**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**GEREKÇELİ KARAR**

**Toplantı Tarihi :** 16 Mayıs 2018

**Toplantı Sayısı :** 272

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2018/2032**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bayilerince tüketicilere hediye olarak sunulan ürünler karşılığında bedel talep edilmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Belirsiz

**Tespitler:** Tüketiciler tarafından iddialarını kanıtlamak üzere kendilerine ilgili bayice verilen fatura dışında herhangi bir belge ve bilgi sunulmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin imzaladıkları sözleşme, kendilerine teslim edilen faturalar ve Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından gönderilen bilgilendirme kısa mesajları ve tüketiciler tarafından iddialarını kanıtlayan herhangi bir bilgi ve belge sunulmadığı göz önünde bulundurularak firma tarafından bir haksız ticari uygulama gerçekleştirilmesinin söz konusu olmadığı değerlendirilmiştir.

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.

**2)**

**Dosya No: 2017/2141**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Digitürk-Superonline Ortak Paket Kampanyası*”na ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Telefon)

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin 16.03.2017 tarihinde 12 ay süre ile taahhütlü indirimli fiyatlı kampanyadan faydalandığı, tüketiciye önce 18,34TL’lik fatura düzenlendiği ardından faturaya yansıtılan 4,26TL tutarındaki bedel taahhüt farkının firma tarafından geri alınarak 14,08TL olarak güncellendiği, tüketicinin de bu faturayı ödediği, ardından tüketici üyeliğini iptal ettirmek isteyince 60TL tutarında cayma bedelinin faturalandırıldığı ancak firma tarafından bu işlemin de iptal edildiği, tüketiciyle yapılan telefon görüşmeleri dinlendiğinde ise müşteri temsilcisinin ortak kampanya hakkında yanlış bilgilendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ümit KATITAŞ isimli tüketicinin aranarak Superonline-Digitürk ortak kampanya tanıtımının yapıldığı, kampanyaya katılması halinde internet faturasında indirim yapılacağı hususu üzerine tüketicinin kampanyaya üye olduğu, ancak Digitürk kurulumu yapıldıktan sonra tüketiciye vaat edilen fiyattan faturalandırılmadığı, bunun üzerine tüketici kampanyadan derhal çıkmak istediğinde cayma bedeli kesildiği, aslında tüketicinin ortak kampanyadan faydalanmadığı fakat tüketiciye müşteri hizmetleri yetkilisi tarafından hatalı bilgi verildiği, bu sebeple tüketicileri mevcut kampanyalara üye yapmak uğruna yanlış bilgiler verilerek tüketicinin fazla fatura ödemek zorunda bırakıldığı, dolayısıyla söz konusu kampanya tanıtımlarının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

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,13,29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2017/2773**

**Şikayet Edilen: İbrahim Yiğithan ÖZBEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sözleşmesi devam eden başka firma abonesi tüketicilere telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Telefon)

**Tespitler:** 0850 473 7281, 0850 473 75577 numaralı telefon hattından Türk Telekom abonesi kullanıcılarının aranarak TTNET, Superonline ve D-Smart gibi hizmetlerin pazarlandığı ve bu hizmetlere ilişkin paketlerin ücret karşılaştırması yapıldığı; anılan telefon hatlarının İbrahim Yiğithan ÖZBEK isimli şahıs adına kayıtlı olduğu ve Digitürk ile D-Smart’ın ana bayisi olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait olduğu tespit edilen 0850 473 7281, 0850 473 7577, 0850 473 7619 numaralı telefon hatları aracılığıyla tüketicilerin yeni internet kampanyalarının tanıtımı için arandığı, tüketicilere mevcut internet sözleşmelerinin bittiği/ bitmek üzere olduğu gerekçeleriyle yeni sözleşme yapılması gerektiği aksi takdirde yüksek ücret ödeneceği şeklinde bilgi verildiği, taahhütlü Türk Telekom üyeliği devam eden tüketicilere sözleşmenin sona erdiği ve Tttnet'in tarifelerinin pahalı olduğu gerekçeleriyle D-Smart abonesi yapmak için cazip teklifler sunulduğu, böylece tüketicilerin yanıltılarak mevcut sözleşmelerinin sonlandırıldığı, başka firma bünyesindeki daha uygun bir tarifenin/ kampanyanın varlığından söz edilerek yeni üyeliklerinin başlatılmak istendiği/başlatıldığı, böylece mevcut internet sözleşmelerini taahhüt bitmeden sonlandırmış olmaları sebebiyle tüketicilerin bir de cayma bedeli ödemek zorunda bırakıldığı, bu durumu fark edip yeni üyeliğini derhal sonlandırmak isteyen tüketicilerin ise yeni kampanyadan çıkmak için tekrar cayma bedelini ödemesi gerektiği,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 7/5c, 9, 28,29ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2017/4888**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Akıl Küpü Maksi*” tarifesine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** *2*017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Halil YILDIZ isimli tüketicinin 19.09.2017 tarihinde imzaladığı abonelik sözleşmesinde “Akıl Küpü Maksi” tarifesinin tüketici tarafından işaretlendiği, ayrıca faturasının alt kısmında da “ *Akıl Küpü Maksi Paketi 39TL Her Yöne 750DK, 1000 SMS, yurtiçi 2GB internet*” ifadelerinin yer aldığı, ayrıca [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde *“Her Yöne 750DK, 1000 SMS ve 2GB ayda sadece 39tl*” olduğu, avantajlı akıl küpü kampanya taahhütnamesi dahilinde 10TL indirim uygulandığı, tüketiciden de bu sebeple Kasım ve Aralık aylarında 29TLve 30.64TL (telsiz kullanım ücreti 1,64TL) faturaların tahsil edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin iddia ettiğinin aksine "Akıl Küpü Maksi" tarifesine üye olduğu, tarife isim ve içeriğine tüketici tarafından imzalanan sözleşmede ve faturada açıkça yer verildiği, "Akıl Küpü Maksi" tarifesinin de aylık kampanyasız fiyatının 39TL olduğu, "Avantajlı Akıl Küpü Kampanya Taahhütnamesi" dahilinde aylık 10TL indirim uygulandığı, dolayısıyla tüketicinin aylık ödemesi gereken tutarın 29TL olduğu ve faturalara bu şekilde yansıtıldığı, ücrete KDV ve ÖİV dahil olduğu, tüketicinin bahsettiği "Akıl küpü 2GB"ın aynı kampanyaya ait başka bir tarife olduğu, tüketicinin seçmediği bir tarife üzerinden ücretlendirilmesinin beklenemeyeceği, tüm bu sebeplerle söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2017/4889**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vodafone.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "*Yurtdışında Kullanım-Vodafone Red”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “Yurtdışında Kullanım- Vodafone Red” başlıklı reklamlarda; "*Yurtdışında da konuşun, mesajlaşın, internete girin. Vodafone Red'le tarifeniz 100'den fazla ülkede geçerli. Herşey Dahil Pasaport ve Herşey Dahil Pasaport Dünya ile tarifenizdeki her yöne dakika, SMS ve internetin tamamını yurtdışında kullanabilirsiniz. Gideceğiniz ülkede hangi paketin size göre olduğunu öğrenmek için Yurt Dışı Rehberi'ni inceleyin"* ifadelerine yer verildiği, 2017 yılı için "Herşey Dahil Pasaport " tarifesine dahil ülkelerden birine gidiyorsa tarifeye ek günlük 14,90TL ve "Herşey Dahil Pasaport Dünya" tarifesine dahil ülkelerden birine gidiyorsa tarifeye ek günlük 34,90TL ödeme yapması gerektiği, 18.08.2017 tarihinde Suudi Arabistan'ın Herşey Dahil Pasaport tarifesinden çıkarılarak Herşey Dahil Pasaport Dünya tarifesine dahil edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vodafone.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan "Yurtdışında Kullanım-Vodafone Red" başlıklı reklamlarda; "*Yurtdışında da konuşun, mesajlaşın, internete girin. Vodafone Red'le tarifeniz 100'den fazla ülkede geçerli. Herşey Dahil Pasaport ve Herşey Dahil Pasaport Dünya ile tarifenizdeki her yöne dakika, SMS ve internetin tamamını yurtdışında kullanabilirsiniz. Gideceğiniz ülkede hangi paketin size göre olduğunu öğrenmek için Yurt Dışı Rehberi'ni inceleyin"* ifadelerine yer verildiği, tüketicilerin gidecekleri ülkeye göre 2017 yılı için "Herşey Dahil Pasaport " tarifesine dahil ülkelerden birine gidiyorsa tarifeye ek günlük 14,90TL ve "Herşey Dahil Pasaport Dünya" tarifesine dahil ülkelerden birine gidiyorsa tarifeye ek günlük 34,90TL ödeme yapması gerektiği,

Firmanın bu reklamlara dayanarak, Birol CANGİ isimli tüketicinin Ağustos 2017'de hac için Suudi Arabistan'a gittiği, ancak 18 Ağustos 2017 tarihinde Suudi Arabistan'ın Herşey Dahil Pasaport tarifesinden çıkarılarak Herşey Dahil Pasaport Dünya tarifesine dahil edildiği, ancak adı geçen tüketicinin diğer tüketiciler aksine firma tarafından yapılan tarife değişikliği hakkında önceden bilgilendirilmediği, tüketicinin durumdan bihaber yapmış olduğu internet kullanımlarının yurtdışı paket harici yüksek tutardan ücretlendirilmesi sonucu arandığı, neticede tüketicinin yüksek meblağda bir fatura (2.190,30 TL) ödemek zorunda bırakıldığı, dolayısıyla Suudi Arabistan'ın Herşey Dahil Pasaport tarifesine dahil olduğunu düşünen tüketicilerin eksik ve yanlış bilgilendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2018/367**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Fizy*” müzik uygulamasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak *2*018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Fizy uygulamasına ilişkin Appstore’da yer alan tanıtımlarda; “*Reklamsız müzik dinlemek ve klipleri izlemek için hemen indirin. Tüm bireysel ve kurumsal Platinum müşterilerimiz bu ayrıcalıktan yararlanabilirler.. Platinum olmayan müşterilerimiz kampanya süresi içinde Platinum paketlerinden birine girerek bu avantajdan yararlanabilirler.”*

[www.turkcell.com.tr](http://www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “"*4.5G hızında ücretsiz servisler: 4.5G hızında TV+, Fizy, BiP, Lifebox deneyimi paketiniz ile size özel ücretsiz. fizy ile internetinden harcamadan müzik dinleme ve video izleme. Platinum ayrıcalıklar dünyası"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Fizy uygulamasının Platinum paketlerine 'ek fayda' olarak sunulduğu, yıllık abonelik esasına dayalı paket içeriklerinde fizy servisinin yer almadığı, halen Platinum abonelerinin ek fayda vaadine uygun biçimde birçok şarkıyı Fizy platformu üzerinde ücretsiz dinleyebildiği, ancak 1 Ocak 2018 tarihi itibariyle telif hakkı sahibi bazı şirketler ile yapılan anlaşmalar neticesinde yeni şarkılar eklendiği gibi bazı şarkıların platformdan çıkartıldığı, bazı şarkıların da ücretli sunulmasına başlandığı, ancak bu durumun "ücretsiz fizy fayda"sını genel itibariyle değiştirmediği, Fizy servisinin bir bütün olarak ücretli hale getirilmediği,"internet harcamadan müzik dinleme" ana vaadinin halen devam ettiği, abonelik sözleşmesi kapsamında tüketicilere sağlanan paket içeriğinde bir değişiklik yapılmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi aykırı bir unsur bulunmadığı tespit edilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2018/928**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Lifecell ile yapabilecekleriniz inanılmaz*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Lifecell ile yapabilecekleriniz inanılmaz" başlıklı reklam filmi serisinde;

*" Ben normalde romantik komedi severim. Ama bu aralar herkes fantastikçi. Geri kalmayayım dedim. 1 ay içinde* ***TV+’*** *ta ne kadar fantastik, bilim kurgu varsa hepsini izledim ve 1 ayın sonunda inanılmaz bir şey oldu. Lifecell’de internetim hala bitmedi. Bu çok tuhaf Doya doya izle diye binlerce film, dizi Lifecell’de... (dış ses)**İnternetim bitmiyor. Çok tuhaf. İnternet, bitmiyor. Çok tuhaf."*

*" Çiçekler müzikten anlar derler. Denedim. 2 menekşe almıştım. Birine* ***Fizy’****den sürekli klasik müzik dinlettim. Diğerine rock müzik dinlettim. 1 ay sonra inanılmaz bir şey oldu. Lifecell’le internetim bitmedi. Tuhaf, çok tuhaf. Doya doya dinle diye milyonlarca şarkı Lifecell’de. İnanılmaz, (dış ses) "*

*" Her şey Lifecell’e geçince başladı. Sevgilim dediki madem Lifecell’le internetten konuşuyoruz hiç kapamayalım. Tamam kuzum. Niye kapatıyoruz ki. Zaten baştan niye kapattık.. Telefondayım anne. Evet aşkım. Sabaha kadar mı konuşacağız. Uyumayacağız tabi bitanem... Tam 1 ay hiç kapamadık ve 1 ayın sonunda inanılmaz bir şey oldu. Noldu? Lifecell’le internetim bitmedi. İnanabiliyor musunuz? Sevgilim inanabiliyor musun? İnanamıyorum. Bu çok tuhaf Doya doya konuş diye internetten sınırsız konuşma Lifecell’de. İnanılmaz,"*

*“ Ben bilgiye meraklıyım. Girdim Yaani’ye. A harfinden başladım, Z harfine kadar derinlemesine araştırma yaptım. Buz, dalga, dolap, nasıl, zamanda yolculuk,ten,don,oksijen tüpü,nefes, evet, kuvvet. Kolaymış ya ve 1 ay sonunda inanılmaz bir şey oldu.* ***Yaani*** *ile internetin altını üstüne getirdim. Lifecell’de internetim bitmedi. İnternet dediğin zaten göreceli bir şey değil mi? Yaani. İnternetin sonsuz dünyasını Yaani’den keşfet diye bol bol GB Lifecell’de. İnanılmaz. "* ifadelerine yer verildiği,

[www.turkcell.com.tr](http://www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinde ise; “*50GB internette neler var? Fizy Dinle 15GB, Tv+ İzle 15GB, Sakla 10GB, Dergilik Oku 8GB, Facebook Twitter Paylaş 2GB" +7gb ile ne yapacağın sana kalmış 49TL/Ay, +9GB ile ne yapacağın sana kalmış 59TL/Ay, +12GB ile ne yapacğaın sana kalmış 69TL/Ay," " 20GB internette neler var? Fizy Dinle 5GB, Tv+ İzle 8GB, Dergilik Oku 5GB, Facebook Twitter Paylaş 2GB +4gb ile ne yapacağın sana kalmış 39TL/Ay"*  şeklinde farklı GB kotaları karşılığında tüketicilere farklı fiyatlardan (39-49-59-69TL) ile 4 ayrı paket sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: “Lifecell ile yapabilecekleriniz inanılmaz” başlıklı reklam filmi serisinde; "TV Plus", "Fizy ", " Bip", "Yani" uygulamalarına yönelik tanıtım yapıldığı, böylece tüketiciler bir ay boyunca sürekli internet hizmetinden faydalansa dahi internetin bitmediği-bitmeyeceği algısı yaratıldığı, "doya doya izle-dinle-konuş, internetim hala bitmedi, tam 1 ay hiç kapamadık, sınırsız konuşma " şeklinde ifadelerle "bitmeyen internet" vaadi verildiği, ancak bu iddianın ispatlanamadığı,

Ayrıca, [www.turkcell.com.tr](file:///D:\Users\10840279764\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\IV0V9BJM\www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan kampanya detaylarında; "*50GB internette neler var? Fizy Dinle 15GB, Tv+ İzle 15GB, Sakla 10GB, Dergilik Oku 8GB, Facebook Twitter Paylaş 2GB" +7gb ile ne yapacağın sana kalmış 49TL/Ay, +9GB ile ne yapacağın sana kalmış 59TL/Ay, +12GB ile ne yapacğaın sana kalmış 69TL/Ay," " 20GB internette neler var? Fizy Dinle 5GB, Tv+ İzle 8GB, Dergilik Oku 5GB, Facebook Twitter Paylaş 2GB +4gb ile ne yapacağın sana kalmış 39TL/Ay"*  şeklinde farklı GB kotaları karşılığında tüketicilere farklı fiyatlardan (39-49-59-69TL) ile 4 ayrı paket sunulduğu, buna ilişkin detaylı hiçbir bilgiye söz konusu reklamlarda ne altyazı, ne dışseste, ne durağan yazıda yer verildiği, dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

"TV Plus", "Fizy " ve" Bip" uygulamalarına yönelik reklamlarda durağan-akan yazı şeklinde hiçbir bilgilendirmeye yer verilmediği, reklamda verilmek istenen ana vaatlerin nasıl kullanılacağına ilişkin bilgilendirme amaçlı hiçbir açıklama yapılmadığı, sadece "Yaani" uygulamasına yönelik reklamlarda bilgilendirme amaçlı altyazıya yer verildiği, ancak bu reklamlarda da diğerlerinde olduğu gibi [www.turkcell.com.tr](file:///D:\Users\10840279764\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\IV0V9BJM\www.turkcell.com.tr) adresi internet sitesinde yer verilen istisnalar ve diğer açıklamalar hakkında bilgilendirme yapılmadığı,

Dolayısıyla söz konusu reklamlarda verilen ana vaatlere ilişkin ispat niteliğinde bilgi/belge sunulmadığı, bu sebeple söz konusu iddiaların kanıtlanamadığı, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu reklamların 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 7/5b, 9,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2018/1156**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hızlanan İnternet Kampanyası”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** *2*018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** *“Hızlanan İnternet Kampanyası”* başlıklı reklamlarda, “*Benim için internet korku filmidir, gerilim filmidir bilemedin aksiyon filmidir. Ama bizim oğlan dedi ki -Esas aksiyon oyunda baba! - Biz de hızlı internetle takılmadan rakiplerle kapışıyoruz. (dışses) Benim için internet herşey diyen milyonlar Türk Telekom'da. Ne duruyorsun sen de gel. Hızı katlanan paketlerle hızına hız kat, limitsiz fiber interneti gönlünce kullan. Türk Telekom"*  şeklinde, altyazıda; " *30 Nisan 2018'e kadar bireysel abonelerde geçerlidir. Hız, bağlantı yeri ve cihaz gibi unsurlara bağlı olarak değişkenlik gösterir. AKN sonrası hız 8Mbps'ye kadar düşecektir. Damga vergisi aboneye yansıtılır. İptalde cayma bedeli faturalandırılır. Tahhüt bitiminde güncel fiyatlar uygulanır. Detaylar:* [*www.turktelekom.com.tr"*](file:///D:\Users\10840279764\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\IV0V9BJM\www.turktelekom.com.tr%22) , durağan yazıda ise; " İlk 9 ay hız hediye. ~~24~~ 35 Mbps HIZ 64,90TL ~~35~~ 50Mbps HIZ 67,90TL ~~50~~ 100Mbps HIZ 73,90TL Limitsiz Fiber İnternet 50GB AKN Yeni gelene 24 ay söze. " şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu reklamlarda dışses, durağan ve akan yazıda tüm bilgilendirmelerin yapıldığı, ilk 9 ay hızın hediye olduğunun açıkça belirtildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi aykırı bir unsur bulunmadığı tespit edilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No: 2017/1649**

**Şikayet Edilen:** **T Medya Yatırım San. Ve Tic. Aş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.aksam.com.tr/saglik/biosante-detoksu-kimler-tuketmelidir-/haber-609561> adresli internet sitesinde yer alan “*Biosante*” isimli ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.aksam.com.tr/saglik/biosante-detoksu-kimler-tuketmelidir-/haber-609561> adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde,

*“Biosante Detoksu Kimler Tüketmelidir? Detokslar hemen hemen her yaş grubunda kişilerin bayan erkek ayırt etmeden uygulaması gereken kısa süreli bir beslenme dönemidir. Çünkü insanların fizyolojik olarak sahip oldukları sindirim sistemi yapısı her zaman aynı şekilde işleyiş göstermez.*

*Bu işleyiş tüketilen besinlerle değişiklik gösterebilir. Özellikle tek tip beslenen insanların ilerleyen dönemlerde kronikleşmeye doğru giden bir kabızlık problemi oluşur. Bu belirli bir süre sonra düzeltilmez ise bağırsak ciddi boyutlarda deformasyona uğrar. Sürekli her kabızlık probleminde ilaç tüketmekte doğru değildir. Bunun yerine detoks uygulamasını yaşamınızın bir rutini haline getirebilirsiniz. Bu şekilde hazım probleminiz olmaz ve yediğiniz besinleri kolayca dışarıya atabilirsiniz. Bununla birlikte gebelik ve kronik kalp hastalığı olan kişilerin, uzman doktorlarına danışmadan tüketmemesi önerilir. Sağlıklık bir bireyin tüketmesinde herhangi bir sakınca yoktur. Aksine kendisini hiç olmadığı kadar zinde ve sağlıklı hissedecektir.*

*Biosante Detoksun Diğer Detokslardan Farkı*

*- Biosante detoks tamamiyle doğal şekilde hazırlanan meyve ve sebze özütlerinden oluşur. Tazeliğini koruyarak sizlerin karşısına gelir.*

*- Herhangi bir yan etki göstermez ve gösterdiği etkiler sizi iyi hissettirir. Gün içerisinde alınan besinlerden hiçbir farkı yoktur. İçeriği tamamen doğaldır. Allerjik etki göstermez.*

*- Yakın çevrenize önererek onların da aynı şekilde rahatlamasına ve sağlıklı olmasına sebep olabilirsiniz. Bu saye de daha sağlıklı bir toplum olma yolunda ilk adım sizler sayesinde atılmış olur.*

*- İçeriğinde bulunan özenle seçilmiş besinler, kişilerin tamamen hedeflerine ulaşmak için hazırlanmıştır. Kilo vermek ve kilonuzun korunmasına katkı sağlar.*

*- Biosante detoksa kadar olan süreçte almış olduğunuz zararlı besinlerin etkilerini ortadan kaldırır ve uzun süreli sağlıklı bir yaşam sunar.*

*- Cildinizi yeniler ve vücudunuzda biriken toksinlerin hızlı bir şekilde atılmasını sağlar.*

*- Tembel olan bağırsaklar ve idrar çıkışının az olduğu böbrekler üzerinde de etki göstererek organlarınızın sağlığını korur.*

*- Tembel olan bağırsaklar ve idrar çıkışının az olduğu böbrekler üzerinde de etki göstererek organlarınızın sağlığını korur.*

*- Bir ya da iki kiloyu dert edip istediğiniz kıyafeti giyemediğiniz zamanlarda mutsuz olmanıza engel olur. Çünkü biosante detoks mucizevi içeriği sayeside bu psikolojik ön yargınızın üstesinden gelir.*

*- Hazırlanması pratiktir. Kısa sürede hazırlanır ve kolayca tüketilir.*

*- Ferahlatıcı ve dinginleştirici aroması sayesinde günün stresini atmak için birebirdir.*

*Sayılan faydalarının yanı sıra bu ürün tamamiyle sizler için hazırlanmıştır. Sizlerin daha kaliteli bir yaşam sürmesi adına uzman eller tarafından hazırlanan biosante detoks, doğanın mucizesini evlerinize taşımıştır. Biosante sabah ve akşam detoksunu düzenli bir şekilde kullandığınız takdirde yukarıda saymış olduğumuz tüm faydaları bedeninizde hissedeceksiniz. Bunca faydalı bileşeni içeren bu kürü sizler hala denemediniz mi ? Öyleyse faydalarını tekrar tekrar okuduktan sonra sizler de hayatınız da bir değişime gidin. Unutmayın ki bu değişim yalnızca sizler için, birey olarak daha sağlıklı ve yüksek standartlı bir hayat için olacaktır.”* şeklinde tanıtımların yer aldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **T Medya Yatırım 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.

