. ve Avrupa ülkeleri dahil dünyada yaygın olarak kullanıldığını ve yüzbinleri aşan kişinin gözlük sorununu çözdüğünü hatırlayınız.”*,

-“Lazer Öncesi Muayene” başlığı altında; *“FDA (Amerikan Sağlık Dairesi) tarafından uygulanan bu kriterler excimer laser- wavefront operasyonunun güvenle ve iyi sonuçlarla uygulanıp uygulanmadığını belirlemesinde çok büyük önem taşır…tecrübeli göz cerrahlarımız tarafından değerlendirilerek gözlerinizin operasyona uygun olup olmadığına karar verilir…”*,

-“Excimer Laser’de Olası Riskler” başlığı altında; *“…Çınar Göz Merkezinde FDA (Amerikan Sağlık Dairesi) onaylı Allegretto Waveligth cihazı kullanılmaktadır…Araştırmalar sonucunda, fleple ilgili sayılan bu komplikasyonların oranı cerrahın tecrübesi ile azalmaktadır. Çınar Göz Merkezinde uluslararası alanda tecrübesini kanıtlamış konusunda uzman bir ekiple çalışmaktadır…sorun rahatlıkla çözümlenir…güvenli kalınlık bırakılmaktadır.”*,

-“Göz Tansiyonu Glokom Belirti ve Tedavisi” başlığı altında; *“…başarılı bir sonuç elde edebilmek için göz şikayetiniz bulunsun ya da bulunmasın düzenli göz kontrol muayenesi yaptırmanız gerekmektedir. Başarının ve tedavinin en önemli unsuru erken teşhis ve tedavidir.”*,

-“Katarakt Tedavisinde Yenilik” başlığı altında*; “Katarakt Tedavisinde Yenilik. İleri derece katarakt hastalarında bile olumlu sonuçlar veren ve tamamen kişiye özel göz haritası çıkartılarak yapılan operasyon ile hata payı sıfırlanıyor. Türkiye’de yeni uygulanmaya başlayan bu yöntemde katarakt hastasının göz haritası dijital navigasyon yöntemi ile çıkartılarak hem kişiye özgü müdahale hem de hata payının sıfırlandığı söyleyebiliriz…Böylelikle hata payı sıfıra indirgenmiş olur.”*,

-“Ramazanda Şekere Dikkat” başlığı altında; *“…diyabetik retinopatinin teşhisi çok kolaydır…gelişen teknoloji ile tedavinin çok daha kolay olduğunu anlatan Op. Dr. Tarık Bozca her operasyonda olduğu gibi bu operasyonun tecrübenin ve uzman kadronun çok önemli olduğunu söyledi…retinopati bulgularının erken dönemde tespit edilmesi tedavi başarısının anahtarı…”*,

-“Lazer Tedavisinden Korkmayın” başlığı altında; *“Lazer tedavisinden korkmayın. Gözdeki kırma kusurlarındalazer tedavisikolay ve çok sık kullanılan bir yöntem haline gelmiştir. 1980’den beri uygulanan bu tedavi yönteminin başarı yüzdesi oldukça yüksektir… yapılan her başarılı ameliyat neticesinde spekülasyon şeklini alıyor. Hastanın doğru doktor, doğru merkez ve tedaviyi seçtikten sonra doktorun tavsiyelerine uymasıyla bu tedavi yönteminin başarısı çok yüksektir…tedavinin başarısı için önemlidir…”*,

-“Miyop Göz” başlığı altında yer alan video içeriğinde; *“Gözlükten kurtulma operasyonları…Miyop Lasik – Wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir…Excimer lazer hızlı ve acısızdır.”*,

-“Hipermetrop Göz” başlığı altında yer alan video içeriğinde; *“Gözlükten kurtulma operasyonları…Hipermetrop Lasik – Wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir…* *Hipermetropun düzeltilmesinde en iyi alternatif: Excimer lazer-wavefront.”*,

-“Astigmat Göz” başlığı altında yer alan video içeriğinde*; “Gözlükten kurtulma operasyonları…Astigmat Lasik – Wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir… Astigmatın düzeltilmesinde en iyi alternatif: Excimer lazer-wavefront.”*,

-“Soru-Cevap” başlığı altında; *“…Hemen ameliyat sonrası görüşteki netleşmeyi fark edebilirsiniz…Lasik operasyonları sonrası numaraların eski haline dönmesi yok denecek kadar azdır…Uygulanan lokal damla sayesinde hiçbir acı ve ağrı hissetmezsiniz…Lasik : Gözlük yok etme ameliyatlarını diğer operasyonlardan ayıran en önemli özellik bu operasyonu yapmak için kullanılan cihazın operasyon sonucunu direkt olarak etkilemesidir. Tüm teknik cihazlar olduğu gibi bunların teknolojisi de hızla yenilenmektedir. Excimer Laser Wavefront operasyonlarında kullanılan cihazların güvenlik kriterleri de operasyon başarısında önemli bir yer tutmaktadır. Amerikan Sağlık Örgütü FDA tarafından verilen güvenlik belgesi Excimer Laser cihazları için ayrıca bir kriterdir. Bu belge yıllar süren çok sıkı klinik araştırmaları sonrasında verilir…Lazer ameliyatları neden güvenlidir? Sağlık sistemi çok ciddi yasalarla korunan batı ülkelerinde ve ABD ‘de son 5 yılda yaklaşık 10 milyon kişi bu operasyonu geçirmiştir. Son derece hassas bir organ olan gözlerimizle ilgili bir müdahale söz konusu olduğunda, en küçük riskler bile büyük önem taşır. Bu yüzden gözlerin güvenli bir operasyona uygun olup olmadığını anlamak için, operasyon öncesi çok ayrıntılı muayene ve tetkikler yapılır. Sonuçlar olumlu ise operasyona karar verilir. Eğer göz lasik için uygun değilse; göz içi merceği, lasek, epilasik ve ring gibi alternatif yöntemler önerilir…İstenilen sonuçlara çok daha kolay ulaşılır. Numaraların geri dönme olasılığı yok denecek kadar azdır…Bunun yerine korneaya yeniden şekil vererek korneanın kırıcılığının yani numarasının değiştirilmesi çok daha kolay ve basittir…WAVEFRONT yönteminin klasik laserden farkı nedir? Wavefront Yöntemi, Excimer Laser Tekniği ‘nin çok gelişmiş yeni formudur. Lasik yönteminin aksine her numara için kullanılan standart düzeltme, Wavefront için geçerli değildir. Çünkü bu teknikte kişinin kornea yapısına özel bir laser uygulaması esastır. Bu operasyonda normal bilgisayarlı yöntemlerle tespit edilemeyen, kırılma problemleri (High Order Aberation) tespit edilerek düzeltilebilir. Aboremetre adı verilen cihazla gözünüze ait veriler gelişmiş bilgisayarlı ölçüm sistemleriyle saptanır ve sadece sizin gözünüze ait bir harita çıkartılır. Bu harita direkt olarak laser cihazına aktarılır. Laser cihaz kendi içindeki gelişmiş programlar vasıtasıyla, normalden daha iyi görecek bir göz yapısı oluşturabilmek için kişiye özel bir laser uygulaması yapar. % 200 görmeye kadar varabilen sonuçları, operasyonun halk arasında “Kartal Gözü” olarak adlandırılmasına neden olmuştur.LASIK tedavisi ile görme düzeltmesine uygun musunuz? Gözlüklü veya lensli bir yaşamdan rahatsız mısınız? Gözlük veya lens takmadan kalabildiğiniz durumlar var mı? Yedeksiz olduğunuz bir anda lens veya gözlüğünüzü kaybederseniz tedirgin olur musunuz? Kontakt lens kullanımı ile sorunlarınız var mı? Gözlüklü görünümünüzden hoşnut musunuz? Gözlükleri kişiliğinizin bir parçası olarak görüyor musunuz? Uyanır uyanmaz iyi görmekten özellikle memnun olur muydunuz? Spor yaparken, hobi ve mesleki faaliyetleriniz sırasında gözlük veya kontakt lenslerin sıkıntı, zorluk yarattığı olur mu? Gözleriniz kontakt lens kullanımı için hassas mı? İşiniz normalüstü görmeyi gerektiriyor mu? Yanıtlarınıza göre lasik tedavisine uygun olup olmadığınıza siz karar verin!...LASIK tedavisinin başarı şansı nedir? Lasik tedavisi olguların %95’inde hedeflenen düzeltmeyi sağlayarak gözlüksüz ya da lenssiz olarak günlük yaşamın sürdürülebilmesini sağlar. İstenilen düzeltmenin tam olarak elde edilemediği yaklaşık %5 olguda ikinci bir müdahale yapılarak tam düzeltme gerçekleştirilebilir. LASIK’ın diğer refraktif cerrahi yöntemlerinden farkı nedir? LASIK’den önce iki yöntem geliştirilmişti. Bunlardan bıçakla gözün çizildiği ameliyat olan “radial veya astigmatik keratotomi”de saydam tabakaya derin kesiler atılıyordu. Ancak uzun süreli takiplerde, sonuçlarının çok oynak olduğu ortaya çıkmıştır. Hastaların mühim bir kısmında kötü yara iyileşmesi nedeniyle oluşan kenar yara izleriyle hipermetropi gelişmiştir. Saydam tabakada küçük delinmeler, operasyon esnasında yaygın olarak meydana gelir. Böylece göz içi enfeksiyon riskine ve muhtemel bir görme kaybına sebep olabilir. Kesi yerleri yavaş olarak iyileşirler ve gözü yapısal olarak zayıflatırlar. Ameliyatı takip eden yıllarda göze gelen darbelerde yara izi yerinden kolayca göz delinmesine neden olabilir. Diğer yöntem ise, PRK denen excimer laserin saydam tabakanın hücreden ve sinirden zengin üst tabakalarına uygulanmasıdır. Bu yöntem sonrasında hasta çok ağrı duymakta, iki gün göz kapalı olmakta ve uzun süre (3 ay) ilaç kullanmaktaydı. Bunlar da saydam tabaka bulanıklığı oluşması ve göz numarasının geri gelmesi riski vardır. Buna karşı LASIK’de kaldırılan kağıt inceliğindeki tabaka sayesinde laser hücreden fakir ve sinir bulundurmayan dolgu (stroma) tabakasına uygulanmakta; yukarda sayılan mahzurlar giderilmektedir…LASIK’ın gözlük ve kontakt lense olan üstünlükleri nelerdir…Miyop lasik – wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir…Hipermetrop lasik – wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir…Astigmat lasik – wavefront yöntemi ile tamamen tedavi edilebilir…”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“Biz Güçlü Bir Çınarın Köklerinden Geliyoruz. Kök ne kadar kuvvetli olursa, toprak ne kadar bereketli olursa gövde o kadar güçlü olur. Dalları ve meyvesi geleceğe çok daha güçlü şekilde uzanır. Yıllardır Bursa’ya hizmet eden uzman kadromuz ve teknolojik alt yapımız ile bu “Ulu Şehir”den aldığımızı yine bu şehirle paylaşıyoruz.”*,

-“Medikal Doktorlar” başlığı altında; *“Alanında uzman doktorlarımız ile göz sağlığınız emin ellerde…”*,

-“Oküloplastik ile Gençleşin” başlığı altında; *“Bu sorun artık ortadan kalkıyor. Oküloplastik ile gençleşin. Doğuştan ya da yaşa bağlı oluşan göz kapağı sarkmasına kısa sürede çözüm sunabilen bu cerrahi operasyon acısız ve ağrısız bir şekilde uygulanmaktadır. Yaşlı ve yorgun gösteren göz kapağı düşüklüğü artık yaşam kalitenizi düşürmesin… doğrultusunda uzman göz hekime başvurarak bu durumdan kurtulabilir… Aynı zamanda göz çevresinde oluşan kırışıklıklara da botoks uygulanarak daha genç bir görünüm sağlanabilmektedir…”*,

-“Yaz Geliyor! Gözlüklerinizden Kurtulun” başlığı altında; *“Yaz Geliyor! Gözlüklerinizden Kurtulun. Günümüzde artık görme kusurlarını gidermek için en çok başvurulan yöntem lazer operasyonudur. Türkiye’de 1992’den itibaren gözde lazer ameliyatları yapılmaya başlandı. İlk zamanlar lazer tedavisine endişeli olarak yaklaşan hastalar göze hiç bir zararın olmadığı bilgisi ve operasyondan sonra gözlüksüz olarak doğal bir şekilde görebildiklerinin farkına varması ile bu kaygı ve endişeler tamamen ortadan kalkmış oldu. Doktorlar gözlüklerden kurtulmanın en etkin ve başarılı sonucun lazer operasyonu ile yapılabileceğini vurgulamaktadır. Lazer tedavisi ile pek çok göz problemlerine müdahale yapılabilmektedir. Özellikle gözlük kullanan hastalarda Miyop, Astigmat, Hipermetrop gibi görme kusurlarının tedavisinde başarılı sonuçlar alınmaktadır…Excimer lazer operasyonu sayesinde göz numaraları yok edilebilmektedir…Lazer operasyonu 1 dakikadan az sürede bitmektedir. Hasta operasyondan 1 gün sonra günlük yaşantısına geri dönmektedir…Göze herhangi bir kesip yada dikiş uygulanmadığından kör olma riskinden bahsedemeyiz. Lazer operasyonları alanında Uzman Doktorlar tarafından uygulanmaktadır.”*,

-“Excimer Lazer Tedavisi Kimlere Uygulanır?” başlığı altında; *“Bir gözlüğün esiri olmaktan bıkmadın mı? Excimer lazer ile hayat görülmeye değer…uygulamada gözün iç kısmına yerleştirilen kişiye özel lens sayesinde gözlüklerden kurtulabilir ve günlük yaşantınıza daha net bir bakış ile devam edebilirsiniz.”*,

-“Presbiyopi için Multifokal Mercek” başlığı altında; *“…mercekler ile sağlıklı gözlere kavuşabilirsiniz.”* gibi ifadeler ile,

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Bursa Göz Merkezi Yıldırım” kullanıcı isimli sayfanın 22.01.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Miyop, hipermetrop, astigmat gibi şikayetlerinizden kurtulun. Güler yüzlü personelimizle hizmetinizdeyiz. Yıllardır Bursa’ya hizmet eden uzman kadromuz ve teknolojik alt yapımız ile hizmetinizdeyiz. Hızlı randevu sistemi ile tek bir tuşla randevu alabilirsiniz. Miyop, astigmat, katarakt gibi başlıca göz problemleriniz için hızlı randevu alabilirsiniz. Hızlı göz randevu sistemi ile tek tuşla randevu oluşturabilirsiniz. Uzak veya yakındaki nesneleri bulanık mı görüyorsunuz? Her mesafede belirgin bir şekilde bulanıklık ve baş ağrısı mı çekiyorsunuz? Çevrenizi resimdeki gibi mi görüyorsunuz? Detaylı bir göz muayenesi ve tedavi şekli ile bu sorunlarınızdan kurtulabilirsiniz. Katarakt dünyanızı karartmasın. Multifokal mercekler ile yakın ve uzağı gözlüksüz görebilirsiniz. Herkesin iyi görmeye hakkı vardır…Operasyonlar çok kısa sürede gerçekleştirilir. Operasyonu gerçekleştirilen kişi 24 saat içinde gündelik yaşamına devam edebilir. Korkamayın, yeni teknoloji ile katarakt, excimer lazer gibi cerrahi operasyon gerektiren ameliyatlar acısız ve ağrısız kısa sürede bitmektedir. Görme kusurlarınızdan kurtulun. Bulanık görme, uzak ya da yakın görme problemi, net görememek gibi şikayetleriniz için başvurun. Excimer lazer daha net bir bakış için. Yıllardır gözlerinize gözlerimiz gibi bakıyoruz. 30 Ağustos Zafer Bayramını ve Kurban Bayramını medikal kadromuz, güler yüzlü personellerimizle kutladık. Bursa Göz Merkezi medikal kadrosunu güçlendiriyor. Medikal kadromuz ve güler yüzlü personelimiz ile Bursa’ya yıllardır gözümüz gibi bakıyoruz. Bu yaz gözleriniz daha net baksın, yakın uzak hatta ara mesafeleri daha net görebileceğiniz ömürlük mercekler ile katarakt ameliyatından sonra gözlük kullanmanıza gerek kalmayacak”* gibi ifadeler ile inceleme konusu paylaşımlarda yer alan yorumlarda *“Bugün Bursa Göz Merkezi’nde başarılı bir ameliyat geçirdim, doktorum sayın Ali Asagidag ve ekibine çok teşekkür ederim. Sizinle gurur duyuyoruz. Bursa çok şanslı sizin gibi doktorları olduğu için rutin kontrollerimiz için İzmir’den geleceğiz. Harikasınız. Göz hastası olanların Yıldırım Göz Merkezi’ne gitmelerini öneririm ben gittim çok memnun kaldım.”* gibi ifadeler ile sağlık kuruluşuna ve kuruluşta çalışan sağlık meslek mensuplarına yönelik teşekkür, övgü, onay ve tavsiyeye yönelik ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin, 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 Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 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 H. PINAR’IN karşı oyuyla,

Buna göre, reklam veren **Bursa Çınar Sağlık Hizm. Turz. Eğt. San. Tic. A.Ş. (Bursa Göz Merkezi)** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2017/2537**

**Şikayet Edilen: Ruen Clinic**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 09.02.2018 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Uzman kadro”*,

-“Diode Lazer Epilasyon” başlığı altında; “*İstenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en sağlıklı ve en hızlı yoludur…Özellikle bayanları her ay geçici epilasyon yöntemleriyle uğraşmaktan kurtaran bu yöntem, eski yöntemlere göre hem daha acısız, hem kalıcı sonuç veren, hem de sanılanın aksine uzun vadede çok daha hesaplı bir epilasyon yöntemidir…Lazer epilasyon uygulaması, konunun uzmanları tarafından yapıldığı taktirde son derece güvenli bir yöntemdir. Herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır…Bu uygulamanın güvenirliliği ve etkisi 1997 yılında Amerikan gıda ve ilaç dairesi FDA (Food and Drug Assecition) tarafından onaylanmıştır…Hastanemizde yazın da ara vermenize gerek kalmadan işlemlere devam etmekteyiz…Bu nedenle kıl rengi koyulaştıkça etkinliği artmaktadır…bu sayede açık renkli kıl tiplerinde daha etkili sonuç elde edilir…Son Teknoloji Soğutma Sistemi ile Ağrısız, Acısız ve Konforlu bir işlemdir. Hiç bir kıl folikülünü görmeden geçmez…acı hissi yaratamaz…”*,

-“Ipl Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“…etkili bir epilasyon yöntemidir…Lazerli sistemlere göre % 80-90 oranında başarı sağlanır. IPL epilasyon kliniklerimizde lazer epilasyona bir alternatif olarak değil, tamamlayıcı olarak kullanılmaktadır. Alexandrite lazerin etkili olmadığı çok ince tüy ve kıllarda başarılı sonuçlar alınmaktadır…Lazer Epilasyon İle Ipl Epilasyon Arasındaki Fark: Lazer Epilasyon ile IPL epilasyon, teknolojik ve uygulama anlamında bir çok farklar içermektedir. Lazer epilasyonda sadece kıl ve tüyler hedeflenir. IPL epilasyonda ise cilt dıştan içe taranarak epilasyon sağlanır. Lazer epilasyonda kıl ve tüyler hedeflendiği için cihaz başlığının cilde teması yoktur. IPL epilasyonda cilt üzerine epilasyon jeli sürülerek cihaz başlığı cilt üzerine temas ettirilerek uygulama yapılır. Bu yüzden uygulama hijyenik ortamlarda yapılmalıdır…IPL epilasyon %80 - 90 oranında kalıcıdır. IPL epilasyon kliniklerimizde lazer epilasyona bir alternatif olarak değil, tamamlayıcı olarak kullanılmaktadır. Alexandrite lazerin etkili olmadığı çok ince tüy ve kıllarda başarılı sonuçlar alınmaktadır.”*,

-“Anti Aging” başlığı altında; *“…Antiaging uygulamalar ile sağlıklı yaşam, kronik hastalıkların oluşmasını önlemek veya geciktirmek hedeflenmektedir. Böylece kişilerin ömürleri artarken aynı zamanda kaliteli bir yaşam sürmeleri sağlanmaktadır…”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Botoks” başlığı altında*; “Botox cildin kendisini yenileyememesi sonucu yaşlanan ciltte, kırışıklıklar, düşük kaş, terleme gibi rahatsızlıklarda anında sonuç alınan, uygulaması pratik ve bir süre sonra da etkisini kaybedebilen kolay bir çözüm uygulamasıdır…ortalama 15-30 dk dır…kronik migren ağrılarında botoks kullanımı FDA tarafından onaylanmış bir uygulamadır…migren botoksu uygulanan hastaların yaklaşık %70’i migrenli gün sayısında tedavi öncesine göre %50’den fazla azalma olduğunu belirtmişlerdir…migren botoksu 15-30 dakika gibi bir sürede, baş ve boyundaki 7 kritik noktaya spesifik dozda uygulanır, birkaç gün içinde etkisini göstermeye başlar ve 12 hafta boyunca migrene baş ağrılarına karşı önleyici etki gösterir…botoks bir dizi tıbbi sorunun tedavisinde 20 yıldan uzun süredir güvenle kullanılmaktadır…şişlik ve morarma şikayetleri de hızlıca ve kendiliğinden geçmektedir…”*,

-“Grp Mezolifting” başlığı altında; *“…daha etkili hale getirilmesiyle üst düzey bir tedavi sunar…elastin artışı en doğal yolla tetiklenmiş oluyor…3-6 seans arası başarı sağlanmaktadır…”*,

-“Kılcal Damar Tedavisi” başlığı altında; *“…estetik kaygılardan dolayı yaygın olarak uygulanan bir tedavi yöntemidir…Diğer tedavilere göre daha etkin bir tedavi yöntemidir…Tedaviye erken yaşlarda başlanması tedavinin başarısını artırmaktadır…Tedavi edilen bölgede rahatsızlığın nüksetme riski çok düşüktür.”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Ozon Terapi” başlığı altında; *“…ozon terapi gün geçtikçe yararlarının ortaya çıkmasıyla günümüzde de fazlaca kullanılmaya başlamıştır. Ozon tedavisinin bilinmesi gereken en önemli özelliği "alternatif tıp" olarak değil, tedavi etkilerinin bilimsel olarak kanıtlanmış etkisi yüksek bir tedavi yöntemi olduğunun bilinmesidir…Ozon, vücudun bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücudunuzun dışarıdan alacağı her türlü enfeksiyona karşı sizi güçlendirir. Direncinizi arttırır. Bağışıklık sisteminin düşüklüğünden kaynaklı tüm hastalıkları iyileştirir. Vücudunuzdaki en güçlü dezenfektandır. Ozon en önemlisi, bakteri, virüs ve mantarları öldürür. Ozon Tedavisi İle Ciltte Nasıl Bir Değişim Olur? Ozon tedavisi sonucunda yenilenmiş, daha sıkı ve pürüzsüz bir cilde sahip olursunuz. Ozon tedavisi ile deri kan dolaşımını arttırarak bu işlemlerin gerçekleşmesinde önemli rol oynar. Ozon tedavisi ile artık, daha temiz, yenilenmiş, yumuşak ve daha gençleşmiş bir cilde kavuşursunuz. Hücre ve dokulara giden kan dolaşımını artırır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Enfeksiyon hastalıklarına direnci artırır…Ozon farklı mekanizmalarla selülitte etkilidir…Yapılan çalışmalarda ozon terapinin selülitin geleneksel tedavisinden daha etkili olduğu ortaya çıkarılmıştır.”*,

-“Kök Hücre Tedavisi” başlığı altında*; “…Mikro iğne terapisi, lazer peeling, kimyasal peeling, IPL ve CO2 fraksiyonel lazer gibi tedaviler kadar etkilidir…mükemmel bir antioksidan içerik meydana getirir. Bu içeriğin elektroporasyon yardımıyla hücrelere daha kolay ulaşması sağlandığında meydana gelen etkiler çok yüksek düzeydedir…kırışıklıkları iyileştirir ve cildin gücünü artırır…”*,

-“Prp Tedavisi” başlığı altında; *“…kürlerin etkisi uzun süreli bir gençleştirici etkiye eşdeğer olur.”*,

-“Radyofrekans” başlığı altında; *“…Diğer tekniklerle karşılaştırılırsa radyo frekans, lazer (ışık) enerjisinden farklılık göstermektedir. Lazer enerjisi cildin daha çok üst yüzeylerinde etkili olup, daha derin tabakalarda yağ tabakasının erimesini sağlayan ısı oluşumu zor olmaktadır. Bunun yanı sıra radyo frekans tekniğiyle cilt tabakasına zarar vermeden daha derinlerde sonuç almak mümkündür. Lazer ciltteki çizgileri, buruşukluğu ve cilt yapısını iyileştirerek üst tabakadaki kollajeni etkiler. Radyo frekans ise cildin dermis ve derialtı tabakalarını etkileyerek cildin daha derinlerine nüfuz edebilme yeteneğine sahiptir…Uygulamanın 60 dakikalık bir seans için 250-300 tl aralığında bir maliyeti vardır.”*,

-“Yüz Mezoterapisi” başlığı altında; *“…Mezoterapi ile böylece cilt etkili maddelerden kısa sürede faydalanabilir. Ayrıca ilaçlar çok az miktarda verildiği için kullanılan maddelerin yan etki olasılığı azalır. Yüz mezoterapisi (mezolift) cildi yenileyen, cilt kırışıklığı ve cilt sarkmalarına etkili olan doğal ve faydalı bir yöntemdir…ciltte nemlenme artar ve cilt yenilenir. Mezoterapinin (mezolift) yüz bölgesinde kullanılma nedenleri nelerdir? Donuk ve parlaklığını yitirmiş cilde sahip olanlar, Ciltte elastikiyet kaybı ve sarkma tedavisi, Cildin yaşlanmasını engellemek, Yüzün yorgun görünümünü gidermek, Sigara içenlerde cilt hasarını engellemek ve tedavi etmek, Yaz öncesi güneş ışınlarının zararlarına karşı önlem almak, Güneşten zarar görmüş ciltleri düzeltmek, Diğer leke tedavileriyle birlikte lekeleri hafifletmek veya gidermek, Diğer yöntemlerle birlikte sivilce izi, diğer yara ve yanık iz tedavisi, Diğer yöntemlerle birlikte cilt çatlak tedavisi…Yüz mezoterapisi (mezolift) sonrası cilt daha taze ve dinlenmiş görünür. Cildin elastikiyeti artar ve cilt sarkması azalır. Kırışıklıklar hafifler. Cilt aydınlık bir görünüme kavuşur…Yüz mezoterapisinin (mezolift) cildi yenileyen lazer, radyofrekans veya IPL ile birlikte uygulanması çok daha başarılı sonuçların alınmasını sağlamaktadır…”*,

-“Yüz ve Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“Daha ziyade kadınlar arasında son dönem trendleri arasına giren dolgun dudak isteği, sağlık ve estetik sektörünün de konuya ilgisini yoğunlaştırmasıyla, uzun süreden beridir bilinen ve yan etkisinin neredeyse hiç olmadığı, çeşitli tedavilerde de sıkça kullanılan hyalüraonik asit dudak dolgusu jelleri ile dudaklara istebilen şeklin verilmesi artık çık pratik ve kolay…”*,

-“Dermapen Dermaroller” başlığı altında; *“…başlı başına etkin son derece kolay güvenli acısız bir yöntemdir…çok hafif uygulamada dahi kolayca batar…Bu temizleyici Dermaroller üzerinde biriken bakteri ve organizmaları %99,9 yok ederek yeniden temiz ve sağlıklı uygulamayı mümkün kılmaktadır. Dermapen & Dermaroller Faydaları Nelerdir…Cilt lekelerinin giderilmesinde son derece etkilidir. Dermaroller ver Dermaroller vücutta yüz bölgesinde olduğu kadar vücudun diğer bölgelerinde de kullanılır ve güzel sonuçlar verir…Bu uygulamanın avantajları; faydasıyla maliyeti karşılaştırıldığında hesaplı bir tedavi olması, yan etki riskinin minimum olması, lazerle uygulama yapılamayan göz çevresi gibi küçük alanlara uygulama yapılabiliyor olması, her deri tipine uygulanabiliyor olması şeklinde sıralanabilir.”*,

-“Dövme ve Kaş Silme” başlığı altında; *“…Üzülmeyin, Çaresiz Değilsiniz! Bu konuda çok da fazla üzülmeyin çünkü modern tıp lazerle dövme sildirme tedavisinde de hayli ilerlemiş durumda. Hatta dövmeniz çok yeni değilse hiç dövme yaptırmamış gibi hayatınıza devam edebilmeniz de mümkün… Dövme kapatma işlemi bir hayli yaygınlaşmış durumda… Dövme sildirme merkezlerinde çok kısa bir zaman aralığında çok ta uygun fiyatlara yapılabiliyor. Vücuttan lazerle dövme çıkarma işleminin fiyatlarında etkisi ile giderek daha da yaygınlaşması bekleniyor…Lazerle kalıcı dövme sildirme işleminin başarısı…Nd:Yag Q-Switch Laser sistemleri koyu renkli dövmelerde en etkili sistemler olup daha açık renkli dövmelerde (sarı, kahverengi, yeşil vs.) KTP Q-Switch Laser sistemleri başarılı olmaktadır…Lazerledövme sildirmeuzun yıllardan beri güvenle uygulanan bir yöntem olmakla birlikte…fakat başarı oranı ortalama %90 nispetindedir. Siyah renkte basit dövmelerde başarı hemen hemen ten rengine yaklaşabilir…Fraksiyonel lazer yara izlerini ve lekeleri gidermede, cildin doğal görünümüne kavuşmasında yardımcıdır.”*,

-“Enzim Peeling” başlığı altında; *“…ciltteki lekeli bölgelerin rengi açılarak etkin bir tedavi sağlar. Kimyasal Peeling İle Arasındaki Fark: Kimyasal peeling cildin üst tabakasını soyarak etki ediyor. Enzim peeling ise cildin alt tabakasında bulunan melanin oluşumunu azaltarak etki ediyor. Bu yönüyle cilt lekelerini gidermede enzim peeling daha etkili bir sonuç veriyor…melazma (doğum lekeleri) tedavisinde etkin bir şekilde uygulanmaktadır…”*,

-“Karbon Peeling” başlığı altında; *“…cildi aydınlatan ve sıkılaştırma gücü ile gençleştiren bir tedavi yöntemidir…yaklaşık 15 -20 dk. sürmektedir. Kişi günlük yaşantısına rahatlıkla devam edebilecektir…”*,

-“Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“…yüzeysel lekelerin tedavisinde de başarılı olmaktadır…aktinik keratoz tedavisinde etkili olan bir yöntemdir…cilt lekeleri ve kırışıklıkların tedavisinde çok etkilidir…Diğer kimyasal peeling yöntemlerine göre çok daha etkilidir ve etkisi uzun süre devam eder…”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Lazerle Yüz Germe” başlığı altında; *“…ama cildin yaşlanmasını geciktirmek mümkün…Buda cilde gergin, canlı bir görünüm kazandırır…Co2 fraksiyonel lazer ışınları cildin hem üstüne hem de altına etki edebilen etkili bir tedavi yöntemidir…”*,

-“Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…yara iyileşmesinin avantajlarından yararlanarak çeşitli lezyonların tedavisini sağlamaktır…Ciltteki lekeli bölgelerin rengi açılarak etkin bir tedavi sağlanır…sıkılaştırma gücü ile gençleştiren bir tedavi yöntemidir…Co2 fraksiyonel lazer ışınları cildin hem üstüne hem de altına etki edebilen etkili bir tedavi yöntemidir…Cilt lekelerinin tedavisinde de oldukça etkilidir…”*,

-“Sivilce ve Akne Tedavisi” başlığı altında; *“…birlikte kullanıldığında daha iyi sonuç verir…akne tedavisinde daha etkili bir başarı sağlamaktadır…deri çatlaklarının görüntüsünün düzeltilmesinde kullanılan etkili bir tedavidir…rozase (rosacea) hastalığına lazerle etkili bir tedavi sağlanmaktadır…”*,

-“Kaş Kontör ve Kalıcı Makyaj” başlığı altında; *“…Böylece daha düzgün, bakımlı ve genç bir görünüm kazanılabilir…Profesyonel bir Kalıcı makyaj kıl tekniği ile yapılan kaş kontüründe Neredeyse gerçek kaşınızla ayırt edilemez…Kalıcı makyajı yapan kişini Uzman ve en az 5 yıllık deneyimi olması, tecrübeli olması gerekir…En az 2 yıl dayanıklı olan kaş kontürü kesinlikle uzman ellerle yapılmalıdır…”*,

-“Kirpik Lifting” başlığı altında; *“Gözler yüzün aynası ise, kirpikler de gözlerin daha güzel ve canlı gözükmesini sağlayan bir tılsımdır. Bu tılsımda yapılacak ufak bir dokunuşla daha canlı bakışlara ve dolgun göz temasına sahip olmak mümkündür. Kirpik perması olarak da adlandırılan, kirpik lifting uygulamasının tercih edilmesinin en temel sebebi de budur: Daha canlı bakışlar ve dolgun göz hatları…Neden kirpik lifting uygulaması yaptırmalısınız? Öncelikli sebepleriniz arasında seyrek ve zayıf olan kirpik yapınızdan kurtulmak yer alabilir. Ancak bununla beraber dolgun bakışlara sahip olmak ve canlı bir göz hattı için de tercih edebilirsiniz. Güzellikle ilgili kaygılar kirpik lifting uygulamasının tercih edilmesinde önemli bir nedeni teşkil ediyor. Özel toplantılarda dikkat çekmek, bakışlarınızla karşıdakini büyülemek ve hatta güzel göz renginizi daha da belirgin ve dikkat çekici hale getirmek için kirpik lifting uygulaması ideal bir yöntemi ifade ediyor…Böylelikle daha sağlıklı kirpiklere sahip olunabilmektedir…”*,

-“Protez Tırnak” başlığı altında; *“Yıllardır avrupa’da tırnak üzerine uyguladığı kalıcı french ve kalıcı makyaj uygulamaları ile tüm ilgiyi üzerine çeken ve Avrupa’da alanında bir numara olan Ruen clınıc, bu özel teknikleri Türkiye’ye de taşıdı.Ruen clınıc kalıcı french uygulamasının bayanların kendi tırnakları üzerine uygulandığını ve bir ay boyunca bozulmadan kalabildiğini söylüyor Avrupa’da 12 yıldır faaliyet gösteren Ruen clınıc getirdiği bu sistemle Türkiye’de ilk olma özelliği taşıyor.Eğer tırnak uzatamıyorsanız, ya da tırnak yeme probleminiz varsa, protez tırnak uygulaması sayesinde, ayda bir bakım yaptırarak, hayat boyu uzun tırnaklara sahip olabilir ve bu alışkanlıktan da böylece kurtulabilirsiniz…profesyonel tırnak teknisyenlerimiz tarafından, T.C Sağlık Bakanlığı onaylı ürünler ile en sağlıklı koşullarda hizmet verilmektedir…”*,

-“G5 Tedavisi” başlığı altında; *“…gözle görülür ciddi bir etki elde edilir…selülitle mücadele amaçlı daha etkili olarak kullanılabiliyor…eklemlerin yumuşatılması sonucunda çok daha rahat bir şekilde hareket edilmesine yardımcı olur…sindirim bozukluklarının giderilmesinde etkili olmaktadır…G5 Masajının Faydaları Nelerdir? Bölgesel Dolaşım, Ağrı giderme, Rahatlama, Fazla yağların yakılması, Cilt sıkılaştırma, Bölgesel zayıflama, Cildin esnekliğini sağlam, Toksin atma, Selülit oluşumunu engeller ve selüliti azaltır, Kemik yoğunluğunu arttırır, Zihinsel ve bimensal stresi azaltır.”*,