**10)**

**Dosya No: 2017/1664**

**Şikayet Edilen:** **HABER32**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.haber32.com.tr> adresinde yer alan *“İyot Damlası ve Chia Tohumu*” isimli ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.haber32.com.tr> adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde,

“*İyot damlası ne işe yarar? İyot damla kilo verdirir mi, Zayıflatır mı? İyot damlası asitsiz ve alkol bulunmayan içeceklere genellikle de su içerisine damlatılarak kullanılan likit sıvı forumunda sağlık açısından hem hızlı hem oldukça etkili olan bir üründür.*

*Geçmişten beri fazla kilolardan kurtulmak her zaman dert olmuştur. Bu konu için insanlara birden çok çözüm yolu üretilmiş fakat ne yazık ki çoğu başarısız olmuştur. Sizlerde bu kişiler gibi zayıflama yöntemleri konusunda çoğu yolu deneyip başarısız sonuçlar aldıysanız tüm bunları kolayca aşabilir likit özelliği bulunduran iyot damla kullanarak kalıcı ve hızlı şekilde fazla kilolarınıza elveda diyebilirsiniz.*

*İyot damlası nedir? İyot damla alışılagelmiş zayıflama ürünlerinin yanı sıra kendine hastır. Kapsül ya da hap gibi değildir. Doğal içeriklerin bir araya gelmesiyle oluşturulmuş sıvı üründür. Kesinlikle kullanımı ilaç olarak değil gıda takviyesi olarak amaçlanmıştır. Vücudunuz bu yöntem ile gerek duyduğu iyot mineralini karşılamış olur ek olarak da sağlıklı bir yolla kilolarınızdan kurtulmanızı sağlar. Herkesin bildiği gibi iyot vücudumuz için kaçınılmaz bir nimettir. İyot, sindirim sisteminde ve metabolik sistemi doğrudan etkilemektedir. Vücudunuzda eksik iyot yüzünden bir takım sağlık problemleriyle karşılaşmanız olağandır. Bu mineral sayesinde tiroid hormonu salgılanır ve dengesinin kurulmasında tamamen doğal şekilde yardımcı olmuş olur. Ülkemiz de daha yeni yeni satılmaya başlanan iyot damlası şimdiden kullanıcılarından tam not almayı başarmış gibi duruyor yorumları incelediğimizde. İyot damla faydaları İyot damlası sayesinde vücuttaki kalorilerin yakılıp sonrasında enerjinizin dengede tutulması için denge ayarı verici bir etkisi bulunmaktadır. Tüm bu özelliklerinin yanında bağışıklık sisteminin güçlenmesinde de büyük etkisi vardır, bu mineralin bir diğer etkisi de saç, kemik ve tırnaklarınızın sağlığı açısından da etkilidir. Vücudumuzdaki birçok bölümün iyot ile bağlantılı olduğu açıktır. Eğer iyot eksikliği bulunuyorsa metabolizmanın yavaşlaması ve dolayısıyla kilo alınması kaçınılmaz olacaktır. İyot damla yorumlar sayfamız üzerinen kullanıcı yorumlarını da okuyabilirsiniz. Vücudunuz gün içerisinde aldığınız kalorilerden fazlasını yakamayıp daha azını yakıyorsa bu durum da kilo almanızda bir o kadar kolay olacaktır. Eğer dengeli bir iyot oranınız varsa yorgunluk, halsizlik ya da kabızlık gibi birçok sorundan kurtulursunuz. Çok daha enerjik olurken direnç kazanırsınız. Kalsiyum ve fosfor kullanılmasında da yardımcı rolündedir. Bütün bu yapılan bilimsel araştırmaların tek ortak noktası iyot damlasının sağlıklı bir vücut oluşumundaki en büyük yardımcı etken olduğunu göstermektedir. İyot damlası zayıflama damlası nasıl kullanılır? İyot damlası kullanımı günlük hayatta rahatlıkla kullanabilmeniz için tasarlanmıştır. iyot damla fiyatı 1 adet bedeli 46 Türk lirası olarak belirlenmiştir. 1 bardak kadar suyun içerisine ortalama 2-3 damla damlatarak tüketmeniz yeterli olmaktadır. Dediğimiz gibi bir ilaç olmadığı için tedavi amaçlı kullanılmamaktadır. Kesinlikle hamile bayanların kullanmaması gerekmektedir. 18 yaşından küçük kişilerin aile izni ve doktor tavsiyesiyle bu ürünü kullanmalarını öneriyoruz. Bir hastalık için ilaç kullanmaktaysanız, bu ürünü kullanmadan önce doktorunuza danışın.”*

*“Chia kullanımı, nasıl sipariş verilir! Chia tohumu ile zayıflayanlar 21.yüzyıl dünyasında insanların vücutlarında fit ve sağlıklı bir görünüme sahip olabilme isteği her zaan çok daha yoğun seviyelerde oluyor.*

*21.yüzyıl dünyasında insanların vücutlarında fit ve sağlıklı bir görünüme sahip olabilme isteği her zaan çok daha yoğun seviyelerde oluyor. Bu sebep ile de günümüz modern yüzyıl dünyasında bu alana ilişkin olarak son derece yoğun bir ilgi bulunuyor. İnsanların sağlıklı ve formda vücutları ile son derece rahat ve kaliteli bir yaşam sürebilme şansına sahip olabilmeleri mümkün oluyor. Ancak modern yüzyıl dünyasında teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ile birlikte günlük yaşantı içerisinde edinilen yüksek konfor standartları ve küreselleşen dünyada kent yaşamının öne çıkarak doğadan uzaklaşılması gibi pek çok etken insan sağlığında çok önemli dengesizliklere yol açıyor ki bu tarz hareketsiz bir yaşam tercihi insanların vücutlarında fazla kilo problemi ile karşı karşıya kalmasına neden oluyor. Bu duruma ek olarak bir de kent yaşantısı içerisinde insanların hazır gıda ürünleri ile beslenme alışkanlıkları kazanmış olmaları da modern yüzyıl dünyasında fazla kilo probleminin çok daha ciddi boyutlara ulaşmasına neden oluyor. Bu kapsamda günümüzde bu tarz fazla kilo problemlerine yönelik olarak son derece etkili sonuçlar sağlayacak son derece etkili ve en önemlisi de son derece doğal bir zayıflama ürünü olarak Chia öne çıkıyor. Dünyanın her yerinde son derece yoğun şekilde kullanılmakta olunan bir zayıflama ürünü olan Chia, kesinlikle kimyasal içerik içermediği gibi piyasa içerisinde yer alan ve insan sağlığını tehdit etmekte olan bir zayıflama ilacı değil besin takviyesidir. Son derece zengin bir içeriğe sahip olarak insan vücudunun tüm ihtiyaçlarını karşılıyor olmasına karşın karbonhidrat ve kalori gibi kilo aldırıcı hususlar konusunda son derece düşük seviyede kalması da insanların fazla kilo problemine karşı tercih edebilecekleri son derece etkili bir ürün olarak öne çıkıyor. Günümüz modern yüzyıl Türkiye’sinde de son dönemlerde oldukça yoğun şekilde tercih edilmekte olunan Chia ürününe ilişkin olarak chia sipariş işlemleri de orijinal ve resmi Türkiye resmi satış web sitesi üzerinden verilmektedir. Bu şekilde insanlar son derece pratik ve kolay bir şekilde Chia zayıflama ürününe ilişkin olarak sipariş verebilme şansına sahip olabiliyor. Günümüz modern yüzyıl internet dünyasında özellikle de chia tohumu ile zayıflayanlar tarafından yapılmakta olunan yorumlar ve kullanım deneyimlerine ilişkin olarak görsel yönden zengin paylaşımlar ile bu doğal zayıflama ürününün fazla kilolardan kurtulabilme konusunda sağlamakta olduğu etkili sonuçlar çok daha iyi bir şekilde görülebiliyor. Sürekli olarak daha geniş kesimler tarafından kullanılmaya başlanan doğal bir zayıflama ürünü olan chia tohumu kullanımı da son derece basittir. Bu noktada set içerisinde yer alan Chia tohumu, Chia çayı ve Chia Shake ürünlerinin kullanımları birbirlerinden farklıdır. Bu noktada özellikle çiğ şekilde hemen hemen her yiyeceğin üzerine ilave edilerek kullanılabilmektedir.”*şeklinde tanıtımların yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.haber32.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların övücü ifadeler kullanılarak söz konusu ürünün reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin örtülü reklamının yapıldığı, ayrıca söz konusu ürüne yönelik olarak endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı dolayısıyla tanıtımların,

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

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **HABER32** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**11)**

**Dosya No: 2017/3086**

**Şikayet Edilen: Kahraman Radyo Televizyon Yayıncılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Seymen TV”* logolu televizyon kanalında 14.05.2017 tarihinde (14:48) yayınlanan *“Doğu Tıbbının Mucize Kremi”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Seymen TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Doğu Tıbbının Mucize Kremi”* isimli ürüne yönelik olarak *“(...)Bel fıtığıyla, boyun fıtığıyla, bel ağrısıyla, diz ağrısıyla, boyun ağrısıyla çekmiş olduğunuz sıkınıtılarınız varsa, bir daha ömür boyu bu ağrılarla karşılaşmak istemiyorsanız şayet, bizi çok iyi dinleyin.”, “Kardeşim... bir yerde ağrınız varsa, ağrı sızı da eklem romatizması ise, bel ağrısıysa, boyun ağrısıysa, sinüzit ve migreniniz varsa bir de ayak kokunuz varsa 48 saat içerisinde...”, “-Ablanın Bel ağrısı kaç senedir vardı?- 10 seneden fazla. 10 sene çekdim. (...) Ameliyat olmadım. Bu kremi kullanalı belim geçdi.” “Yirmi seneden beri ... düştüm, omuzumda lif kopması oldu. Defalarca omuzumdan iğne yaptılar... Bugüne kadar 13 senedir şifa bulmadım. Verdi kremden uyguladım. Şifa gördüm.(...) 3 defa kremi sürdüm. Ağrı sancı kalmadı.”, “Dizimin ağrısını görünce şu kremi bir kullan dedi. 1 aydır kremi kullanıyorum....İkinci kutu bitmek üzere. Hiçbir ağrı duymuyorum.”, “Üç yıldan beri bel fıtığı dediler. Bu kremi üç defa sürdüm bacağıma, rahatlıkla namazımı, ibadetimi yaptım.(..) 2,5 aydır kullanıyorum. Ağrım da yok, sızım da yok.”, 1 alana 1 hediye, doğu tıbbının mucize kremi, kargo dahil 59 TL.0216 224 28 28”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

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

**12)**

**Dosya No: 2017/313**

**Şikayet Edilen: Ber RadyoTelevizyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ber TV”* logolu televizyon kanalında 12.05.2017 tarihinde (15:45) yayınlanan *“Vitalizma”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Ber TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Vitalizma”* isimli ürüne yönelik olarak *“Sevgili seyirciler, şimdi size yeni ve özel bir ürün tanıtmak istiyorum. Bu ürünün özel olmasının sebebi, kullandığınız anda farkı hissediyor olmanız. Merak ettiniz değil mi? İşte bu Vitalizma üç mucizevi bitki özünden geliştirilmiştir. Demir dikeni özü, Mürver bitkisi özü ve at kuyruğu bitkisi özü. Vitalizma'nın etkisini 15 gün içinde fark etmezseniz paranızı iade ediyoruz.… Bu mucize kremler 4 hafta gibi kısa bir sürede 8 kilo vermenizi sağlıyor. Üstelik diet yapmadan, aç kalmadan oturduğunuz yerden zayıflamanızı sağlıyor. Ayrıca selülütlerinizden kurtulmanızı da sağlıyor. Evet göbek yağlarını, selülütleri eriten bu kremler, 4 haftada 8 kilo vermenizi sağlıyor... Hiçbir yan etkisi yoktur. İlaç değil, hap değil, kapsül değildir. Klinik testlerde başarısı kanıtlanmış bir üründür. Cildinize asla zarar vermez. …Vitalizma Göbek yağları selülit giderici, sıkılaştırıcı, detox etkili inceltici, zayıflatıcı ve "Eklem ağrılarını giderir. 4 haftada 8 kilo verin. Ünlülerin tercih ettiği marka. Sipariş veren ilk 50 kişiye Maydanoz Yağı hediye.0 212 925 15 55.Şok fiyat 49.90 TL+Kargo”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**13)**

**Dosya No: 2017/3149**

**Şikayet Edilen: Kanal 55 Kültür Sanat Reklam ve Yayıncılık Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kanal S”* logolu televizyon kanalında 14.05.2017 tarihinde (09:13) yayınlanan *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Kanal S”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik olarak *“Sunucu:... Şok olmaya devam ediyorsunuz. 15 dakikada ağrıya son diyoruz, inanmıyorsunuz. Bakın komşusundan görenler arasın, inanmayanlar aramasın.. 2 tanesi 59 TL. kargo da dahil. Türkiye'nin her yerine geliyor... Yüzde bir milyon iade garantisi veriyorum... Özellikle lafım merdiven altı üreticilere, çakmacılara...Öyle 10 tane krem verenlere lafımdır. Bakın bu kadar insanı kandıramazsınız. Bizim ürünümüzden uzak durun.. Ağrısı sızısı olanlar 15 dakikada ağrıyı ortadan kaldırıyor diyorum.....Ürün sorgulatma. com'a giriyorsunuz Google'da, çok basit ve size gelen ürün üzerindeki barkod sistemini oraya yazıyorsunuz, orjinal mi değil mi görüyorsunuz.... Kireçlenme olanlar, boyun fıtığı olanlar, belinde fıtık olanlar, romatizması azanlar, ağrıdan sızıdan yatamayanlar, vücudunun herhangi bir yerinde ağrı olabilir. Bu ürün sayesinde 15 dakika diyorum bakın 15 dakika....Ekranın altındaki telefon numarasını şu anda ara. Bugüne özel, normalde 1 alana 1 bedava 59 TL idi. Değişmedi ama bu günün bir özelliği var...Cam kavonozda geliyor. 4 tanesi bugüne özel 99 TL. Türkiye'nin her yerine ulaştırıyoruz...”, “59 TL. kargo bedava.3000 yıllık Mucize Krem Satış rekorları kırıyor 1 alana 1 bedava 0212 975 04 64-012 599 11 91”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Kanal 55 Kültür Sanat Reklam ve Yayıncılık 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** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2017/3156**

**Şikayet Edilen: Arma Berat Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Berat”* logolu televizyon kanalında 14.05.2017 tarihinde (15:41) yayınlanan *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Berat”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte ve saatte yayınlanan reklamda *“Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik olarak *“Sunucu:... Şok olmaya devam ediyorsunuz. 15 dakikada ağrıya son diyoruz, inanmıyorsunuz. Bakın komşusundan görenler arasın, inanmayanlar aramasın...2 tanesi 59 TL. ...Kireçlenme olanlar, boyun fıtığı olanlar, belinde fıtık olanlar, romatizması azanlar, ağrıdan sızıdan yatamayanlar, vücudunun herhangi bir yerinde ağrı olabilir. Bu ürün sayesinde 15 dakika diyorum bakın 15 dakika... Memnun kalmadım diyemezsiniz iddia ediyorum. Allah yukarıda. Memnun olmayan Latif Doğan'dan gelsin parasını alsınlar. ...Ağrısı sızısı olanlar 15 dakikada ağrıyı ortadan kaldırıyor diyorum...Ürün sorgulatma. com'a giriyorsunuz Google'da, çok basit ve size gelen ürün üzerindeki barkod sistemini oraya yazıyorsunuz, orjinal mi değil mi görüyorsunuz....Ekranın altındaki telefon numarasını şu anda ara. Bugüne özel, normalde 1 alana 1 bedava 59 TL idi. Değişmedi ama bu günün bir özelliği var...Cam kavonozda geliyor. 4 tanesi bugüne özel 99 TL. Türkiye'nin her yerine ulaştırıyoruz...”, 59 TL. kargo bedava.3000 yıllık Mucize Krem 1 alana 1 bedava 0212 709 50 02”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Arma Berat Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2017/4890**

**Şikayet Edilen: Kardeşler Uçan Yağlar Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Fresh'n Soft Pişik Önleyici Islak Bebek Havlusu”* isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde ve Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan *“Fresh’n Soft”* isimli hesapta yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Ürün Ambalajı

**Tespitler:** Firmanıza ait *“Fresh'n Soft Pişik Önleyici Islak Bebek Havlusu”* isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde; *“Ürünümüz pişiği nasıl önler? Ekolojik sertifikalı ve bitkisel aktifler sayesinde pişiği önler. Klinik olarak test edilmiştir. Alman Dermatest Laboratuvarı’nda yapılan klinik teste katılan bebek ebeveynlerinin %95’i Fresh'n Soft Pişik Önleyici Havlu’nun pişik oluşumunu engellemeye yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Cilde dost. Ters Ozmos teknolojisiyle elde edilmiş saf su ile üretilmiştir. Bebek cildine uygun Ph.”* ifadesine,

Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan Firmanıza ait *“Fresh’n Soft”* isimli hesapta; *“Fresh’n Soft Pişik Önleyici Havlu’nun içeriğinde bulunan ve etkisi klinik olarak da kanıtlanmış bitkisel yağlar, pişiği önlemeye yardımcı olur.”, “Fresh’n Soft Pişik Önleyici Havlu’nun içeriğinde bulunan Provitamin B5, cildin yumuşaklığını ve esnekliğini arttırır.”* ve *“Pişik oluşumunu önlemek tedavi etmekten çok daha kolaydır.”*

ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik ürün olarak bildirimi yapılıp piyasaya sunulan söz konusu ürünün isminde, ürüne ilişkin ambalaj üzerinde ve Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan Firmanıza ait “Fresh’n Soft” isimli hesapta yer alan tanıtımlarda “pişik önleyici” ifadesine yer verilmesine rağmen, söz konusu iddianın ispatına yönelik olarak sunulan bağımsız laboratuvar sonuçlarının *‘ürünün pişik önlemeye yardımcı olacağı’* iddiasını desteklemekle beraber *“pişik önleyici/pişiği önler”* iddiasının ispatına yeterli olmadığı,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“pişik önleyici”* ve *“pişiği önler”* ifadelerinin,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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, **Kardeşler Uçan Yağlar Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2018/535**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bingo.com.tr](http://www.bingo.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün ambalajlarında, televizyon reklamlarında, mağaza içi tanıtım videoları ve afişlerinde ve Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Ürün Ambalajı-Mağaza İçi Tanıtım Videoları ve Afişler

**Tespitler:** Söz konusu ürüne ilişkin olarak www.bingo.com.tr adresli internet sitesi ile ürün ambalajı üzerinde yer alan tanıtımlarda; *“Bingo Oksijenli Çamaşır Suyu’nun klor içermeyen formülü ile sevdiklerinizi çamaşır suyunun istenmeyen etkilerinden koruyabilirsiniz.”* ifadesine, muhtelif televizyon kanallarında ve Youtube isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan reklam filminde; *“…Çamaşır suyunun olduğu yerde çocuğun ne işi var diyorsunuz, biliyorum. Bu sevdiklerimiz evdeyken de kullanabildiğimiz bir çamaşır suyu. Bingo Oksijen klorsuz, bu yüzden sevdiklerimiz için güvenli….”* ifadelerine, internet sitesinde; *“Klorsuz formülü ile rahat nefes aldırır.”* ve *“Temizlik ve hijyen söz konusu olduğunda, çamaşır suyu çoğumuz için vazgeçilmezdir. Peki bu kadar iç içe olduğumuz çamaşır suyu, ne kadar güvenli?* *Ülkemizde piyasaya sunulan çamaşır sularının içeriğinde, insan sağlığı için tehlikeli olan klor bulunmaktadır. Çamaşır sularının içinde ‘Sodyum hipoklorit' formunda bulunan klor, asidik bir madde ile (örneğin ürik asit olan idrar ya da hidroklorik asit olan tuz ruhu gibi. .) karıştığında boğucu kokulu, yeşilimsi sarı renkli bir gaz olan Idor gazı ortaya çıkar. Bu gaz, gözü vs ciğerleri tahriş ettiği gibi solunum güçlüğüne, boğazda daralmaya ve akciğer ödemine sebep olabilir…Bingo, siz ve sevdikleriniz için Yeni Bingo Oksijen Serisi'ni geliştirdi. İçeriğinde klor yerine oksijen bulunan, çamaşır suyundan beklediğiniz hijyen performansını fazlasıyla sağlayabilecek bu seri ile artık rahat bir nefes alacaksınız!...”* ifadelerine, market içi tanıtım videolarında; *“Bilinçli kullanılmayan temizlik malzemeleri öldürüyor. Klorun zehirli kokusudur…Organlar ile tepkimeye girerek onları parçalayan bir gazdır. Temizlik yaparken sağlığınızdan olmayın. Klor sağlığınıza zararlıdır….Gündelik hayatımızda en fazla kullandığımız klor içeren temizlik ürünü çamaşır suyudur…Peki sevdiklerimizi çamaşır suyunun sağladığı hijyenden vazgeçmeden, klorun istenmeyen etkilerinden korumanın bir yolu yok mu?...Anneler artık rahat bir nefes alabilir!.”* ifadelerine ve Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan ürün lansmanına ilişkin video görüntülerinde tanıtımı yapan Zahide Yetiş isimli program sunucusu tarafından; *“…Bizim en çok konuştuğumuz konulardan biri de kısırlık ne yazık ki! Ben de tüp bebekle çocuk sahibi oldum, bir hayli de zor üç sene geçirdim. Belki de kısırlığın sebeplerinden birisi de klor olabilir diye şimdi sizle konuşurken aklıma geldi….Pek çok kadının, pek çok sıkıntısının sebebi belki yapılan temizliğin içinde gizli, biz bilmiyoruz. Ama yeni nesil bir ürünle karşınıza çıktık…”* ifadelerine ve söz konusu ürüne ilişkin reklam filminin revize edilmemiş halinde, piyasada hakim çamaşır sularına ait ambalajları çağrıştıran, diğer klor içeren çamaşır sularına ait ambalajların üst üste atılmış görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda piyasada hakim çamaşır sularına ait ambalajları çağrıştıran, diğer klor içeren çamaşır sularına ait ambalajların üst üste atılmış görüntülerine yer verilmek suretiyle, mevzuata uygun olarak klor (sodyum hipoklorit) içeriği ile piyasaya sunulan çamaşır suyu ürünlerine yönelik kötüleme içeren ifade ve görüntülere yer verildiği,

“Bingo Oksijen” markalı çamaşır suyuna ilişkin reklam filminde yer alan *“…sevdiklerimiz için güvenli…evimizde güvenilir hijyen sağlıyor…”*, internet sitesinde yer alan *“…Kullanırken rahat nefes alır…Anneler artık rahat bir nefes alabilir.”*, ve <https://www.facebook.com/bingoturkiye/> linkinde yer alan *“Bingo Oksijen serisinin klorsuz çamaşır suyu ve mikro baloncuklarıyla gelen sağlık dolu hijyenini sen de dene!”* ifadeleri ile söz konusu ürünün diğer çamaşır sularının aksine insan sağlığına zararlı olmayan bir içerikte bulunduğu ve tamamen güvenli bir ürünmüş gibi bir algı yaratılmaya çalışıldığı, ancak söz konusu ürünün de içeriğinde kimyasallar bulunduğu dikkate alındığında anılan ifadelerin tüketicileri yanlış yönlendirici ve onların tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici olduğu,

“Bingo Oksijen” markalı çamaşır suyuna ilişkin ambalaj üzerinde ve www.bingo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“…çamaşır suyundan alışmış olduğunuz hijyen”* ifadeleri ile internet sitesinde *“…, çamaşır suyundan beklediğiniz hijyen performansını fazlasıyla sağlayabilecek”* ifadesine yer verilerek tanıtımı yapılan ürünün diğer (klor içeren) çamaşır sularının sağladığı ‘hijyeni’ sağlayacağının iddia edildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda karşılaştırmaya konu edilen ‘hijyen’ ifadesinde hangi kriterlerin esas alındığı (mikrop öldürme, kiri uzaklaştırma, leke çıkarma, kireci çözme vb) belirtilmediği için söz konusu ifadelerden tanıtımı yapılan ürünün diğer (klor içeren) çamaşır suları ile mikrop öldürme, kiri uzaklaştırma, leke çıkarma, kireci çözme vb. noktalarda eşit hijyen sağladığının anlaşıldığı, bu bağlamda, tanıtımı yapılan ürünün belirtilen tüm kriterler açısından klor içeren çamaşır suları ile eşit hijyen performansı sağladığı iddiasının bilimsel verilerle desteklenmediği, diğer taraftan piyasada çamaşır suyu kategorisinde satışa sunulan (klor içeren) diğer ürünlerin bir kısmının biyosidal ürün ruhsatı olduğu göz önüne alındığında, tanıtımı yapılan ürün ile aynı kategoride olmayan bu ürünler ile karşılaştırma yapılmasının reklam mevzuatında yer alan karşılaştırmalı reklam ile ilgili esaslara uygun olmadığı,

Mağaza içi tanıtım görsellerinde yer verilen reklamların ana vaadinde *“%100 Daha Güçlü”* ifadesine yer verilmesine rağmen altyazı olarak “*\*Bağımsız laboratuvarda yapılan kireç sökme testine göre.”* ibaresinin yer aldığı, dolayısıyla ana vaatte yer verilen “%100 daha güçlü” iddiasının kireci sökme gücünde olduğu ana vaatte belirtilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Mağaza içi tanıtım videolarında, tanıtımı yapılan ürün ile *“Piyasada en fazla satılan ultra yoğun çamaşır suyu”* olarak belirtilen çamaşır suyuna ilişkin noter huzurunda gerçekleştirilen performans testlerinde, çiçek, şeftali ve yumurta üzerine uygulanan ürünlerin etkilerinin gösterildiği, ancak gerek tanıtımı yapılan ürün, gerekse de karşılaştırmaya konu klor içeren çamaşır suyu ürününe ait etiketler üzerinde, ilgili mevzuat gereği *“gıda maddeleri temizliğinde kullanmayınız”* uyarısının yer alması zorunluluğunun olduğu, bu nedenle söz konusu videolarda gösterilen testlerde, tanıtımı yapılan ürün ile klorlu çamaşır suyunun karşılaştırmasına yönelik olarak şeftali ve yumurta gibi gıda maddelerinin kullanılmasının tüketicileri yanlış yönlendirmek suretiyle kamu sağlığını bozucu etki yaratabilecek nitelikte olduğu,

Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan Bingo Oksijen isimli ürünün lansmanına ilişkin video görüntülerinde, tanıtımı yapan Zahide Yetiş isimli program sunucusu tarafından; *“…Klor olmadan temizlik ve beyazlatma olur mu acaba? O da oluyormuş dediler….Aynı zamanda çok da güçlü bir beyazlatıcı, yani mikrop öldürücü aynı zamanda, klor yok, oksijenle beyazlatıyor, aynı beyazlık, belki de daha fazlasını yine elde ediyoruz…”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda kullanılan “mikrop öldürücü”ifadesi ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edilmesine rağmen, söz konusu iddianın kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci maddesine,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 8 inci ve 10 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **Hayat Kimya Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **276.345-TL (İkiyüzyetmişaltıbinüçyüzkırkbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No:** **2017/1379**

**Şikayet Edilen: Murat AKSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** *" Çörek otu yağlı deva kremi"* isimli ürüne ilişkin olarak “Anadolu Dernek TV” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** *“Çörek otu yağlı devam kremi”* isimli ürüne ilişkin olarak “Anadolu Dernek TV” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında, *“Baş ağrısı, migren ağrısı, sinüzit ağrısı, kas ağrısı, adale ağrısı, iltihaplı romatizmal ağrılar, bel fıtığı ağrısı. Nerenizde ağrınız, sızınız, sancınız varsa mesela başınızda ağrınız mı var böyle bu şekilde 5 dakika masaj yaparak uygulayacaksınız ve o bölgeyi ısıtacak, ısınmayla beraber ağrılarınızdan, sızılarınızdan, sancılarınızdan kurtulacaksınız. Bu bölgeyi ısıtacak ısınmayla beraber o bölgedeki kan dolaşımını hızlandıracak, o kan dolaşımının hızlanmasıyla beraber o bölgedeki ağrılardan, sızılardan, sancılardan kurtulmanıza vesile olacak. Özellikle bel fıtığı ağrısı çeken izleyicilerimiz, bizi dikkatlice izleyin. Çünkü bel fıtığı ağrısından dolayı gitmediğiniz yer, çalmadığınız kapı kalmamıştı ya, devam kremini alacaksınız bel bölgenize 5 dakika masaj yaparak uygulayacaksınız. Ve o bölgedeki ağrılardan, sızılardan, sancılardan kurtulacaksınız. Mesela diz ağrınız var ve diz ağrısından dolayı yürüyemeyen izleyicilerimiz var. Ağrılardan, sızılardan, sancılardan 5 dakika içerisinde kurtulabileceksiniz benim bir tane amcam evinden çıkamıyor ya, odasını değiştiremeyen amcalarım var şu an. Yatağından kalkamayan amcalarımız, abilerimiz, ablalarımız var. Alsınlar bel fıtığı ağrısından dolayı uyuyamayan, sabaha kadar ağlayan insanlar var. Bizim burada yaptığımız aslında bir hizmet.”* 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 “Anadolu Dernek TV” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında *“Çörek otu yağlı devam kremi”* isimli ürüne ilişkin olarak Aralık 2016yayınlanan reklamlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 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 **Murat AKSOY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 11.625-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**18)**

**Dosya No: 2017/2641**

**Şikayet Edilen:** **Güncel ÖZTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.guncelozturk.com](http://www.guncelozturk.com) , [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adlı sitelerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.guncelozturk.com/> adresli internet sitesinin 31.01.2018 tarihli görünümünde ana sayfada

*“Yaşamım boyunca iki şeye odaklandım; Biri estetik, diğeri sanatı.”, “Tavsiye ve Yorumlar” başlığı altında “Güncel Bey’e internetten yaptığım araştırmalarım sonucu ulaştım. Pozitif ve profesyonel duruşuyla, ilgisiyle gittiğim ilk doktor olmasına rağmen ameliyat olmaya o gün karar verdim. Ameliyat öncesi ve sonrası gördüğüm ilgi gerçekten mükemmeldi. Ameliyat sonrası şişlik ve morluk dahil hiçbir sorunla karşılaşmadım. “Estetik Cerrahi” başlığı altında şahsınız tarafından uygulanan tıbbi işlemlere yönelik; “Her geçen gün hızla ilerleyen ve gelişen teknolojinin biride burun estetiği operasyonlarında büyük fayda sağlayan video endoskopi destekli mikromotor yönteminin ortaya çıkışıdır.”,*

*“Göğüslerimi büyüttürmek istiyorum, ancak nasıl görüneceği konusunda endişelerim vardı. 3D Model tekniğiyle kararım kolaylaştı.”,*

*“Keller Funnel No Touch Meme Büyütme, silikon jel meme implantlarının temassız yerleştirilmesine imkan tanıyan modern bir tekniktir. Son yıllarda giderek çok daha popüler bir hale gelmektedir. Keller Funnel No Touch tekniğinin pek çok avantajı bulunurken neredeyse hiç dezavantajı yoktur.”,*