-“Karboksiterapi” başlığı altında; *“…Karboksiterapi doğal bir yenilenme gerçekleştirmesi bakımından etkili bir tedavi yöntemidir…Estetik alanında ise yeni sayılabilecek etkili bir tedavi yöntemidir…Bölgesel yağlanma olan bölgelerde başarılı bir şekilde kullanılmaktadır…Karboksiterapi vücudun her bölgesine güvenle uygulanabilir…etkiler gözle görülebilir hale gelmektedir…”*,

-“Kavitasyon” başlığı altında; *“…Lipomax (Kavitasyon) Avantajları Nerelerdir? Cildin doğal su ve sebum oranını dengelemek; böylece ciltte sivilcelenme, kuruma, kırışmanın önüne geçmek, gözeneklerin tıkanmasının önlenmesi ile ciltten toksinlerin atılımının devamının sağlanması. Kavitasyon kurtulmak istenilen, bel, karın, göbek, kol, kalça ve sırttaki çözülemeyen depo yağları parçalayıp, yerleşmiş bölgesel yağları öncelikle eritmek, selülitli bölgelerin görünümünü azaltmasına yardımcı olmak amacıyla kullanılan güçlü bir sistemdir. Kavitasyon makinensinin bir diğer özelliği de ayarı değiştirilerek güçlü ultrason dalgaları aynı zamanda cilt sıkılaştırması için fayda sağlamaktadır… Sonuç gerçekten yüz güldürücüdür. Mezuradaki rakamlar en az 2 maksimum 10 cm kadar azalmıştır…”*,

-“Lipostar” başlığı altında; *“…Lipostar Avantajları Nelerdir? Lipostar güvenilir kullanımı sayesinde yağ hücrelerini azaltmaya yardımcı bir sistemdir. Lipostar ile ilk seansta 12 cm’ye kadar incelme elde etmeniz mümkün olabilir. Düzenli seanslara devam edildiği takdirde, sonuçların kalıcı hale gelmesine destek olur. Lipostar uygulaması acısız ve ağrısız olarak yapılmaktadır. Lipostar yağları azaltma özelliğinin yanı sıra selülit tedavisine destek olarak kullanılmaktadır. Lipostar uygulamasında seans süreleri kısadır. İhtiyaca göre 20 dk – 50 dk arasında sürmektedir…Lipostar’ın yağları azaltma özelliği ile incelmenize yardımcı olmaktadır. Bunun için vücudunuzun durumunu analiz ederek size uygun programları sunacağız.”*,

-“Pasif Elektroterapi” başlığı altında; *“…aynı zamanda selülit tedavisi için de kullanılabilinen son model bir zayıflama tekniğidir…12. kürden itibaren müthiş bir zayıflama etkisi göstermektedir. 25. kür e gelindiğinde ortalama olarak bir liposakşın ameliyatı yapmış kadar bölgesel zayıflama ve yağ eritme başarısını göstermiş oluyorsunuz…”*,

-“Saç Analizi” başlığı altında; *“…saç analiz işlemi 5 dk gibi kısa bir sürede tamamlanır.”*,

-“Saç Botoks” başlığı altında; *“…Saç dökülmesinde uyguladığımız ve başarılı sonuçlar alınan Saç Mezoterapisi ve Saç GRP’si işlemleri botoks uygulaması ile kombine edildiğinde etkinlikleri %100’e kadar artıyor…Kadın ve erkek saç dökülmesi problemi yaşayan herkese güvenle uygulanabilir.”*,

-“Saç Ekimi” başlığı altında; “*Sağlıklı güzelliğin adresi estethica, tüm uygulamalarında olduğu gibi saç ekimini de dünyadaki en yeni ve en yenilikçi yöntemlerle gerçekleştirmektedir. Saç, bıyık, sakal ve kaş ekimi; merkezlerimizde modern yöntemlerle başarıyla uygulanmaktadır. Bu alandaki en yenilikçi uygulamalardan biri, ülkemizde öncüsü olduğumuz perkutan tekniğidir…Başta Amerika olmak üzere, dünyada sayılı klinikte uygulanan özel bir tekniktir…2-3 gün gibi kısa bir süre sonra iyileşir ve yara izi (skar) kalmaz…sağlıklı doku ve çok düşük düzeyde yara izi…Perkutan tekniğinin en önemli avantajlarından biri de “doğal sonuç” sağlamasıdır…Saç ekiminde “doğal” ve “başarılı” sonuçlar için ekilen saç kökü yoğunluğu da çok önemlidir. Saç kökü yoğunluğu, uygulamanın başarısını ve kalitesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir…doğal görünüm garantili…Özellikle risk almayı sevmeyen ve kaliteli sonuç almak isteyen konuklarımızın saç ekiminde de estethica’yı tercih etmesini sağlayan perkutan tekniği, başta Amerika olmak üzere sadece dünyadaki seçkin kliniklerde uygulanmaktadır. Tek seansta, 5.500’e varan greft (yaklaşık 12.500 - 15.000 saç kökü) ekimi yapabildiğimiz ve ülkemizde öncüsü olmaktan gurur duyduğumuz perkutan tekniği, özellikle yurt dışından gelen bilinçli konuklarımızın tek tercihi olarak öne çıkmakta, firesiz ve risksiz saç ekimine olanak sağlamaktadır. 5-8 saat süren ağrısız ve acısız uygulamadan sonra bir gün dinlenme önerilir ve ertesi gün sosyal yaşama dönülebilir. Ekilen saçlar 3. aydan itibaren çıkmaya başlar ve en geç 1 yıl sonra saçların tamamı çıkar. Siz sıradan saç ekimini beğenmezsiniz… Saçlarınıza doğru açıların verilebildiği, yoğun saç sıklığının sağlanabildiği, doğal ve başarılı sonuçların elde edildiği ve birkaç gün içinde sosyal hayata dönebildiğiniz saç ekiminde, sağlıklı güzelliğin adresinde buluşalım!”* gibi ifadelere yer verildiği,

Bununla birlikte kuruluşa ait tanıtımlarda kuruluşun isminin “Ruen Clinic” olarak nitelendirilerek kuruluşun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde muhtelif başlıklar altında tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere (enjeksiyon vb.) 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 Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında 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 **Ruen Clinic** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2017/2976**

**Şikayet Edilen: Ali DOĞAN (Aris İstanbul Çukurambar VIP Güzellik ve Bakım)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Aris İstanbul Cukurambar Vip Güzellik & Bakim”kullanıcı isimli sayfanın 26.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Buz Epilasyon, Nd:yag Lazer, Kimyasal Peeling”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ayrıca, *“Dermapen:Akne ve oluşturduğu izlerinin tedavisi, çatlak tedavisinde, skar (kötü yara iyileşmesi) tedavilerinde, siğil tedavisinde...Apuapeel:Düzenli uygulamada lekeleri gidermeyi, kırışıklıkları açmayı, ciltteki sebumu dengelemeyi ve problemleri ortadan kaldırmayı vaat ediyor...”* gibi ifadelere yer verilerek tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “akne, çatlak, skar, leke” gibi rahatsızlıkların tedavisinin tıbbi olmayan yöntemlerle gerçekleştirildiğinin ifade edildiği,

[www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “ariscukurambarvip”kullanıcı isimli sayfanın 26.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Buz Epilasyon, Buz Lazer”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ayrıca, *“Diyetisyen Büşra Altınkaynak ücretsiz ön görüşmeler için ariscukurambarvip de sizleri bekliyor. Diyetisyenimiz Büşra Altınkaynak'la saat 18:30'da canlı yayındayız tüm sorularınızı bekliyoruz”* gibi ifadelere yer verilerek güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşta “diyetisyenlik” hizmeti sunulduğunun belirtildiği; ayrıca, *“Sadece yüz değil boyun, ense, sırt ve kollarda akne skar izleriniz, renk eşitsizlikleriniz, lekeleriniz varsa dermapenle son bulur...Hangi işlem yapıldı sanırım sivilce lekeleri bende size leke için gelmek istiyorum:Dermapen efendim bekliyoruz”* gibi ifadelere yer verilerek tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “akne, skar, leke” gibi rahatsızlıkların tedavisinin tıbbi olmayan yöntemlerle gerçekleştirildiğinin ifade edildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Aris Çukurambar Vip, Aris Çukurambar Vip Güzellik ve Bakım” 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 “*Aris Çukurambar Vip, Aris Çukurambar Vip Güzellik ve Bakım*” olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “Aris İstanbul Cukurambar Vip Güzellik & Bakim”kullanıcı isimli sayfanın 26.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Buz Epilasyon, Nd:yag Lazer, Kimyasal Peeling”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ayrıca, *“Dermapen:Akne ve oluşturduğu izlerinin tedavisi, çatlak tedavisinde, skar (kötü yara iyileşmesi) tedavilerinde, siğil tedavisinde...Apuapeel:Düzenli uygulamada lekeleri gidermeyi, kırışıklıkları açmayı, ciltteki sebumu dengelemeyi ve problemleri ortadan kaldırmayı vaad ediyor...”* gibi ifadelere yer verilerek tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “akne, çatlak, skar, leke” gibi rahatsızlıkların tedavisinin tıbbi olmayan yöntemlerle gerçekleştirildiğinin ifade edildiği,

[www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “ariscukurambarvip”kullanıcı isimli sayfanın 26.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Buz Epilasyon, Buz Lazer”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ayrıca, *“Diyetisyen Büşra Altınkaynak ücretsiz ön görüşmeler için ariscukurambarvip de sizleri bekliyor. Diyetisyenimiz Büşra Altınkaynak'la saat 18:30'da canlı yayındayız tüm sorularınızı bekliyoruz”* gibi ifadelere yer verilerek güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşta “diyetisyenlik” hizmeti sunulduğunun belirtildiği; ayrıca, *“Sadece yüz değil boyun, ense, sırt ve kollarda akne skar izleriniz, renk eşitsizlikleriniz, lekeleriniz varsa dermapenle son bulur...Hangi işlem yapıldı sanırım sivilce lekeleri bende size leke için gelmek istiyorum:Dermapen efendim bekliyoruz”* gibi ifadelere yer verilerek tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen “akne, skar, leke” gibi rahatsızlıkların tedavisinin tıbbi olmayan yöntemlerle gerçekleştirildiğinin ifade edildiği,

Ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi”* gibi hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının 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, 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 **Ali DOĞAN (Aris İstanbul Çukurambar VIP Güzellik ve Bakım)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2017/4258**

**Şikayet Edilen: Murat IŞIKSAL (Roos Davin Estetik ve Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “roosdavin”kullanıcı isimli sayfanın 27.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Botox, Dolgu, Örümcek Ağı Estetiği, Akne-Leke-Cilt Yenileme Tedavisi, Selülit Tedavisi, Prp, Kök Hücre Tedavisi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlendiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin “*Roos Davin Estetik ve Güzellik*” olarak nitelendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında 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 “Roos Davin Estetik ve Güzellik” olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; dolayısıyla, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.instagram.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “roosdavin”kullanıcı isimli sayfanın 27.02.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Lazer Epilasyon, Botox, Dolgu, Örümcek Ağı Estetiği, Akne-Leke-Cilt Yenileme Tedavisi, Selülit Tedavisi, Prp, Kök Hücre Tedavisi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlendiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu;

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Murat IŞIKSAL (Roos Davin Estetik ve Güzellik)** 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.

**31)**

**Dosya No: 2017/4260**

**Şikayet Edilen: Ocm Güzellik Sağlık Estetik Medikal Tur. Hizm. Ltd. Şti. (Doğalife Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogalife.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görümünde; *“Diyetisen, Alexandrite-Diod-NdYag Epilasyon, Burun Estetiği, Saç Ekimi, Göğüs Estetiği, Karın Germe, Kulak Estetiği, Liposuction, Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Varis Tedavisi, Botoks, Dolgu, Estetik Cerrahi, Fue Yöntemi ile Saç Ekimi, Kavitasyon, Somon Dna Aşısı, Kılcal Damar Tedavisi, Kimyasal Peeling, Burun Estetiği Ameliyatı, Gamze Ameliyatı,Göz Kapağı Estetiği, Kepçe Kulak Ameliyatı, Meme Estetiği, Yüz Estetiği”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

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

Bununla beraber; [www.dogalife.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görümünde; *“Diyetisen, Alexandrite-Diod-NdYag Epilasyon, Burun Estetiği, Saç Ekimi, Göğüs Estetiği, Karın Germe, Kulak Estetiği, Liposuction, Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Varis Tedavisi, Botoks, Dolgu, Estetik Cerrahi, Fue Yöntemi ile Saç Ekimi, Kavitasyon, Somon Dna Aşısı, Kılcal Damar Tedavisi, Kimyasal Peeling, Burun Estetiği Ameliyatı, Gamze Ameliyatı,Göz Kapağı Estetiği, Kepçe Kulak Ameliyatı, Meme Estetiği, Yüz Estetiği”* 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, bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu;

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ocm Güzellik Sağlık Estetik Medikal Tur. Hizm. Ltd. Şti. (Doğalife Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** cezaları verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2017/4261**

**Şikayet Edilen: Lazerci Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Estanbul Estetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.estanbulestetik.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.estanbulestetik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görümünde; *“Diyetisen, Lazer Epilasyon, Check-Up, Kimyasal Peeling, Cryoterapi, Candela, Diode, Burun Estetiği, Göğüs Estetiği, Karın Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Kalça Şekillendirme, Kepçe Kulak, Kol ve Bacak Şekillendirme, Kol Germe, Lazer Lipoliz, Liposuction, Saç Ekimi, Vajina Daraltma, Yağ Enjeksiyonu, Yüz Estetiği, Yüz Germe, Kavitasyon, Selülit Tedavileri”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “ESTANBULESTETİK”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Botoks, Diyetisyen, Saç Ekimi, Prp, Burun Estetiği, Dolgu, Gençlik Aşısı, Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Estetik Cerrahi, Mezoterapi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı ifadeler ile fiyat bilgilerine yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “estanbulestetikpendik”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Botoks, Dolgu, Lazer Epilasyon, Prp, Liposuction, Ameliyatsız Yüz Germe, Gençlik Aşısı, LAzer Epilasyon”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı ifadeler ile fiyat bilgilerine yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin “Estanbul 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 “*Estanbul Estetik*” olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; dolayısıyla, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; [www.estanbulestetik.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.estanbulestetik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görümünde; *“Diyetisen, Lazer Epilasyon, Check-Up, Kimyasal Peeling, Cryoterapi, Candela, Diode, Burun Estetiği, Göğüs Estetiği, Karın Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Kalça Şekillendirme, Kepçe Kulak, Kol ve Bacak Şekillendirme, Kol Germe, Lazer Lipoliz, Liposuction, Saç Ekimi, Vajina Daraltma, Yağ Enjeksiyonu, Yüz Estetiği, Yüz Germe, Kavitasyon, Selülit Tedavileri”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “ESTANBULESTETİK”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Botoks, Diyetisyen, Saç Ekimi, Prp, Burun Estetiği, Dolgu, Gençlik Aşısı, Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Estetik Cerrahi, Mezoterapi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı ifadeler ile fiyat bilgilerine yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “estanbulestetikpendik”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Botoks, Dolgu, Lazer Epilasyon, Prp, Liposuction, Ameliyatsız Yüz Germe, Gençlik Aşısı, LAzer Epilasyon”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı ifadeler ile fiyat bilgilerine yer verildiği ve bu hizmetlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere 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, bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere ve görsellere 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lazerci Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Estanbul Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** cezaları verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2017/4263**

**Şikayet Edilen: Zehra GÖZEN (Zehra Akgül Estetik ve Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.shinenailplus.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 26.02.2018 tarihli görünümünde; *“Ütüleme Sistem Lazer Epilasyon”* başlığı altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

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

Bununla beraber; [www.shinenailplus.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.scherieclub.com) adresli internet sitesinin 26.02.2018 tarihli görünümünde; *“Ütüleme Sistem Lazer Epilasyon”* başlığı altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen bu hizmete yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer vermesinin ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2017/4264**

**Şikayet Edilen: Joy Estetik Medikal Tic. Ltd. Şti. (Bgm Estetik Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bgmestetik.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.begmestetik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görünümü ile [www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “BGM Estetik”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Diode Lazer Epilasyon, Lazer Epilasyon, Mezoterapi”*gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgiler ile bu hizmetlere ilişkin olarak fiyat bilgilerine yer verildiği;

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

Bununla beraber; [www.bgmestetik.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.begmestetik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görünümü ile [www.facebook.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “BGM Estetik”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“Diode Lazer Epilasyon, Lazer Epilasyon, Mezoterapi”*gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgiler ile bu hizmetlere ilişkin olarak fiyat bilgilerine 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 ifadelerle fiyat bilgisine 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, 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 **Joy Estetik Medikal Tic. Ltd. Şti. 8Bgm Estetik Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2017/4265**

**Şikayet Edilen: Hediye ÇAKAR (Hediye Çakar Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.giftmakeup.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görünümünde; kuruluşun isminin “GiftMakeup Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 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*“GiftMakeup Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hediye ÇAKAR (Gift Make Up Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2017/4268**

**Şikayet Edilen: Özlem ATAŞ (Black White Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.blackwhiteguzellik.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.blackwhiteguzellik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görünümünde; *“Kavitasyon, Selülit Tedavisi, Dolgu, Botoks, Örümcek Ağı Estetiği, Hcg Aşı Diyeti, Doğum Lekesi Tedavisi, Estetik, Lazer Epilasyon, Akne Tedavisi, Mezoterapi, Leke Tedavileri, Ben ve Çil Tedavisi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “BlackWhite Güzellik Salonu”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Botoks, Dolgu, Örümcek Ağı, Mezoterapi, Prp, Akne-Doğum Lekesi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmetlere ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; [www.blackwhiteguzellik.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.blackwhiteguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan "Hakkımızda" başlığı altında; kuruluşun isminin “Blackwhite 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 hariç tıbbi 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 [www.blackwhiteguzellik.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.blackwhiteguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan "Hakkımızda" başlığı altında; kuruluşun isminin “Blackwhite 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.blackwhiteguzellik.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.blackwhiteguzellik.com) adresli internet sitesinin 05.03.2018 tarihli görünümünde; *“Kavitasyon, Selülit Tedavisi, Dolgu, Botoks, Örümcek Ağı Estetiği, Hcg Aşı Diyeti, Doğum Lekesi Tedavisi, Estetik, Lazer Epilasyon, Akne Tedavisi, Mezoterapi, Leke Tedavileri, Ben ve Çil Tedavisi”* gibi başlıklar altında kuruluşta sunulan hizmete ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “BlackWhite Güzellik Salonu”kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2018 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Botoks, Dolgu, Örümcek Ağı, Mezoterapi, Prp, Akne-Doğum Lekesi”* 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 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, 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 ATAŞ (Black White Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** cezaları verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No:** 2017/1889