*“Keller Funnel ile ameliyat süresi kısalır. Sadece temassız yerleştirme imkanı sunmak ile kalmaz, aynı zamanda anestezi altında kalma sürenizi de kısaltabilir. Ameliyat süresi bazı durumlarda ortalama 15-20 dk. kadar kısalması mümkün.”,*

*“Saç ekimi sanattır. DHI Saç ekimi yara oluşma ve kanama riskini minimuma indirir.*”

şeklinde ifadelere yer verildiği,

<https://www.instagram.com/guncelozturk> adresli internet sitesinin 31.01.2018 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.guncelozturk.com](http://www.guncelozturk.com), [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde tıbbi işlemlere ve doktorun şahsına yönelik talep yaratıcı ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görüntüler kullanılmak suretiyle mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi. hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Güncel ÖZTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma ve idari para cezası** (**69.086 TL Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası)** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2017/980**

**Şikayet Edilen:** **Rota Güzellik Merkezi Tur. Özel Sağlık Hiz. ve Tur. Dan. Med. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2017, 05.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** - [www.rotalifeestetik.com](http://www.rotalifeestetik.com) adresli internet sitesinin 29.11.2017 ve 05.12.2017 tarihli görünümünde;

*“Fue saç ekimi: doğal ve kalıcı saçlar. Kellik, yanık ya da yara izleri nedeniyle kaybedilen saçlar birer sorun değil. Fue saç ekimi yöntemi ile doğal ve kalıcı saçlara sahip olmak mümkün. FUE Saç Ekimi, dikişsiz ve lokal anestezi altında kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem erkek ve kadınlara uygulanan, saçsızlığa kalıcı çözüm sunan bir işlemdir. FUE tekniği ile birlikte artık sakal, bıyık ve kaş ekimleri de mümkün olmuştur. Ayrıca yara ve yanık izi gibi durumlarda o bölgelerin kamufle edilmesinde sıkça kullanılmaktadır. Saç ekimi sonrasında, ömür boyu kullanabileceğiniz ve normal saçlarınız gibi büyüyen saçlara sahip olmak mümkündür... Ameliyatsız Hemoroit tedavisinde “galvanizasyon” yöntemi kullanılır. Burada hemoroit gözlenen damar topluluğuna son derece düşük, mili amper düzeyinde galvanizm akımı uygulanır. Bu akım sayesinde hemoroit gözlenen bölge kendi kendine küçülür veya tamamen yok olur. 10-15 dakikalık tedavide herhangi bir kesi yapılmadığı ve anestezi de uygulanmadığı için günlük hayata hemen dönülebilir. Günlük hayata hemen dönülebildiği için iş hayatınızı aksatmaz… 2000 yılından beri yaklaşık 40 farklı ülke insanına hizmet veren firmamız, Türkiye’ye gelen her hastanın mutlu bir şekilde ülkelerine dönmesi birinci hedefimiz olarak görüyoruz. Partner hastane ve hekimleriz tarafından yapılan her operasyon ve işlemler büyük bir titizlik içerisinde yürütülmektedir. Sürekli İnovasyon. Ülke ekonomimize yeni uygulama fikirleriyle de devletimizle dayanışma içerisinde hareket etme arzusu içerisinde olduğumuzu ifade edebiliriz.”,* “Hakkımızda” başlığı altında; “*Rotalife Uluslararası Sağlık Hizmetleri. 2000 yılından beri hizmet veriyoruz. Rotalife, 2000 yılından beri Saç Ekimi ve Estetik alanında hizmet vermektedir. Tecrübeli ekibi ve kaliteli ekipmanlarıyla, bugüne kadar dünyanın tam 40 farklı ülkesinden gelen misafirlerini ağırlayan Rotalife, her gün dünyanın değişik yerlerinden gelen misafirlerine hizmet vermeye devam etmektedir. Kuruluşumuz, uluslararası kozmetik fuarları dâhil sektör platformunda adından söz ettirmeyi başarmıştır. İstanbul, İzmir ve Antalya’da şubeleri bulunan Rotalife, Türkiye’nin 3 farklı şehrinde hizmet vermenin gururunu yaşamaktadır. Amacımız; Güvenilir ve Dürüst, Kaliteli ve Sürekli Gelişen, Takım Çalışmasını İlke Edinen, Memnuniyeti en üst seviyeye çıkararak etkili ve verimli hizmet sunan bir merkez olmaktır.”* gibi ifadelere ve estetik uygulamalara ilişkin hasta görsellerine yer verildiği;

* [www.facebook.com/rotalifeestetik](http://www.facebook.com/rotalifeestetik) adresli internet sitesinin 29.11.2017 tarihli görünümünde;

*“Öğretmenler gününe özel kampanyalarımızı kaçırmayın… Buz lazer epilasyon 1600TL, PRP ve Mezoterapi 300TL, Altın İğne 250TL… İstanbul, İzmir ve Antalya’da bulunan şubelerimizde her yıl yüzlerce kişiye hizmet vermekteyiz. 2000 yılından beri yaklaşık 40 farklı ülke insanına sağlık turizmi anlamında hizmet veren firmamız, 10 tematik kanalı ile Dubai merkezli olarak tüm dünyaya yayın yapan Mbc Group ile geçtiğimiz sezon bir sağlık programında yer aldı. Programda çok sayıda hastamızın konuk olduğu gibi bu bölümde de Sevgili Mehmet Bey’in hikayesine yer verdik… ROTALIFE, 2000 yılından beri Saç Ekimi ve Estetik alanında hizmet vermektedir. Tecrübeli ekibi ve kaliteli ekipmanlarıyla, bugüne kadar dünyanın tam 40 farklı ülkesinden gelen misafirlerini ağırlayan ROTALIFE, her gün dünyanın değişik yerlerinden gelen misafirlerine hizmet vermeye devam etmektedir… İstanbul, İzmir ve Antalya’da bulunan şubelerimizde her yıl yüzlerce kişiye hizmet vermekteyiz. 2000 yılından beri yaklaşık 40 farklı ülke insanına hizmet veren firmamız, Türkiye’ye gelen her hastanın mutlu bir şekilde ülkelerine dönmesi birinci hedefimiz olarak görüyoruz. Partner hastane ve hekimleriz tarafından yapılan her operasyon ve işlemler büyük bir titizlik içerisinde yürütülmektedir. Steril anlamda bütün koşullar korunmaktadır. Sağlık turizmine verdiğimiz desteğin yanında, önce tedavi amaçlı gelen kişilerin tedavileri bittikten sonra da ülkemize tatil amaçlı geleceğini unutmadığımız için onların ülkemizden mutlu ve memnun ayrılmasını ülke ekonomimize bir borç biliriz… Her Şeyin En İyisine Layık Annelerimize Rotalife Estetik'ten Güzellik Uygulamalarında 5-15 Mayıs Tarihlerinde İndirim Fırsatı! Leke Tedavisi, Buz Lazer Epilasyon, Altın İğne. Fırsatları Kaçırmayın...”* gibi doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu bağlamda, sağlık alanında faaliyeti olmayan söz konusu kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar vasıtasıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, firmanın anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu, dolayısıyla bütün bu durumların;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- 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 **Rota Güzellik Merkezi Tur. Özel Sağlık Hiz. ve Tur. Dan. Med. 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.

**20)**

**Dosya No: 2017/1881**

**Şikayet Edilen:** **Dilek ÖZMEN (Nassa Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

Kuruluşun isminin “*Nassa Estetik ve Güzellik*” olarak belirtildiği,

Ana sayfada; *“Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve sağlıklı yoludur... Kimyasal peeling fiyatları için lütfen arayın… Kimyasal Peeling: Cilt görünümünü daha iyi hale getirmek, hiperpigmentasyon oranını azaltmak ve renk homojenitesi oluşturmak ve hafif kırışıklıklarda iyileşme sağlama amaçlı...”* “Epilasyon” başlığı altında; “*Epilasyon kimlere uygulanabilir? Biz epilasyonu ergenlik dönemini bitirmiş kişilere uygulamayı öneriyoruz. Epilasyonu Gebelerde uygulamayı uygun bulmuyoruz. Sedef, vitiligo gibi deri hastalıkları olanlar da uygulama önermiyoruz. Epilepsi hastalığı olan kişilerde uygulama önermiyoruz. Kontrol altındaki epilepside nöroloji doktoru uygun görürse yapılabilir. Erkeklerde epilasyon uygulamaları nasıl yapılmaktadır? Söz konusu istenmeyen tüy olduğunda bayanlar kadar erkekler de epilasyon uygulaması yaptırmaktadır. En fazla tercih edilen bölgeler sakal üzeri (elmacık kemiği), kaş arası, ense, boyun, ellerdeki tüyler, omuz, sırt ve göğüstür. Epilasyon yöntemi ile ortalama 5 - 8 seans gibi bir süreçte sonuç alınabileceği gibi, uygulama 2 - 3 seans yapıldıktan sonra bırakılarak kılların seyreltilmesi ve daha zayıf hale getirilmesi de mümkündür. Tüm vücuda bir seansta epilasyon yapılabilir mi? Evet yapılabilir. Ortalama bir bayan vücudu 1,5-2 saat sürmektedir. Kıl dönmesi tedavisinde epilasyon etkili midir? Özellikle oturduğumuzda, oturulan yer ile temas eden bölgelerde kıl dönmesi olarak tabir edilen durum gözlenmektedir. Kadınlarda daha çok kalça, bacak arkası, bikini, genital ve koltuk altında rastlanır. Bu durumun en güncel tedavilerinden biri ters büyüyen bu kılları azaltarak dolaylı çözüm sağlayan Epilasyondur. Kıl dönmesi bazen kalça arasında ameliyat gerektirecek kadar ciddi durumlara yol açabilir. Bu hastalığa tıpta pilonidal sinüs adı verilir. Kıl dönmesi apse halini almadan daha başlangıçta bölgeye Epilasyon uygulanabilir. Apse ya da kist oluşmuş ise Epilasyon etki edemez. Ameliyat olmuş hastalarda pilonidal sinüsün tekrarlayabilir. Bu sebeple hastalığın tekrar etmemesi için ameliyat yarası iyileştikten sonra bölgeye Epilasyon yapılması faydalı olabilir. Birçok genel cerrah bu ameliyat sonrası bölgenin Epilasyon ile kıllardan arındırılmasını önermektedir. Birden fazla seans neden gereklidir? Vücut kılları çeşitli evrelerle büyürler. Bir bölgede aynı anda hem aktif büyüme hem dinlenme döneminde kıllar aynı anda bulunur. Epilasyon sadece aktif büyüme dönemindeki kıllara daha fazla etkilidir. Bu nedenle bu döneme rastlayan kıllar daha fazla etkilenir diğer kılları aynı dönemde yakalamak ancak tekrarlayan seanslarla mümkün olabilir. Yüz bölgesi bu anlamda en zor bölge iken alt bacak, genital, koltuk altı daha kolay cevap alınan bölgelerdir. Epilasyonun Seans aralıkları ne kadardır? Epilasyon tüm vücuda aynı seansta uygulanabilir. Seans araları yüz bölgesinde 4-6 hafta, vücudun diğer bölgeleri için 8-10 hafta arasında değişir. Epilasyon sırasında acı hissedilir mi? Evet, Epilasyon da azda olsa bir acı hissi söz konusudur. Çoğunlukla bu acı tolere edilebilir bir acıdır. Genellikle epilasyon cihazlardaki etkin soğutma sistemi bu acıyı azaltır. epilasyon yapmadan önce nadiren anestezik kremler kullanmak gerekebilir. Bir epilasyon seansı ne kadar sürmektedir? Epilasyon süresi bölgesine göre değişir. Epilasyon genital bölgeye 10 dakika, koltuk altına 5 dakika sırt bölgesine 45 dakika kadar uygulanmaktadır…”,* “Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“Cilt görünümünü daha iyi hale getirmek, hiperpigmentasyon oranını azaltmak ve renk homojenitesi oluşturmak ve hafif kırışıklıklarda iyileşme sağlama amaçlı kullanılan ve tecrübeli ellerde son derece güvenli olan bir yöntemdir. Dermatolojik sıkıntılardan akne ve melasmada da doğru ve yerinde kullanımlarla son derece yüz güldürücü sonuçlar elde edilir. Kimyasal peeling işlem derinliğine göre “yüzeyel, orta ve derin peeling” olarak üçe ayrılır. Yüzeyel ve orta derinlikteki peelingler ciltte daha taze bir görünüme yol açtıkları ve kişinin işlem sonrasını yaşam kalitesini olumsuz etkilemedikleri için tercih edilmektedir. Derin peelingler sedasyon altında uygulama zorluğu ve elde edilen sonuçların hastanın hayatındaki kısıtlamalara oranla beklenenin altında olması nedeniyle tercih edilmemektedir. Kimyasal peeling işleminde kullanılan tedavi içerikleri daha az oranlarda ev ürünlerinde de yer almaktadır. Hastaya açıklanan dikkat edilecek önlemlere uyulduğu ve işlem için tecrübeli uzman doktorla çalışıldığı taktirde masum bir tedavi şeklidir.”* “Kampanyalar” başlığı altında; *“Bayan Paket 1: Alt bacak, Genital, Kol altı, Bikini bölgesi. 799TL nakit veya 950TL kredi kartı ile 12 taksit. Bayan Paket 2:Tüm bacak, Genital, Kol altı. 1000TL nakit veya 1150TL kredi kartı ile 12 taksit…”*,

- [www.facebook.com/nassaestetikveguzellik/](http://www.facebook.com/nassaestetikveguzellik/) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde;

*“Tüm vücut epilasyon sadece 1199TL (Bitiş garantili)… Prp İle Cildinizi Gençlestirin Üstelik Çok Uygun Fiyata… Siz hâlâ kampanyalarımızdan yararlanmadınız mı kaçırmayın… Lazer epilasyonda şaşırtan teknoloji… Lazer Epilasyonda Yaz Kampanyası Tüm Vücut 1250 TL üstelik elden taksit imkanı Bitiş Garantili Son Teknoloji Diode Cihazı ile Kaçırmayın… Seçeceğiniz kısa bir bölge tek seans sadece 25 TL Detaylı bilgi ve diğer kampanyalarımız için arayınız üstelik elden taksit imkanı… Büyük kampanya koltuk altı ve genital 5 seans lazer epilasyon 250 TL kaçırmayın Üstelik son teknoloji diode cihazı ile… Epilasyonda uygun fiyat ve kaliteli hizmet Nassa Estetikte son teknoloji diode cihazı ile diode hem ince hem kalın kıllarda çok başarılı yaz kış uygulama yapılmaktadır üstelik yazın bronzlastığınızda ara vermeden çok rahat uygulama yapılmaktadır. Elden taksit imkanımız vardır ve bitene kadar bize geliyorsunuz… Lazer epilasyonda son teknoloji diode (ütüleme) cihazıdır En son çıkan makinedir. En büyük özelliği hem ince hem kalın kıllarda çok başarılı olmasıdır. Bronz tene çok rahat yazın ara vermeden uygulama yapılmasıdır. İlk seansta %60-70 oranında dökülme garantisi ve bitiş garantili kampanyalı fiyatlarımız. cihazimızı ücretsiz denemek için arayabilirsiniz…”* gibi ifadelere ve fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Diğer taraftan kuruluşun isminin “*Nassa Estetik ve Güzellik*” olarak belirtildiği, bu isimde tanıtım yapılmasının mevzuata aykırı olduğu, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2017/2009**

**Şikayet Edilen: Estehair Saç Ekimi Estetik ve Cerrahi Hiz. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2017, 08.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.estehair.com](http://www.estehair.com) adresli internet sitesinin 22.12.2017 ve 08.01.2018 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada; *“Sakal Ekimi. Her erkeğin vazgeçilmez aksesuarı, sakalı. Dış görünümünüzü yeni sakallarınızla tamamlayın… Kaş Ekimi. Kaşlar duyguların aynasıdır. Etkileyici mimikler için kaşlarınızı güçlendirin… Saç Ekimi. Güçlü ve Kalıcı Saçlar. Hayal Değil Gerçek! Güçlü ve kalıcı saçlar şans değil gerçektir… Saç Sağlığı. Saçınızın sağlığı için yaşam gücü aşılayın. PRP Terapisi. Sağlıklı saçlar için en doğal terapi…”* gibi ifadelere ve tıbbi işlemlerle ilgili hasta görsellerine yer verildiği. “Kurumsal” başlığı altında; *“Saç Ekimi ve Estetik alanında konusunda uzmanlaşmış doktorlarımız ve deneyimli akademik kadromuzla, tam teşekküllü hastane ortamında, donanımlı ameliyathanelerimiz, en son teknoloji ürünü ekipmanlarımız ile birlikte tam 12 yıldır hizmet vermekteyiz. “Estehair” markası ile kısa zamanda faaliyet alanımızı genişletip, güçlü bir marka haline geldik. Ülkemize yurt dışından sağlık turizmi amacıyla gelen misafirlerimize sağlık hizmetlerinin yanı sıra, havalimanından karşılama, konaklama, tercüman eşliğinde İstanbul’un tarihi ve kültürel zenginliklerini de görme fırsatını sağlayarak, konuklarımızı VIP kalitesinde ağırlamaktayız. Hasta memnuniyetinin artması sonucunda, talepleri karşılayabilmek ve sonsuz ve sorunsuz hizmet anlayışını sunmak için, Fulya’da ESTECENTER Estetik Cerrahi Merkezini oluşturduk ve hizmet kapasitemizi 4 kat artırdık. “Estetik cerrahi alanında büyük başarılara imza atmış çok sayıda uzman doktoru bünyemize katarak, sağlık personelimiz ve akademik kadromuz ile estetik cerrahinin bütün branşlarında tam donanımlı hizmet vermeye başladık. Ayrıca Estecenter ARGE ekibi ile dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmekte ve dünyada uygulanan son saç ekim teknolojilerini bünyemize katarak, başarılı saç ekimi operasyonları yapmaktayız. Estehair ile yakaladığımız başarıyı, Estecenter ile estetiğin her alanında da devam ettirmekteyiz. Estetiği bu anlamda bir bütün olarak ele alan kurumumuz, plastik cerrahi ve anti-aging bölümü ile de sizlere hizmet vermektedir. Estetikte Estecenter farkı: Bilgiyle ve ilgiyle! Bilgi teknolojiyi, teknoloji konforu geliştiriyor. Kendini meşgul eden işlerin büyük bir bölümünü teknoloji ürünü makinelere bırakan insan, artık daha rahat. Kendine bakması, kendiyle ilgilenmesi için daha fazla bilinci ve daha çok zamanı var. Artık gdo’lu ürünlerden, organik tarımdan, spordan, terapiden, diyetten daha sık söz ediliyor. Her şey sağlıklı yaşamak ve elbette güzel görünmek için! Kuşkusuz bu saydıklarımız arasında güzellik ile ilgili her şey yer alıyor. Estetik dünyasının gizemli dünyasına sızmaya, kendi için mucizeler aramaya başlayanların sayısı her geçen gün artıyor. Hayat sizin hayatınız, beden sizin bedeniniz ve zevk sizin zevkiniz… Neyi istediğinize, neyi güzel gördüğünüze siz karar verirsiniz. Önemli olan kendinizi iyi hissetmeniz ve bu duygunun size mutluluk vermesi… Estecenter olarak biz de dünyayı güzelleştirmek adına yola çıktık. Varlığımızın bir nedeni olmalıydı, bir farkımız olmalıydı ve bunu anlatmalıydık. Bu da estetiği bir bilim olarak algılamamız ve akademik bir kadroyla hizmet vermemiz. Ve global bir vizyona sahip olmamız… Dünyayı geziyor, araştırıyor, okuyor, izliyoruz. Dünyadaki gelişmeleri, teknolojik yenilikleri, en ileri yöntemlerin sürekli takipçisiyiz. Merkezimizde dünyanın en yeni cihazları yer alıyor; ekibimiz en ileri yöntemleri uyguluyor. Bazıları Türkiye’de ilk ve tek olan cihazlarla daha başarılı operasyonlar yapıyoruz. Estetik ve sağlığın ne denli hassas bir konu olduğu konusunda sizinle hemfikiriz. Bu konudaki tüm sorularınıza burada mutlaka bir yanıt bulacaksınız. Estecenter’a gelin; kaygı ve korkularınızın yersiz olduğunu gözlerinizle görün!..”,* “Sakal Ekimi Nasıl Yapılır?” başlığı altında; “*Sakal ekimi uygulaması, tıpkı diğer ekim uygulamaları gibi FUE tekniği ile yapılmaktadır. Hiç bir yan etkisi olmayan bu uygulama her yaştan hastaya uygulanabilmektedir… Sakal ekimi dünya genelinde tüm dünyada çok fazla talep gören bir uygulamadır. Sakal ekimleri genelde favori ekimi ile birlikte uygulanır. Hastaların büyük bir kısmı, sonuçtan memnun kalır ve uzun dönemde etkisini görürler. Sakal ekimi yaptırmak için tüm dünyadan ülkemize gelen milyonlarca turist sağlık turizmi kapsamında bu hizmetlerden yararlanırlar… Sakal ekimi uygulaması fue yöntemi ile yapıldığı için, herhangi bir yan etki söz konusu değildir. Kişinin kendi dokusundan alınan kılların sakal bölgesine ekilmesi ile uygulanan sakal ekiminde bir çok kişi başarılı sonuçlar almıştır… Sakal ekimi fiyatları bir çok Avrupa ülkesine nazaran ülkemizde çok daha ucuzdur. Bu sebeple her yıl ülkemize milyonlarca turist sağlık turizmi kapsamında gelmekte ve bu tür uygulamaları yaptırmaktadır. Sakal ekiminde de fiyatlar tıpkı saç ekimindeki gibidir. Kaç adet kıl kökü alınıp transfer edilecekse o sayı üzerinden hesap yapılır.* ***Fiyatlar 1 liradan 3 liraya*** *kadar değişmekte olup, istenilen yoğunluğa göre ekim yapılacak kıl kökü sayısı değişim gösterir.”* gibi ifadelere ve tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine, “videolar” başlığı altında saç ekimine ilişkin hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve söz konusu işleme ilişkin reklam filmlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 5/1-h, 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 **Estehair Saç Ekimi Estetik ve Cerrahi Hiz. A.Ş.** 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.

**22)**

**Dosya No: 2017/2013**

**Şikayet Edilen: Ramazan TOPAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2018, 12.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** -[www.facebook.com/tplftm](http://www.facebook.com/tplftm) adresli internet sitesinin 11.01.2018 ve 12.01.2018 tarihli görünümünde;

*“Doğal ve Alternatif Yöntemlerimiz: Hacamat Kupa Tedavisi, Tıbbi ve Şifalı Sülük Uygulamaları, manuel tedavi yöntemleri ile 6-8 seansta garantili bel ve boyun fıtığı tedavisi, Doğal Yöntemlerle hücre beslenme ve yenileme uygulamaları, Doğal alternatif kür uygulamaları, sağlığı yeniden kazanma yöntemleri, uyku apnesi ve uyku problemleri, şifalı tuz odası doğal terapi uygulamaları, beden ve ruh sağlığı, migren terapisi 3 seans kesin çözüm… İnsan sağlığını olumsuz etkileyen bütün sağlık problemlerini ve kronikleşmiş bir çok sağlık sorununuzu uyguladığımız doğal ve alternatif yöntemlerle şifaya kavuşturuyoruz… Hastamız boyun ve sırt ağrıları için sülük terapisi oluyor... sizde boyun ve sırt ağrıları çekiyorsanız hiç düşünmeyin... Adres Şifahane… Her türlü bel ve boyun fıtığı tedaviniz manuel tedavi uzmanı Ramazan Topal tarafından %98 iyileşme garantisiyle 6 ve 8 seansla yapılmaktadır bizlere ulasın… Kalp ve damar hastalıklarında beyin hastalıklarında varis tedavilerinde hemoroid basur tedavilerinde migren sinüzit ağrılarında böbrek hastalıklarında bel ve boyun fıtıklarında nörolojik rahatsızlıklarda sara epilepsi rahatsızlıklarında kadın ve erkek üreme hastalıklarında guatr troid ve nodül rahatsızlıklarında sülük tedavisi uzman eller tarafından yapılır...”* gibi çeşitli hastalıklara ve bu hastalıkların tedavisine ilişkin ifadelere, kupa tedavisi ve sülük uygulamasına ilişkin ifade ve görüntülere yer verildiği,

Kuruluşun “*Şifahane Alternatif Terapi Merkezi*” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, ülkemizde hasta tedavi edebilme yetkisi, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun çerçevesinde sadece tıp fakültesinden mezun ve bu alanda diploma sahibi olan tabiplere aittir.

Bununla birlikte, 27/10/2014 tarih ve 29158 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin;

“Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez”* olarak tanımlanmıştır.

“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; *“(1) Uygulamalar, Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda ‘uygulama sertifikası’ bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceği belirlenmiştir.

Bu bağlamda anılan şahıs tarafından geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmadığı halde yetkisiz biçimde ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan kupa ve sülük uygulamalarının yapılmasının ve anılan uygulamalara ilişkin reklamlara yer verilmesinin, ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi yanıltıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce yapılması gerektiği, anılan şahsın hekim olmamasına karşın, bu tür ifade ve görüntülere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

Kuruluşun “*Şifahane Alternatif Terapi Merkezi*” olarak isimlendirilerek, sağlık alanında faaliyet gösteren bir kuruluş izleniminin oluşturulduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1 ve Ek-3 üncü bölümünün 8 inci maddeleri

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-ç, 5/1-g, 5/1-ğ, 5/1-h, 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 **Ramazan TOPAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2017/2017**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Nuri HAKSEVER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.05.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dr-remedy.com.tr](http://www.dr-remedy.com.tr) adresli internet sitesinin 25.05.2017 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” başlığı altında; *“Dr Remedy bir platformdur ve fikir babası Endokrinoloji ve metabolizma uzmanı Doç. Dr. Nuri Haksever'dir. Dr Remedy "Sağlığınız Başarımızdır” sloganına esas olmak üzere size en uygun programı tespit eder, hazırlar ve bunu toplumu oluşturan ve oluşturacak bireylere uygulayarak, daha anne kamından itibaren sağlık bilinci kazandırarak sağlıklı nesiller yetişmesine katkıda bulunmayı planlar. Her bireyin daha sağlıklı, daha uzun ve kaliteli yaşama sahip olması için gerekenlerin yapılması gerektiğine inanır. Hangi yaşta ve hangi sağlık durumunda olursa olsun, antiaging esaslı, insanın et ve kemik dışında da bir varlık olduğu bilinci içinde pek çok yöntem ve aletten faydalanarak, doğu tıbbının bilgeliği ile batı tıbbının teknolojisini holistik tıp ilkeleri ile mükemmel bir şekilde birleştirir. Amacımız siz dostlarımızla daha sağlıklı ve daha iyi hissedeceğiniz yarınlara ulaşmak…”,*

“Kampanyalı Ürünler” başlığı altında; *“3’lü ölçüm CRS, ESG, btoimpedansmetre ölçümleri birlikte yapılır. 4000TL, Aile hekiminiz 11-20 kişilik grup için yıllık 41.000TL Paketin içeriği 11-20 arkadaş ve aile bireyi için 1 yıllık… Aile hekiminiz 2-5 kişilik aile için yıllık 16.000TL… Aile hakiminiz bireysel yıllık 5.600TL, Besin intolerans testi 1200 gıda + 1 seans beslenme programı görüşmesi 750TL, Besin intolerans testi 600 gıda 350TL…”,* “Dr Remedy'de Obezite tedavi aşamaları” başlığı altında; *“CRS (Metabolizma Tarama Analizi);Dr Remedy' de, öncelikle sizin tam bir sağlık analiziniz yapılıyor. CRS ile metabolizma değerlendirip kaynağa iniliyor. Burada artık profesyonelce bir yaklaşım ile yaptığınız her şeyi ölçmeniz lazım. CRS le yapılacak Metabolizma Tarama Analizi ile; vü-cudunuzurjı, hücrelerinizin ihtiyacı olan vitamin, mineral ve diğer mikronuentler, hücrelerin yenilenme durumu, metabolik asidoz, bağışıklık direnci ve metabolik düzen tespit edilmektedir. ESG (Elektrosomatogram); Tüm organ ve sistemleri hastalanma riskine göre sıralayan bu program, ileride oluşması muhtemel hastalıklar hakkında ikazlarda bulunur. Hormonal ve bağışıklık sistemi gibi sistemler hakkında bilgi verilmektedir. Hipertansiyon, şeker, kalp hastalıkları, kanser gibi kronik degeneratif hastalıkların ortaya çıkma olasılıkları ve bu hastalıklardan korunmak İçin size özel beslenme şekli belirlenebilmektedir. Alerji ve enfeksiyona eğilim belirlenmektedir. Yaptırılması gereken testler, uygulanması gereken diyet programı, vücut yağ oranı, kolesterol düzeyi ve psikolojik karakter yapısı hakkında da detaylı bilgiler verir… DSD (Dinamik segmenter diagnosis); Ryodoraku yöntemine dayanan bu sistem ile organların enerjisi değerlendirilir. El bileği ve ayaklarda meridyenlerin üzerinde mevcut 24 noktadan alınan elektriksel ölçümlerle, organizmanın genel durumu hakkında bilgi edinilir ve belirti vermeyen olguların tespit edilmesine olanak sağlar. Bu ölçümler sonucunda kilo almanıza neden olan bozukluklar saptanır, şu anda mevcut diğer hastalıklar ve risk faktörleri değerlendirilir ve gelecekte ortaya çıkması muhtemel hastalıklar tespit edilip önlem alınır. Durum tespiti yapıldıktan sonra majör ozonterapi ve ozon sauna Physiotron eşliğinde uygulanıyor. IR (Infrared);Yeme merkezi bozuk çalışıyor, İştah fazlalığı var ve doyma hissi yoksa IR ile vücuttaki belirli meridyen noktaları uyarılarak bireyin yeme bağımlılığı, doymama hissi yok edilir ve toksin atma kanalları açılır. CRS ölçümüne göre eksik olan vitaminler, mineraller tamamlanıyor. ESG ölçümüne göre bireye özel beslenme planı oluşturuluyor. Dr Remedy' de Önemli olan ne olursa olsun zayıflamak değil, sağlıklı Zayıflamaktır ilkesine göre tedavi edilir...”,*

*“*Psikonöromimmünoen-dokrin Sendrom (çağın-hastalığı)” başlığı altında; *“Bu nedir diye mi düşünüyorsunuz? Ya da bu bir hastalıksa; "Daha önce hiç duymamıştım. Nereden çıktı bu?" diye mi düşünüyorsunuz? Evet... bu bir hastalık ve Dr Remedy olarak bunu tespit ettik. İçinde bulunduğumuz 21.yy da hemen hemen bir çok insanın maruz kaldığı ama henüz ne olduğunu tam olarak anlayamadıkları bir sendrom. Sağlığına önem verenlerin adresi olan Dr Remedy bu sendromun varlığını tespit ettikten sonra tedavisini de geliştirdi. İlerde bu sendromu çok sık olarak duyacaksınız ve yeni çıktı zannedeceksiniz. Bu sendromu farketmemenin nedeni ise zihinlerin çaresizlik ile dolu olmasıdır. Bu da zihin tarafından yeniliklerin fark edilmesini engeller. Bu hastalığı kavramamız CRS ve ESG sayesinde mümkün olmuştur. Zira daha önce hastalıklar arasındaki ilişki yeterince sağlıklı kurulamıyordu. Her hastalık ayrı ayrı değerlendiriliyordu ve aralarındaki ilişki görülemiyordu. Sonuçta her organ ve hastalık ayrı ayrı tedavi edilmeye çalışılıyordu. Bu da hastalıkların ömür boyu süreceği gibi yanlış bir görüntü verilmesine neden olarak beyinlerdeki çaresizliği daha çok körükler…”* gibi ifadelere ve tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2017/2119**

**Şikayet Edilen: Bilgehan YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bysacekimi.com](http://www.bysacekimi.com), [www.facebook.com/bysacekimi](http://www.facebook.com/bysacekimi), [www.youtube.com/channel/UCBrAafw9FCWgWZeF8esSDyA](http://www.youtube.com/channel/UCBrAafw9FCWgWZeF8esSDyA) ve [www.instagram.com/ bysacekimi](http://www.instagram.com/%20bysacekimi) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bysacekimi.com](http://www.bysacekimi.com) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Prp Tedavisi ile Saçlarınız Daha Güçlü. Bu uygulama sayesinde saçlarınız daha güçlü, daha canlı çıkacaktır… Fue yöntemi ile saç ekimi. Maksimum greft saç ekimi ile sık ve doğal görünüm… Saç ekimi, kaş ekimi, sakal ve bıyık ekimi, prp tedavisi hizmetlerimiz…”,*

“Fue Saç Ekimi Hizmetimiz” başlığı altında; *“Saç ekimi sizin görünüşünüzü değiştirir ve kendinize güveninizi arttırabilir. Bütün saç nakli çeşitlerinde sizin sağlıklı saçınızın kullanıldığını bilmeniz önemlidir. Saç nakli adaylarının kafalarının arka ve yan taraflarında sağlıklı saç bulunması saç ekimi yapılabilmesi bakımından mecburidir. Merkezimizde FUE yöntemi ile Saç Ekimi uygulanmaktadır...* *aç ekimi sizin görünüşünüzü değiştirir ve kendinize güveninizi arttırabilir. Saç nakli işlemine karar vermeden önce doktorunuzla beklentilerinizi tartışın ve düşünün. Bütün saç nakli çeşitlerinde sizin sağlıklı saçınızın kullanıldığını bilmeniz yeterlidir. Saç nakli adaylarının kafalarının arka ve yan taraflarında sağlıklı saç bulunması saç ekimi yapılabilmesi bakımından mecburidir. Çünkü ekilecek saçlar bu bölgeden alınır. Saç rengi ,dalgalı saç, kıvırcık saç gibi faktörlerde kozmetik sonuca tesir edebilir. Saç naklinde değişik teknikler vardır.Saç ekimi merkezimiz FUE yöntemi kullanılmaktadır. Ayrıca traşsız saç ekimi seçeneğimizde mevcuttur…”* gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/bysacekimi](http://www.facebook.com/bysacekimi) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Saç ekimi denince ilk akla gelen bilgehan yıldırım .kendi dalında çok başarılı yani türkiyede sayılı bir saç eki uzmanıdır arkadaşlar ben ektirdim çok güzel süper bir ekim oldu hiç bu kadar güzel olacagı aklımın ucundan bile geçmezdi ..........çok güzel başarılı ekibi var ... diyer merdiven altında saç ekimi yapan bu işten anlamayan lar gibi yok aradım tlf no bakmıyorlar hiç öyle bir sıkıntı yok gönül rahatlıgıyla saç ekimi yapabilirsiniz…Bilgehan hoca ve ekibi saç sorununuzun profesyonel çözümü. İlgi ve alakanız ve başarınız için sonsuz teşekkürler. Mrblr ben yeni ektirdim saçlarimi daha önce kuzenim ektirmişti 3ay gibi kisa bi surede inalinmaz bi degisiklik oldu bende o ara karar verdim ve ektirdim kendimi sanki evimde hissettigim çok rahat dolu bi ortam bol muhabbetli neseli insanlarla beraber çok guzel gün geçirdim herkese şiddetle tavsiye ederim BY'saç ekime başta bilgehan abim diyorum artik öyle asli hanim eda hanim ismini hatirlayamadigim güler yuzlu abimize tum ekibe samimi olduklari için çok teşekkur ederim”* gibi hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

[www.youtube.com/channel/UCBrAafw9FCWgWZeF8esSDyA](http://www.youtube.com/channel/UCBrAafw9FCWgWZeF8esSDyA) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde “saç ekimi” işlemine ilişkin olarak görüntülere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com/bysacekimi](http://www.instagram.com/bysacekimi) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Hocam merhaba ben Kütahya’dan Aziz. Ben 10 ay önce 6 aylık bir araştırma sonucu sizlere saç ektirmiştim. İyi ki sizlerle tanışıp sizlere saç ektirmişim. Sayenizde artık kel değilim. Öncelikle Bilgehan hocam olmak üzere Ramazan hocama ve bysaçekimi çalışanlarına bana gösterdiğiniz ilgi için çok teşekkür ederim…”* şeklindeki hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan “saç ekimi” işleminin bu alanda uzman hekimlerce yapılması gerektiği, anılan şahsın hekim olmamasına karşın, “saç ekimi” işleminin yapıldığı, bu suretle yetki dahilinde olmayan tıbbi işlemler uygulanarak kamu sağlığının tehlikeye atıldığı, tüketicilerin yanıltıldığı ve tecrübe ile bilgi eksikliklerinin istismar edildiği,

Bununla birlikte, şahsın anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8, 24 ve Ek-13-a maddesi,

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

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

- 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 **Bilgehan YILDIRIM** 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.

**25)**

**Dosya No: 2017/2809**

**Şikayet Edilen: Dr. Salih Emre ÜREGEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:-**[www.salihemreuregen.com.tr](http://www.salihemreuregen.com.tr) adresli internet sitesinin 10.04.2018 tarihli görünümünde;

“Hakkımda” başlığı altında; *“Plastik Cerrahi Operasyonları. On yılı aşkın bir süredir gerçekleştirdiğim Estetik ve Plastik Cerrahi Ameliyatları arasında Türkiye’ de en çok talep edilen ve benim en sıklıkla uyguladığım operasyonlardır… Uzmanlık sonrası yaptığı estetik operasyonlardaki başarısını arttırabilmek amacıyla, Plastik Cerrahi-Sanat ilişkisini kurmaya yönelik araştırmalar yapan Op.Dr. Salih Emre Üregen, Estetik Cerrahi’nin sanattan ilham aldığı düşüncesini savunmaktadır.”,* “Öneriler” başlığı altında; *“Rinoplasti Mağdurları: …Zira Literatürde de bir cerrahın yaptığı ameliyatlarında, revizyon (yeniden küçük de olsa bir dokunuş yapılma gereği) oranı yüz hastadan 10 unda (%10) oluyorsa bu cerrahın başarısının normal düzeyde olduğunu ortaya konmuş demektir. Klinik verilerimize göre yaptığımız ameliyatlarda revizyon oranının Yüzde 1 ( %1) olduğunu da ifade etmek isterim... Gençliğin Yeni Modası; Rinoplasti: … Başkasında görüp beğendiğinin kendinde de olmasını istemek insanoğlunun doğasında var olan bir talep olup kişinin beğendiği burnun kendi yüzü ile uyumlu olup olmayacağını, onun yüzünde hangi burun tipinin doğal duracağını ve yüzüne yakışacağını, ameliyat öncesi görüşmelerimizde detaylı bir şekilde hasta adayı ile konuşup tartışmak, rinoplasti ameliyatına hazırlıktaki en mühim aşamadır… Her hastanın yüz hatları farklı olması nedeniyle ameliyat öncesi ön görüşmemizde profesyonel stüdyomuzda fotoğraflarınızın çekilmesi akabinde istediğiniz burunu benim de tavsiyelerimle size özel olarak birlikte tasarlıyoruz… Uzmanlık alanı: Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi – Kalp ve Damar Cerrahi”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin hekim olarak faaliyet gösteren şahsı övücü ve tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu, ilgili mevzuatta izin verilen “toplum sağlığı konusunda halkı bilgilendirici” nitelikteki tanıtım faaliyetleri sınırını aştığı ve şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda gerçeği yansıtmayan biçimde; “*Uzmanlık alanı: Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi – Kalp ve Damar Cerrahi”* ifadesine yer verildiği, ancak şahsın “Kalp ve Damar Cerrahisi” alanında diplomasının bulunmadığının anlaşıldığı, söz konusu tanıtımlar ile şahsın “Kalp ve Damar Cerrahisi” alanında uzmanlığı bulunduğu izlenimi yaratıldığı, bu durumun ise tüketicileri yanıltıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- 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 **Dr. Salih Emre ÜREGEN** 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: 2017/2822**

**Şikayet Edilen: Dr. Yücel SARIALTIN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com/dr.yucel.sarialtin](http://www.instagram.com/dr.yucel.sarialtin) ve www.facebook.com /opdryucelsarialtin adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**- [www.instagram.com/dr.yucel.sarialtin](http://www.instagram.com/dr.yucel.sarialtin) adresli internet sitesinin 10.04.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“…Kapalı rinoplasti sonrası… Kadınlar kadar olmasa da erkek hastalarmız da var. Burun estetiği 1. yıl kontrol… Kapalı rinoplasti ameliyat masasındaki görüntüsü. . Burun icinden girilip dışardan hiç kesi yapılmadan buruna her müdahale yapılabilir. İsteğiniz ölçüde burun ucu kaldırılır ve iyileşme süreci daha kısa sürer. Morluk yok. Şişlik minimal...”* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/opdryucelsarialtin](http://www.facebook.com/opdryucelsarialtin) adresli internet sitesinin 10.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Kendi yağınız ile şekillenebilirsiniz… Yağlar boşa gitsin istemedik. Ameliyatsız burun estetiği… Bugünün zor ameliyatı. Burun küçülünce deride fazlalık oluyor ve derinin oturması zaman alıyor. Bakınca deri fazla gelmiyor ama dokununca o fazlalık hissediliyor… Estetik cerrahları diğer cerrahlardan ayıran fark "Sanatsal Bakış Açısıdır ". Sadece ameliyat yapmak değil planlarken yapılacak işlemin nasıl olacağını, doğallığını 3 boyutu beyinde canlandırmak ve bunu yapmaktır. Heykeltraşlardan ayıran fark ise ; biz insana işlem yapıyoruz ve her insan farklı ve kendine özgü iyileşme süreci geçirir…”* gibi ifadelerle birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2017/2864**

**Şikayet Edilen: Dt. Fatih TÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dtfatihturk.com](http://www.dtfatihturk.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak [www.google.com](http://www.google.com) adresli sitede yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan reklamların 19.09.2017 tarihli görünümünde, [www.dtfatihturk.com](http://www.dtfatihturk.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak; *“Bize Ulaşın Size Gülümsemek İçin Bir Sebep Verelim!…”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**[www.dtfatihturk.com](http://www.dtfatihturk.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak [www.google.com](http://www.google.com) adresli sitede yayınlanan tanıtımların talep yaratıcı ve şahsa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve reklam niteliğinde değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2017/2909**

**Şikayet Edilen: Dr. Tacettin GÜÇER (Esteanka)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://ankarasacekimi.net>, <https://esteanka.com> ve [www.facebook.com/ankarasacekimi.net](http://www.facebook.com/ankarasacekimi.net) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://ankarasacekimi.net> adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“18 Yıllık Tecrübeli ekibimiz ile gelişen teknolojileri yakından takip ederek hastalarımıza sunuyoruz. Saç Ekimi Ankara merkezimizde gerçekleştireceğimiz doğallığının ön planda olduğu bir saç ekimiyle özlediğiniz sağlıklı saçlarınıza kavuşacaksınız. Saç ekimi Ankara da uzman hekimimizle yapacağınız görüşme, saç analizi ve ön muayene için lütfen bize ulaşın. Tecrübemiz. 18 yıldır bu sektörde kaliteli hizmet vermekteyiz. En baştan beri aynı uzman ve ekibi ile çalışmaktan ve imza attığımız birbirinden başarılı yüzlerce operasyon ve uygulamadan dolayı son derece gururluyuz. Misyonumuz. Geçmişi gülen yüzlerle dolu merkezimiz, sizlere doğal görünümlü bir saç çizgisiyle birlikte yine doğal görünümünüze uygun sıklıkta yeni saçlar vermeyi ve bunu gerçekleştirirken de size konforlu bir aile ortamında güven dolu saatler geçirtmeyi amaçlamaktadır. İşlemlerimiz. Merkezimizde FUE saç ekiminin yanında Tıraşsız Saç Ekimi, Kaş ve Kirpik Ekimi, Sakal ve Bıyık Ekimi, PRP Uygulaması, Saç Mezoterapisi gibi pek çok işlem başarıyla gerçekleştirilmektedir. Hizmetlerimiz. Merkezimiz yıllardır saç ekimi ve saç bakım yöntemleri ile ilgili kaliteli hizmet sunmaktadır. Merkezimizde FUE saç ekiminin yanında Traşsız Saç Ekimi, Kaş ve Kirpik Ekimi, Sakal ve Bıyık Ekimi, PRP, Saç Mezoterapisi gibi güncel teknolojik takip gerektiren işlemler en güncel cihazlar eşliğinde başarıyla gerçekleştirilmektedir. En baştan beri aynı uzman ve ekibi ile çalışmaktan ve imza attığımız birbirinden başarılı yüzlerce operasyondan dolayı gururluyuz. Doğallık ana misyonumuz olup en uygun saç çizgisi belirleme konusunda çok iddialıyız. Aynı zamanda operasyon öncesi ve sonrası ekstra maliyet çıkarılmayacağını daha şimdiden rahatlıkla taahhüt ederiz. Siz de saç dökülme problemi yaşıyorsanız çözüm için doğru adrestesiniz. Merkezimizde uzman hekimimiz ile yapacağınız ücretsiz ön görüşme ve saç analizinden sonra sizin için en uygun saç bakım yöntemine birlikte karar verelim. Eğer saç ekimine karar verecek olursanız greft sayınızı belirleyelim, size ve bütçenize en uygun avantajlı ödeme şeklini ve ücreti sunalım. Sonrasında karar tamamen sizin. Ücretsiz danışma ve ön muayene için tıklayınız.”*,

“Saç Ekimi Ankara” başlığı altında; *“Kelliğe güle güle deyin. ”* gibi ifadelere,

“Fue Yöntemi ile Saç Ekimi Ankara” başlığı altında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

h[ttps://esteanka.com](https://esteanka.com) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Doğal ve daha sık saç ekimi Esteankara, Son teknoloji ile saç ekimi fue yöntemi… Yüz gençleştirme. Kırışıklığa Son! Prof. Dr Tacettin Güçer. Doğal ve yüzünüze uygun burun estetiği… Saç ekimi; insanların özellikle kendini daha iyi hissetmesi ve sağlıklı saç hacmine sahip olması için tercih ettikleri bir tedavi yöntemidir. Saç ekimi sayesinde insanlar kaybettikleri saçlardan, seyrekleşen ve açılan alanlardan tamamen kurtulmaktadır. Saç şekli insanın hem dış görüntüsünü hem de ruh halini değiştirmektedir. İki farklı saç şekli bile insanı çok farklı hale getirebilmektedir. Günümüzde bazı kişiler saç şeklini değiştirerek bile mutlu olmaktalar. Peki değiştirecek saçı olmayanlar? İşte Esteanka Saç Sorunları Merkezi sizi bu dertten kurtarmak için çalışmalarını sürdürmekte. Merkezimiz bünyesinde hizmet veren Prof. Dr. Tacettin GÜÇER; sizi bu problemden kurtarmak için çalışan, Ankara saç ekimi konusunda en önemli uzmanlardan birisidir… Saç ekimi Ankara çok fazla ilgi gören ve hastanemiz tarafından verilen bir hizmettir. Seçkin bir kuruluş olan Esteanka saç sorunları merkezi olarak sizlere saç ekimi başta olmak üzere Estetik ve Plastik Cerrahi alanlarında da hizmet vermekteyiz. Alanında uzman, tecrübeli doktorlarımız ve profesyonel cihazlarımızla güler yüzlü ve özverili çalışmayı prensip edinerek sizlere her zaman hizmet etmekten memnuniyet duyarız…”* gibi ifadelere,

[www.facebook.com/ankarasacekimi.net](http://www.facebook.com/ankarasacekimi.net) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Hayalinizdeki saçlar için bize ulaşın! Esteanka…Kellik tarih oldu! Saç ekimi operasyonları artık çok kolay. Arayın, merak ettiğiniz bütün soruları cevaplayalım… Hayallerinizi ekiyoruz! Kelliğe güle güle deyin…”* gibi ifadelere ve *“Bence mükemmel sonuç ihtiyacı olan arkadaşlara tavsiye ederiz fiyatları da son derece uygun yapılan hizmetleri ve ilgilerinden dolayı kendilerine çok teşekkür ediyoruz… Süper…”* şeklinde hasta yorumlarına, hasta değerlendirmelerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2017/3098**

**Şikayet Edilen: Dr. Meshut BAŞAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  [www.mesutbasak.com](http://www.mesutbasak.com) ve [www.exbal.com](http://www.exbal.com) adresli internet sitelerinin 11.04.2018 ve 12.04.2018 tarihli görünümünde;

“Ana sayfada; *“Kuru iğne (ıms) tedavisiyle inatçı ağrılara son…”,* “Tokluk Kemeri ile Diyetsiz Zayıflamaya Örnek Danışan” başlığı altında; *“Elif Çetiner isimli hastamız 2 Haziran 2012 ile 15 Eylül 2012 tarihleri arasında tokluk kemerini kullanarak toplam 27 kilogram zayıflamıştır. Alttaki resimlerde tokluk kemerini kullanmadan önceki ve kullandıktan sonraki fotoğraflarını görmektesiniz. Elif Çetiner hanımefendi bizi kırmayarak yaşadığı bu süreci anlatan videosunu yayınlamamıza izin verdi. Bu videoyu da izleyebilirsiniz...”,* “Bel fıtığının tedavisinde yeni bir yöntem: IMS. Yazan Prof. Dr. Mesut Başak” başlığı altında; *“‘Belimin ağrısından rahatça eğilip kalkamıyorum’ ya da ‘Sırtım o kadar ağrıdı ki bütün gece uyuyamadım’… Türk toplumunda kas ve eklem ağrıları fazlasıyla yaygın olduğu için çevremizde bunun gibi şikayetleri o kadar sık duyuyoruz ki artık neredeyse kanıksadık. Ümraniye Eğitim ve Araştırma Hastanesi İç Hastalıkları Klinik Şefi Doç. Dr Mesut Başak işte bu kronik ağrılara yol açan kas kasılmalarını Türkiye’de ilk kez, sertifikalı olarak yeni bir yöntemle tedavi etmeye başladı.”* şeklindeki ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve söz konusu internet sitelerinde yer alan videoda hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan inceleme konusu internet sitelerinde anılan şahsın unvanının “Prof. Dr. Mesut BAŞAK İç Hastalıkları Uzmanı” şeklinde belirtilerek şahsın tıp profesörü olduğu izleminin yaratıldığı, ancak anılan “Profesörlük” unvanının tıp alanında elde edilmediği, bu suretle yapılan tanıtımlar ile tüketicilerin yanıltıldığı, bilgi eksikliklerinin istismar edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**30)**

**Dosya No: 2017/4054**

**Şikayet Edilen: Dt. Kerem DOLAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://keremdolar.com.tr> ve [www.facebook.com/keremdolardisklinigi](http://www.facebook.com/keremdolardisklinigi) adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** - <http://keremdolar.com.tr> adresli internet sitesinin 19.04.2018 tarihli görünümünde; *“* *Yüksek Sağlık Standartları. Adana Diş Hekimi Kerem Dolar Ağız Diş Sağlığı İmplantoloji Kliniği sizin için en iyisini sunmakta.”*

[www.facebook.com/keremdolardisklinigi](http://www.facebook.com/keremdolardisklinigi) adresli internet sitesinin 19.04.2018 tarihli görünümünde,

“Değerlendirmeler” bölümünde; *“Korkmadan gelip memnun ve sağlıklı ayrıldığımız tek doktor Her defasında güler yüzlü çalışanlarıyla hijyenik bir ortamda en iyi şekilde karşılandık, kesinlikle tavsiye ediyorum… Modern bir anlayışla çalışan bir kurum... İlerde ziyaret ettiğim zaman değerlendirmemi daha da geliştirebilirim... Mükemmel bir insan işi ile karakteriyle… Adana da en iyi doktor bana göre korkusuzca gittiğim bir doktor… Teşekkürler Kerem Bey… Rahatça gidip gelebileceğiniz bir klinik her türlü hizmeti ile güveneceğiniz tek bir yer bizler çok memnunuz herkese tavsiyede bulunabileceğimiz yegane bir insan kutluyorum… 15 yıllık doktorum, arkadaşım, can kurtaranım Kerem Dolar bir ayrıcalıktır. Onun olduğu eller güvenliklidir... Ağız diş sağlığı Adana’da 1 numara… Her şeyi ile mükemmel, hekimler harika asistanlar fıstık gibi, hizmet harikulade mevkii ve yerde çok güzel bir defa gittiniz mi alışkanlık yapar…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- 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 **Dt. Kerem DOLAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2017/4883**

**Şikayet Edilen:** İstanbul Aydın Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Uygulama ve Araştırma Merkezi

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hayata sağlıkla gülümsemeniz için…”* ibareli broşürler ile [www.dentaydin.com](http://www.dentaydin.com), [www.facebook.com/dentaydin](http://www.facebook.com/dentaydin) ve [www.instagram.com/dentaydin](http://www.instagram.com/dentaydin) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Hayata sağlıkla gülümsemeniz için…”* ibareli broşürlerde;

*“Bizi tercih etme nedeniniz…* *Akademisyen Uzman Hekim Kadromuz. Diş hekimliğinin 8 anabilim dalında faaliyet gösteren hastanemizde tüm hastalarımıza tedavi hizmetleri, her biri kendi alanında öncü, Diş Hekimliği Fakültemizin değerli profesör ve doçent öğretim üyeleri tarafından bizzat verilmektedir. Modern Teknolojiyle Donatılmış Kliniklerimiz. Diş Hekimliği Fakültesi Dentaydın Diş Hastanesi'nde teknolojinin ulaştığı son noktadaki nitelikli cihazlarla donatılmış kliniklerimiz ve ameliyathanelerimizle huzurlu ortamlar oluşturmakta ve tedavilerini başarıyla sonuçlandırmaktayız. Kaliteli ve gler yüzlü hizmet anlayışımız. İstanbul Aydın Üniversitesinde ağız ve diş sağlığı hizmetleri; dünya kalite standartlarında hizmet anlayışı ve hasta haklarını ön plana çıkaran güler yüzlü, deneyimli sağlık personeli tarafından sağlanarak koşulsuz hasta memnuniyeti en üst seviyede tutulmaktadır.* *Diş Sağlığında Bilimsel Güvencemiz. Dünyanın çeşitli ülkelerindeki yüzlerce seçkin üniversiteyle yaptığımız işbirliklerimizin temelinde bilimsellik ve araştırmacılık yer almaktadır. Bu doğrultuda uluslararası standartlarda kanıtlanmış çalışmalarımız üniversite çatısı altında verilen hizmetimizin güvencesini oluşturmaktadır. Üniversite hastanesi güvencesi, profesör ve doçentlerden oluşan akademisyen hekim kadrosu, kaliteli ve güler yüzlü hizmet anlayışı ile ağız ve diş sağlığının tüm disiplinlerinde Florya ve Bahçelievler yerleşkelerimize sizleri bekliyoruz.”* ifadelerine,