**Şikayet Edilen:** **Pırlanta Popüler Güzellik Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://pirlantaguzellik.com> adresli internet sitesinin 02.11.2017 tarihli görünümünde; kuruluşun “*Pırlanta Güzellik Merkezi*”, “*Pırlanta Estetik ve Güzellik”* ve “*Pırlanta Güzellik”* olarak isimlendirildiği, “*Hizmetlerimiz*” başlığı altında; “*Lazer Epilasyon, Mezoterapi, Leke Tedavisi, Selülit Tedavisi*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ana sayfasında; *“Anti Age Programlar, Lazer Epilasyon, İğneli Epilasyon, Cilt Bakımı, Bölgesel Zayıflama, Leke Tedavisi, Selülit Tedavisi… Alanında profesyonel ekibimiz ve son teknoloji cihazlarımız ile müşterilerimize gerçek anlamda profesyonel bir hizmet sunarken, kendilerini evlerinde gibi rahat hissetmeleri için her detayı düşünüyoruz…”, “İncelme ve Sıkılaşma… Doğal ve Hızlı Güzelliğe kavuşmayı deneyimleyin…”, “Dünyadaki tüm kadınların ortak hayali olan pürüzsüz ve güzel bir vücut. Bayanların büyük çoğunluğu selülit ve bölgesel kilo problemlerine yönelik olarak ameliyatsız, ağrısız, ekonomik, etkin ve uzun süreli çözümler arıyor. Selülitlerin azaltılması veya yok edilmesi, bölgesel fazlalıkların giderilmesi, derinin yapısında düzelme, cilt sıkılaşması, vücudun şekillendirilmesi ve hafif derecedeki kasağrılarında iyileşme müşterilerimizin en kısa sürede aldığı sonuçlardan bazılarıdır… Cerrahisiz, ağrısız, rahat ve iş kaybına neden olmadan çözüm arayanların tercihi… Pırlanta Güzellik…”,*“*Güzellik Sırrınız*” başlığı altında; *“Bakırköy Lazer Epilasyon merkezimiz ve Levent Lazer Epilasyon merkezimiz ile 2010 dan bu yana hizmetinizdeyiz.. Teknolojik donanımlı, temizlik ve hijyenin en üst seviyede gözetildiği, konforlu ve modern ortamda tüm müşterilerimizin kendini iyi ve özel hissetmesi sağlanmaktadır. İçinizdeki güzelliği ortaya çıkarmak için sadece “değişim başlasın” demeniz yeterlidir. Sağlık ve güzellik alanındaki yaşam ortağınız olarak Pırlanta Güzellik’te her zaman kendinizi güvende hissedeceksiniz. Sağlık, Güzellik sektöründe dünyadaki sektörel gelişimleri takip ederek bilinçli, standart, kaliteli ve kalıcı hizmet üretmek, misafirlerimize zengin tecrübemiz ve titizliğimizi birleştirerek sağlıklı güzelleştirmeye yönelik hizmetler sunarak müşteri memnuniyetini maksimum düzeye çıkarmak ve onlarla birlikte büyümek en önemli misyonumuzdur.”,* “*Kurumsal*” başlığı altında; *“Pırlanta Güzellik, mevcut personeli ve kurumsal yapısı ile faaliyet gösterdiği sektörde her zaman çağdaş, öncü, saygın ve güvenilir bir kuruluş olduğunu ispatlamıştır. Deneyimli ve donanımlı personelinin yanı sıra Pırlanta Güzellik, her sene çok sayıda mezuna da geniş bir yelpazede iş imkânı ve kariyer fırsatı sunmaktadır. Pırlanta Güzellik, “En değerlimiz: İNSAN” politikasını her kademede benimsemiş yönetim kadrosuyla, çalışanlarına sağladığı sosyal, sağlıklı ve modern çalışma ortamıyla, uzun vadeli ve aile sıcaklığında çalışmak isteyenlerin özellikle tercih ettiği bir güzellik merkezidir…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No:** 2017/1890

**Şikayet Edilen: Riwana Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://tr-tr.facebook.com/G%C3%BCzellik-ve-bak%C4%B1m-52060384836846/> adresli internet sitesinde yer alan tanııtmlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun*“Riwana Güzellik, Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, *“Merkezimizde uygulanan kalıcı cilt bakım tedavisi ile güneş lekeleri kırışıklar toparlama gerdirme kaz ayakları renk tonu ayarlama gözenek darlaştırma akne sivilce izleri gözaltı torbaları mimik kırışıkları hepsini aynı anda yapan mextecion tedavisinde 60 saniyede ince çizgileri kapatan 45 dakikada cilt gerilmesini sağlayan % 95 sonuç ile sizleri 10 yaş gençleştiriyoruz.. Garanti ediyoruz İşlem öncesi ve sonrası resimler ve detaylı bilgi için lütfen merkezimizi arayarak danışa bilirsiniz…”, “2015 Sezonu kış dönemi için indirimli paket satışlarımız başlamıştır.%40 indirimlerle Lazer Epilasyon, Cilt Bakımı ve Zayıflama paketlerinde hakkında detaylı bilgi için lütfen uzmanlarımıza danışa bilirsiniz… İletişim :(0212) 571 55 94-95 Bakırköy / İSTANBUL… Kalite Asla Tesadüf Değildir...”, “Patron çıldırdı..!!!!!!!!! Merkezimize 2 arkadaşın ile gelip kayıt yapan herkese 12 seans tüm vücut lazer epilasyon 990 TL. Bu riwana güzellik merkezi tüm tüylerinizi kökten bitirir. iddaaya var mısınız? renk ayırt etmeyen sarı tüyleri hatta ayva tüyleri bile görebilen 3 seansta 0%90 dökülme sağlayan lazer epilasyon cihazımızla hizmetinizdeyiz. Sizde bu kampanyadan yararlanmak için 0212 571 55 94-95 nolu telefondan randevu oluşturup başlaya bilirsiniz. iyi günler dileriz. Not: Epilasyonunuzun yarıda kalmasını istemiyorsanız gideceğiniz kuruluşlara çok dikkat ediniz.”, “Riwana güzellikte yaza giriş nedeni ile yaz kış Yapılabilen lazer Epilasyon kampanyamızdan yararlanmak için her aldığınız bölge için indirim kuponunda (q4747) kaç rakam varsa her Seçtiğiniz bölge için (%20) indirim yapılacaktır. Sarı, siyah, kızıl, açık ton, koyu ton, renk ayırt etmeyen ayva tüyleri bile görebilen 2015 yeni epilasyon cihazımızla hizmetinizdeyiz. İyi günler dileriz. Hiç çekinmeden telefonla arayarak detaylı bilgi alabilirsiniz. Randevu oluşturabilirsiniz.”,* “*Merhabalar… Merkezimizde epilasyona başlayan müşterilerimize çekilişle beyaz eşya veriyoruz. Vermezler demeyin siz isteyin biz verelim. Atasözü: Başkaları yararına iyi bir şey yapmak görev değil, zevktir. Çünkü sizin sağlık ve mutluluğunuzu artırır.”* gibi ifadelere ve tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisine verilerek kampanyalar 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 Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2017/1892**

**Şikayet Edilen:** **Lady** **Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/ladyestetik/> adresli internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde, kuruluşun*“Lady Estetik ve Güzellik Merkezi”* ve *“Lady Estetik”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**40)**

**Dosya No: 2017/1894**

**Şikayet Edilen:** **Viktoria Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.victoriaguzellik.com/> ve [https://tr-tr.facebook.com/ Victoria-G%C3%BCzellik-Merkezi](https://tr-tr.facebook.com/%20Victoria-G%C3%BCzellik-Merkezi) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2017, 01.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.victoriaguzellik.com/> adresli internet sitesinin 30.11.2017 ve 01.12.2017 tarihli görünümlerinde; kuruluşun *“Viktoria Güzellik Merkezi, Viktoria Güzellik, Viktoria Güzellik Dünyası”* şeklinde isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “*Lazer epilasyon*” işleminin bulunduğu, “*Hizmetlerimiz*” başlığı altında; *“Diode (Ütüleme Sistemi Lazer Epilasyon)… İstenmeyen tüylerinizden kurtulmak için her yolu denediniz, ama başarılı olamadınız mı? O zaman tüm dünyada kullanılmaya başlanılan etkili ve acısız lazer epilasyon yöntemi olan yeni jeneresyon ütüleme sitem lazer epilasyonu ESTETECH'de denemenizin tam zamanı!”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Lazer kampanya”* başlığı altında; *“Victoria Lazer Epilasyon Kampanyası… Dikkat! Gerçek cihazla tam profosyonel uygulama ile deneme seansı değil test atışı değil. 1 seans istediğiniz her hangi bir bölge lazer epilasyon sadece 29tl”* ifadeleriyle fiyat bilgisi de verilerek tıbbi bir işleme yönelik kampanya düzenlendiği, <https://tr-tr.facebook.com/Victoria-G%C3%BCzellik-Merkezi> adresli internet sitesinin 30.11.2017 tarihli görünümünde;kuruluşun *“Viktoria Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2017/1284**

**Şikayet Edilen:** **Nil DOĞANDEMİR (Elin Epilasyon Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/Elin-Epilasyon](http://www.facebook.com/Elin-Epilasyon) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com)adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2017, 27.10.2017, 02.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitelerinde kuruluşun “*Elin Epilasyon*” olarak isimlendirildiği,

[www.facebook.com/Elin-Epilasyon](http://www.facebook.com/Elin-Epilasyon) adresli internet sitesinin 24.02.2017, 27.10.2017 ve 02.11.2017 tarihli görünümünde; “*Lazer epilasyon, Kavitasyon, Kimyasal Peeling…Estetik danışmanlığı; botoks tedavisi için en uygun bölgeler kaş arası, göz çevresi ve alındır. Ayrıca, yüz, dudak ve boyun bölgesindeki kırışıklıklar için ve kaş kaldırma operasyonlarında da botoks tedavisi uygulanabilmektedir. Dolgu ve botoks ile ilgili merak ettiğiniz her şey ücretsiz ön görüşme randevunuzu alın.* *İstenmeyen tüylere son. 5 seans alana + 3 seans hediye! Bu hafta sonu kendinize bir güzellik yapmaya, epilasyona başlamaya ne dersiniz? Hem de 5 seans alanlara 3 seans da bizden hediye!! Haydi randevunuzu alın, epilasyon yaptırmayan kalmasın. Randevu: 0 232 348 36 36. Hadi kızlar 2015’e elveda derken tüm kırışıklıklara ve yaşlanma belirtilerine son veriyoruz. 2016’ya yaş almadan, zamanı durdurarak girmek isteyenler randevularınızı alın. 0232 348 36 36”* gibi ifadelere ve görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 27.10.2017 tarihli görünümünde; *“İstenmeyen tüylere son. 5 seans alana + 3 seans hediye. İstenmeyen tüylere son 1 seans kol altı epilasyon hediye!”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**42)**

**Dosya No: 2017/2041**

**Şikayet Edilen: Erzurum Araş. Yay. İnş. Taah. İnş. Malz. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “ANC TV” logolu televizyon kanalında “*Safranlı Himalaya Şekeri”* adlı takviye edici gıdaya yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.12.2016 tarihinde 18:06:49-18:35:44 saatleri arasında “ANC TV” logolu televizyon kanalında “*Safranlı Himalaya Şekeri”* adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında; ekranda durağan yazı olarak, *“Safranlı Himalaya Şekeri. Ağız, mide ve bağırsak sıkıntılarına etkili ürün. Sipariş hattı, 0212 945 37 27. 29.90 TL + Kargo.”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Şeker kullanmak istemeyenler, diyet yapanlar, şişkinlik sıkıntısı yaşayanlar, çok çay içenler. İşte size kilo aldırmayan şeker. Ağız ve diş eti yaralarından şikayetçi olanlar, öksürük nöbeti tutanlar, gazı ve şişkinliği olanlar. Lütfen dikkat, işte size muhteşem doğal çözüm. Safranlı Himalaya Şekeri. Ağız yaraları ve ağız kokusuna, mide bağırsak sıkıntılarına dur diyeceksiniz. Ağız yaralarınızdan hemen kurtulun. Unutmayın bu ürün kimyasal değil ünlü uzman hocaların önerdiği ağız ve diş yaralarına etkili, mide ve bağırsaklarınızı rahatlatan binlerce dönüm safran bitkisinin çiçeklerinin özünden elde edilmiş bir formüldür. Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tavsiye ediyor. Gaz gidericidir, sindirimi kolaylaştırır, bağışıklık sistemini kuvvetlendirir…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15.12.2016 tarihinde 18:06:49-18:35:44 saatleri arasında ANC TV adlı televizyon kanalında “Safranlı Himalaya Şekeri” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında; 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 söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinde, *“(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)”* hükmünün yer aldığı, buna göre, inceleme konusu reklamlarda, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülere yer vermek suretiyle firma tarafından tanıtımı yapılan ürünlerin Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, söz konusu görüntülerin montaj yoluyla firma reklamına uyarlandığı, dolayısıyla söz konusu reklamda Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu’na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye niteliğinde ifadelere yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici nitelikte olduğu,

Bu itibarla, 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,

- 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, 16, 26/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erzurum Araş. Yay. İnş. Taah. İnş. Malz. Tur. Tic. ve San. 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.

**43)**

**Dosya No: 2017/2057**

**Şikayet Edilen: Şuayip ŞAHİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından “Maya TV”logolu televizyon kanalında “*Dr. Power 4’lü Set*” adlı ürün setine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 07.01.2017 tarihinde 18:31:23-18:45:29 saatleri arasında “Maya TV” logolu televizyon kanalında “*Dr. Power 4’lü Set”* adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında;ekranda durağan yazı olarak, *“Dr. Power, Türkiye’de bir ilk! İade Garantili. Enine boyuna 8 cm. Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül, Dr. Power Geciktirici Sprey, Dr. Power Bayan İstek Arttırıcı Damla, Dr. Power Büyütücü Tablet. 8 haftada 8 cm büyüme. 0212 925 11 00…”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“ Dr. Power 4’lü Set, evet mutluluk seti. Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül, Dr. Power Geciktirici Sprey, Dr. Power Bayan İstek Arttırıcı Daml ve Dr. Power Büyütücü Tablet. Dört farklı ürün, her bir ürünün özelliği bir diğerinden çok farklı. Öncelikle Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül’den bahsetmek istiyorum sizlere, Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül’le gücünüze güç katacaksınız. Dr. Power enerji verir, afrodizyak etki yapar, cinsel gücünüzü performansınızı öyle bir arttırır öyle bir arttırır ki artık kendinizi zapt edemeyecek hale gelirsiniz… 5 dakika içinde hazır hale getiriyor, öyle yarım saat, bir saat beklemek yok. Güzel kardeşim kullanıyorsun 5 dakika sonra hazır olda bekliyorsun. Dr. Power Geciktirici Sprey, spreyin zaten adı üstünde geciktirici. Erken boşalmayı önlüyor, ilişkinizin daha uzun süre daha canlı heyecanlı doyumsuz uzun süreli bir ilişki sunuyor size. Geciktirici sprey 45 dakika ilişkinizin süresini uzatıyor ve bunun dışında Bayan İstek Arttırıcı Damla. Bayanlar her zaman gününde olmuyor. Erkekler istekli oluyor ama bayan istekli olmuyor. Ne yapacaksın, bir kopukluk oluyor. İşte bu noktada bayanları da düşündük, bayan istek arttırıcı damla, meyve suyu, kahve, çay. Herhangi bir içeceğin içine 2-3 damla damlattığınız zaman kullanan bayan yerinde duramaz. Renk değişikliği tat değişikliği yapmaz. Kullanan bayan 5 dakika içinde hazır olda bekler. Evet doyumsuz birliktelikler için Dr. Power Büyütücü Tablet. Kardeşim hem enine hem boyuna büyüyeceksin. Bakın sadece 8 haftada 8 cm kalıcı büyüme sağlıyor. Evet kalıcı geçici değil. 8 haftada 8 cm büyüme garantisi veriyoruz… Dr. Power, bakın Amerika’dan Türkiye’ye getirdik, Amerikan malıdır, ilaç değildir, doğal bitkisel. Ne tür hastalığınız olursa olsun, kullanabilirsiniz, yan etkisi yoktur. İçiniz rahat olsun, 18 yaşından 80 yaşına kadar herkes kullanabilir… Dr. Power Performans arttırıcı kapsül, bütün gece sizi dimdik ayakta tutacak, sertleşme sağlıyor, dikleştirici özelliği var…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Dr. Power 4’lü Set*” adlı ürün setine yönelik olarak 07.01.2017 tarihinde 18:31:23-18:45:29 saatleri arasında “Maya TV” logolu televizyon kanalında yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında, Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül, Dr. Power Bayan İstek Arttırıcı Damla ve Dr. Power Büyütücü Tablet adlı takviye edici gıdalara ilişkin 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 ürünlerle 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, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların ilgili şahıs tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bununla birlikte, Dr. Power Geciktirici Sprey adlı kozmetik ürüne yönelik tanıtımlarda yer alan endikasyon belirten ifadelerin ise ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların ilgili şahıs tarafından 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 söz konusu reklam ve tanıtımların,

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

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddeleri,

- 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, 26/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şuayip ŞAHİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070 TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2018/924**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 01.10.2017-31.01.2018 tarihleri arasında düzenlenen “*2 Altın Kapak Getirene Neon Cam Bardak Hediye*” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2017 – 27.12.2017