- [www.dentaydin.com](http://www.dentaydin.com) adresli internet sitesinin 19.04.2018 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; “*En dişli mil fırsatları Dentaydın’dan Miles & Smiles üyeleri; İstanbul Aydın Üniversitesi Dentaydın Diş Hastanelerindeki tüm diş tedavilerinden 250 TL ve üzeri ağız ve diş sağlığı harcamalarınızda her 1 TL için 1 MİL kazandırıyor… hayata sağlıkla gülümsemeniz için...”,*

“Bizi Tercih Etme Nedeniniz” başlığı altında; *“Diş sağlığında bilimsel güvencemiz. Kurulduğu yıldan itibaren Türkiye’nin en çok tercih edilen vakıf üniversitesi olarak ABD ve İngiltere başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerindeki yüzlerce seçkin üniversiteyle yaptığımız akademik işbirlikleri kapsamında yürütülen çalışmalarımızın temelinde bilimsellik ve araştırmacılık yer almaktadır. Bu doğrultuda uluslararası standartlarda kanıtlamış ve başarıya ulaşmış çalışmalarımız üniversite çatısı altında verilen hizmetimizin güvencesini oluşturmaktadır. Akademisyen uzman hekim kadromuz. Ağız, Diş ve Çene Hastalıkları Radyolojisi, Ağız, Diş ve Çene Hastalıkları Cerrahisi, Diş Hastalıkları ve Tedavisi, Endodonti, Protetik Diş Tedavisi, Ortodonti, Pedodonti ve Periodontoloji olmak üzere diş hekimliğinin 8 anabilim dalında faaliyet gösteren Ağız ve Diş Sağlığı Merkezimizdeki tüm hastalarımıza tedavi hizmetleri her biri kendi alanında öncü, Diş Hekimliği Fakültemizin değerli profesör ve doçent öğretim üyeleri tarafından bizzat verilmektedir. Kaliteli ve güler yüzlü hizmet anlayışımız. Türkiye’nin en iyi kadrosu ile uygulamalı eğitim yapan İstanbul Aydın Üniversitesi’nde ağız ve diş sağlığı hizmetleri; dünya kalite standartlarını önemseyen hizmet anlayışıyla yürütülmekte ve hasta haklarını ön plana çıkaran güler yüzlü, deneyimli sağlık personeli tarafından sağlanmaktadır. Böylece koşulsuz hasta memnuniyeti en üst seviyede tutulmaktadır. Modern teknolojiyle donatılmış kliniklerimiz. Uluslararası iletişim ağı sayesinde modern tıbbın gelişmelerini yakından izleyen Diş Hekimliği Fakültesi Ağız ve Diş Sağlığı Merkezimizde teknolojinin ulaştığı son noktadaki nitelikli alt yapı ve cihazlarla donatılmış kliniklerimiz, ameliyathanemiz, radyoloji bölümümüz ve müşahede odalarımızla hastalarımıza huzurlu ortamlar oluşturmakta ve tedavilerini başarıyla sonuçlandırmaktayız.”,*

“Sağlık Turizmi” başlığı altında; *“…Dentaydın’da Sağlık Turizmi. Türkiye’nin en çok tercih edilen vakıf üniversitesi olan İstanbul Aydın Üniversitesi, Bahçelievler ve Florya yerleşkelerinde konuşlanan Diş Hekimliği Fakültesi’yle topluma ağız ve diş sağlığı hizmeti sunarken; akademik hekim kadrosu, teknik ve medikal alt yapısı, hasta memnuniyetindeki başarısı, uluslararası alanlarda ki sağlık anlaşmaları ve farkındalık oluşturan sosyal sorumluluk projeleri ile tedavilerine ayrıcalıklı bir soluk kazandırmaktadır. Sağlık Turizmi ile İstanbul Aydın Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi’ni seçen hastalar, sağlık hizmeti maliyeti için Avrupa ve ABD’de ayıracağı bütçenin çok daha altında ayıracakları bütçelerle, kendi ülkelerinde ki hasta bekleme listelerinden kurtulup, profesör, doçent ve yardımcı doçentlerden oluşan hekim kadromuzla, en ileri teknolojik donanımlara sahip 8 Anabilim Dalına ait (Ağız, Diş ve Çene Radyolojisi, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Endodonti, Pedodonti, Periodontoloji, Ortodonti, Protetik Diş Tedavisi, Restoratif Diş Tedavisi) kliniklerimizde, daha kaliteli ve daha kısa zamanda hizmet alarak tedavi olmanın yanı sıra farklı ülkeler de tanımış olmanın ayrıcalığını yaşamaktadır. Diş Tedavilerinde İstanbul Aydın Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi’ni tercih eden yurtdışı hastalarımıza; Türkiye’ye gelmeden uzaktan muayene hizmeti sunuyor, İstanbul’da tüm şehir içi transferlerini ücretsiz olarak sağlıyor, Anadilde hizmet sunan hasta temsilcileri ile kendilerine eşlik ediyor, Profesör ve doçentlerden oluşan akademik hekim kadromuz ile hizmet sağlıyor, Tedavilerini ise en kısa sürede tamamlıyoruz. Üstelik tüm bunları sizlerle belirlediğimiz ödeme koşulları ile gerçekleştiriyoruz… Sağlık Turizmi ile İstanbul Aydın Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi’ni seçen hastalar, sağlık hizmeti maliyeti için Avrupa ve ABD’de ayıracağı bütçenin çok daha altında ayıracakları bütçelerle, kendi ülkelerinde ki hasta bekleme listelerinden kurtulup, profesör, doçent ve yardımcı doçentlerden oluşan hekim kadromuzla, en ileri teknolojik donanımlara sahip 8 Anabilim Dalına ait (Ağız, Diş ve Çene Radyolojisi, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Endodonti, Pedodonti, Periodontoloji, Ortodonti, Protetik Diş Tedavisi, Restoratif Diş Tedavisi) kliniklerimizde, daha kaliteli ve daha kısa zamanda hizmet alarak tedavi olmanın yanı sıra farklı ülkeler de tanımış olmanın ayrıcalığını yaşamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dentaydın Diş Hastanesi’nde yurtdışı hastalarına daha kısa sürede daha kaliteli hizmet verebilmek için özel olarak VIP katı tasarlanmış ve hastaların tedavileri bu katta gerçekleştirmeye başlanmıştır. Bulut görselleriyle dekore edilmiş kliniklerde, hastalara sunulan video gözlükler ile hastaların tedaviden uzaklaşarak rahatlanmaları amaçlanmıştır. Tedavi öncesi ise anadilde hizmet sunan eğitimli hasta temsilcileriyle tedavilerin animasyon video görüntüleri üzerinden tedavi hakkında bilgilendirmeler sağlanarak, diş tedavilerinin korkulacak işlemler olmadığı konusunda kişilerin bilinçlenmesi hedeflenmiştir. Bekleme salonunda bulunan led ekranlar, güncel dergi ve gazeteler, sınırsız sunulan ikramlar ve kişilere özel ipad hizmeti ile hasta refakatçileri de düşünülmüş ve kendilerine sıkılmadan bekleyebilecekleri ortamlar hazırlanmıştır… Ücretsiz transfer ve şehir turu. Diş tedavilerinizi İstanbul Aydın Üniversitesi Dentaydın Diş Hastanesi’nde yaptırmaya karar verdiğiniz anda havaalanından itibaren sizi karşılamakta, hastane konaklama yeriniz arasındaki tüm transferlerinizi ücretsiz olarak karşılamaktayız. Diş tedavileriniz tamamlandıktan sonra ise tarihi, coğrafi konumu ve doğal güzellikleriyle dünyanın en güzel şehirleri arasında yer alan İstanbul’da yarım günlük şehir turu yapmanızı, yeni dişlerinizle İstanbul’un seçkin restoranların birinde geleneksel lezzetlerimizin tadına varmanız sağlamaktayız. Profesyonel hasta temsilcileri. Diş tedavileri için kurumumuzu tercih eden hastalarımıza kuruma girdiği andan tedavilerini tamamlandığı ana kadar eğitimli hasta temsilcileri ile eşlik edilmekte, tedavileri hakkında animasyon videolar ile kendilerine önceden ana dillerinde bilgilendirme yapılmaktadır…”* şeklindeki ifadelere,

[www.facebook.com/dentaydin](http://www.facebook.com/dentaydin) adresli internet sitesinin 19.04.2018 tarihli görünümünde**;**

*“…Alanında uzman hekimler ile kaliteli hizmet veren SGK anlaşmalı diş hastanesi. Tedavinizi emin ellerde gerçekleştirebilmeniz için herkese tavsiye ederim… Dentaydın’ın yeni sistemini çok beğendim… çok temiz bir hastane emeklerine sağlık… Kalite, profesyonellik ve güler yüzlü hizmet ancak bu kadar iyi sunulabilir, Dentaydın Çalışanlarına sonsuz teşekkürler… Tedavimi yapan Yard. Doç. Dr Ender beyden çok memnun kaldım. Diş hekimi korkumu yenmeme sebep olan tüm çalışanlara sonsuz teşekkürler… Doktorlar çok iyi fiyatları uygun ve sürekli kampanya yapıyorlar 3 tane implant yaptırdım İstanbul’da böyle hastane bulmak zor, süpersin Dentaydın!”* şeklinde hasta yorumlarına yer verildiği,

[www.instagram.com/dentaydin](http://www.instagram.com/dentaydin) adresli internet sitesinin 19.04.2018 tarihli görünümünde;*“Hayata sağlıkla gülümsemeniz için…”* ifadesine ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifade ve görüntüler vasıtası ile sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

- 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 **İstanbul Aydın Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Uygulama ve Araştırma Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2018/1677**

**Şikayet Edilen: Dr. Demet AĞRAS**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2018, 29.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.demetagras.com](http://www.demetagras.com) adresli internet sitesinin 18.01.2018 tarihli görünümünde; *“…bu yöntemlerden elektrokoter kullanarak uygulanan yakarak kesme işleminin başarısı daha yüksek olduğu gibi nüks görülme sıklığı minimumdur. Siğilleri anında kaybettiren bir tedavi yöntemidir…”* gibi ifadelere ve toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık görüntüsüne yer verildiği,

[www.facebook.com/doktordemetagras](http://www.facebook.com/doktordemetagras) adresli internet sitesinin 29.01.2018 tarihli görünümünde; *“Yağ Bezesi (Lipom) Tedavisi… Tedavisi 5 dakika gibi kısa sürede yapılmaktadır. Genel cerrahi uzmanlarımız 1-2 cm alanda yaptıkları kesi ile deri altındaki yağ bezesini kapsülü ile birlikte çıkarmaktadır. Daha fazla bilgi ve randevu oluşturmak için tıklayınız… Ameliyatsız yöntemler ile tedavisi artık mümkün kısa surede lokal anestezi altında botox tedavisi uyguluyoruz. Şikayetlerinizi hafife almayın… Botox yöntemi ile 5 dakika kadar kısa surede tedavi ettigimiz hastaların %95 'i sonuç almaktadır. Yanı sıra önerilerimize uyduğu takdirde şikayetlerinden tamamen kurtulur…”* gibi ifadelere ve toplumu endişeye sevk edici biçimde hastalık görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2018/3840**

**Şikayet Edilen:** **Sweden Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş. (İsveç Klinik)**

**Şikayet Edilen Reklam**: <http://www.isvecklinik.com>, <https://www.facebook.com/isvecklinik/> ve <https://www.youtube.com/user/isvecklinik> adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.isvecklinik.com/> adresli internet sitesinin 29.03.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Estetik cerrahi-saç ekimi-diş-obezite cerrahisi… Tedavinizi deneyimli doktorların görüşleri doğrultusunda planlayıp size sunarak, sağlık ve seyahat organizasyonunuzu birlikte hazırlıyoruz…”, “*Hakkımızda” başlığı altında; *“Sağlıkla büyüyoruz! İsveç Klinik, müşteri memnuniyetine odaklanarak, “Sağlıkla büyüyoruz” anlayışıyla Türkiye’de yepyeni bir sistemle size sağlık turizminin kapılarını açıyor. Sağlık Turizmi alanlarında her türlü hizmeti profesyonel bir ekip, alanında uzman kurum, doktor ve kuruluşlarla sizlere sunuyor. Türkiye’nin en modern ve kaliteli, teknolojik alt yapı olarak kendini geliştirmiş olan çok özel hastaneleri ve alanlarında uzman doktorları ile sağlığınıza doğru emin adımlar atmış olacaksınız. Onayladığınız seyahat programı dâhilinde havalimanından karşılanacak, otelinize yerleştirilecek, isterseniz size özel tercüman hizmeti ve sağlık kuruluşlarında gerekli hizmetleri uzman rehberliğimiz doğrultusunda eksiksiz olarak alacaksınız. Genel turizm hizmetleriyle de desteklediğimiz Medikal Turizmi, sizler için en doğru olacak şekilde düzenledik. Ülkemize giriş yaptığınız andan itibaren her türlü hizmetiniz eksiksiz yerine getirilecektir. Ayrıca öncesinde gerekli tüm danışmanlık ve rezervasyon hizmetleri tarafımızca gerçekleştirilecektir. Sadece sağlık turizmi alanında uzman kadrosu ile sizin için adınıza tüm rezervasyonları yaparak rahatınızı düşünüyoruz. Kültürel ve doğal gezilerle de seyahat paketinizi esnetebilir, hem sağlık hem de turizm adına kendinize bir tatil rotası çizebilirsiniz. Sağlığınız adına sorunsuz hizmet ve karşılama için mutlaka bizimle irtibata geçin… İsveç Tekniği… Dünyanın en başarılı estetik ameliyatlarını gerçekleştirme rekorunu elinde bulunduran ünlü İsveçli Bilim Adamı Profesör Hern tarafından İsveç Tekniği keşfedildi. Bu teknik vücudumuzdaki her bölge parmak izimiz gibidir ve eşsizdir felsefesi ile özel matematiksel hesaplamalar yapılarak estetik operasyonlarda doğallığında yakalanmasını sağlamıştır. İsveç Tekniği klasik tekniklere göre Estetik Cerrahi sonuçlarında ameliyat sonrası insan vücudundaki simetri sorunlarını %47 den gözle anlaşılamayacak şekilde %3 lere düşürmeyi başarmış, ağır, ağrılı ve uzun ameliyat süreçlerini kısaltmış, ameliyat sonrası ise iyileşme sürecini hızlandırmıştır. Bu nedenle Avrupa dada binlerce seçkin plastik cerrah 2016 ilk çeyreğinde keşfedilen bu tekniği kullanmayı tercih etmiştir. Bu nedenlerle merkezimizde de tüm operasyonlarımız İsveç tekniği ile yapılmaktadır.”*, “Estetik Operasyonlar” başlığı altında; *“Estetik cerrahinin en çok uygulandığı bölgelerden biri olan göğüslere basit girişimlerle ideal şekil verilebilmektedir. Dikleştirme, simetri sağlama, küçültme ya da büyütme amacıyla yapılan estetik girişimlerin büyük bir dikkat ve deneyim gerektirdiği bilinmelidir. Profesyonel estetik cerrahlar tarafından gerçekleştirilen göğüs estetiği ile beklentilerinize en uygun göğüs görünümünü elde edebilirsiniz. Yeni teknikler ve yeni cihazlar kullanılarak gerçekleştirilen göğüs estetiği ile hayalinizdeki görünümü siz de yakalayabilirsiniz. Bilgi ve randevu için kliniğimizi hemen arayın… İlerleyen yaş, fazla kilolar, bölgesel yağlanmalar ya da doğuştan gelen özellikler nedeniyle vücudunuzun güzelliğini bozan tüm görüntü, vücut estetiği ile ortadan kaldırılabilir. Kol, bacak, karın, popo ya da vajina bölgesine yapılan estetik müdahaleler ile beklentinize uygun bir görünüm kazanabilirsiniz. Kliniğimizde en yeni cihazlar ve en yeni yöntemler kullanılmaktadır. Profesyonel ve deneyimli estetik cerrahlar tarafından gerçekleştirilen vücut estetiği hakkında bilgi almak için kliniğimizi hemen arayın…”,*

“Neden İsveç Klinik?” başlığı altında; *“İlk İletişim… Size özel atanan Estetik Maker’ınız ile nasıl bir süreç geçireceğiniz konusunda detaylı bilgi alarak sizin için en doğru olabilecek operasyon değerlendirme testine yapıyoruz… Planlama & Rezervasyon… Burun estetiği hakkında resimlerinizin incelenip planlamanız yapıldıktan sonra ücretsiz randevu alarak doktorumuz ve Estetik Maker’ınızla ön görüşme yapıyor sonuca birlikte karar veriyoruz… Estetik Maker… Beklentilerinizi dinleyerek size nasıl çözüm üretebileceğimizi Estetik Maker’larımız doktorlarımızla görüşerek konu hakkında sizi bilgilendiriyor ve tüm sürecinizi yönetiyoruz… İsveç Tekniği… İsveç bilim adamlarının keşfettiği kişiye özel burun estetiği için özel hesaplamalar ile doğal ve en doğru sonucu yakalayarak operasyon süresini kısaltmayı hedeflemektedir…”,* “Meme büyütme ameliyatı” başlığı altında; *“Kadın fiziğinde önemli bir görsellik oluşturan ve erojen bir organ olan meme, kadının görsel güzelliğini yansıtmasına yardımcı olur. Meme emzirmek ve kadınlığı simgeleme işlevlerinin yanı sıra kadında güzelliğin tanımlanmasında yardımcı bir unsurdur. Bu nedenle memelerinden memnun olmayan, onları güzel bulmayan kadınlarda özgüven eksikliği ortaya çıkabilir. Meme büyütme ameliyatı bu sorunun çözümlenmesinde en kalıcı yöntemdir. Bu konuda İsveç Klinik deneyimlerinden, uzman doktorlarından detaylı bilgileri alabilirsiniz.”,*

<https://www.facebook.com/isvecklinik/> adresli internet sitesinin 29.03.2018 tarihli görünümünde; *“Doktor ve çalışan kadrosuyla, sizler için en iyi hizmeti sunmak üzere kurulmuş bir Plastik Cerrahi , Diş ve Saç Ekimi - Obezite Cerrahisi merkeziyiz… Gelişmiş teknolojik cihazları ve her biri kendi branşında tecrübeli Doktor ve çalışan kadrosuyla, sizler için en iyi hizmeti sunmak üzere kurulmuş bir Plastik Cerrahi , Diş ve Saç Ekimi - Obezite Cerrahisi ve Varis Cerrahi merkeziyiz. Hastalarımızın rahatı ve konforu için özel oluşturulmuş standart hasta odalarına ve VIP odalara sahibiz. Aynı zamanda kendi bünyemizde gelişebilecek acil durumlar için yoğun bakım ünitemiz de mevcuttur.”, “Estetiğin en sevilen markası… Hayalinizdeki değişim için 1 gün yeter… Saç ekiminde doğru tercih ile sizde doğal saçlara kavuşabilirsiniz. 0532 059 81 85…”,* *“3 Yaptır 2 öde… Örneğin burun estetiği + göğüs estetiği yaptır! Liposakşın-yağ almaya hiçbir ücret ödeme… Sadece bizde, hemen arayın… Bugün 9 kişi daha fue saç ekimi ile yeni saçlarına kavuştu. Sizi de bu listeye almamızı isterseniz:05320598185… Bugün 4 kişi daha implant tedavisi ile yeni dişlerine kavuştu… Saçsızlığın tedavisi var! Bitkisel yöntemler ve başarısız denemelerden sonra kalıcı çözüm Fue saç ekimi oldu! İsveç Klinik… Ameliyatsız göğüs estetiği… Sadece 1 saatte silikonsuz meme büyütme… Evet hepsi botokslu. Sadece 10 dakikada yüzünüzdeki gençlik…”* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.youtube.com/user/isvecklinik> adresli internet sitesinde yer alan kuruluşunuza ait Youtube kanalının 29.03.2018 tarihli görünümünde ise; “*Saç ekimi, diş beyazlatma, implant diş uygulaması*” gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtım videolarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://www.youtube.com/watch?v=p8Dy3cpwTzw> URL’sinden ulaşılabilen kuruluşunuza ait tanıtım filminde; *“Pişman olma gel sen de, üç yaptır sadece iki öde… Bir numara estetikte… Herkes İsveç Klinik’te… Herkes İsveç Klinik’te…”,* <https://www.youtube.com/watch?v=Oq786jOIvzc> URL’sinden ulaşılabilen kuruluşunuza ait bir diğer tanıtım filminde; *“Banu ALKAN’da estetiğini İsveç Klinik’te yaptırmaya karar verdi… Herşeyin en iyisini severim… Burnunu, göğsünü, karnını yaptır; 3 yaptır 2 öde… Diğer ameliyatın Banu ALKAN’dan hediye… İsveç Kliniği’ne gel, İsveç Kliniği’ne bebeğim… Herkes İsveç Klinik’te…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet siteleri ile sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşunuzun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; kuruluşunuza yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

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

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

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12 nci maddesinin

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sweden Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık A.Ş. (İsveç Klinik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 69.086 TL. (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2018/4340**

**Şikayet Edilen:** **Kerem Nadi Özel Sağlık Hizm.ve Tıbbi Dan. A.Ş. (Dora Hospital)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.dorahospital.com>, <https://www.facebook.com/dorahospital/>, <https://twitter.com/dorahospital>, https://www. youtube.com/dorahospital ve https://www.youtube.com /watch?v=eFAEGirHLWM adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.dorahospital.com> adresli internet sitesinin 27.03.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Doğal Bir Dokunuş… Korkularınıza artık son! Burun Estetiği, Yüz germe, Alın Germe, Kaş Kaldırma, Botoks, Göz Kapağı Düşüklüğü, Çene Estetiği vb. işlemler korkutmasın sizi!”,* “Hakkımızda” başlığı altında; *“Uluslararası Kalite standartlarında sağlık hizmeti veren Dora Hospital, konuklarına üst düzey sağlık hizmeti sunmak için İstanbul Fulya’da 2009 yılından itibaren hizmet vermektedir. Butik hizmet anlayışını sağlıkla bütünleştiren Dora Hospital ‘da herşey sağlığınız ve konforunuz için tasarlandı. Koruyucu, teşhis ve tedavi edici hekimlik hizmetinin üst düzeyde sağlanması için hiçbir fedakarlıktan kaçınmadan uluslararası standartları yakalamak için modern teknolojiyi başarılı, deneyimli ve güvenilir personelimizle birleştirdik ve sizlere verdiğimiz önem nedeniyle insan odaklı DORA HOSPITAL’ı kurduk. Hastalarımıza en doğru tanı ve hızlı tedavi hizmetini sunarak yaşam kalitesini yükseltmek, hasta güvenliğini ve memnuniyetini her şeyin üzerinde tutmak, bilgi ve becerilerimizle, güvenilir, sağlıklı ve mutlu yaşamınıza katkıda bulunmak için, dur durak bilmeden çalışmaya devam ediyoruz. Sağlıklı günler dileriz.”,*

“Ağız ve Diş Sağlığı” başlığı altında; *“Hollywood Gülüşü… Güzel ve etkileyici bir gülümseme hayatın anlamı niteliğindedir. Dış görünümün yanı sıra hem ikili ilişkileri hem de sosyal çevreyi etkileyen dış görünüm, sağlıklı bir ağız yapısıyla sağlanabilir. Son dönemlerde popüler olarak duyulan “Hollywood smile” terimi Hollywood gülüşü olarak çevrilebilir. Mükemmel bir gülüş ve sıcak bir görünüm için diş estetiği yaptırılması gerekebilir. Konusunda uzman hekimler tarafından gerçekleştirilen çalışmalar esnasında; üst ve ön dişlerin düzgün olması ve herhangi bir dolgu maddesi içermemesi tercih edilir. Üst Kesici Dişlerin Güzel Bir Gülümsemeye Kattığı Değer… Üst ve alt kesici dişlerin güzel bir gülümsemede net olarak görülmesi tercih edilir. Dudaklarda simetri Hollywood gülüşüne sahip olmak isteyenler için belirleyici bir etkendir. Etkili bir gülümsemede üst diş etinin 2mm kadar görülmesi istenir. Dudak genişliğinin yüzün yarısı kadar olması ve dudaklarla uyumlu bir diş yapısı dışarıya yansıtılmak istenen görünümün en iyi şekilde gerçekleşmesini sağlar. Diş estetiği son dönemlerde oldukça büyük gelişmeler kazanmıştır. Alanında deneyimli hekimler; renk, pozisyon ve şekil bozukluklarını olması istenen hale getirebilirler. Özlediğiniz Gülümsemeyi Aynalara Yansıtın… Kalıcı lekelerden çarpıklığa, aralıklı dişlerden yapısı bozulmuş dişlere kadar pek çok sorun diş estetiği sayesinde çözüme kavuşabilir. Hekimlerin farklı dokuları bir araya getirerek elde ettikleri maddelerle yeni yapıştırma teknikleri denenebilir. Hastaların en az 10 yaş gençleşmesini sağlayan uygulamalar sayesinde siz de özlediğiniz gülümsemeyi aynalara yansıtabilirsiniz. Son yılların estetik alanındaki en çok tercih edilen uygulaması olan Hollywood gülüşü yaş faktörü dikkate alınarak farklı uygulamalarla zenginleştirilebilir. Ağız ve çene bölgesinde görünür hal almaya başlayan kırışıklıklar, dudak üstü bölgesinde kötü bir duruş sergiler. Bu durum dişlerin görünmez hale gelmesine neden olur. Diş taşından kaynaklanan diş eti çekilmeleri ve dökülen dişlerin diğer dişler üzerinde yarattığı açıklık yaşlı bir görünüm verir. Yaş ilerledikçe yaşanabilecek olan diş kayıplarının tedavisi genç bir görünümün yanı sıra daha sağlıklı ve fonksiyonel bir çiğneme işlevinin de yeniden kullanılır hale gelmesini sağlar. Özellikle konuşurken ve gülümserken üst dişlerden çok alt dişlerin görünür olması diş estetiği yaptırmanın zamanının gelip de geçtiğinin belirtisidir. Diş beyazlatması, pembe estetik, implant, ortodonti ve kozmetik bir yenilenme Hollywood gülüşüne sahip olmak isteyenlere uygulanabilir. Dudak şekliyle uyumlu bir diş tedavisi güzel bir gülüşün anahtarı niteliğindedir. Her yaştan hasta için uygun olan alternatifler değerlendirilerek en ideal sonuca kısa vadede ulaşılabilir. Kişiye Özel Gülüş Tasarımı… Gülüş tasarımı; dudaklardan dişlere ve diş etleri kadar tüm estetik kriterlerin değerlendirilmesidir. Kişiye özel olarak gerçekleştirilen süreçte dijital ölçü sistemleri ve 3 D tasarımlardan yararlanılabilir. Hollywood gülüşüne sahip olmak için ilk şart dişlerin düzgün olmasıdır. Mevcut çarpıklıklara ek olarak dişlerdeki lekeler ve renk değişmeleri kaliteli bir gülüş için engel oluşturur. Gülüş tasarımı yapılırken dudak seviyesi ve dişlerin boyları dikkate alınmalıdır. Kişinin yüz şekline uygun olarak hazırlanacak dişler, doğal ve estetik bir görüntü elde edilmesi için son derece önemlidir… Hollywood Gülüşü için sizi arıyalım formunu doldurunuz!”* ifadelerine,

“Zirkonyum kaplama diş tedavisi”, “*İmplant diş tedavisi- hasta memnuniyeti”* isimli tanıtım videolarına,

“Genel Cerrahi” başlığı altında, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine de yer verilen mide küçültme ve tüp mide ameliyatına ilişkin tanıtım videolarına,

“Kulak Burun Boğaz” başlığı altında, *“Gözlük kullanımına son!!!”* başlıklı tanıtım videosuna,

“Botoksun Yan Etkisi Var Mıdır?” başlığı altında; *“Botoksun yan etkisi için youtube kanalımızı ziyaret ederek memnuniyet videolarımızı izleyebilirsiniz!”* ifadelerine,

<https://www.facebook.com/dorahospital/> adresli internet sitesinin 28.03.2018 tarihli görünümünde; “*Dora Hospital… Uluslararası Kalite standartlarında sağlık hizmeti veren Dora Hospital, konuklarına üst düzey sağlık hizmeti sunmak için İstanbul Fulya’da 2009 yılından itibaren hizmet vermektedir. Butik hizmet anlayışını sağlıkla bütünleştiren Dora Hospital ‘da herşey sağlığınız ve konforunuz için tasarlandı... 1 TIKLA ESTETİK… Estetik &Plastik Cerrahi Kliniği… Op. Dr. Fatih DAĞDELEN… Resminizi web kameranızla çekip bize gönderin Op. Dr. Fatih DAĞDELEN fotoğrafınızın analizini yaparak hemen sizi arayalım…”, “Diş beyazlatma… Estetik açıdan renklenmeleri giderir, estetik bir görünüm sağlar, özgüven kazandırır…”, “Saç ekimi hasta memnuniyeti”, “Gözlük kullanımına son!!!”,”* *Saç Ekimi Yaptırmadan İzle - DORA HOSPİTAL”, “Saç Ekimi Hasta Memnuniyeti (fue saç ekimi)”,“Saç Ekimi Sonrası (Memnuniyet) - Dora Hospital”, “Burun Estetiği Öncesi ve Sonrası (Dora Hospital), “Varis tedavisi sonrası müşteri memnuniyeti”, “İmplant tedavisi sonrası hasta memnuniyeti”* gibi tanıtım videolarında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tedavi sırasındaki görüntülerine yer verildiği,

<https://twitter.com/dorahospital> adresli internet sitesinin 27.03.2018 tarihli görünümünde; *“Nakış Nakış İşlenen Güzelliğiniz Dora Hospital’de… Güzelliğinize değer verin! 6 Ay’da ideal kilonuza dönün… Değişim Şart! Değişim zamanı gelmedi mi?...”,*

<https://www.youtube.com/dorahospital> adresli kuruluşunuza ait Youtube kanalının 27.03.2018 tarihli görünümünde ise; kuruluşunuz, çeşitli tıbbi işlemler ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ilişkin tanıtım videolarına,

<https://www.youtube.com/watch?v=eFAEGirHLWM> URL’sinden ulaşılabilen videolarda; *“İsmail Bey kliplerinizde oynattığınız o güzel kızları nereden buluyorsunuz? Dora Hospital’den… Nasıl yani? Dora Hospital Avrupa’nın en ünlü estetik hastanesi… Dora Hospital’e gelip de güzel olmamak mümkün mü? Zorla güzellik olmaz ama estetikle olur… Www nokta Dora Dora… Estetikte bir numara, genç kalmak istiyorsan çaresi burda, Dora Hospital’de… 90 60 90 Vücudum var, doya doya bitmez tadım var, formumu Dora’ya borçluyum, eskisinden daha mutluyum…”* ve *“Siz de arzularınızı gerçekleştirmek, güzelliğinizi fark etmek, eskisinden daha mutlu almak istiyorsanız Dora Hospital’ı arayın… Dora Hospital estetikte bir numara…”*  ifadelerine yer verildiği

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kerem Nadi Özel Sağlık Hizm.ve Tıbbi Dan. A.Ş. (Dora Hospital)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 69.086 TL. (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2018/1086**

**Şikayet Edilen:** **Nova Dental ve Medikal Hizmetler Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://mynova.org> ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://mynova.org> adresli internet sitesinin 06.03.2018 tarihli görünümünde; *“Diş estetiği”* başlığı altında; *“Diş Estetiği, Estetik Diş Tedavisi Nedir? Diş Estetiği dolayısı ile dişlerimiz, dünyaya açılan kapımız aslında. Gülerken, konuşurken kendimize güvenle, ağzımızı kapatma zorunluluğu duymadan, kelime ve harfleri doğru şekilde telaffuz ederek konuşmak için doğru bir ağız ve diş yapısına sahip olmamız oldukça önemli. Şayet dişlerde renk ve şekil bozukluklarımız varsa, bu durum psikolojik sorunlara, strese girmemize ve güvenimizin düşmesine yol açabilir. Diş estetiği gelişmesiyle pek çok şekil, renk ve pozisyon bozuklukları rahatlıkla çözebildiğimiz kolay sorunlar haline geldi. Diş estetiğinin en önemli noktalarından bir tanesi olan Gülüş Tasarımı önemli bir işlevi üstleniyor. Kişisel istekleriniz, beklentileriniz ile hekimlik uzmanlığı birleştirilerek, size en uygun gülümseme tasarlanır… Daha çekici bir gülümseme!”,* *“Diş protezi”* başlığı altında; *“Diş protezi, tüm bu sorunları ortadan kaldırmanızı sağlar. Böylelikle büyük oranda kaybedilen ağız sağlığı düzeltilirken toplum içinde eksik ya da harap olmuş dişlerle yaşamak zorunda kalmış hastalarımızın da psikolojik açıdan desteklenmesini sağlar. Çünkü bu şekilde yaşamlarını (bir süre de olsa) sürdürmek zorunda kalan bireyler, öncelikle gülmeyi unuturlar. Bu da fonksiyonel bozuklukların yanı sıra, insanlarda kendine güven duygusunun zedelenmesine neden olur. Hastalarımıza diş protezi yaptığımızda kısa sürede hayat kalitesinin yükseldiğini görüyoruz.”,* *“Estetik açıdan zirkonyum dişlerin avantajları nelerdir?”* başlığı altında; *“Işık geçirgenliği özelliği sayesinde doğal dişlerin görüntüsü tam olarak yakalanır. Klasik porselen kaplamaların alt yapıları olan metaller dişlerde opak bir görüntü yaratırlar. Bu da dişlerin cansız ve yapay görünmesine sebep olur. Zirkonyum ile bunun önüne geçilmiştir.”,*

*“Diş beyazlatma”* başlığı altında; *“Diş Beyazlatma (Bleaching) Dişlerinizin beyaz olmasını, güldüğünüzde ağzınızı kapatma çabasından kurtulup özgürce gülümsemeyi herkes ister. Dişlerimiz, çeşitli sebeplerle beyaz rengini kaybedebilir, hoş olmayan sarı bir renge bürünebilir. Diş beyazlatma yöntemi ile dişlerinizi bu sarılıktan ve lekelerden kurtarabilirsiniz. Estetik Gülüş Tasarımı… Sararmış dişler ya da kaplamalar, bleaching yöntemi ile eski beyazlığına kavuşturulabilir. Özellikle sigara ve kahve sebebiyle dişlerinde sararma meydana gelmiş hastalar için şaşırtıcı beyazlıklar elde edilebilir. Beyazlatma işleminin sonunda dişlerinizdeki 8-10 ton açılmayı kısa sürede fark edebilirsiniz.”,*

*“Zirkonyum dişler doğal durur mu?”* başlığı altında; *“Zirkonyum, diş kronları için en çok tercih edilen malzemelerden biri haline geliyor. Birçok avantajı olması sebebiyle yaygın olarak uygulanmaktadır: •Aşınmaya ve yıpranmaya dayanabilir •Doğal dişlere benzeyecek kadar şeffaf •Daha az dişe zarar verme •Değiştirilebilir boyut, şekil ve renk •Biyouyumlu yapı…”, “Neden Zirkonyum Porselenleri tercih etmeliyiz?”* başlığı altında; *“Zirkonya kronlarının bazı avantajları şunları içerir: •Yeni monolitik zirkonya (tek, katı zirkon blokları) sayesinde, bu taç tipi neredeyse kırılmaz ve oldukça sağlamdır. •Tek ziyaret kronlarını yerleştirmek için CEREC teknolojisi ile birlikte kullanılabilir. Zirkonyum ile kronlar yoğun bir mukavemet, dayanıklılık, uzun ömürlülük ve porselenin tamamen beyaz, doğal görünümü sunar. Doğal görünüm. Zirkonya veya zirkonyum oksitten üretilen bu taçlar, metal bir taç mukavemeti ve porselen taçların doğal görünümü ile donatılmıştır. Yarı saydamlığı ve ışığı yansıtan nitelikleri doğal dişlerle uyum sağlamasına izin verir. Dayanıklılık ve güç. Tipik olarak, taçlar yaklaşık on yıl kadar süreyle kalıcıdır. Ancak iyi bir ağız ve diş bakımı sonucunda ömür boyu kalıcı olabilirler. Vücut kimyasıyla uyumlu. Zirkonyum doğal olarak vücudunuzun kimyasıyla uyumludur, bu da herkesin, metal alerjisi olan bir hastaların bile zirkonyum uygulamasına başvurabileceği anlamına gelir. Minimal invaziv. Zirkonyum kronları, doğal diş minesinin daha az uzaklaştırılmasını gerektirdiğinden, doğal dişin yapısı bozulmadan kalır.”,* *“Diş eti estetiği”* başlığı altında; *“Diş eti estetiği hangi avantajları sağlar? Gülümseme için estetik bir uyum sağlamak için diş eti ve diş oranlarını sabit ya da çıkarılabilir yöntemlerle eşleştirmek zor olabilir. Bu zorluklar, bir hastanın, estetik bölgede farklı uzunluklarda diş izi bırakan, “yüksek gülümseme çizgisi” olarak adlandırdığı yerde daha da kötüleşir. Dişsiz bölgelerde dikey yumuşak doku kaybı olduğu durumlarda kesin bir köprü öncesi yumuşak doku hacmini artırmak için çeşitli cerrahi teknikler önerilmiştir. Diş eti estetiği bu eksiklikleri giderir ve yüz hatlarına uygun olarak diş eti onarımı yapılabilir.”,* *“Genel Anestezi ile implant”* başlığı altında; *“Genel Anestezi altında, yurtdışından gelen hastamıza bütün ağız implant yapıldı. Hastamız hemen ertesi gün kendi dişlerine kavuştu ve evine yolcu ettik.”,*

“*Diş Estetiği Nedir*? *İzmir Estetik Diş Polikliniği”* başlığı altında; *“Dişlerde zamanla ya da çeşitli sebeplerle oluşan renk ve şekil bozuklukları kişide psikolojik sorunlara dahi yol açabilir. Diş hekimliği alanında estetik ve restoratif maddelerin gelişmesi sayesinde oldukça geniş yelpazede tercih edilebilecek; şekil, renk ve pozisyon bozuklukları kolay bir şekilde çözümlenebilmektedir. Çekici Gülüş, Çekici gülüşte, ön dişler yan dişlere göre daha fazla uzundur. Bu diş modeli, gençliği temsil eder. Yaşı henüz daha küçük olan ve genç bireylerde dişler bu şekildedir. Fakat bu durum zamanla değişir. Çekici bir gülümsemeye sahip olmak için ön dişler diğerlerine oranla daha uzun şekilde dizayn edilir. Entellektüel Gülüş (Sophisticated Smile), Dişler bu diş estetiğinde yatay düz bir çizgi üzerine sıralanır. Entellektüel gülümseme yüze olgun ve bilgili bir ifade kazandırmaktadır. Bu gülümseme sayesinde yüzün alt bölümü vurgulanır. Genç yaşlarda dişler ilk çıktığında uzunlukları birbirinden farklı olmaktadır. Orta yaşlarda ise dişler eşit boylara gelir. Sportif Gülümseme (Sporty Smile), Entellektüel ve Çekici gülüş arasında kalan diş estetiği modelidir. Orta kesici dişler yan kesicilerden kısmen uzun olabilir. Sportif gülümseme dizaynı, sıra dışı, içten ve sıcak bir ifade kazanmayı sağlar.”,*

<https://www.instagram.com/explore/locations/1022214623/my-nova-agz-ve-dis-saglg-poliklinigi/?hl=tr> adresli internet sitesinin 06.03.2018 tarihli görünümünde; *“Gülüşüm ışıldıyorsa nova diş polikliniği… #harikasınız… Çok kahve ve kola tüketen biri olarak diş problemlerimin çözümü… My nova diş polikliniği… Lazerle diş beyazlatma sayesinde kendinden emin gülüşlere sahip olabilirsiniz… My nova diş polikliniği…”, “Diş beyazlatma uygulamalarımızda boya yaptığımızı düşünmeyin. Hijyenik ve teknolojik yöntemlerle dişinize istediğiniz rengi kazandırıyoruz… Çocukların dişlerine bayram erken geliyor. İzmir’de yasayan 5 çocuğumuza komple diş muayenesi ücretsiz… Hak kazanmak için @mynovadispoliklinigi ve @cocukgelisimatolyesi sayfalarını takip edin ve bu paylaşım altına 5 arkadaşınızı etiketleyin… Hollanda'dan gelen hastamız Selim Ünver'in dişlerini emax kaplama yaptık. Sadece 10 gün içerisinde sağlıklı ve güzel bir gülümseme yakaladık…”* gibi ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

- TıbbiDeontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nova Dental ve Medikal Hizmetler Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36-I)**

**Dosya No: 2018/1087**

**Şikayet Edilen:** **Hande DERALLA ve Ortağı**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/mynovaesteticaa/> ve <https://www.instagram.com/mynovaestetica/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.03.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/mynovaesteticaa/> adresli internet sitesinin 06.03.2018 tarihli görünümünde; kuruluşunuzun*“Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon, saç ekimi, dövme sildirme, kapalı rinoplasti, leke tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, 13.01.2018 tarihli paylaşımda; *“Saç ekimi bizim işimiz. Doğal ve acısız fue yöntemi ile profesyonel ekibimiz size gençliğinizi geri versin...”,*

21.12.2017 tarihli paylaşımda; *“MyNova Estetica… Yeni Yıl'a özel KAMPANYA 8 seans koltuk altı lazer 50.-TL. Randevu için 0232 366 66 06”,* 21.12.2017 tarihli paylaşımda; *“Saç dökülmelerinde kendi kanınızdan elde edilen trombosit yönünden zenginleştirilmiş plazma içeriği (PRP) ile mükemmel sonuçlar elde edebilirsiniz…”,*

24.11.2017 tarihli paylaşımda; *“Black Friday zamanı! 25 Kasım Cumartesi günü saat 19.00'a kadar dövme sildirme sadece 200 TL ! Randevu için : (0232) 366 66 06…”,*

24.11.2017 tarihli paylaşımda; *“Black Friday zamanı! 25 Kasım Cumartesi günü saat 19.00'a kadar tüm vücut lazer epilasyon sadece 1000 TL ! Randevu için : (0232) 366 66 06…”,*

22.10.2017 tarihli paylaşımda; *“Vücudunuzdaki lekelere veda edin! Uzman kadromuz ve son teknoloji ürünlerimizle leke tedavisinde hizmetinizdeyiz. Ayrıntılı bilgi ve iletişim: 0232 366 66 06”,*

01.10.2017 tarihli paylaşımda; *“İZMİR’DE İLK! Kapalı rinoplasti ile kesi ve dikiş olmadan hayallerinizdeki buruna kavuşun! Detaylı bilgi için: 0232 366 66 06…”,*

01.10.2017 tarihli paylaşımda; “*12 Ekim'de Güzellik Merkezimizde gerçekleştireceğimiz açılış kokteylimize davetlisiniz...”,* 01.09.2017 tarihli paylaşımda; *“Lazer epilasyonda açılışa özel fiyat! Detaylı bilgi ve rezervasyon için: 0533 682 80 66…”,*

<https://www.instagram.com/mynovaestetica/> adresli internet sitesinin 06.03.2018 tarihli görünümünde; *“Black Friday zamanı! 25 Kasım Cumartesi günü saat 19.00'a kadar dövme sildirme sadece 200 TL! Randevu için : (0232) 366 66 06, Black Friday zamanı! 25 Kasım Cumartesi günü saat 19.00'a kadar tüm vücut lazer epilasyon sadece 1000 TL ! Randevu için : (0232) 366 66 06…”,* *“Saç dökülmelerinde kendi kanınızdan elde edilen trombosit yönünden zenginleştirilmiş plazma içeriği (PRP) ile mükemmel sonuçlar elde edebilirsiniz…”* gibi ifadelere yer verildiği 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 **Hande DERALLA ve Ortağı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36-II)**

**Dosya No: 2018/2169**

**Şikayet Edilen:** **Hande DERALLA ve Ortağı**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“My Nova Estetica”* ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu broşürlerde, sunulan hizmetler arasında; *“Botox, dolgu, gözaltı ışık dolgusu, PRP, lazer epilasyon, saç ekimi, popo kaldırma-implant, lazerle bel fıtığı ameliyatı, vajinoplasti, meme rekonstrüksiyon, tüp mide-şeker hastalığı ameliyatı, karın germe, lazer lipoliz, rhinoplasti”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“4 Seans ücretsiz diyetisyen muayenesi için arayınız…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürde 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 **Hande DERALLA ve Ortağı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**37)**

**Dosya No: 2017/2040**

**Şikayet Edilen: Bay Pozitif Teknoloji Elek. Elektronik İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından ANC TV adlı televizyon kanalında “Maydanoz Yağı” adlı takviye edici gıdaya yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.02.2017 tarihinde 10:27:13-10:42:25 saatleri arasında ANC TV adlı televizyon kanalında “Maydanoz Yağı” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamında;ekranda durağan yazı olarak, *“Karaciğer yağlanmasını önler. İdrar söktürücüdür, böbrek taşlarını döktürür. Safra kesesi problemlerini giderir. Adet söktürücüdür, kabızlığa karşı etki gösterir. Dolaşım sistemini ve sindirim problemlerini giderir. Yüksek tansiyonu düşürmede yardımcıdır. Ciltte bulunan hücreleri yeniler. 1 alana 1 bedava. 0212 708 61 11. 39 TL + Kargo”* ifadelerinin, dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda ise, *“Maydanoz yağının, yani size göndereceğimiz maydanoz yağının o kadar önemli o kadar büyük özellikleri ve işlevi var ki toplum içerisinde birçok insanın da hepimizin daha doğrusu yaşadığı problemler. Bakın idrar söktüren özelliğinden tutun safra kesesi problemlerini halleder. Cildimizdeki hücreleri yenileyip daha genç daha diri görünmemize sebep olan ve eskiler çok iyi bilirler efendim maydanoz yağını kullanan insana böcek gelmez haşere gelmez evet haşere kovan özelliğinden tutun romatizma rahatsızlığı olanlar Allah şifa versin ve vücudumuzun en önemli organları en önemli işlevi, dolaşım ve sindirim sistemini düzenleyen özelliğinden tutun fazla kilo problemi olanlardan bakın size gönderdiğimiz maydanoz yağını detoks olarak da kullanabiliyorsunuz. Artık ne kadar şifalı olduğuna siz kanaat getirin. Yine bakın tansiyondan tutun yüksek ateşi düşüren özelliğine, saç dökülmesi problemi yaşayanlar, maydanoz yağını kullanacaksınız gözlerinize inanamayacaksınız yeni saç oluşumuna. Onun dışında prostattan tutun birçok erkeğin ve kadının en büyük en özel problemlerine kadar tam bir şifa deposudur maydanoz yağı. En önemlisi vücudumuzun filtresi olarak bilinen karaciğere ve özellikle karaciğer yağlanmasına karşı olan inanılmaz etkisi. Karaciğer vücudumuzun en önemli organlarından biridir. Allah korusun bakın sonunda siroza kadar gidebiliyor karaciğer yağlanmasının sonu. O yüzden lütfen duyarsız kalmayalım. %100 etki ve %100 para iade garantisi ile alıyorsunuz. Ne probleminiz varsa maydanoz yağı mucizesiyle inşallah üstesinden geleceksiniz…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15.02.2017 tarihinde 10:27:13-10:42:25 saatleri arasında ANC TV adlı televizyon kanalında “Maydanoz Yağı” 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 tanıtımı yapılan ürünlerin Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, bununla birlikte, söz konusu görüntülerin montajlama yöntemiyle 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,

Dolayısıyla, söz konusu reklam ve tanıtımların;

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11, 16, 26/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bay Pozitif Teknoloji Elek. Elektn. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** 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.

**38)**

**Dosya No: 2017/4148**

**Şikayet Edilen: SBS Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Beeo” ve “Beeo Up” markalı bal ve arı ürünlerine yönelik olarak muhtelif mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Gazete, Dergi

**Tespitler:** 10.03.2018 tarihinde Fox TV’de “Beeo Propolis” adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam filminde,dış ses tarafından yapılan seslendirmede, *“Propolis doğal bir arı ürünüdür. Propolis nar suyundan 80 kat daha fazla antioksidan içerir. Her propolis aynı değildir. Beeo Propolis Türkiye’nin ilk ve tek yerli TÜBİTAK inovasyon ödüllü propolisi. İstanbul Teknik Üniversitesi’nden uzman eliyle. Daha detaylı bilgi için beoo.com.tr’yi ziyaret edin.”* şeklinde ifadelere ve ekranda arka planda, *“Doğal, Anti-oksidan, İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent, Uzman* eliyle*”* şeklinde ibarelere yer verildiği, ayrıca söz konusu reklam filminde bir anne ile kız çocuğunu temsil eden animasyon karakterlerin yer aldığı, annenin çocuğuna bir kaşık ile Beeo Propolis adlı üründen yedirdiği, firma ürünü ile beslenen kız çocuğunun etrafında koruyucu bir kalkan oluştuğu ve başı üzerinde “Anti-oksidan” ifadesinin belirdiği,

Firma tarafından Parents dergisinin Temmuz 2017 sayısında “Türkiye’nin ilk ve tek inovasyon ödüllü yerli propolisi ile tanıştınız mı?” başlığı ile “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam görselinde, annesinin kucağında bir bebeğin fotoğrafı ile bir kırda uçurtma uçuran, oyun oynayan ve koşturan küçük çocukların görüntülerine yer verildiği, yine Vippharma Dergisinin Ocak-Şubat 2018 sayısında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, anne ve babası ile birlikte yürüyen küçük çocukların görsellerinin yer aldığı, benzer şekilde televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde animasyon karakter olarak canlandırılan küçük bir kız çocuğuna yer verildiği, ayrıca firmaya ait “Beeo Arı Ürünleri” hesap adlı Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya internet adreslerinde yayınlanan görsellerde, çok sayıda küçük çocuk ve bebek fotoğrafı ile birlikte küçük çocuk ve bebeklerin firma ürünlerini tüketimine ilişkin ifade, tanıtım ve tavsiyelere yer verildiği, bu hususlara ek olarak Parents Dergisinin Eylül 2017 sayısında yayınlanan röportajda, *“Propolis damla 6. aydan itibaren günde 1 damla ile başlanarak ayda 1 damla arttırılarak kullanılabilir…”* şeklinde bir ifadenin yer aldığı,

Firma tarafından yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, “İlk defa sözleşmeli arıcılık modeliyle tüketime sunuyoruz”, “Beeo propolis Türkiye’nin ilk ve tek sözleşmeli arıcılık modeliyle üretilmiş inovasyon ödüllü yerli propolisidir”, “Türkiye’nin ilk ve tek TÜBİTAK, TTGV, TÜSİAD İnovasyon Ödüllü yerli propolisi” ve “Helal sertifikalı” şeklinde iddialara yer verildiği,

Onaylı Takviye Edici Gıdalar Listesi veri tabanında yapılan sorgulamada, firma tarafından üretimi yapılarak pazarlanan ürünlerden yalnızca Beeo Polen, Beeo Arı Sütü, Beeo Up Propolisli Şurup, Beeo Up Propolisli Sprey, Beeo Arı Ekmeği adlı ürünlere ilişkin olarak Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan takviye edici ruhsatı alındığı, bununla birlikte Beeo ve Beeo Up markaları altında satışa sunulan diğer propolis, arı sütü, polen ürünleri ile bunların karışımlarından elde edilmiş diğer takviye edici gıdalara ilişkin olarak Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan takviye edici gıda ruhsatı/onayı alınmadığı,

[www.beeo.com.tr](http://www.beeo.com.tr) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Beeo Suda Çözünür Propolis Damla” adlı ürüne yönelik olarak, *“Doğanın içinde binbir deva saklı... Bazen bir sebzenin kökünde, bazen bir yer altı suyunda şifayı bulmak mümkün... O şifa kaynaklarının en etkililerinden biri ise arı kovanında saklı... Arıların bitki sap, yaprak ve tomurcuklarından topladığı, güçlü anti-bakteriyel ve anti-oksidan etkilere sahip doğal bir arı ürünü olan propolis, kovandaki mikropları yok etmek ve arı kolonisinin sağlığını korumak için kullanılır. Kovandan çıkarıldıktan sonra ise insan tüketimine uygun hale getirilmesi ve vücudun bu üründen en etkili şekilde faydalanabilmesi için işlenmesi gerekir. Arı sütü ve balla karıştırılarak katı halde sunulan propolisin, bir diğer tüketim şekli de sıvı halde damla olarak alınmasıdır. Her iki yöntemde en önemli olan şey, çok değerli bir gıda olan propolisin özelliğini ve aktivitesini koruyarak işlenmesidir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ürünün tanıtım sayfasında, <https://www.youtube.com/watch?v=yvlRnIcWSwI> URL adresinde firma tarafından 11.10.2016 tarihinde yayınlanmış “Ürünün Kullanım Alanları: Hastalıkta” başlıklı bir tanıtım filminin yer aldığı, söz konusu videoda hapşıran ve hasta olduğu görülen bir kişinin bir kaşık bal üzerine propolis damlatarak tükettiğinin görüldüğü,