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

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen “2 Altın Kapak Getirene Neon Cam Bardak Hediye” başlıklı promosyon kampanyasına ait reklam afişlerinde; *“2 Altın Kapak Getirene Neon Renkli Cam Bardak Hediye”* ana vaadi ile birlikte ana vaadin istisnası olarak reklam afişinin alt bölümüne konumlandırılmış dipnot içerisinde; *“Promosyonlu altın renkli kapaklı ve kapağının içinde ‘2 Kapağa 1 Bardak Hediye’ yazısı bulunan Coca-Cola Orijinal Tat 2,5 L PET ve Coca-Cola Zero 2,5 L PET şişe ürünlerinin kapaklarından 2 (iki) adet toplayıp promosyona katılmakta ve ilgili ürünlerin dağıtımını yapmakta olan bir satış noktasına götürerek kazandığınız 1 (bir) adet neon renkli cam bardak hediyenizi alabilirsiniz. ‘Coca-Cola Neon Renkli Cam Bardak Promosyonu’ kurallarının tümünü, promosyonlu altın renkli kapaklı Coca-Cola Orijinal Tat 2,5 L PET ve Coca-Cola Zero 2,5 L PET şişe etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından, Coca-Cola İletişim Merkezi’nin 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı hatlarından ve* [*www.coca-cola.com.tr*](http://www.coca-cola.com.tr) *internet sitesinden öğrenebilirsiniz. Bu promosyon, 31 Ocak 2018 tarihine kadar ve T.C. sınırları içinde geçerlidir. Bu promosyon uygulama gereği M.P.İ. izni kapsamı dışında olup Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenmektedir. Promosyondan yararlanmak isteyen herkes bu kuralları kabul etmiş sayılır.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“2,5 Litrelik Coca-Cola şişelerindeki altın renkli kapaklardan iki tane getirene Neon Renkli Paşabahçe Cam Bardaklar Hediye. Sizin evde Coca-Cola var mı?”* sesli ifadelerinin yanı sıra, ana vaadin istisnası olarak alt yazı içerisinde, *“Promosyon kurallarının tümünü promosyonlu altın renkli kapaklı Coca-Cola Orijinal Tat ve Coca-Cola Zero 2,5 L Pet şişe etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından, 444 30 40 veya 0850 201 30 40’den ve www.coca-cola.com.tr’den öğrenebilirsiniz. 1 Ekim 2017-31 Ocak 2018 tarihleri arasında T.C. sınırları içinde geçerlidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ayrıca kampanya koşulları içinde, *“Satış noktaları bu promosyona kendi inisiyatifleri ile katılmakta olduğundan Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tüm satış noktalarının promosyona katılacağını garanti etmemektedir ve bu konuya ilişkin herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Hediye edilen neon renkli cam bardağın resmi, promosyonlu Coca-Cola Orijinal Tat 2,5L PET ve Coca-Cola Zero 2,5L PET şişe ürünlerinin etiketleri üzerinde yer almaktadır.”* şeklinde bir bilgilendirmeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 01.10.2017-31.01.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen *“2 Altın Kapak Getirene Neon Cam Bardak Hediye*”başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilere 2,5 Litrelik Coca-Cola Orijinal Tat ve Coca-Cola Zero altın renkli kapaklarından 2 adedini satış noktalarına teslim etmeleri karşılığında hediye cam bardak verileceğinin vaat edildiği ve kampanyaya katılımın firma tarafından 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 şikayetleri ile internet mecrasında yer alan diğer tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin altın renkli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye bardakları temin edemedikleri, hediye ürünlerin firma tarafından satış noktalarına gönderilmediği, bazı durumlarda satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri veyahut da bir çok satış noktasının kampanyaya katılmadığının anlaşıldığı, ayrıca inceleme konusu promosyon kampanyasına ilişkin olarak internet mecrasında yer alan çok sayıda tüketici şikayetinin varlığı ve söz konusu tüketici şikayetlerinin ülkemizin çeşitli illerinden yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda, yaşanan durumun Türkiye çapında yaygın bir sorun haline geldiği ve ülkemizin muhtelif bölgelerinden çok sayıda tüketicinin mağduriyetine sebebiyet verdiği, dolayısıyla söz konusu kampanyanın firma tarafından vaat edildiği şekilde yerine getirilmediğinin değerlendirildiği,

Bu kapsamda, anılan reklam kampanyasına ait basılı materyallerde, her ne kadar, ana vaadin istisnası olarak, *“Promosyonlu altın renkli kapaklı ve kapağının içinde ‘2 Kapağa 1 Bardak Hediye’ yazısı bulunan Coca-Cola Orijinal Tat 2,5 L PET ve Coca-Cola Zero 2,5 L PET şişe ürünlerinin kapaklarından 2 (iki) adet toplayıp promosyona katılmakta ve ilgili ürünlerin dağıtımını yapmakta olan bir satış noktasına götürerek kazandığınız 1 (bir) adet neon renkli cam bardak hediyenizi alabilirsiniz. ‘Coca-Cola Neon Renkli Cam Bardak Promosyonu’ kurallarının tümünü, promosyonlu altın renkli kapaklı Coca-Cola Orijinal Tat 2,5 L PET ve Coca-Cola Zero 2,5 L PET şişe etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından, Coca-Cola İletişim Merkezi’nin 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı hatlarından ve* [*www.coca-cola.com.tr*](http://www.coca-cola.com.tr) *internet sitesinden öğrenebilirsiniz.”* ifadelerine, anılan reklam kampanyasına ait televizyon reklamında ise, ana vaadin istisnası olarak alt yazı şeklinde, *“Promosyon kurallarının tümünü promosyonlu altın renkli kapaklı Coca-Cola Orijinal Tat ve Coca-Cola Zero 2,5 L Pet şişe etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından 444 30 40 veya 0850 201 30 40’den ve www.coca-cola.com.tr’den öğrenebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği görülmekte ise de, ulusal düzeyde ve yaygın bir şekilde gerçekleştirilen inceleme konusu reklam kampanyasının vaadinin, çok sayıda tüketicinin vaat edilen hediye ürünü alamaması nedeniyle yaşanan tüketici mağduriyetleri dikkate alındığında, basiretli bir tacir olma yükümlülüğünün gerektirdiği şekilde yerine getirilmediği, bu durumun da, 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, “kampanyanın yalnızca kampanyaya katılan satış noktalarında geçerli olduğu, kampanyaya katılımın satış noktalarının kendi inisiyatiflerine bırakıldığı, firma tarafından tüm satış noktalarının promosyona katılacağının garanti edilmediği ve bu konuya ilişkin olarak firma tarafından herhangi bir sorumluluk kabul edilmediği” şeklindeki bilgilere ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilendirmelerde açık, net ve anlaşılır bir biçimde yer verilmediği, kaldı ki, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olduğu bilgisine anılan reklam ve tanıtımlarda 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 olamadığı, bu bağlamda, tüketicilerin eksik bilgilendirme yoluyla yanıltıldığı, ayrıca bu durumun, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerinin istismarı anlamına geldiği,

Dolayısıyla,inceleme konusu reklamların;

- 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.

**45)**

**Dosya No: 2016/4001**

**Şikayet Edilen: Origo Gıda Kimya Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.origo.com.tr](http://www.origo.com.tr) adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.origo.com.tr](http://www.origo.com.tr) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde;

“Keten Tohumu Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Kalp damar hastalıklarından korur. LDL kolesterol ve trigiliserit seviyesini düşürür. Yüksek tansiyonu düşürür. Romatizmal hastalıkları önler. Solunum yolu hastalıklarında olumlu etki yapar. Ruhsal bozukluklara karşı iyi gelir İktidarsızlık, prostat ve kısırlığa karşı etkilidir.”* gibi,

“Ceviz Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Yüksek tansiyonu düşürür. Romatizmal hastalıkları önler. Sinir sistemini güçlendirir. Hafızayı güçlendirir. Kan şekerini dengeler.”* gibi;

“Susam Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“Gaz gidericidir, kabızlığa iyi gelir. Mantar ve enfeksiyonlara karşı yararlıdır. Haricen kullanılarak yaraların çabuk iyileşmesini sağlar. Egzama ve sedef hastalıklarında kullanılır. Romatizmaya karşı iyi gelir. Öksürüğü giderir.”* gibi;

“Antep Fıstığı Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“Vücuttaki yağların yakılmasını sağlar. Kalp krizi riskini azaltır. İçerdiği antioksidanlar sayesinde kansere karşı koruyucu etkisi vardır. B3 vitamini sayesinde beyin fonksiyonlarının gelişmesine yardımcı olur. Parkinson ve mental depresyonu engeller.”* gibi,

“Üzüm Çekirdeği Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“Kalp damar hastalıklarından korur. LDL kolesterol ve trigiliserit seviyesini düşürür. Yüksek tansiyonu düşürür.”* gibi;

“Kayısı Çekirdeği Yağı” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“Mantar enfeksiyonları, uçuk egzama, sivilce, basur, sedef hastalığı, çıban, açık yaralar, fistül, herpes simplex virüsü, diş eti enfeksiyonlarında, zatürre (akciğer iltihaplanmasında, vajinit hastalıklarda, boyun ağrılarında, bacak ülserinde, selülit tedavisinde kullanılır.”* gibi;

ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.origo.com.tr](http://www.origo.com.tr) adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, sağlık beyanlarına yer verilerek, bahsi geçen ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı; böylece, sadece anılan ürünlerin tüketilmesiyle pek çok hastalığın tedavi edilebileceği veya ortaya çıkmasının önlenebileceği izleniminin oluşturulduğu; söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünlerin 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,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4; 40/1; 42/1 ve 42/2 maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Origo Gıda Kimya Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2017/557**

**Şikayet Edilen: Toker Grup Elektronik İnşaat Tekstil Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.e-toker.com](http://www.e-toker.com) adresli internet sitesinin 06.10.2017 tarihli görünümünde yer alan *“Emzirme>Anne Sütü Artırıcı”* başlığı altında; “*Milk Tea Anne Sütü Artırıcı* *Bitkisel Çay; (…)İçeriğindeki bitkilerle, anne ve bebeğin artan vitamin, mineral* *ve sıvı ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı*. *Doğum sonrası, özellikle sezaryen sonucu oluşan gaz* *sancılarının giderilmesine yardımcı*. *İçerisindeki bitkiler, anne ve bebek sağlığında uzun yıllardır* *sakinleştirici, sinirleri yatıştırıcı, gaz giderici, spazm çözücü* *gibi sindirim sitemi rahatsızlıklarında ve vücut direncini* *arttırmada yardımcı olarak kullanılan bitkilerdir. (…)Galactago Emziren Anneler İçin Bitkisel Damla; (…)D amla Formu sayesinde kolayca hazırlanabilen galactago damlanın anne sütünü arttırmaya katkı sağlayıcı etkisi, 24-48 saat içinde görülür. C vitamini ilaveli olduğu için annenin günlük C vitamini ihtiyacının yüzde 72’sini karşılayan galactago damla, düşük kalorili olması nedeniyle de, anneler için doğumun ardından kilo endişesi yaşamadan anne sütünü arttırmaya yardımcı olur. (…)Milupa Lactamil Anne İçeceği; (…)Her gün 1 bardak Milupa Lactamil ile emzirme döneminde vücut depolarınızı güçlendirebilirsiniz. Lactamil’in faydası nedir? Milupa Lactamil Emziren Anneler için sütlü içecek; kalsiyum, demir, folik asit, A, C, D ve E vitamini kaynağıdır. A Vitamini: Enfeksiyonlara karşı direnci artırır. C Vitamini: Vücudun savunma sistemini güçlendirir. D Vitamini: Kalsiyum ve fosforun kemik ve diş dokusunda yer alabilmesine yardımcı olur. E Vitamini: Hücrelerin daha uzun yaşamasını ve yenilenmesini sağlar, antioksidant özelliği vardır. Demir: Kan hücrelerinin yapımında etkilidir. Kalsiyum: Kemik ve dişlerin en önemli yapı maddesidir. Folik Asit: Hücre yapımı ve çoğalmasında önemlidir. (…)Mamsel Still Tee; (…)Galaktogog etkili bitkiler sayesinde süt bezlerini uyararak süt yapımını hızlandırır ve süt miktarını önemli ölçüde arttırır. Mamsel Still-Tee''nin doğumdan hemen sonra kullanıldığında süt oluşumunu hızlandırdığı ve emzirme dönemi boyunca kullanıldığında süt miktarını arttırdığı üniversite ve araştırma hastanelerinde yapılan 4 klinik çalışma ile kanıtlanmıştır. Anne sütünü arttıran bitki çayı Mamsel Still-Tee, Oksitosin hormonunu aktive ederek doğum sonrası uterusun eski haline dönmesine yardımcı olur. Mamsel Still-Tee doğum sonrası özellikle sezaryen sonucu oluşan gaz sancılarının giderilmesine yardımcı olur. Mamsel Still-Tee ''nin kalorisi düşüktür. Doğum sonrasında fazla kiloların verilmesine katkıda bulunur. Mamsel Sitll-Tee emzirme dönemi boyunca, yeterli süt oluşumu için tavsiye edilen miktarlarda sürekli kullanılmalıdır. (…)Annelere, emzirdikleri sürece düzenli olarak Mamsel Still-Tee kullanmaları tavsiye edilir. (…)Milkway Milk Plus Emziren Anne İçeceği Üzümlü; (...)Milkplus, yüz yıllardan beri anne sütünü arttırmak için kullanılan galagtogog bitkileri çok özel bir formülle bir araya getirip annelerin kolaylıkla içebileceği hale getirdi. Milkplus emziren annenin süt üretimini ve anne sütü azlığı sonucuna sebep verebilecek endişe, stres gibi olguları yok eder. Milkplus'ın aynı zamanda hazımsızlık ve gaz sorunlarına da etki ettiği tespit edilmiştir. Milkplus kullanan annelerin sütüyle beslenen bebeklerde gaz sancılarının daha az olduğu ve bebeğin gaz sorunu yaşamadan daha düzenli uyuduğu görülmüştür. (…)Milkplus, Yüzyıllardan beri anne sütünü arttırmak için kullanılan galagtogok bitkileri çok özel bir formülle bir araya getirip annelerin kolaylıkla içebileceği hale getirdi. Emzirme döneminin en büyük düşmanı olan stres, uykusuzluk sorunlarını giderir. Sakinleştirici özelliği vardır. Anne sütü ile beslenen bebekteki gaz oluşumunu gidererek, bebeğiniz düzenli uyumasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem 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 ve 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 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**47)**

**Dosya No: 2017/982**

**Şikayet Edilen: Cengiz BAL /Şifalı Bitkiler Dünyası**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.sifaorganik.com](http://www.orjinalraf.com) adresli internet sitesinin 17.01.2018 tarihli görünümünde yer alan “Sağlık Sorunları”, “Dumansız Yaşam”, “Kilo Kontrol Ürünleri” ve “Kilo Aldırıcılar” gibi endikasyon belirten kategori başlıkları altında; *“Chia Tohumlu Çay; 2017’nin en popüler diyeti ile zayıflayın. Sağlıklı zayıflamanın yeni yöntemi (…)Defne Suyu; (…)İştahı açmada, sindirim salgılarını arttırmada, Hazmı kolaylaştırma ve bağırsak gazlarını gidermede, Terletici ve mikrop öldürücü özelliğiyle soğuk algınlıklarında ve soğuk algınlığı sebebiyle meydana gelen kırgınlıkta, yorgunluk ve ağrılarında. (…)Domates Kabuğu Ekstarktı – Likopen; Prostat. (…)Domates likopen prostat kanseri riskinin azalmasına yol açan bir antioksidan olarak son yıllarda üzerinde çok durulmaktadır. (…)Form Zerafet 60’lı Kapsül; Tokluk hissi vermede, Sinir, stres, uyku düzensizliğinde, Hormon dengesizliğinde, Bağırsak, mide şişkinliği ve kabızlığı gidermede (…)Karabaş Otlu 60'lı Kapsül; Kansere karşı koruyucudur. Beyin, pankreas, prostat, bağırsak ve meme kanserinde tümörün büyümesini engelleyici etkisi olduğu belirtiliyor. İçinde bulunan geraniol maddesi kansere karşı koruyucu ve de tümörü yok edici özellik taşımaktadır. Kan dolaşımını düzenler. Kanı sulandırıcı ve damar genişletici özelliği içerdiği rosmarinik asit ‘ten kaynaklanır. Karabaş otunda bulunan cineole maddesi alerji önleyici, mikrop kırıcı, sakinleştirci ve tansiyon düşürücü etkilere sahiptir. Ağrı kesici etkisi vardır. Sinirsel kaynaklı baş ağrılarında yararlıdır. Uykusuzluk ve yüksek tansiyon için faydalıdır. Antiseptik özelliği vardır. Balgam söktürücüdür. Mide-bağırsak sancılarında rahatlatıcıdır. Egzama yaralarında etkilidir. İdrar yolu enfeksiyonlarında kullanılması karabaş otu yararları arasındadır. Karabaş otu sigara bırakmak isteyenlerin de yardımcısıdır. (…)Keemun Çayı; Metabolizmanızı hızlandırır. Tokluk hissi verir. Yağ yakımını sağlar. Vücuttaki ödemi atar. Vücut yağ oranınızı azaltır. Enerji verir. (…)Menox Doğal Viagra (…)Nurs Form Zerafet Seti; Zayıflatan doğal çay. (…) Bu set sayesinde zayıflamak incelmek forma girmek artık çok kolay. (…)Sarımsak Çayı Form; angelia jolie sarımsak çayı ile tam 8 kilo verdi. (…)Yakı Otlu ( Prostat ) Kapsül; Prostat sorunlarında, Prostat iltihabında, Prostat büyümesinde, İdrar zorluğunun giderilmesinde. (…)Yakı Otlu Macun ( Prostat Macun ); Prostat sorunlarında, Prostat iltihabında, prostat büyümesinde, İdrar zorluğunda, Prostat büyümesinin engellenmesinde, Vücutta biriken zehirli maddelerin atılmasında, Bedende biriken ödemleri atmada. (…)Yeşil Kahve; Fazla kilolar için yeşil kahve için. Yorgunluğa ve halsizliğe iyi gelir. Antioksidan özelliğe sahiptir. Yağ yakımını hızlandırır. İçeriğindeki kafein ve klorojenik asit sayesinde, yağ yakımını hızlandırır ve zayıflatır,\* Bazal metabolizmayı hızlandırır. Kalori yakımını hızlandırır ve kilo verme sağlar. \* Çok yüksek antioksidan etkiye sahiptir, serbest radikallerin zararlı etkilerini önler. \* Enerji verir, yorgunluğa ve halsizliğe iyi gelir. \* Şeker hastalığı riskini azaltıcı etkisi vardır. \* Hipertansiyon üzerinde iyileştirici etkisi vardır. (…)Akne - Sivilce Kremi; (…)Alabalık Özlü Krem; Bel fıtığı tedavisinde destekleyici olarak kullanılabilir. (…)Hürrem Hamam Otu Yağı; İstenmeyen tüylere kalıcı çözüm! Hürrem hamam otu yağı sizi altı seansta tüylerinizden tamamen kurtarır, ilk kullanımın ardından tüyleri yarı yarıya döker, daha sonraki aylarda ise tüyleri tamamen yok eder. Düşünebiliyor musunuz, sadece 6 seans tüylerinizden kurtulmaya yetiyor. (…)Tüyleri kökten yok eder. Tüylerin kalınlaşmasına ve tekrar çıkmasına engel olur. Özellikle tüy köklerinde oldukça etkili bir formüldür. (…)Hemord (Basr) Seti; (…)”* şeklinde ifadelere yer 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 olduğudeğerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 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,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Cengiz BAL /Şifalı Bitkiler Dünyası** 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.