“Beeo %10 Propolis Kestane Balı Karışımı” adlı ürüne yönelik olarak, *“Propolis güçlü antioksidan ve antimikrobiyal etkilere sahip doğal bir arı ürünüdür. Propolis içeriğinde yer alan fenolik ve flavonoid bileşenler sayesinde bağışıklığı koruyucu etkilere sahiptir. Propolis ve kanser ile ilgili yapılmış pek çok bilimsel yayın mevcuttur. Daha fazla detaylı bilgi almak için bize 0216 499 48 00 numaralı telefondan veya info@sbs-turkey.com mail adresinden bize ulaşabilirsiniz. Bee'o olarak, geliştirdiğimiz ekstraksiyon yöntemi ile propolisi insan tüketimine uygun hale getirerek vücudumuzun propoliste bulunan tüm değerli bileşenlerden yararlanabilmesini sağlıyoruz. Geliştirdiğimiz bu yöntem ile TÜBİTAK, TTGV ve TÜSİAD tarafından 2015 İnovasyon Ödülü'ne layık görüldük! Yüksek propolis içeriğine sahip özel olarak hazırlanan helal sertifikalı bu ürün bağışıklık sisteminizi yüksek oranda arttırma ihtiyacı duyduğunuz zamanlar için yanı başınızda...”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Ham Bal” adlı ürüne yönelik olarak, *“Düşünün içinde onlarca çalışanı olan bir fabrikanın sahibisiniz ve tüm insanların ihtiyaç duyduğu altın kadar değerli bir ürün üretiyorsunuz... Bu fabrikayı korumak, daha da güçlendirmek, düşmanlara karşı savunmak için ne yaparsınız? Arılar için o fabrikanın adı kovan. Ve onlar, hem yaşam alanları olan hem de üretim yerleri olan kovanı korumak için yine kendileri propolis denilen bir madde üretiyorlar. Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Temel görevi arı kovanında antiseptik ortamı sürdürmek olan propolis, insan vücudunda da benzer bir etkiye sahip. BEE’O PROPOLİS BAL KARŞIMI ile sağlıktan gelen kaliteli bir yaşam sürdürmek hayal değil! Kovanda üretildiğinden itibaren, hiç bir ön işlem görmeden soğuk zincir ile tüketiciye ulaşan helal sertifikalı bu ürün ile propolis ve balın besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek kıvamda!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Arı Sütü + Ham Bal” adlı ürüne yönelik olarak, *“BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI ile balın ve arı sütünün besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek bir kıvamda.! Doğanın mucize lezzeti bal ve yavru arıların can suyu, ana arının yaşam kaynağı arı sütü... Bileşiminde birçok protein, karbonhidrat, yağ ve vitamin içeren arı sütü bal ile buluşuyor, sağlığa giden yol açılıyor. Arı sütü çocukluk çağından yaşlılık dönemine her yaştan insanın yaşamına değer katıyor. Günlük hayatta sıkça rastlanan sağlık sorunlarından ciddi hastalıklara çoğu kez tedavi sürecini destekleyen doğal bir yöntem olarak deneniyor. Helal sertifikalı BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI ile balın ve arı sütünün besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek bir kıvamda!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Yetişkin Paketi” adlı ürüne yönelik olarak, *“Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkı sağlayan propolis anti-bakteriyel, anti-fungal, anti-viral ve antiseptik içeriğe sahip. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Arı Sütü + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çocuklarınız için en değerli besin anne sütüdür, peki ya yavru arılar için? Cevap, yavru arıların can suyu, ana arıların yaşam kaynağı arı sütü… Arı sütü ile beslenen yavru arı kısa sürede büyür. Hayatı boyunca tamamen arı sütü ile beslenen ana arı, hem işçi arıların iki katı büyüklüğüne ulaşır, hem de her gün binlerce yumurtalık bir verim ile yaşar. İşçi arı ortalama 45 gün gibi bir ömre sahip olurken, ana arının ortalama 5 ile 7 yıl arasında yaşamasının nedeni de yine tek besin kaynağı olan arı sütüdür… BEE’O ARISÜTÜ BAL KARIŞIMI ile, doğanın lezzeti bal arı sütüyle birleşiyor ve kovandan gelen doğallığı, saflığı sofralarınıza taşıyor! Çocuklarınız için özel olarak geliştirilen, helal sertifikalı BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI, arı sütü ve balın besleyici özellikleri ve kolayca tüketilebilir kıvamıyla hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı oluyor…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çöl tavukları tüyleri ile vücutları arasında su taşıyarak yavrularının susuzluğunun giderirler. Kangurular, yavruları yeterli olgunluğa gelene kadar karınlarındaki keselerinde taşırlar. Bir ayının en vahşi olduğu an yavrusunun tehlikede olduğunu düşündüğü andır. Doğadaki birçok canlı gibi insanlar da çocukları konusunda hassaslar. Çocuklar için özel olarak hazırlanan helal sertifikalı BEE’O PROPOLİS BAL KARIŞIMI hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı olur. Onları hastalıklara karşı çok daha hazırlıklı kılar!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Arı Sütü + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çöl tavukları tüyleri ile vücutları arasında su taşıyarak yavrularının susuzluğunun giderirler. Kangurular, yavruları yeterli olgunluğa gelene kadar karınlarındaki keselerinde taşırlar. Bir ayının en vahşi olduğu an yavrusunun tehlikede olduğunu düşündüğü andır. Doğadaki birçok canlı gibi insanlar da çocukları konusunda hassaslar. Çocuklar için özel olarak hazırlanan, helal sertifikalı BEE’O PROPOLİS ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı olur. Onları hastalıklara karşı çok daha hazırlıklı kılar!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Çocuk Paketi” adlı ürüne yönelik olarak, *“Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkı sağlayan propolis anti-bakteriyel, anti-fungal, anti-viral ve antiseptik içeriğe sahip. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.beeoup.com](http://www.beeoup.com) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal (Çocuklar için) adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Bağışıklık destekleyici > Zihin aktivitelerine olumlu katkı > Metabolizma düzenleyici…”*

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal (Yetişkin)” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Androjen etki-sperm ve yumurta kalitesinde artış > Kolajen sentezini destekler > Bağışıklık desteği > Metabolizma düzenleyici”*

“Beeo Propolis Damla %30” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Antikanserojen > Diyabet tedavisinde > Mevsimsel alerji > Bağışıklık destekleyici > Antioksidan”*

“Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Bağışıklık destekleyici > Grip ve soğuk algınlığı > Antioksidan”*

“Beeo Propolis Ham Çam Balı” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Antikanserojen etki > Bağışıklık destekleyici”*

“Beeo Propolisli Ballı Boğaz Spreyi” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Tonsillit,farenjit,larenjit, > Ses kısıklığı, boğaz irritasyonu > Ağız içi yaralar > Ağız kokusu”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine [www.beeoup.com](http://www.beeoup.com) adresli internet sitesinde, “Neden Beeo Up” başlığı altında yer alan tanıtımlarda, <https://www.youtube.com/watch?v=Xw_nBqZFPkg> URL adresinde 24.12.2016 tarihinde firma tarafından yayınlanmış “Bee’o Propolis” başlıklı bir reklam filmine yer verildiği, söz konusu reklam filminde, *“Bal arıları için hayat çalışmaktan ibaret. Her bir arı yüzbinlerce kez kanat çırparak bal, polen, propolis ve arı sütü üretir. Propolis arılar tarafından bitkilerin tomurcuk, yaprak ve saplarından topladığı güçlü antibakteriyel ve antioksidan etkilere sahip tamamen doğal bir üründür. Arılar bu yapışkan ürünü kovandaki mikropları yok etmek ve arı ailesinin sağlığını korumak için kullanır. Biz de yılların birikimi ve bilginin gücüyle propolisi ülkemizde ilk defa sözleşmeli arıcılık modeliyle tüketime sunuyoruz… Sözleşmeli arıcılık ile üretilmiş Türkiye’nin ilk yerli propolisi artık tüketime hazır. Kovandan süzülen bir damla bilginin gücü sayesinde bal arısından insana şifa dağıtıyor. Bundan sonrası mı? Yediden yetmişe binbir derde deva. Tek bir damlasında bitkilerin özü, arının emeği, tüm Anadolu.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

10.12.2017 tarihli Hürriyet Kelebek ekinde “Beeo Kakao Fındık Ham Bal Propolis” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, *“Yüksek protein ve lif içeriğiyle beslenmenize yardımcı olurken, propolis içeriğiyle de bağışıklığınızı destekler… Propolis arıların bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladıkları çok güçlü antioksidan ve anmikrobiyal etkilere sahip tamamen doğal bir arı ürünüdür. Propolisin antioksidan etkisi nar suyu ile karşılaştırıldığında nar suyundan tam 80 kat daha güçlü antioksidan etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Propolis, arılar tarafından, kovandaki mikropları yok etmek ve kovanın sterilizasyonu için kullanılır. Propolis düzenli tüketildiğinde bağışıklığı güçlendirerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Beeo propolisin benzer ürünlerden en az 5 kat daha yüksek biyolojik aktiviteye sahip olduğunu biliyor muydunuz?... Beeo’nun kurucularından Aslı Elif Tanuğur oğlunun bağışıklık sorununu propolisle aşarak marka yaratan bir kadın girişimci. Propolisin şifasını ilk olarak kendi oğlunda gözlemledikten sonra tüm annelere ulaştırmaya karar verdi…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

01.10.2017 tarihli Sabah Günaydın ekinde “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” ve “Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Çocuklar İçin” adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamda, “Doğadan insan sağlığına mucizevi katkı” başlığı altında, *“Bal, arı sütü ve arı poleni gibi ürünler insan sağlığı için büyük önem taşıyor. Doğanın mucizesi bal, sağlıklı ve zinde bir hayat sürmeye, ayrıca cildin güzelliğini korumaya yardımcı oluyor… Gıda yüksek mühendisi Aslı Elif Tanuğur uzun yıllar bal sektöründe bir firmada Ar-Ge ve Kalite direktörü olarak görev yaptı. Oğlunda 11 aylıktan itibaren başlayan yüksek ateş problemi ve sürekli antibiyotik kullanılması sebebiyle antibiyotiklerden dolayı çok kötü bir alerji gelişti. Çocuğunun bağışıklığını arttırmak amacı ile çareler ararken okuduğu pek çok bilimsel tıbbi yayında propolis ve arı sütü ile karşılaştı. Ama ülkemizde üretilmediğini ve Çin’den geldiğini öğrenince öncelikle oğlu için kendisi üretmeye karar verdi. 6 ay kendi ürettiği propolis özütü ve arı sütünü kullandıktan sonra oğlunda ne ateş ne alerji kalmıştı ve bağışıklığı artmıştı. Bu şifayı görünce tüm annelere ulaştırmaya karar verdi… Propolis kovanda hangi görevi görüyorsa, doğru işlendiği takdirde insan vücuduna da aynı etkileri gösterir. Virüs ve bakterileri yok ederek vücudun hastalıklarla savaşmasına yardımcı olur. Çocuklar kreş okul vb. kalabalık ortamlarda maruz kaldığı mikroplardan dolayı sık sık hasta olurlar. Propolis düzenli tüketildiğinde bağışıklığı destekleyerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Propolisin farklı bakteri türleri üzerinde antimikrobiyal etki gösterdiği ve antibiyotiklerle birlikte kullanıldığında sinerjistik etki yarattığı 2003 yılında Belgrad Üniversitesi Bakteriyoloji Bölümü’nde yapılan bilimsel çalışma ile ortaya konulmuştur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Parent Dergisi’nin Temmuz sayısında “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, “Neden propolis ve arı sütü tüketmeliyiz?” başlığı altında yer alan tanıtımlarda, *“Propolis düzenli tüketildiğinde, bağışıklığı güçlendirerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Buna bağlı olarak da antibiyotik kullanımını azaltır. Propolis hem yetişkinler, hem de çocuklar tarafından rahatlıkla tüketilebilir. Alerjen sınıfında bir ürün değildir. Bal tüketebiliyorsanız propolis tüketmenizde de sakınca bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra, propolisin solunum yolu rahatsızlıklarında, ağızda çıkan yaralar, aftlar, uçuklarda, mide bağırsak rahatsızlıklarında, kullanım alanının bulunduğu ve kansere karşı etkilerinin olduğu yapılan bilimsel çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Ayrıca, yapılan bilimsel çalışmalarda propolisin vücutta sağlıklı ve canlı hücre sayısını arttırdığı kanıtlanmıştır… Yapılan bilimsel çalışmalarda düzenli arı sütü tüketiminin çocuklarda bedensel ve zihinsel gelişmeyi desteklediği, beyin aktivitesini geliştirici etkilerinin bulunduğu kanıtlanmıştır. Ayrıca, düzenli arı sütü tüketiminin ciltte kolajen sentezini arttırdığı, bunun yanı sıra kadınlarda yumurta sayısı, erkeklerde sperm kalitesini arttırarak doğurganlık üzerine etkilerinin bulunduğu, yapılan bilimsel çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Arı sütü, performans ve zindeliği arttırarak gün içerisinde kendinizi daha enerjik hissetmenize yardımcı olur. Özellikle spor öncesi kullanıldığında etkilerini bizzat kendiniz gözlemleyebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 10.03.2018 tarihinde Fox TV’de “Beeo Propolis” adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam filminde,dış ses tarafından yapılan seslendirmede, *“Propolis doğal bir arı ürünüdür. Propolis nar suyundan 80 kat daha fazla antioksidan içerir. Her propolis aynı değildir. Beeo Propolis Türkiye’nin ilk ve tek yerli TÜBİTAK inovasyon ödüllü propolisi. İstanbul Teknik Üniversitesi’nden uzman eliyle. Daha detaylı bilgi için beoo.com.tr’yi ziyaret edin.”* şeklinde ifadelere ve ekranda arka planda, *“Doğal, Anti-oksidan, İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent, Uzman* eliyle*”* şeklinde ibarelere yer verildiği, ayrıca söz konusu reklam filminde bir anne ile kız çocuğunu temsil eden animasyon karakterlerin yer aldığı, annenin çocuğuna bir kaşık ile firmanız ürününden yedirdiği, firmanız ürünü ile beslenen kız çocuğunun etrafında koruyucu bir kalkan oluştuğu ve başı üzerinde “Anti-oksidan” ifadesinin belirdiği, bu itibarla söz konusu reklam filminde “Anti-oksidan” özelliklere sahip olduğu iddia edilen firmanız ürününün tüketimi ile çocuğun dış ortamın zararlı ve olumsuz etkilerinden korunduğu, böylelikle Beeo Propolis adlı ürünün tüketimi ile hastalıklara karşı koruma sağlanacağı veya hasta olmanın önüne geçileceği şeklinde mesajlar verildiği, bununla birlikte, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan *“Sağlık beyanı: Herhangi bir gıda grubunun, gıdanın veya gıdanın bileşiminde bulunan öğelerin sağlıkla ilişkisini belirten, ileri süren veya ima eden beyanı, (…) ifade eder”* şeklindeki sağlık beyanı tanımı doğrultusunda, inceleme konusu reklam filminde yer alan görüntü ve ifadelerin, mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanları olarak değerlendirildiği,

Türk Gıda Kodeksi Bebek ve Küçük Çocuk Ek Gıdaları Tebliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde; *“(1) Bu Tebliğde geçen; a) Bebek: 12 ayın altındaki yaş grubunu, b) Küçük çocuk: 12 - 36 ay arası yaş grubunu, (…) ifade eder.”* hükümlerine,

Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13 üncü maddesinde ise, *“(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 3 üncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinde yer alan hükümlere uygun olur. (…)*

*c) Takviye edici gıdaların etiketinde, sunumunda ve reklâmında; bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine sahip olduğunu bildiren veya böyle özelliklere atıfta bulunan ifadeler yer alamaz. (...)*

*ğ) (Değişik:RG-21/11/2015-29539) 2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.*

*h) (Değişik:RG-21/11/2015-29539) Bu Tebliğ kapsamında 2-4 veya 4-10 yaş grubuna yönelik ürünlerin etiketinde ürün adıyla birlikte “2-4 yaş grubu çocukların kullanımına uygundur.” veya “4-10 yaş grubu çocukların kullanımına uygundur.” ifadesi belirtilir. Bu yaş gruplarına yönelik olmayan takviye edici gıdaların etiketinde çocuklara yönelik olduğunu ima eden şekil, resim ve ifade yer alamaz.”* hükümlerine yer verildiği,

Diğer taraftan, firma tarafından Parents dergisinin Temmuz 2017 sayısında “Türkiye’nin ilk ve tek inovasyon ödüllü yerli propolisi ile tanıştınız mı?” başlığı ile “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam görselinde, annesinin kucağında bir bebeğin fotoğrafı ile bir kırda uçurtma uçuran, oyun oynayan ve koşturan küçük çocukların görüntülerine yer verildiği, yine Vippharma Dergisinin Ocak-Şubat 2018 sayısında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, anne ve babası ile birlikte yürüyen küçük çocukların görsellerinin yer aldığı, benzer şekilde a bendinde açıklanan reklam filminde animasyon karakter olarak canlandırılan küçük bir kız çocuğuna yer verildiği, ayrıca firmaya ait “Beeo Arı Ürünleri” hesap adlı Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya internet adreslerinde yayınlanan görsellerde, çok sayıda küçük çocuk ve bebek fotoğrafı ile birlikte küçük çocuk ve bebeklerin propolis ve firma ürünlerini tüketimine ilişkin ifade, tanıtım ve tavsiyelere yer verildiği, bu hususlara ek olarak Parents Dergisinin Eylül 2017 sayısında yayınlanan röportajda, *“Propolis damla 6. aydan itibaren günde 1 damla ile başlanarak ayda 1 damla arttırılarak kullanılabilir…”* ifadelerinin yer aldığı, bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda herhangi bir yaş grubu belirtilmediği, dolayısıyla herhangi bir yaş tanımı bulunmayan ve 2 yaş tanımı net olmayan firma ürünlerine yönelik tanıtımlarda bebek ve küçük çocuk görsellerine yer verilmesinin mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmeliğin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde, *“(…) (2) Bu Yönetmelikte geçen;* *h) Takviye edici gıda: Normal beslenmeyi takviye etmek amacıyla vitamin, mineral, protein, karbonhidrat, lif, yağ asidi, aminoasit gibi besin öğelerinin veya bunların dışında besleyici veya fizyolojik etkileri bulunan bitki, bitkisel ve hayvansal kaynaklı maddeler, biyoaktif maddeler ve benzeri maddelerin konsantre veya ekstraktlarının tek başına veya karışımlarının, kapsül, tablet, pastil, tek kullanımlık toz paket, sıvı ampul, damlalıklı şişe ve diğer benzeri sıvı veya toz formlarda hazırlanarak günlük alım dozu belirlenmiş ürünleri, (…) ifade eder”* hükmüne, “Sorumluluklar” başlıklı 10 uncu maddesinde ise,*“(…) (5) Takviye edici gıdalar onay alınmadan üretilemez, işlenemez, ithalatı yapılamaz ve piyasaya arz edilemez. (6) Gıda işletmecisi, Bakanlıkça onaylanan takviye edici gıdaları ithal etmek, üretmek, işlemek ve piyasaya arz etmek zorundadır. (…)”* hükümlerine yer verildiği, bu doğrultuda, firma tarafından üretimi yapılarak Beeo ve Beeo Up markaları altında satışa sunulan propolis, arı sütü, polen ve bunların karışımları ile diğer muhtelif arı ürünlerinin normal beslenmeyi takviye etme amacına hizmet eden takviye edici gıda ürünleri olarak değerlendirildiği, bununla birlikte, firma ürünlerine ilişkin olarak Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan takviye edici gıda ruhsatı/onayı alınmadığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından onaysız ve ruhsatlandırılmamış ürünlerin piyasada satış ve reklamının yapılmasının ilgili gıda mevzuatına aykırı ve aynı zamanda tüketicileri yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

[www.beeo.com.tr](http://www.beeo.com.tr) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Beeo Suda Çözünür Propolis Damla” adlı ürüne yönelik olarak, *“Doğanın içinde binbir deva saklı... Bazen bir sebzenin kökünde, bazen bir yer altı suyunda şifayı bulmak mümkün... O şifa kaynaklarının en etkililerinden biri ise arı kovanında saklı... Arıların bitki sap, yaprak ve tomurcuklarından topladığı, güçlü anti-bakteriyel ve anti-oksidan etkilere sahip doğal bir arı ürünü olan propolis, kovandaki mikropları yok etmek ve arı kolonisinin sağlığını korumak için kullanılır. Kovandan çıkarıldıktan sonra ise insan tüketimine uygun hale getirilmesi ve vücudun bu üründen en etkili şekilde faydalanabilmesi için işlenmesi gerekir. Arı sütü ve balla karıştırılarak katı halde sunulan propolisin, bir diğer tüketim şekli de sıvı halde damla olarak alınmasıdır. Her iki yöntemde en önemli olan şey, çok değerli bir gıda olan propolisin özelliğini ve aktivitesini koruyarak işlenmesidir…”*şeklinde ifadelere yer verildiği,ayrıca ürünün tanıtım sayfasında, <https://www.youtube.com/watch?v=yvlRnIcWSwI> URL adresinde firma tarafından 11.10.2016 tarihinde yayınlanmış “Ürünün Kullanım Alanları: Hastalıkta” başlıklı bir tanıtım filminin yer aldığı, söz konusu videoda hapşıran ve hasta olduğu görülen bir kişinin bir kaşık bal üzerine propolis damlatarak tükettiğinin görüldüğü, ayrıca söz konusu reklam filminin hâlihazırda firmaya ait “BeeoArıÜrünleri” adlı Youtube sayfasında yayında olduğu,

“Beeo %10 Propolis Kestane Balı Karışımı” adlı ürüne yönelik olarak, *“Propolis güçlü antioksidan ve antimikrobiyal etkilere sahip doğal bir arı ürünüdür. Propolis içeriğinde yer alan fenolik ve flavonoid bileşenler sayesinde bağışıklığı koruyucu etkilere sahiptir. Propolis ve kanser ile ilgili yapılmış pek çok bilimsel yayın mevcuttur. Daha fazla detaylı bilgi almak için bize 0216 499 48 00 numaralı telefondan veya info@sbs-turkey.com mail adresinden bize ulaşabilirsiniz. Bee'o olarak, geliştirdiğimiz ekstraksiyon yöntemi ile propolisi insan tüketimine uygun hale getirerek vücudumuzun propoliste bulunan tüm değerli bileşenlerden yararlanabilmesini sağlıyoruz. Geliştirdiğimiz bu yöntem ile TÜBİTAK, TTGV ve TÜSİAD tarafından 2015 İnovasyon Ödülü'ne layık görüldük! Yüksek propolis içeriğine sahip özel olarak hazırlanan helal sertifikalı bu ürün bağışıklık sisteminizi yüksek oranda arttırma ihtiyacı duyduğunuz zamanlar için yanı başınızda...”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Ham Bal” adlı ürüne yönelik olarak,*“Düşünün içinde onlarca çalışanı olan bir fabrikanın sahibisiniz ve tüm insanların ihtiyaç duyduğu altın kadar değerli bir ürün üretiyorsunuz... Bu fabrikayı korumak, daha da güçlendirmek, düşmanlara karşı savunmak için ne yaparsınız? Arılar için o fabrikanın adı kovan. Ve onlar, hem yaşam alanları olan hem de üretim yerleri olan kovanı korumak için yine kendileri propolis denilen bir madde üretiyorlar. Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Temel görevi arı kovanında antiseptik ortamı sürdürmek olan propolis, insan vücudunda da benzer bir etkiye sahip. BEE’O PROPOLİS BAL KARŞIMI ile sağlıktan gelen kaliteli bir yaşam sürdürmek hayal değil! Kovanda üretildiğinden itibaren, hiç bir ön işlem görmeden soğuk zincir ile tüketiciye ulaşan helal sertifikalı bu ürün ile propolis ve balın besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek kıvamda!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Arı Sütü + Ham Bal” adlı ürüne yönelik olarak, *“BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI ile balın ve arı sütünün besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek bir kıvamda.! Doğanın mucize lezzeti bal ve yavru arıların can suyu, ana arının yaşam kaynağı arı sütü... Bileşiminde birçok protein, karbonhidrat, yağ ve vitamin içeren arı sütü bal ile buluşuyor, sağlığa giden yol açılıyor. Arı sütü çocukluk çağından yaşlılık dönemine her yaştan insanın yaşamına değer katıyor. Günlük hayatta sıkça rastlanan sağlık sorunlarından ciddi hastalıklara çoğu kez tedavi sürecini destekleyen doğal bir yöntem olarak deneniyor. Helal sertifikalı BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI ile balın ve arı sütünün besleyici özellikleri bir arada ve kolayca tüketilebilecek bir kıvamda!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Yetişkin Paketi” adlı ürüne yönelik olarak, *“Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkı sağlayan propolis anti-bakteriyel, anti-fungal, anti-viral ve antiseptik içeriğe sahip. (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Arı Sütü + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çocuklarınız için en değerli besin anne sütüdür, peki ya yavru arılar için? Cevap, yavru arıların can suyu, ana arıların yaşam kaynağı arı sütü… Arı sütü ile beslenen yavru arı kısa sürede büyür. Hayatı boyunca tamamen arı sütü ile beslenen ana arı, hem işçi arıların iki katı büyüklüğüne ulaşır, hem de her gün binlerce yumurtalık bir verim ile yaşar. İşçi arı ortalama 45 gün gibi bir ömre sahip olurken, ana arının ortalama 5 ile 7 yıl arasında yaşamasının nedeni de yine tek besin kaynağı olan arı sütüdür… BEE’O ARISÜTÜ BAL KARIŞIMI ile, doğanın lezzeti bal arı sütüyle birleşiyor ve kovandan gelen doğallığı, saflığı sofralarınıza taşıyor! Çocuklarınız için özel olarak geliştirilen, helal sertifikalı BEE’O ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI, arı sütü ve balın besleyici özellikleri ve kolayca tüketilebilir kıvamıyla hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı oluyor…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çöl tavukları tüyleri ile vücutları arasında su taşıyarak yavrularının susuzluğunun giderirler. Kangurular, yavruları yeterli olgunluğa gelene kadar karınlarındaki keselerinde taşırlar. Bir ayının en vahşi olduğu an yavrusunun tehlikede olduğunu düşündüğü andır. Doğadaki birçok canlı gibi insanlar da çocukları konusunda hassaslar. Çocuklar için özel olarak hazırlanan helal sertifikalı BEE’O PROPOLİS BAL KARIŞIMI hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı olur. Onları hastalıklara karşı çok daha hazırlıklı kılar!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis + Arı Sütü + Ham Bal (Çocuklar için)” adlı ürüne yönelik olarak, *“Çöl tavukları tüyleri ile vücutları arasında su taşıyarak yavrularının susuzluğunun giderirler. Kangurular, yavruları yeterli olgunluğa gelene kadar karınlarındaki keselerinde taşırlar. Bir ayının en vahşi olduğu an yavrusunun tehlikede olduğunu düşündüğü andır. Doğadaki birçok canlı gibi insanlar da çocukları konusunda hassaslar. Çocuklar için özel olarak hazırlanan, helal sertifikalı BEE’O PROPOLİS ARI SÜTÜ BAL KARIŞIMI hayata yeni adım atan ve büyüklere göre çok daha savunmasız olan çocukların yaşamlarını sağlıkla sürdürmelerine yardımcı olur. Onları hastalıklara karşı çok daha hazırlıklı kılar!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Çocuk Paketi” adlı ürüne yönelik olarak, *“Arıların, bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladığı reçinemsi bir madde olan propolis, kovandaki çatlakların kapatılmasından, koloni dışına atılamayan zararlıların engellenmesine, kovanın güçlendirilmesinden temizlenmesine birçok görev görüyor. Arıların, kendilerini, kovanlarını, yavrularını korumak için ürettikleri propolis binbir türlü mucizenin de adı. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkı sağlayan propolis anti-bakteriyel, anti-fungal, anti-viral ve antiseptik içeriğe sahip. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.beeoup.com](http://www.beeoup.com) adresli internet sitesinin 19.12.2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal (Çocuklar için) adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Bağışıklık destekleyici > Zihin aktivitelerine olumlu katkı > Metabolizma düzenleyici…”*

“Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal (Yetişkin)” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Androjen etki-sperm ve yumurta kalitesinde artış > Kolajen sentezini destekler > Bağışıklık desteği > Metabolizma düzenleyici”*

“Beeo Propolis Damla %30” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Antikanserojen > Diyabet tedavisinde > Mevsimsel alerji > Bağışıklık destekleyici > Antioksidan”*

“Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Bağışıklık destekleyici > Grip ve soğuk algınlığı > Antioksidan”*

“Beeo Propolis Ham Çam Balı” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Antikanserojen etki > Bağışıklık destekleyici”*