**48)**

**Dosya No: 2018/920**

**Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif mecralarda 10.01.2018-20.02.2018 tarihleri arasında yayınlanan *“Balparmak Apitera Zen”, “Balparmak Apitera Up”* ve *“Balparmak Apitera Mind”* isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2018-20.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, radyo, gazete

**Tespitler**: Muhtelif televizyon kanallarında 10.01.2018-05.02.2018 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait <https://www.youtube.com/user/BalparmakBal> adresli internet sayfasının 20.02.2018 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda; *“Hafızanız mı zayıfladı? Hoşgeldiniz. Nereye geldiğimi unuttum. Ayşe Tolga’ya git. Tam size göre bir karışımım var. Gingko biloba, zerdeçal, biberiye, yaban mersini, bal ve arıların mucizevi salgısı propolisi karıştırıyoruz. Neyle neyi karıştırıyoruz? Tamam, o da kolay hazırı var. Apitera Mind. Balparmak’tan. Çıt diye kırıyoruz, hüp diye yiyoruz. Hafıza İçin Mind.(…)Hayatın temposuna yetişemiyor musunuz? Hayatım biraz çocuğa bakar mısın maillerime bakmam lazım. E aşkım o zaman mutfağa da sen bak lütfen ya. Siz de aynı durumdaysanız size harika bir karışımım var. Ginseng, guarana, zencefil, bal ve arıların mucizevi salgısı propolisi karıştırıyoruz. Bizim buna vaktimiz mi var? E tabi siz de haklısınız. Ama hazırı var. Balparmak’tan Apitera Up. Çıt diye kırın, hüp diye yiyin. Zindelik için Up (…)Bağışıklığınız mı zayıfladı? Stres, mevsim değişikliği, uykusuzluk. Dayanmak oldukça zor öyle değil mi? Bağışıklığınızı destekleyecek harika bir karışımım var. Apitera Zen Balparmak’tan. Çıt diye kırıyorsunuz, hüp diye yiyorsunuz. Bağışıklık için Zen.”*şeklinde,

Muhtelif radyo kanallarında 10.01.2018-26.01.2018 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; *“Siz de mevsim değişikliklerinden anında etkileniyor musunuz? O zaman Apitera Zen deneyin. Zencefil, tarçın, karanfili karabiber, limon, arıların mucizevi salgısı propolis ve bal içeren Apitera Zen’i her gün kullanabilirsiniz. (…)Toplantı bugün müydü ya? Faturaları ödemiş miydim ben? Bu kartın şifresi neydi? Siz de sürekli bir şeyleri hatırlamaya mı çalışıyorsunuz? O zaman Apitera Mind deneyin. Gingko biloba, zerdeçal, biberiye, yaban mersini arıların mucizevi salgısı propolis ve bal içeren Apitera Mind’ı her gün kullanabilirsiniz.”* şeklinde,

“Posta Cumartesi Postası” gazetesinin 27.01.2018 tarihli basımında yayınlanan ilanlarda; *“Apitera. Arılardan Yaşam Terapisi. %100 Doğal. Bağışıklık önemlidir. Zindelik Önemlidir. Hafıza önemlidir.”* şeklinde,

[www.balparmak.com](http://www.balparmak.com) adresli internet sitesinin 02.02.2018 tarihli görünümünde; *“Balparmak Apitera Mind; Hafıza önemlidir. Kart şifresi, evlilik yıldönümü, doğum günleri derken hatırlanacak ne çok şey var! ApiteraMind, içeriğindeki ginkgo, zerdeçal, biberiye, yaban mersini, bal ve arıların mucizevi salgısı propolis ile hafızanızı desteklemenize yardımcı olur. (…)Ginkgo biloba, tıbbi anlamda yararlı olarak bilinen antioksidan özellik gösteren terpenoidler ve flavonoidler içermektedir. (…)Zerdeçal, içeriğindeki fenolik maddelerle hücreler üzerindeki oksidadif hasarın önlenmesine, vücudun bakteri ve virüslere karșı korunmasına yardımcı olur. Biberiye, hücreler üzerindeki oksidadif hasarın önlenmesine, vücudun bakteri ve virüslere karșı korunmasına yardımcı olur. Sinir hücreleri üzerinde pozitif etki sağladığı için halk arasında “Hatırlatan Bitki” olarak da bilinmektedir. (…)Balparmak Apitera Up; Zindelik Önemlidir. İșten eve, evden ișe tüm gün koștururken zinde kalmak gerek ApiteraUp, içeriğindek kırmızı ginseng, guarana, zencefil, bal ve arıların mucizevi salgısı propolis ile gün içinde yetișmeniz gereken ișleri yaparken zinde kalmanıza yardımcı olur. (…)Antioksidan özelliğe sahiptir.(…)Balparmak Apitera Zen; Bağışıklık önemlidir.* *Stres, uykusuzluk, mevsim değişikliği gibi etkenler vücut direncinizi düşürebilir ApiteraZen, (…)bağıșıklık sisteminizi desteklemeye yardımcı olur. (…)Karabiber, içerdiği uçucu yağlar nedeniyle antimikrobiyal etkiye sahiptir.”* şeklinde,

<https://www.facebook.com/Balparmak> adresli internet sayfasının 02.02.2018 tarihli görünümünde; *“T.C kimlik numaranız neydi? Telefon numaranızı alabilir miyim? Müdürle toplantı saat kaçtaydı? Yazlığın anahtarlarını nereye koydum? Hiçbir şeyi unutmak istemiyorsanız #BizeHerGün ApiteraMind yeter. (…)İçeriğindeki ginkgo, zerdeçal, biberiye, yaban mersini, bal ve arıların mucizevi salgısı propolis ile ApiteraMind, hafızanızı güçlendirmede en büyük destekçiniz olacak! #BizeHerGün ApiteraMind yeter. (…)Hafızanız mı zayıfladı? O zaman tam size göre bir karışımımız var: ApiteraMind!(…) Mind varsa unutmak yok! Hafıza önemlidir. (…)Çocukların dertleri, evin işleri, acil iş mailleri derken gücünüz tükeniyor mu? Enerjinizi yüksek tutmak için #BizeHerGün ApiteraUp yeter. (…)Bütün gün oradan oraya koşuştururken bitkin mi düştünüz? O zaman size harika bir önerimiz var: ApiteraUp. Tüm gün enerjik olmak için #BizeHerGün ApiteraUp yeter. (…)Stresli ortamlar, uykusuzluk ya da mevsim değişiklikleri sizi nakavt etmesin! ApiteraZen ile bağışıklık sisteminizi güçlendirin, zinde kalın. (…)Bağışıklık sisteminizi desteleyecek harika bir çay hazırlıyoruz, hazır mısınız? (…)Stres sizi nakavt etmesin istiyorsanız #BizeHerGün ApiteraZen yeter.”* şeklinde,

<https://www.instagram.com/balparmakbal> adresli internet sayfasının 02.02.2018 tarihli görünümünde; *“Hatırlamak için parmağınıza ip bağlamaya, elinize yazmaya, kağıtlara ve ajandalara not almaya gerek yok çünkü artık ApiteraMind var! Hafızanızı desteklemek için #BizeHerGün ApiteraMind yeter. (…)Çocukların dertleri, evin işleri, acil iş mailleri derken gücünüz tükeniyor mu? Enerjinizi yüksek tutmak için #BizeHerGün ApiteraUp yeter. (…)Kart şifresi, evlilik yıldönümü, doğum günleri derken unutmamanız gereken ne kadar çok şey var değil mi? Hafızanızı desteklemek istiyorsanız #BizeHerGün ApiteraMind yeter. (…)Stresli ortamlar, uykusuzluk ya da mevsim değişiklikleri sizi nakavt etmesin! ApiteraZen ile bağışıklık sisteminizi güçlendirin, zinde kalın. (…)Stres sizi nakavt etmesin istiyorsanız #BizeHerGün ApiteraZen yeter.”* şeklinde,

<https://twitter.com/balparmak> adresli internet sayfasının 20.02.2018 tarihli görünümünde; *“Hafıza için Apitera Mind, Bağışıklık için Apitera Zen, zindelik için Apitera Up (…)İçeriğindeki ginkgo, zerdeçal, biberiye, yaban mersini, bal ve arıların mucizevi salgısı propolis ile ApiteraMind, hafızanızı güçlendirmede en büyük destekçiniz olacak!* [*#BizeHerGün*](https://twitter.com/hashtag/BizeHerG%C3%BCn?src=hash) *ApiteraMind yeter. (…)Çocukların dertleri, evin işleri, acil iş mailleri derken gücünüz tükeniyor mu? Enerjinizi yüksek tutmak için* [*#BizeHerGün*](https://twitter.com/hashtag/BizeHerG%C3%BCn?src=hash) *ApiteraUp yeter. (…)Bütün gün oradan oraya koşuştururken bitkin mi düştünüz? O zaman size harika bir önerimiz var: ApiteraUp. Tüm gün enerjik olmak için* [*#BizeHerGün*](https://twitter.com/hashtag/BizeHerG%C3%BCn?src=hash) *ApiteraUp yeter. (…)Stresli ortamlar, uykusuzluk ya da mevsim değişiklikleri sizi nakavt etmesin! ApiteraZen ile bağışıklık sisteminizi güçlendirin, zinde kalın.”* şeklinde,

<https://www.youtube.com/user/BalparmakBal> adresli internet sayfasının 20.02.2018 tarihli görünümünde yer alan “Ayşe Tolga Balparmak Apitera’yı anlatıyor” başlıklı videoda; *“Apitera aslında (…)yani arı ürünleriyle insan sağlığının şifası anlamına geliyor. (…)Çinliler özellikle hastalıklardan korunmak, yaşam kalitesini arttırmak, hatta öyle söylüyorlar özellikle royal jelly için yani arı sütü için ölümsüzlüğe kadar yani yaşam ömrünü uzatmak için arı ürünlerinden binlerce yıldır faydalanmışlar. (…)Arıların mucizevi salgısı. Ama nedir? İçerisinde antioksidan özellikler var. Mikrop öldürücü özellikler var. (…)Dolayısıyla bal tek başına bile bizim için iyi bir şifa kaynağı. (...)Hocamızın dediği şudur: İnanın bir tatlı kaşığı arı poleni yiyerek aslında bir insanın bir günlük bütün gıda ihtiyacını karşılayabiliyorsunuz. Bu kadar süper bir gıdadan bahsediyoruz. Arı poleninden bahsediyoruz. İnanılmaz yani gene özellikleri var. Antioksidan özellikleri var. (…)Vücudumuzun hücresini koruyor. Hastalıklara karşı koruyor. Yaşlanmaya karşı koruyor. (…)Bunu keşfettiği için insanoğlu AIDS’ten tutun da kanser hastalıklarına pek çok antibiyotik bağışıklığı var. Biliyorsunuz bu arada çok bilinçsizce antibiyotik kullandığımız için o bakterilere bağışıklık gösteriyor ve biz antibiyotik tedavisine cevap vermez hale geliyoruz. Bu vakalarda da gene propolis kullanılabiliyor. Ama onun dışında boğazım ağrıyor, hasta hissediyorum, kırıklık var, bu aralar biliyorsunuz domuz gribi salgını var (…) o zaman da propolis kullanmamız gerekiyor. (…)Ne yaptılar o yüzden Balparmak Ar-Ge tarafı? (…)Madem çevremizde çok fazla hastalık var, çünkü insanlar aslında hastalıkları yakalanmadan önce sağlıkların korunması gerekiyor. O yüzden preventive care dediğimiz var. (…)Çünkü ben biliyorsunuz holistik bir terapist olarak her zaman sağlığın korunması gerekliliğiyle ilgili tüyolar paylaşan biriyim. Sağlığımızı nasıl koruyacağımızı anlatan biriyim. İşte bu ürünleri gündelik yaşantınıza katarak hastalıklardan korunabilirsiniz, var olan yaşam kalitenizi, sağlık sıkıntılarınızı hafifletebilirsiniz, enerji seviyenizi yükseltebilirsiniz, hafızanızı güçlendirebilirsiniz gibi gibi farklı fonksiyonlar. Önce Apitera Zen’le çıkmıştık yola, sadece propolis vardı ve bağışıklıktı. Sonra,(…) Up ürettiler ve Mind ürettiler. Up’ın içerisinde zindelik için gereken her şey var. (…)İhtiyacınız olan bütün enerji kaynakları var. Fitoterapi ile apiterapiyi birleştirdikleri muhteşem ürünler bunlar. Mind içerisinde ise gingko biloba gibi hafızamızı da kuvvetlendirecek aynı zamanda konsantrasyonumuzu arttıracak ürünler var. (…)bu istediğimiz etkenliğe ulaşmasını günde 3 saşe ile yapabiliyoruz arkadaşlar. (…)Ben kendi tecrübemi söyleyeyim. Hasta olacak gibi olduğum zaman ben (…) 2 ya da 3 tane Apitera Zen alıyorum. (…)Etkisini görüyorum ama bunu düzenli yapmam gerekiyor.”* 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, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/e ve 5/f 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 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**49)**

**Dosya No: 2017/1778**

**Şikayet Edilen: Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ford.com.tr](http://www.ford.com.tr) adresli internet sitesinde *“Boya ve Paslanmazlık Garantisi”* ve *“Paslanmaya Karşı Güvence”*başlığı ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ford.com.tr](http://www.ford.com.tr) adresli internet sitesinde, *“Boya ve Paslanmazlık Garantisi”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Ford Boya Garantisi aracınızın üstün teknoloji ile üretilen ve boyanan araç gövdelerini imalattan kaynaklanan boya hatalarına karşı size güvence sunar. Ford Gövde Paslanmazlık Garantisi ile Ford’unuz korozyona karşı güvencededir.”* şeklinde; *“Paslanmaya Karşı Güvence”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Ford aracınızın gövdesi, iç kısmından paslanmaya karşı 12 yıla kadar (aracın modeline bağlı olarak) korunmuştur. Bu güvencenin korunması için, bakım dosyasında belirtildiği şekilde, Ford aracınızın kaporta ve boya bakımlarını düzenli yaptırmalısınız (bu bakım, periyodik bakım sırasında yapılabilir).”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ford.com.tr](http://www.ford.com.tr) adresli internet sitesinde *“Boya ve Paslanmazlık Garantisi”* ve *“Paslanmaya Karşı Güvence”*başlığı ile yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaatte, “Ford” markalı araçların gövdesinin, iç kısmından paslanmaya karşı, aracın modeline bağlı olarak 12 yıla kadar korunduğu belirtilmiş olup, bu güvenceden yararlanmak için, aracın kaporta ve boya bakımlarının düzenli yapılması gerektiği ve bu bakımların periyodik bakım sırasında da yapılabileceği şeklinde ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilere yer verildiği;

Başvuru sahibi tüketiciye ait “Ford Focus” markalı aracın tampon ve kaput hasarı ile yetkili servise giriş yaptığı; bu sebeple kaputun orijinalliği ve koruma işleminin devre dışı kaldığı; dolayısıyla garanti talebinin yerine getirilmediği, garanti ve servis kılavuzlarında da herhangi bir kaza neticesinde araçta hasar meydana gelirse, yapılan tamirattan sonra belirebilecek olan paslanma çürümelerin garanti kapsamı dışında olduğunun belirtildiği;

Bu nedenle, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2017/4333**

**Şikayet Edilen: Aks Aksoy Bilgi Teknolojileri Oto İnşaat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “Aksoy Tuning” adına kayıtlı sosyal medya hesabında ve [www.aksoytuning.com](http://www.aksoytuning.com) adresli internet sitesinde *“Emniyet Kemer Tokası”* adlı ürüne ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2018, 12.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “Aksoy Tuning” adına kayıtlı sosyal medya hesabında ve [www.aksoytuning.com](http://www.aksoytuning.com) adresli internet sitesinde *“Emniyet Kemer Tokası”* ve *“Kısa Mesafe Kemer Susturucusu”* adı altında satışı gerçekleştirilen ürünlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “Aksoy Tuning” adına kayıtlı sosyal medya hesabında ve [www.aksoytuning.com](http://www.aksoytuning.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, “*Emniyet Kemer Tokası*” adlı ürünün satışının gerçekleştirildiği;

2918 sayılı Karayolları Trafik Kanunu’nun *“Sürücülerin ve yolcuların koruyucu tertibat kullanma zorunluluğu”* başlıklı 78 inci maddesinin birinci fıkrası ve Karayolları Trafik Yönetmeliği’nin *“Sürücülerin ve Yolcuların Koruyucu Tertibat Kullanma Mecburiyeti”* başlıklı 150 nci maddesi hükümleri ile yapılan düzenlemelere göre, belirli sürücülerin ve yolcuların, araçların sürülmesi sırasında koruyucu tertibat kullanmalarının zorunlu olduğu; buna göre, emniyet kemeri uyarı sesini engelleyen susturucu aparatları kullanmak suretiyle uyarı sistemini devre dışı bırakan kişilerin aynı zamanda emniyet kemeri kullanma zorunluluğuna ilişkin hükümleri ihlal ettikleri;

Bu nedenle, emniyet kemeri uyarı sesini engelleyen susturucu aparatlara ilişkin yapılan tanıtımların; emniyet kemerinin kullanılmamasını teşvik ederek, kamu düzenini bozan, yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açan, göz yuman, bu davranışları özendiren veya destekleyen unsurlar içerdiği;

Dolayısıyla, anılan reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklamveren **Aks Aksoy Bilgi Teknolojileri Oto İnşaat Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086-TL(Altmışdokuzbinseksenaltı TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ENERJİ**

**51)**

**Dosya No: 2016/206**

**Şikayet Edilen: KGM Enerji Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma ile tüketiciler arasında imzalanan sözleşmelerde yer alan hükümler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Şikayet konusu firma ile serbest tüketiciler arasından imzalanan abonelik sözleşmelerinde; “Mücbir Sebep” başlığında yer alan 7.3 maddesinde; *““TEK ELEKTRİK’in işbu Sözleşme ile yüklendiği edimleri kendisinden kaynaklanmayan bir sebeple tam ve eksiksiz yerine getirememesi halinde edimler, ilgili Dağıtım Şirketi tarafından yerine getirilecektir.”* hükmüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu’ndan alınan görüş yazısına istinaden; serbest tüketicilerle yapılan abonelik sözleşmelerinde, tedarik şirketlerinin son kaynak tedarikçisi olarak elektrik enerjisi ve/veya kapasite sağlamakla yükümlü olduğu, şikayet konusu sözleşme hükmünün “mücbir sebepler” başlığı altında yer aldığı ve Enerjisa Başkent Elektrik Perakende Satış A.Ş. isimli firmanın kendi bölgesinde son kaynak tedariği ile yükümlü olduğu bir arada değerlendirildiğinde, ilgili sözleşmelerde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir ifade olmadığı ve Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı değerlendirilerek, ilgili ticari uygulamanın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 62 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TURİZM**

**52)**

**Dosya No: 2017/4806**

**Şikayet Edilen: Ege Grup Tur. Org. Taş. Yat. Gıda İnş. Eml. Rek. İth. İhr. ve Tic Ltd. Şti. (Like Tour Seyahat Acentası)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Like Tour Seyahat Acentası” tarafından [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinde “Miami Garden Hotel” adlı tesise yönelik olarak yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Miami Garden Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, firmaya ait “Like Tour Seyahat Acentası” tarafından [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 20.09.2017 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Miami Garden Otel”* adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, firmaya ait “Like Tour Seyahat Acentası” tarafından [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) adresli internet sitesinin 20.09.2017 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- 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 **Ege Grup Tur. Org. Taş. Yat. Gıda İnş. Eml. Rek. İth. İhr. ve Tic Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **60.353 TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/5002**

**Şikayet Edilen: ACM Turizm Medya A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Miami Garden Hotel” adlı tesise yönelik olarak [www.liketour.com.tr](http://www.liketour.com.tr) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Miami Garden Otel” 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 20.09.2017 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda ise “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak Miami Garden Otel adlı tesisin ACM Turizm Medya A.Ş. ile Ege Grup Tur. Org. Taş. Yat. Gıda İnş. Eml. Rek. İth. İhr. ve Tic Ltd. Şti. (Like Tour Seyahat Acentası) arasında 21.04.2017 tarihinde akdedilen bir devir sözleşmesi kapsamında ACM Turizm Medya A.Ş. tarafından 31.12.2017 tarihine kadar geçerli olmak üzere Like Tour Seyahat Acentasına devredildiği, söz konusu anlaşma kapsamında Like Tour Seyahat Acentası’nın Miami Garden Otel adlı tesisin Türkiye pazarındaki tek yetkisi satıcısı, pazarlayıcısı olduğu ve aynı zamanda inceleme konusu reklamların da reklam vereni olduğu tespit edilmiş ve anılan reklamlara ilişkin olarak ACM Turizm Medya A.Ş.’nin sorumlu tutulamayacağına karar verilmiştir.

**DİĞER**

**54)**

**Dosya No: 2017/4973**

**Şikayet Edilen: Nıke European Operatıons Netherlands B. V. Merkezi Hollanda Hilversum Türkiye İstanbul Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.nike.com/tr/tr_tr/> adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.nike.com/tr/tr_tr/> adresli internet sitesi ve Google arama motorunda yer verilen fiyatların birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nıke European Operatıons Netherlands B. V. Merkezi Hollanda Hilversum Türkiye İstanbul Şubesi unvanlı şirkete ait <https://www.nike.com/tr/tr_tr/> adresli internet sitesinde yer alan ürün fiyatları ile Google arama motoru üzerinde aynı siteye ait olan tanıtımlarda yer alan fiyatların birbirinden farklı olmasının her ne kadar teknik bir aksaklıktan da kaynaklansa tüketicilerin satın alma kararını etkilediği, bu durumun da aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a/ç, 9/1, 9/4, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 29/2, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Nıke European Operatıons Netherlands B. V. Merkezi Hollanda Hilversum Türkiye İstanbul Şubesi** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2017/4993**

**Şikayet Edilen: Demsa İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen *“%30 INDIRIM! En uzun geceye ozel, minimum 2 adet urun ve ustu alisverislerde, sepette %30 INDIRIM firsati mothercare.com tr de! Link: https://goo.gl/r2fQT3 SMS ret icin DEMSA yazip 3172 ye gonderin.Mersis:2492275568965820 B002”* şeklindeki kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajda ana vaat olarak iki adet ürün ve üstü alışverişlerde indirim uygulanacağının belirtildiği, ancak [www.mothercare.com.tr](http://www.mothercare.com.tr) adresli internet sitesinde söz konusu indirimin yeni sezon ürünlerinde geçerli olmadığı yönünde bir istisna getirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesaj metninde yer verilen ana vaadin ilgili internet sitesindeki hususlar çerçevesinde kısıtlandığı, cep telefonlarına gönderilen kısa mesajlar gibi niteliği gereği alt yazı veya dipnotta reklama ilişkin hususlara yer verilmesinin mümkün olmadığı reklam uygulamalarında, ana vaadin eksiksiz bir şekilde verilmesi koşuluyla gerekli bilgilendirmelerin Reklam Mevzuatında belirtilen yollarla yapılabildiği göz önüne alındığında şikâyet konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 18/3, 29/1, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**56)**

**Dosya No: 2017/4997**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.sinemia.com](http://www.sinemia.com) adresli internet sitesinde *“Hangi Paketi Tercih Edersin?”* başlıklı bölümde ilan edilen hizmet bedelleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.sinemia.com](http://www.sinemia.com) adresli internet sitesinin 25.01.2018 tarihli görünümünde yer alan “Hangi Paketi Tercih Edersin?” başlıklı bölümde, tüketicilere hizmet paketlerinin 84.99TL/ay (1 ay), 78.99 TL/ay (6 ay), 44.99 TL/ay (12 ay) gibi ifadelerle sunulduğu ancak söz konusu hizmet bedelinin tüketicilerden toplam ücret (örneğin 12\*44.99=539.88 TL) üzerinden tahsil edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait internet sitesinin ödenecek ücreti ilan eden bölümünde gerçekleştirilen ve tüketicilerde sunulan hizmetin aylık olarak ödeneceği izlenimi uyandıran uygulamanın, Reklam Mevzuatında açıkça yer alan “reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal ve hizmetin tüm vergiler dahil toplam satış fiyatı olmalıdır” hükmüne aykırı olduğu, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/2, 13/7, 28/1, 28/2, 29/1, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Brandia Bilişim Teknolojileri 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.

**57)**

**Dosya No: 2018/20**

**Şikayet Edilen: Reckitt Benckıser Temizlik Mal. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretilen “Finish Parlatıcı P&F” markalı ürün ambalajında yer alan “*Çevreye Daha Duyarlı*” şeklindeki tanıtımlat

**Reklam Yayın Tarihi:** Belirsiz

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya ait “Finish Parlatıcı P&F” markalı ürün ambalajında “*Çevreye Daha Duyarlı*” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Finish Parlatıcı P&F markalı ürünün ambalajında yer verilen “Çevreye Daha Duyarlı” ifadesinin Reklam Mevzuatında yer verilen hususlara aykırılık taşımadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, 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.

**58)**

**Dosya No: 2018/115**

**Şikayet Edilen: İsmail İPEKÇİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vapor-knight.com](http://www.vapor-knight.com) adresli internet sitesi ve çeşitli sosyal medya siteleri üzerinden geçekleştiren reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İsmail İpekçi’ye ait [www.vapor-knight.com](http://www.vapor-knight.com) adresli internet sitesi ile ,<https://www.instagram.com/vapor_knight>, <https://www.youtube.com/channel/UCtslpY2-N0C8ZPVSb8lssdQ>, ve <https://www.facebook.com/groups/vaporknight> siteleri üzerinden elektronik sigara ile likitlerinin reklamı yapılmak suretiyle sipariş alındığı ve satıldığı, fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İsmail İpekçiye ait internet sitesi ve sosyal medya hesapları üzerinden elektronik sigara ile likitlerinin reklamı yapılmak suretiyle sipariş alınması, satılması ve fiyat bilgilerine yer verilmesinin ilgili mevzuatça yasaklandığı değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanunun 2 nci ve 3 üncü maddeleri,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 18 inci

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 26 ve 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2018/117**

**Şikayet Edilen: Aktif Gıda ve Ihtç. Mad. İth. İhrc. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Kayseri ili içerisinde faaliyet gösteren mağazada yer alan *“Her Çarşamba Et ve Şarküteri Reyonlarında %40 İndirim”* şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait mağaza içerisinde *“Her Çarşamba Et ve Şarküteri Reyonlarında %40 İndirim”* yapıldığı yönünde tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Kayseri ili içerisinde faaliyet gösteren mağazada *“Her Çarşamba Et ve Şarküteri Reyonlarında %40 İndirim”* şeklinde yayınlanan reklam ve tanıtımlara aykırı olarak kırmızı et ürünlerinde herhangi bir indirimin yapılmayıp sadece tavuk ürünlerinde belirtilen oranlarda indirim uygulandığı dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Aktif Gıda ve Ihtç. Mad. İth. İhrc. 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.

**60)**

**Dosya No: 2018/119**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan indirimli satış reklamları

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde Kasım-Aralık 2017 tarihleri arasında düzenlenen indirim kampanyası kapsamında;

* *“Sonax Konsantre Şampuan”* markalı üründe %88 oranında,
* *“Emporio Armani Ar1979 Erkek Kol Saati”* markalı üründe %65 oranında,
* *“Gigabyte AORUS GTX 1080 8GB 256 Bit GDDR5X Ekran kartı”* markalı üründe %23 oranında,

indirim yapıldığı yönünde tanıtımlara yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından şikayet konusu ürünlerin indirim kampanyası kapsamında ilan edilen fiyatlar ile kampanya öncesinde satıldığına (Sonax markalı ürünün 183.90 TL, Gigabyte AORUS markalı ekran Kartının 3.828,70 TL ve Emprio Armani markalı saatin 1.780 TL) ilişkin herhangi bir kanıt sunulmadığı, Sonax markalı ürüne ilişkin sistemsel bir arıza bulunduğu iddia edilse de belirtilen reklamların yaklaşık bir ay boyunca sitede yer aldığı ve belirtilen ürünlerin indirimden sonraki satış fiyatlarının piyasa değerleri ile aynı olduğu, diğer bir ifadeyle herhangi bir indirim yapılmasının söz konusu olmadığı, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 29/2-c, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**61)**

**Dosya No: 2018/120**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Erzurum Forum AVM mağazasında yayınlanan “*6 al 5 öde*” şeklindeki reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Carrefour Erzurum Forum AVM mağazasında, Kasım-Aralık 2017 tarihleri arasında düzenlenen indirim kampanyası kapsamında “*6 al 5 öde*” tanıtımıyla satılan SEK Süt markalı ürünün fiyatının 6.45 TL olduğu, ancak söz konusu ürünün bir âdetinin 1.15 TL karşılığında satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicinin belirtilen kampanyaya ilişkin görseli de içeren şikayetini 10.11.2017 tarihinde yaptığı göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu kampanyanın yaklaşık bir ay devam ettirildiği, 6’lı ürünün kampanya kapsamında en fazla 5.75 TL (1 adet 1.15X5=5.75 TL) olarak satılması gerekirken 6.45 TL’ye satıldığı, diğer bir ifadeyle herhangi bir indirim uygulanmasının söz konusu olmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 29/1, 29/2-c, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca olarak, **6.034 TL (AltıbinotuzdörtTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2018/121**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden satışa sunulan Trendyol Man markasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden Trendyol Man markası ile satışa sunulan ürünlerin [www.morhipo.com](http://www.morhipo.com) adresli internet sitesi üzerinden Fabrika markası ile satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde yer verilen ürüne ilişkin reklamların Reklam Mevzuatında yer verilen hususlara aykırılık taşımadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, 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.

**63)**

**Dosya No: 2018/125**

**Şikayet Edilen: Kompetan Dağıtım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [http://arslanstore.club/](http://banyosetleri.club/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [http://arslanstore.club/](http://banyosetleri.club/) adresli internet sitesinde *“%100 Lisanslı Üründür”* tanıtımları ile Galatasaray Spor Kulübü ürünlerinin satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden “%100 Lisanslı Üründür” tanıtımları ile satışa sunulan Galatasaray Spor Kulübü ürünlerinin lisanslı olmadığı dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 11/1-a/b, 18/3, 29/1, 29/2-a, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2018/278**

**Şikayet Edilen: Kompetan Dağıtım Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden “*Primanova Antik Banyo Seti”* tanıtımları ile satışa sunulan ürün ile tüketicilere gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden “*Primanova Antik Banyo Seti”* tanıtımları ile satışa sunulan ürün ile tüketicilere gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Yapılan başvuruda, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 11/1-a/b, 18/3, 29/1, 29/2-a, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Kompetan Dağıtım 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.

**65)**

**Dosya No: 2018/389**

**Şikayet Edilen: Panora İşletmecilik ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen “*10 Yılda 10 BMW 118i Sizin İçin Geliyor”* kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Panora AVM içerisindeki görsel alanlar ve sosyal medya üzerinden *“10 Yılda 10 BMW 118i Sizin İçin Geliyor”* kampanyasına ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, reklamın ana vaadi olarak *“15 Kasım-15 Şubat tarihleri arasında her 150 TL alışverişe bir şans”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların alt kısmında belirtilen katılım koşulları bölümünde *“kampanya süresince tek seferde en az 150 TL ve üzeri tutarındaki alışverişlerde…”* ibaresinin bulunduğu, bu durumun da ana vaat ile çeliştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Panora AVM içerisindeki görsel alanlar ve sosyal medya üzerinden *“10 Yılda 10 BMW 118i Sizin İçin Geliyor”* kampanyasına ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, reklamın ana vaadi olarak *“15 Kasım-15 Şubat tarihleri arasında her 150 TL alışverişe bir şans”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte söz konusu tanıtımların alt kısmında belirtilen katılım koşulları bölümünde *“kampanya süresince tek seferde en az 150 TL ve üzeri tutarındaki alışverişlerde…”* ibaresinin bulunduğu, bu durumun da ana vaat ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 13/1, 18/1, 18/2, 18/6, 29/1, 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**66)**

**Dosya No: 2017/3346**

**Şikayet Edilen: Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“A sınıf- birinci kalite- renk vermez-pamuklu-defosuz-lastikli birinci sınıf çarşaf”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Flash TV" logolu televizyon kanalında 07.09.2107 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *" Efendim şimdi çok değişik ve çok özel çarşaflar bunlar. Aslında hanımların ve beylerin gerçekten işlerini kolaylaştıran çarşaflar diyoruz. - Evet, hem şimdi çok rahat toplayabilecekler. Hem de yatarken birçok yaşadığımız sıkıntılar oluyor. -Çarşafa dolanıyoruz filan. -Sabahleyin kalktığımızda bir bakıyoruz çarşafa dolanmışız. Bu tür sorunları ortadan kaldıran çok güzel bir ürün. Şimdi çok değişik bir kampanya yapacağız. 1. sınıf pamuklu kumaştan üretilmiş renk atmaya dikişlerin sökülmesine solmaya karşı garantisi herşeyi olan bir çarşafı az önce de söyleidm öyle bir fırsat sunacağız ki izleyenlerimize 1. sınıf a kalite penye renk atmaya dikişlerin sökülmesine solmaya karşı garantilidir. Bunun da altını çizmek istiyorum. (...) Kumaş kalitesini kontorl edin - Of gerçekten çok kalın. Öyle çarşaflar var ki buradan bakıyorum alttan kendimi görüyorum o kadar kötü. Gerçekten çok kalın eski çarşaflar gibi. Al çocuğunu salla içinde. -İşte niçin önemli? Yazın üzerinde yattığınız zaman terlemezsiniz, serin bir şekilde yatarsınız. Pamuklu kumaştan üretildiği için Kışın ise üzerinde yattığınız zamansıcak sıcak yatarsınız. Herhangi bir rahatsızlık vermez. - Kesinlikle altınızda kaymaz lastikli olduğu için. Lastiğini de göstermek istiyorum. Bakın dikişlerinde dahi kullanılan lastik birinci kalite lastiktir. - Özellikle lastiklerini göstermek istiyorum Dikişlerini görsün sevgili izleyenlerimiz. Çünkü bu çarşaf üretiminde en önemli nokta dikişlerdir. Normalde tek seferde geçerler alıp kullanırsınız üç gün sonra dikişleri patlar. -Mümkün değil patlaması çatlaması. Zaten çapraz dikiş dikilmiş üstüne tekrar dikiş dikilmiş. - Normalde bunların sadece kenarına lastik geçirenler olabiliyor. Ama siz her tarafına lastik geçirmişsinz yatağı çok daha rahat kavrasın diye. -Evet çünkü insanlar bunun üzerine yattığı zaman kesinlikle ve kesinlike bir bozulma olmayacak. - Biz hep şunu söylüyoruz. Biz bu kadar uygun fiyata gönderiyoruz ama kalitemizden asla ama asla taviz vermiyoruz. - Bizim de onlardna bri ricamız var. Lütfen bu çarşafları kullandığınız zaman lütfen bizim gönüllü reklam elçimiz olun. Bir arkadaşınız komşunuz ziyarete geldiği zaman 'Aaa çarşafın ne kadar güzel' diye sorduklarına lütfen bizim markamızı söyleyin. ve lütfen nereden aldığınızı söyleyin ve bizim reklamımızı yapın. Ha eğer ki size göndermiş olduğumuz çarşaflar bizim söylediğimizin aksi çıkarsa herhangi bir sıkıntı yaşarsanız sorun yaşarsanız, burada gösterdiğimiz gibi söylediğimiz gibi çıkmazsa o zaman bizim yine reklamımızı yapsınlar. Ben özellikle rica ediyorum. Hiçbir şeye yaramıyor, sakın yanına dahi yaklaşma diye bunu söylesinler. -Bununla karşılaşmayacağınıza zaten çok eminsiniz. -Çünkü biz böyle birşeyle karşılaşmayacağız ne kalitemizden ne işçiliğimizden ambalajımıza kadar hiçbir şekilde kaliteden taviz vermiyoruz. Hanımlar misafiri geldiği zaman , yatıracakları zaman şurasında delik var , lekesi var eyvah rezil olacağım şu bu falan diye de sıkınıt yaşamayacaklar. Yıllar boyunca kullanacaklar. Bu seti aldıkları zaman en az 15-20 yıl çok rahat bir şekilde kullanabilecekleri bir set. O yüzden diyorum bu fırsatı kaçırmasınlar.* " ifadelerine yer verildiği, ayrıca altyazıda sabit olarak "*Şok fiyat 69TL+10TL Kargo" " A sınıf- birinci kalite- renk vermez-pamuklu-defosuz-lastikli birinci sınıf çarşaf " 7 adet renk renk birinci sınıf çarşaf "*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Flash TV" logolu televizyon kanalında 07.09.2107 tarihinde yayınlanan *" A sınıf- birinci kalite- renk vermez-pamuklu-defosuz-lastikli birinci sınıf çarşaf"* başlıklı reklamlar üzerine tanıtımı yapılan ürünleri satın almak üzere tüketicilerin ekranda yazan sipariş numarasını aradığı, ancak reklamda 7 adet şeklinde tanıtımı yapılan kampanyanın gerçeği yansıtmadığı, tüketicilere tek renkli lastikli penye çarşafın 80TL olduğu belirtilerek satışların gerçekleştirildiği, böylece reklamda vaat edilen fiyatın/kampanyanın tüketicilere uygulanmadığı, üstelik tüketicilere reklamda vaat edilen özellikleri bulunmayan, tanıtımı yapılan ürünlerle alakası olmayan defolu ayıplı ürün/ürünler gönderildiği, hal bu iken tüketicilerin gerek Flash TV'den aldığı numaralardan gerek fatura üzerindeki telefon numaralarından arayarak firmanıza ulaşmak istese de herhangi bir muhatap bulunamadığı, böylece tüketicilerin mağdur edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların her halükarda tüketicileri 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, 7/5ç, 7/5e, 13, 29,31,32 ve Ek- B 3 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Demirsolar Güneş Enerjisi İnş. Bilg. Tar. Hay. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **241.413.-TL (İkiyüzkırbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2017/1067**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nevresimdunyam.com](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\GEREKÇELİ%20KARAR\271\www.nevresimdunyam.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nevresimdunyam.com](http://www.nevresimdunyam.com) adresli internet sitesinin Mayıs 2017 tarihli görünümlerinde; *“Taç Sezon Sonu Ürünlerde %70’ e Varan İndirim”, “Önemli Not, Stoklarımız Ülke Genelinde Anlık Olarak Güncellenmekte Olup; Tükenen Ürünler Sizlere Gösterilmemektedir. Kampanyadan Sadece 1 Kez Yararlanabilirsiniz.”, “2016 Sezonunu Bitiriyoruz…”* ifadeli tanıtımlara yer verilerek *“Taç”* markalı ürünlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.nevresimdunyam.com adresli internet sitesinin Mayıs 2017 tarihli görünümünde; *“Taç Sezon Sonu Ürünlerde %70’ e Varan İndirim”, “Önemli Not, Stoklarımız Ülke Genelinde Anlık Olarak Güncellenmekte Olup; Tükenen Ürünler Sizlere Gösterilmemektedir. Kampanyadan Sadece 1 Kez Yararlanabilirsiniz.”, “2016 Sezonunu Bitiriyoruz…”* ifadeli tanıtımlara yer verildiği, tüketicilerin [www.nevresimdunyam.com](http://www.nevresimdunyam.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara istinaden *“Taç”* nevresim takımları sipariş ederek ödeme yaptıkları ancak tüketicilere firma tarafından düzenlenen faturayla, daha düşük kalitede ve internet sitesinde ifade edilen özellikleri taşımayan farklı bir ürünün gönderildiği, firmanın *“Taç”* markasının itibarından haksız olarak yararlandığı, firmaya ulaşmak isteyen tüketicilerle sistematik olarak görüşülmekten kaçınıldığı ve dolayısıyla yukarıda ifade edilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla,inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9/1, 9/5, 11, 12/2, 14, 28/1, 28/2, 28/4, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**68)**

**Dosya No: 2017/3766**

**Şikayet Edilen: Fame Game Hayvancılık San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından muhtelif mecralarda gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından, firmaya ait [www.ciftlikbank.com](http://www.ciftlikbank.com) adresli internet sitesinin ismi de dahil olmak üzere, muhtelif mecralarda *“çiftlikbank*” ismi kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“Biz Ata’mızın öğüdü kulağımızda çok çalıştık. Kısa sürede Anadolu’nun dört bir yerine 6 çiftlik, aralıksız üretim yapan 3 et ve süt entegre tesisi, bal sağım ve dolum tesisleri, ürettiğimiz 40’ı aşkın ürün çeşidini doğudan batıya ulaştırdığımız 100 çiftlik bank şarküterisi, 100lerce çalışanımız ve markamızın ürünlerini satan seçkin marketlerle kocaman bir aile olduk. Şimdi, büyük çiftlikbank ailesini daha da büyütmek için çok çalışıyor, Konya Tuzlukçu’da çiftlikbank’a ait 2250 dönüm arazi üzerine 35 bin büyükbaş hayvan kapasitesi ile Avrupa’nın ve Türkiye’nin en büyük süt ve damızlık çiftliğinin temelini 23 Aralık Cumartesi atıyoruz.”* şeklinde, tüketiciler nezdinde firmanıza duyulan güveni pekiştirici, ancak bir yandan da ispata muhtaç ifadelerin kullanıldığı, ancak söz konusu iddiaların somut, hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, ilgili firmanın tüm tanıtım mecralarında ve dahi internet sitesi adres isminde yer verilen “bank” ifadesinin, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun “İzinsiz Faaliyette Bulunmak” başlıklı 150 nci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan; *“Bu Kanuna göre alınması gereken izinleri almaksızın ticaret unvanlarında, her türlü belge, ilân ve reklamlarında veya kamuoyuna yaptıkları açıklamalarda banka adını ya da banka gibi faaliyet gösterdikleri ya da banka gibi mevduat veya katılım fonu topladıkları izlenimini uyandıracak söz ve deyimleri kullanan gerçek kişiler ile tüzel kişilerin görevlileri, bir yıldan üç yıla kadar hapis ve beşbin güne kadar adlî para cezası ile cezalandırılır. Ayrıca, bu işyerlerinin bir aydan bir yıla kadar, tekerrür hâlinde ise sürekli olarak kapatılmasına karar verilebilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, bu yolla tüketiciler nezdinde yanıltıcı bir algı ve güven oluşturulduğu ve tüketicilerin tecrübesizliklerinin istismar edildiği,

Son olarak, anılan firmanın mevcut internet sitesinden kaldırılmış olsa dahi “facebook” isim sosyal mecra platformunda muhtelif kanallarda halen görülmekte olan; “Çiftlikbank Kayıt Platformu” başlıklı tanıtımlarda; “*Çiftlik Bank Oyun Rehberi (SSS)* *Çiftlik Bank'ı tanıyalım... Çiftlik bank evinizde, işyerinizde, cebinizde ve hatta arkadaşlarınız ve aileniz ile vakit geçirirken bile oynayabileceğiniz bir çiftlik oyunudur. Bu oyunda aldığınız tavuk, inek ve arılar diğer çiftlik oyunlarına göre tek bir farkı vardır. Size getirdiği yumurta, bal, süt gibi ürünler 'TL' ye çevrilmesidir. Sizde evinizin rahatlığında çiftlik bank oynayabilir eğlenirken kazanabilirsiniz. Oyuna ilk başlayan tüm üyelerimize '15 TL' değerinde altın hediye edilir. Bu altın ile kendinize bir adet 'manisa' tavuğu alarak para kazanmaya başlayabilirsiniz. Daha fazla kazanmak için daha fazla hayvan alabilir veya oyuna arkadaşlarınızı davet ederek üye olan arkadaşlarınızın yatırımına ömür boyu %10'a kadar ortak olmuş olursunuz. Ancak bu %10 luk kesinti arkadaşınızdan değil şirketimiz tarafından sizlere bonus olarak verilir. Referans Sistemi Nedir? Referans sistemi oyuna daha fazla üye çekmek için yapılmış bir davet sistemidir. Bu daveti yapabilmek için oyuna giriş yaptıktan sonra sol menüde bulunan 'referanslarım' sekmesindeki size verilen, örnek : (*[*https://www.ciftlikbank.com/?reg=0863*](https://www.ciftlikbank.com/?reg=0863)*). Referans link'inizi Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Forum, vb. sitelerde sosyal platformlarda paylaşarak kendinize referans bulabilir bu sayede kazancınızı sürekli bir şekilde arttırabilirsiniz. Gelen referansların size iki türlü etkisi olacaktır, bunlardan birisi üyeden gelen %10’luk bonus altın ikincisi referanslarınızın toplamından gelen referans sıralaması puanıdır. Referansınız olarak gelen kişiler oyunda ikinci tavuğunu kazandıktan sonra satışını yaptığı her hammadde için size %10'a kadar bonus altın gelecektir. Referans Sıralaması Nedir Referans sıralaması bir oyuncunun referans bölümündeki ikinci hayvanını satın almış oyuncuların toplam altın getirisinin rekabet ettiği bir sıralamadır. Bu sıralamada ilk 3'e giren oyuncularımız x2 yani 2 kat daha fazla altın kazanma ile ödüllendirilir. Örnek: Günlük oyundan 100 TL kazanıyorsanız bu kazanç 200 TL ye çıkmış oluyor işte bu yüzden referans sıralaması oyuncularımız için çok cazip bir avantajdır. Referans sıralaması her ayın 1 inde yani gece saat 00:00'da sıfırlanır ve yeniden başlar bu yüzden oyuna geç başlamış olsanız dahi referans sıralamasına girip x2 kat daha fazla kazanmak için hala bir şansınız var.(…)”* şeklindeifadelere yer verildiği, söz konusu firmaya ait internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde ise; “Merak Edilenler” başlığı altında yer alan; “*Çiftlik Bank’a nasıl güvenebilirim*? – *(…) Çiftliklerimiz Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Fame Game Software Ltd. Şirketimize ödenen ( Altın ) Oyun parası hizmet bedellerini 14 Gün içinde Bize noter kanalı ile bildirim yapması koşulu ile iade edeceğini kabul ve taahhüt eder. Fame game Hayvancılık San. Ve Tic. Aş. şirketine ait tüm tapu, araç ve hayvanlar çiftlik bank üyelerinin teminatıdır olası kapanma Ve iflas durumlarında şirketimize ait tüm hasetlerin satışı yapılıp üyelere yatırım tutarına göre ana parayı karşılayacak tutar kadar dağıtılacaktır. Bu teminatlar “ÇİFTLİK BANK” üye sözleşmesine eklenmiş ve yasal olarak tüm üyelerimizi kapsamaktadır.”, “*[*Klan Nedir? Ne İşe Yarar?*](https://www.ciftlikbank.com/FAQPage.php?lan=tr#tgg3) *Klan haftalık yatırım yapan ya da referans geliri bulunan üyelerimizin faydalanabileceği bir sistemdir. Klan kurulum ücreti 1000 altındır. Klan kurucusu klana giriş koşullarını belirleyebilir, dilerse hiçbir koşul koymaz. Bu koşullar klana katılmak istenmesi durumunda açılan klan ekranında “klana giriş şartları” adı altında size gösterilir. Katılım yapmak istemeniz durumunda bu koşulları kabul edip klana üye olabilirsiniz. Klan üyelerinin; yaptıkları yatırımlar, referans gelirleri, şarküteriden aldıkları ürünler klana puan olarak yansımaktadır. Her pazarı pazartesine bağlayan gece klanın sahip olduğu toplam puanın %5’i (İlk sıradaki klana %1 ekstra puan) altına çevrilip, klan üye sayısına bölünerek her bir üyeye dağıtılır. Bu işlemin sonunda toplam puan sıfırlanır. Klandan altın kazanabilmek için klanda min 6 kişi olması gerekmektedir. Bu yüzden klan kurucularının düzenli yatırım yapmayan, referans geliri bulunmayan ve şarküteriden alışveriş yapmayan üyeleri klandan atma yetkisi bulunmaktadır.(…)”*şeklinde ifadelere yer verilerek, yukarda bahsi geçen ifadelerde detaylı biçimde açıklanmış olan “referans sistemi”nden burada da bahsedildiği, bahsi geçen sistemin aktif biçimde uygulandığının Bakanlığımız müfettişlerince yapılan denetimlerde tespit edildiği, ancak bilindiği üzere 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Piramit Satış Sistemleri” başlıklı 80 inci maddesinde; *(1) Piramit satış; katılımcılarına bir miktar para veya malvarlığı ortaya koymak karşılığında, sisteme aynı şartlar altında başka katılımcılar bulma koşuluyla bir para veya malvarlığı kazancı olanağı ümidi veren ve malvarlığı kazancının elde edilmesini tamamen veya kısmen diğer katılımcıların da koşullara uygun davranmasına bağlı kılan, gerçekçi olmayan veya gerçekleşmesi çok güç olan kazanç beklentisi sistemidir.(2) Piramit satış sisteminin kurulması, yayılması veya tavsiye edilmesi yasaktır.(3) Bakanlık, piramit satış sistemleri ile ilgili gerekli incelemeleri yapmaya ve varsa elektronik sistemin ülkemizde durdurulması dâhil ilgili kamu kurum veya kuruluşlarıyla iş birliği içinde gerekli önlemleri almaya yetkilidir.”* hükmüne yer verilerek, ülkemizde piramit satışların kurulması, yayılması ve dahi tavsiye edilmesinin yasaklandığı; ancak söz konusu tanıtımlarla bu yasa hükmünün de ihlal edildiği ve daha fazla tüketicinin sisteme dahil edilmesi için yukarda bahsi geçen tanıtımlara yer verildiği,

Dolayısıyla mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Fame Game Hayvancılık San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **241.413- TL (ikiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2017/3928**

**Şikayet Edilen: Sadık Ayakkabıcılık Tekstil Sanayi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “SADIK YILMAZ” isimli mağaza afişlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait “SADIK YILMAZ” isimli mağaza afişinde yalnızca “İndirim SALE” ifadelerine yer verildiği, ancak hangi ürünlerde indirim olduğu bilgisi ile indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “arma” isimli mağaza vitrininde yer alan indirim afişlerinde, “*İndirim SALE*” ifadelerine yer verildiği, ancak hangi ürünlerin indirimde olup olmadığına dair herhangi bir istisnai bilgiye yer verilmeyerek tüm ürünlerde indirim olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, bununla beraber İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından işyerinizde yapılan denetim sonuçlarına göre, söz konusu firmaya ait mağazada satışta bulunan “*arma life markalı 5312 önü patlı kolyeli bayan tunik*” isim üründe herhangi bir indirim bulunmadığı, bu durumun tüketiciler açısında yanıltıcı olduğu ve bahsi geçen afişte yer alan ifadeler ile çeliştiği, ayrıca yine söz konusu afişte indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin yer almadığı, dolayısıyla tüm bu hususların tüketicilerin ekonomik tercihlerini etkileyen, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 14, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**70)**

**Dosya No: 2017/3930**

**Şikayet Edilen: Arma Mağazacılık Tic. Ve San. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait “arma” isimli mağaza afişinde yalnızca “*İndirim SALE*” ifadelerine yer verildiği, ancak hangi ürünlerde indirim olduğu bilgisi ile indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “arma” isimli mağaza vitrininde yer alan indirim afişlerinde, “*İndirim SALE*” ifadelerine yer verildiği, ancak hangi ürünlerin indirimde olup olmadığına dair herhangi bir istisnai bilgiye yer verilmeyerek tüm ürünlerde indirim olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, bununla beraber İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından işyerinizde yapılan denetim sonuçlarına göre, söz konusu firmaya ait mağazada satışta bulunan “*arma life markalı 5312 önü patlı kolyeli bayan tunik*” isim üründe herhangi bir indirim bulunmadığı, bu durumun tüketiciler açısında yanıltıcı olduğu ve bahsi geçen afişte yer alan ifadeler ile çeliştiği, ayrıca yine söz konusu afişte indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerinin yer almadığı, dolayısıyla tüm bu hususların tüketicilerin ekonomik tercihlerini etkileyen, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 14, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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