“Beeo Propolisli Ballı Boğaz Spreyi” adlı ürüne yönelik olarak, *“ENDİKASYONLAR > Tonsillit,farenjit,larenjit, > Ses kısıklığı, boğaz irritasyonu > Ağız içi yaralar > Ağız kokusu”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine [www.beeoup.com](http://www.beeoup.com) adresli internet sitesinde, “Neden Beeo Up” başlığı altında yer alan tanıtımlarda, <https://www.youtube.com/watch?v=Xw_nBqZFPkg> URL adresinde 24.12.2016 tarihinde firma tarafından yayınlanmış “Bee’o Propolis” başlıklı bir reklam filmine yer verildiği, söz konusu reklam filminde, *“Bal arıları için hayat çalışmaktan ibaret. Her bir arı yüzbinlerce kez kanat çırparak bal, polen, propolis ve arı sütü üretir. Propolis arılar tarafından bitkilerin tomurcuk, yaprak ve saplarından topladığı güçlü antibakteriyel ve antioksidan etkilere sahip tamamen doğal bir üründür. Arılar bu yapışkan ürünü kovandaki mikropları yok etmek ve arı ailesinin sağlığını korumak için kullanır. Biz de yılların birikimi ve bilginin gücüyle propolisi ülkemizde ilk defa sözleşmeli arıcılık modeliyle tüketime sunuyoruz… Sözleşmeli arıcılık ile üretilmiş Türkiye’nin ilk yerli propolisi artık tüketime hazır. Kovandan süzülen bir damla bilginin gücü sayesinde bal arısından insana şifa dağıtıyor. Bundan sonrası mı? Yediden yetmişe binbir derde deva. Tek bir damlasında bitkilerin özü, arının emeği, tüm Anadolu.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

10.12.2017 tarihli Hürriyet Kelebek ekinde firma tarafından “Beeo Kakao Fındık Ham Bal Propolis” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, *“Yüksek protein ve lif içeriğiyle beslenmenize yardımcı olurken, propolis içeriğiyle de bağışıklığınızı destekler… Propolis arıların bitkilerin yaprak, sap ve tomurcuklarından topladıkları çok güçlü antioksidan ve anmikrobiyal etkilere sahip tamamen doğal bir arı ürünüdür. Propolisin antioksidan etkisi nar suyu ile karşılaştırıldığında nar suyundan tam 80 kat daha güçlü antioksidan etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Propolis, arılar tarafından, kovandaki mikropları yok etmek ve kovanın sterilizasyonu için kullanılır. Propolis düzenli tüketildiğinde bağışıklığı güçlendirerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Beeo propolisin benzer ürünlerden en az 5 kat daha yüksek biyolojik aktiviteye sahip olduğunu biliyor muydunuz?... Beeo’nun kurucularından Aslı Elif Tanuğur oğlunun bağışıklık sorununu propolisle aşarak marka yaratan bir kadın girişimci. Propolisin şifasını ilk olarak kendi oğlunda gözlemledikten sonra tüm annelere ulaştırmaya karar verdi…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

01.10.2017 tarihli Sabah Günaydın ekinde firma tarafından “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” ve “Beeo Propolis Arı Sütü Ham Bal Çocuklar İçin” adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamda, “Doğadan insan sağlığına mucizevi katkı” başlığı altında, *“Bal, arı sütü ve arı poleni gibi ürünler insan sağlığı için büyük önem taşıyor. Doğanın mucizesi bal, sağlıklı ve zinde bir hayat sürmeye, ayrıca cildin güzelliğini korumaya yardımcı oluyor… Gıda yüksek mühendisi Aslı Elif Tanuğur uzun yıllar bal sektöründe bir firmada Ar-Ge ve Kalite direktörü olarak görev yaptı. Oğlunda 11 aylıktan itibaren başlayan yüksek ateş problemi ve sürekli antibiyotik kullanılması sebebiyle antibiyotiklerden dolayı çok kötü bir alerji gelişti. Çocuğunun bağışıklığını arttırmak amacı ile çareler ararken okuduğu pek çok bilimsel tıbbi yayında propolis ve arı sütü ile karşılaştı. Ama ülkemizde üretilmediğini ve Çin’den geldiğini öğrenince öncelikle oğlu için kendisi üretmeye karar verdi. 6 ay kendi ürettiği propolis özütü ve arı sütünü kullandıktan sonra oğlunda ne ateş ne alerji kalmıştı ve bağışıklığı artmıştı. Bu şifayı görünce tüm annelere ulaştırmaya karar verdi… Propolis kovanda hangi görevi görüyorsa, doğru işlendiği takdirde insan vücuduna da aynı etkileri gösterir. Virüs ve bakterileri yok ederek vücudun hastalıklarla savaşmasına yardımcı olur. Çocuklar kreş okul vb. kalabalık ortamlarda maruz kaldığı mikroplardan dolayı sık sık hasta olurlar. Propolis düzenli tüketildiğinde bağışıklığı destekleyerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Propolisin farklı bakteri türleri üzerinde antimikrobiyal etki gösterdiği ve antibiyotiklerle birlikte kullanıldığında sinerjistik etki yarattığı 2003 yılında Belgrad Üniversitesi Bakteriyoloji Bölümü’nde yapılan bilimsel çalışma ile ortaya konulmuştur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Parent Dergisi’nin Temmuz sayısında firmanız tarafından “Beeo Propolis Suda Çözünür Damla” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamda, “Neden propolis ve arı sütü tüketmeliyiz?” başlığı altında yer alan tanıtımlarda, *“Propolis düzenli tüketildiğinde, bağışıklığı güçlendirerek hastalanma sıklığının azalmasına yardımcı olur. Buna bağlı olarak da antibiyotik kullanımını azaltır. Propolis hem yetişkinler, hem de çocuklar tarafından rahatlıkla tüketilebilir. Alerjen sınıfında bir ürün değildir. Bal tüketebiliyorsanız propolis tüketmenizde de sakınca bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra, propolisin solunum yolu rahatsızlıklarında, ağızda çıkan yaralar, aftlar, uçuklarda, mide bağırsak rahatsızlıklarında, kullanım alanının bulunduğu ve kansere karşı etkilerinin olduğu yapılan bilimsel çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Ayrıca, yapılan bilimsel çalışmalarda propolisin vücutta sağlıklı ve canlı hücre sayısını arttırdığı kanıtlanmıştır… Yapılan bilimsel çalışmalarda düzenli arı sütü tüketiminin çocuklarda bedensel ve zihinsel gelişmeyi desteklediği, beyin aktivitesini geliştirici etkilerinin bulunduğu kanıtlanmıştır. Ayrıca, düzenli arı sütü tüketiminin ciltte kolajen sentezini arttırdığı, bunun yanı sıra kadınlarda yumurta sayısı, erkeklerde sperm kalitesini arttırarak doğurganlık üzerine etkilerinin bulunduğu, yapılan bilimsel çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Arı sütü, performans ve zindeliği arttırarak gün içerisinde kendinizi daha enerjik hissetmenize yardımcı olur. Özellikle spor öncesi kullanıldığında etkilerini bizzat kendiniz gözlemleyebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Bu itibarla, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, “Beeo” ve “Beeo Up” markalı bal ve arı ürünlerine yönelik olarak, 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 ve gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, bununla birlikte reklamda yer alan iddiaların firma tarafından bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler inceleme konusu reklamlarda öne sürülen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda/gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu reklam ve tanıtımların;

- 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,

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

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

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

- Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmeliğin 4, 10/5 ve 10/6 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Bebek ve Küçük Çocuk Ek Gıdaları Tebliği’nin 4 üncü maddesi,

- Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2018/922**

**Şikayet Edilen: Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sarelle markalı fındık ezmesi çeşitlerine yönelik olarak firmaya ait Facebook ve Instagram sosyal medya internet sitelerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.’ye ait “Sarelle” başlıklı Facebook ve Instagram sosyal medya internet sayfalarında 27.12.2017 tarihinde yayınlanan reklam görselinde, Sarelle markalı ürün ile birlikte bazı sebze-meyve görsellerine ve “Yediklerinize dikkat ediyorsanız ve sağlıklı beslenmeye çalışıyorsanız aradığınız lezzet burada!” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş. tarafından Facebook ve Instagram sosyal medya internet sayfalarında 27.12.2017 tarihinde yayınlanan reklam görselinde yer verilen “Yediklerinize dikkat ediyorsanız ve sağlıklı beslenmeye çalışıyorsanız aradığınız lezzet burada!” ifadesinin Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık beyanı” tanımı kapsamında değerlendirilemeyeceği, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık olmadığına*** karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2017/1990**

**Şikayet Edilen: Derya TV Radyo A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 05.01.2017 tarihinde(19:32) yayınlanan “*Safranlı Himalaya Şekeri”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 05.01.2017 tarihinde (19:32) yayınlanan reklamlarda “*Safranlı Himalaya Şekeri”* isimli ürüne yönelik olarak *“Şeker kullanmak istemeyenler diyet yapanlar, şişkinlik sıkıntısı yaşayanlar, çok çay içenler. İşte size kilo aldırmayan şeker. (Hasta) Hocam dört sene önce sigarayı bıraktım. Dört senedir kullanmıyorum. Fakat ağzımda aftlar oluşuyor sürekli. Bir gün olmuyorsa devamında üç, dört tane birden oluyor. Şu anda mesela üç tane aftım var. Hiçbir çare bulamadım. (Sunucu) Ne konuşabilir. Ne yutkunabilir. Ne kadar zor. Çok geçmiş olsun. (İbrahim Saraçoğlu) ağızdaki aft kolay bir şey değil. (Dış Ses) Ağız ve diş eti yaralarından şikayetçi olanlar, öksürük nöbeti olanlar, gazı ve şişkinliği olanlar lütfen dikkat. İşte size muhteşem doğal çözüm. Safranlı Himalaya Şekeri. Uzmanlar açıklıyor. (İbrahim Saraçoğlu) Şimdi afta karşı ne yapacak. Bakın evet bunu tüketecek. Üç dört tane... Hayatta bir daha Evelallah ağzında o çıkmaz. Bu kadar güçlü bir nimet. Bak insanlar bunları arayacak Zahide hanım ve bunları bulamayacaklar. (Dış Ses) Safranlı Himalaya Şekeri. Safranlı Himalaya Şekeri ile ağız yaraları ve ağız kokusuna, mide, bağırsak sıkıntılarına dur diyeceksiniz. Sıkı durun. 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 formüldür. (Ender Saraç) Bağırsaktaki spazmları çözen, gaz sökmeye yardımcı olan, ağır bir yemek yedikten sonra hazmetmeye yardımcı olan çok rahat, güvenli. Son derece hafif ve hazmı kolay. Özellikle ağır yemek yedikten sonra çok iyi olur. Gerçekten hatta akşam yatmadan önce de o böyle gazı olan ağır yemek kaçırdım Allah geç yedim diyen…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Derya TV Radyo 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.

**41)**

**Dosya No: 2018/2104**

**Şikayet Edilen: Derya TV Radyo a.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 15.12.2016-18.12.2016 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan “*Altın Şeker İksiri”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2017-11.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 15.12.2016-18.12.2016 tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamlarda ***“****Altın Şeker İksiri”* isimli ürün tanıtımlarında *“1 alana 1 bedava. Kargo ücretsiz. 55 TL. Kesin Çözüm. Mucize ürün. %100 Doğal. Telefon 0212 708 7700” “Altın şeker iksirini kullanan kullanıcılarımız şekerlerini koruma altına aldılar. 400-500 seviyesindeki şekerleri artık 120'ye düştü....Bir hafta sonra da şekerinizde düşüşler göreceksiniz....Yüzde yüz doğal olup tıbbi ve aromatik bitkilerin distile edilmesiyle elde edilen yağlardan oluşan özel bir bitki solüsyonudur. Şifalı bitkilerde antioksidanlar var. Vitaminler var. Hastalıklardan koruyan bir çok yararlı madde var. Yüzde yüz doğal daha sağlıklı bir hayat için hemen arayın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Derya TV Radyo 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.

**42)**

**Dosya No: 2018/2105**

**Şikayet Edilen: Derya TV Radyo a.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 09.01.2017 tarihinde(16:34) yayınlanan “*Neves Leben”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Derya TV”* logolu televizyon kanalında 09.01.2017 tarihinde(16:34) yayınlanan reklamda *“Neves Leben”* isimli ürün tanıtımlarında *“*Sunucu: *Herkese merhaba değerli izleyenler. Yeni yaşam projesiyle sizlerle birlikteyiz. Nedir bu yeni yaşam projesi diyorsanız, hepiniz ekranlarınızın başına. Sigara içenler, sigara içiyorum ama bırakamıyorum, sigara hayatımın bir parçası oldu vazgeçemiyorum diyenler, keşke bir şey olsa da bizi sigaranın zararından kurtarsa, hatta bıraktırsa diyenler hepinizi ekrana davet ediyorum. Asrın sağlık buluşu bulundu. Bu buluş Türkiye’de olmamasına rağmen sevgili dostum Çağrı Öztürk gönüllü olarak bir çok emek ve fedakârlıklarla onu Türkiye’ye getirdi. Ve Şu anda stüdyomda konuğum… (Ç. Öztürk) Sevgili izleyenler gerçekten böyle bir buluş bulundu. Dünyada bir ilktir. Alman Profesörlerin tam 9,5 yıllık çalışması sonucu nihayet bulundu… Ne bulundu diyorsanız… sigara içenlere sesleniyorum… Sigara bıraktırma ürünü olarak görmemelerini istiyorum bu projeyi… Çünkü bu Türkiye’de yapılan bir proje değildir… Alman profesörlerinin bulduğu yurtdışı meşeli bir buluştur bu. Türkiye’de olmamasına rağmen bizim sayemizde şuanda bunu görüyorsunuz…(sigara içtikleri için koah, gırtlak, akciğer rahatsızlıkları olan hastalarla ilgili vtr ekrana getiriliyor) Bir gün aranızdan 100 kişi çok mutlu olsun. Çünkü onların başına asla böyle bir şey gelmez. Bakın bu kadar net konuşuyorum. Gelemez çünkü bu buluş siz sigara içseniz dahi… size sigara zarar vermez… Sigara içen bir insana kalkan görevi görüyor. İçinden bitkisel toz geliyor.. Tamamen beyinle alakalı ciğerine ve damarına etki ediyor… Bilimle bitki bilimini karıştırmışlar… Kaşığınızı ucu kadar alıyorsunuz, karıştırıyorsunuz her akşam. Her akşam aynı saatte yapıyorsunuz bunu sıcak suyunuza, karıştırdıktan sonra içiyorsunuz. Sevgili izleyenler işte bunu içtikten sonra hayatınızda sigaranın damarlarınızda ve ciğerinizde açmış olduğu o tahribat olamaz… Ama bu şu demek değil. Bu buluş insanlar sigara içsin diye mi yapıldı. Herkes alır bunu o zaman, sigara içmeye de devam eder. Evet sigara içmeye devam edebilirsin. Âmâ işin sonunda sürpriz geliyor. Sen zaten sigara içmeyeceksin. Bu yüzden bu kalkan yapıldı. Sadece aranızdan 100 kişi bu gün hayatını geri alacak, sağlığını geri alacak… İçinden bu bitkiler geliyor değil mi? 3 tane geliyor. Birini evine, birini ofisine, birini arabana koy… Bir sprey geliyor, her sabah bunu sıkıyorsunuz ağzınızda. Ağzınızda koku yapmıyor bir, o gün sigara içseniz dahi kokmaz, dişiniz sararmaz en önemlisi boğaz kanseri ve gırtlak kanseri olamazsınız. Ağızda kalkan görevi. Bu bitkisellerde bu tozlarda ciğerlerinizde damarlarınıza kalkan görevi görüyor. İki yıl içerisinde bu ürün sayesinde vücudunuzda sigaranın oluşturduğu tüm tahribat sıfır. Tertemiz hale getiriyor. Şimdi gelelim esas sürprize. Bir tane ayrı bir renk bir şey çıkardım, bir tane ayrı bir renk çıkardım bir tane de ayrı bir renk çıkaracağım. Şimdi gelelim kırmızılara. Üç tane ayrı renkte pastil gelecek sizlere.. Bunu ağızda eritiyorsunuz… İlk 10 gün kırmızılar, sonraki 10 gün Yeşilleri en son ki 10 günde sarıları. 30 gün. 30 günün sonunda hayatında sen istesen de istemesen de sigara kalmıyor. sizin beyninize giden sinyalleri önlüyor… Vücudunuzun gerçek mutluluk hormonu vücudu küsüyor. Çünkü sigaranın içindeki fare zehir, oje ve asfalt sifti, nikotin vücudun mutluluk hormonunu bitiriyor, sahte mutlulukla avunmak zorundasın. Buna beyninin yol açıyor. O Yüzden sigara bağımlısısın. İşte bunlar her bir 10 günde o sinyalleri öldürüyor ve en sonuncu 10 gün sarı olan vücudun gerçek mutluluk hormonu olan endorfini canlandırıyor ve sigaraya artık gerek duymuyorsun… Asrın sağlık buluşu Dünyada bir ilk 0 212 708 77 00 sadece 100 kişi için 30 günde hayatınızı geri alacaksınız 50 TL+Kargo”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden söz konusu tanıtımların,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Derya TV Radyo 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.

**43)**

**Dosya No: 2017/1633**

**Şikayet Edilen:** **Nuhil Gıda A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/groups/KaliciZayiflayanlar](http://www.facebook.com/groups/KaliciZayiflayanlar), [www.instagram.com/fitbackgida](http://www.instagram.com/fitbackgida) adresli internet sitelerinde yer alan "fitback" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/fitbackgida adresli internet sitesinin 20.09.2017 tarihli görünümünde, *“Elif Aydemir 4 ayda 42 kilo. Sema Aydın 7 ayda 52 kilo.”,* www.facebook.com/groups/KaliciZayiflayanlar adresli internet sitesinin 20.09.2017 tarihli görünümünde ise, *“Bir ayda giden 6,5 kilo güle güle yağlarım, gelsin sağlığım (…) Çok mutluyum 3 kilo gitti harikasın fitback(…)*Avrupa’nın en çok tercih edilen diyet programı.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com/groups/KaliciZayiflayanlar](http://www.facebook.com/groups/KaliciZayiflayanlar), [www.instagram.com/fitbackgida](http://www.instagram.com/fitbackgida) adlı sitelerde yer alan "fitback" adlı ürüne yönelik tanıtımların Türk Gıda Kodeksi Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıdalar Tebliği’nin 13. Maddesine aykırılık teşkil ettiği;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

-Türk Gıda Kodeksi Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıdalar Tebliği’nin 13/3 maddesi,

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**44)**

**Dosya No: 2017/1703**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan “Sandisk Ultra II 240GB 550MB-500MB/s Sata 3 SSD (SDSSDHII-240G-G25)” isimli ürün ile “Gigabyte B250M-D2V Intel B250 2400MHz DDR4 Soket 1151 mATX Anakart” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde, “Sandisk Ultra II 240GB 550MB-500MB/s Sata 3 SSD (SDSSDHII-240G-G25)” isimli ürünün 492,93 TL üzerinden %29 indirimle 349,00 TL’den satışa sunulduğu, “Gigabyte B250M-D2V Intel B250 2400MHz DDR4 Soket 1151 mATX Anakart” isimli ürünün ise 452,56 TL üzerinden %19 indirimle 386,03 TL’den satışa sunulduğu, 492,93 TL ve 452,56 TL’lik fiyatların ürünlerin indirimden önceki fiyatları olarak gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14. maddesi uyarınca, üzeri çizilen fiyatın indirimli fiyattan bir önceki fiyat olması gerektiği ve ürünün bu fiyat üzerinden daha önce satışa sunulmuş olması gerektiği, ancak inceleme konusu ürünlere ilişkin tanıtımlarda belirtilen üstü çizili fiyatların (492,93 TL ve 452,56 TL) bahsi geçen ürünlerin indirimden bir önceki fiyatı olmadığı, reklam veren şirket tarafından bu durumu kanıtlamaya yarar belgelerin sunulamadığı, dolayısıyla bahsi geçen ürünlerin daha önce bu fiyatlardan satışa sunulmadığının ve söz konusu ürünlere gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi verildiğinin anlaşıldığı, bu nedenle [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yer alan söz konusu ürünlere ilişkin indirim öncesi üstü çizili fiyat bilgilerinin mevzuatta belirlenen ilkelere aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**45)**

**Dosya No: 2017/2098**

**Şikayet Edilen: Hüseyin ÇOBAN - Waterlove Su Arıtma Sistemleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde yayınlanan “Hyundai Su Arıtma Cihazı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde yayınlanan “Hyundai Su Arıtma Cihazı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kanser Saçan Damacanalardan Kurtulun! Hyundai Su Arıtma Cihazını 30 Gün Ücretsiz Deneyin... Sağlıksız Damacanalardan Kurtulun... Kendi Sağlıklı ve Lezzetli Suyunuzu Üretin...”* şeklinde ifadelere,

Anılan sitede yayınlanan reklam videosunda ise; *“Su hayattır. Ama ne yazık ki yaşam kaynağımız olan temiz suya ulaşmak gün geçtikçe daha da zorlaşıyor. Dünya kanserojen içeren pet şişelerden ve plastik damacanalardan kurtulmanın yollarını ararken bizler damacanalara dünya kadar para ödüyoruz. Defalarca kullanılan depozitolu plastik damacanalar hem sağlığımız hem de ekonomimiz için bir tehdit. Ama “artık ağız tadıyla su da mı içemeyeceğiz” demenize gerek yok. Uzmanlar arıtılmış suyun bireyler için satın alma sulardan çok daha sağlıklı ve ekonomik olduğunu belirtiyor. Artık sağlıklı suya ulaşmak çok kolay. Bizi arayın temiz ve sağlıklı içme suyunuzu zahmetsizce kendiniz üretin...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda, Hyundai Su Arıtma Cihazı isimli ürün kullanılarak hangi standarda göre ya da hangi ürünlere kıyasla daha temiz ve sağlıklı su elde edildiğinin belirtilmediği, damacanaların kansere neden olduğuna ve arıtılmış şebeke suyunun daha sağlıklı olduğuna dair ifadeler kullanılırken hangi kanıta ya da kaynağa dayanıldığının açıklanmadığı, bu husustaki iddiaların bilimsel yöntemlerle yapılan çalışmalar sonucunda alınmış raporlarla ispatlanması gerektiği ancak Reklam Kuruluna sunulan belgelerin bu iddiaları kanıtlar nitelikte olmadığı, ayrıca bu ifadelerle tüm ambalajlı su ticareti yapan firmaların kötülendiği, itibarsızlaştırıldığı ve haksız rekabete neden olunduğu, bu nedenlerle tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı,

Dolayısıyla söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hüseyin ÇOBAN - Waterlove Su Arıtma Sistemleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2017/2416**

**Şikayet Edilen: Baymak Makina Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.baymak.com.tr](http://www.baymak.com.tr) adresli internet sitesinin 23.07.2017 tarihli görünümünde yer alan Aqua Prismatic Jet Termosifon adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.baymak.com.tr](http://www.baymak.com.tr) adresli internet sitesinin 23.07.2017 tarihli görünümünde yer alan Aqua Prismatic Jet Termosifon adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Türkiye’nin en hızlı termosifonu... Türkiye’nin ilk çift ısıtıcılı termosifonu”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Aqua Prismatic Jet serisi çift ısıtıcılı (2KW+2KW) termosifonların ilk defa reklam veren şirket tarafından piyasaya sunulduğuna ve bunun öncesinde piyasada bu tarz bir ürün bulunmadığına dair kanıtlayıcı belgeler ile ürünün 2014 Eylül Ayında piyasaya çıktığı göz önüne alındığında inceleme konusu reklamların yayınlandığı 2017 Temmuz ayı itibariyle piyasada yer alan en hızlı termosifonun Aqua Prismatic Jet isimli ürün olduğuna dair somut, objektif ve sayısal ölçümlere dayanan bilimsel olarak kanıtlayıcı nitelikte bilgi ya da belgelerin reklam veren şirketten talep edildiği ancak herhangi bir kanıtlayıcı belge gönderilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların diğer firmalar açısından haksız rekabet yaratıcı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Baymak Makina Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2018/1363**

**Şikayet Edilen: Genco Ev Gereçleri Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2018 yılı Mart Ayının ilk yarısında yayınlanan broşürde yer alan ürün fiyatlarına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** 2018 yılı Mart Ayının ilk yarısında yayınlanan broşürde yer alan tanıtımlarda, “Profilo BD 2053 W2VN Buzdolabı 76 TL Taksitle, İndesit EWE 71053 W Çamaşır Makinesi 44 TL Taksitle” vb. şeklinde ürünlerin sadece taksit tutarlarına yer verildiği, ancak ürünlerin kaç taksitle satışa sunulduğunun ve toplam fiyatlarının belirtilmediği, bu ürünlerin 24 ay taksitle satıldığının broşürün arka sayfasında dipnot olarak belirtildiği, ayrıca broşürün arka tarafında kampanyanın stoklarla sınırlı olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyatın, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olması gerektiği, taksit tutarlarının verildiği reklamlarda ise reklamı yapılan mal veya hizmetin toplam fiyatı ve taksit sayısının, taksit tutarı ile birlikte ve okunabilir büyüklükte gösterilmesi gerektiği, ancak inceleme konusu ürün fiyatlarına ilişkin tanıtımlarda ürünlerin sadece taksit tutarlarına yer verildiği, ancak ürünlerin kaç taksitle satışa sunulduğunun ve toplam fiyatlarının belirtilmediği, bu ürünlerin 24 ay taksitle satıldığının broşürün arka sayfasında dipnot olarak belirtildiği,

Diğer taraftan broşürün arka tarafında kampanyanın stoklarla sınırlı olduğunun belirtildiği, reklam mevzuatına göre fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmesi gerektiği ancak broşürde yer alan ürün tanıtımlarında bu hususların belirtilmediği, bu nedenle anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**48)**

**Dosya No: 2018/111**

**Şikayet Edilen: Ferdi KÖNEÇOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.elektroniksigaraesigara.org](http://www.elektroniksigaraesigara.org) adresli internet sitesi üzerinden geçekleştiren elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.elektroniksigaraesigara.org](http://www.elektroniksigaraesigara.org) adresli internet sitesinin 05.12.2017 tarihli görünümünde elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları ile satışının yapıldığı ve sitenin Ferdi KÖNEÇOĞLU’na ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ferdi KÖNEÇOĞLU’na ait internet sitesi 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 Kanun’un; 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 Yönetmeliği’nin 26 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ferdi KÖNEÇOĞLU** isimli şahıs 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.

**49)**

**Dosya No: 2018/112**

**Şikayet Edilen: Ahmet AYDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.elektroniksigara.net](http://www.elektroniksigara.net) adresli internet sitesi üzerinden geçekleştiren elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.elektroniksigara.net](http://www.elektroniksigara.net) adresli internet sitesinin 19.03.2018 tarihli görünümünde elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları ile satışının yapıldığı ve sitenin Ahmet AYDOĞDU’ya ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ahmet AYDOĞDU’ya ait internet sitesi 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 Kanun’un; 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 Yönetmeliği’nin 26 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ahmet AYDOĞDU** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2018/114**

**Şikayet Edilen: Ferdi KÖNEÇOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.joyetechturkey.net](http://www.joyetechturkey.net) adresli internet sitesi üzerinden geçekleştiren elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.joyetechturkey.net](http://www.joyetechturkey.net) adresli internet sitesinin 05.12.2017 tarihli görünümünde elektronik sigara ve likitlerinin reklam ve tanıtımları ile satışının yapıldığı ve sitenin Ferdi KÖNEÇOĞLU’na ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ferdi KÖNEÇOĞLU’na ait internet sitesi 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 Kanun’un; 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 Yönetmeliği’nin 26 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ferdi KÖNEÇOĞLU** isimli şahıs 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.

**51)**

**Dosya No: 2017/2022**

**Şikayet Edilen: Esinti Kargo Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Play Animal TV logolu televizyon kanalında yayınlanan “Elektronik nargile/elektronik sigara ve likitleri” isimli ürünlere ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Play Animal TV” logolu televizyon kanalında 30.01.2017 tarihinde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda; “*Ayağımızın, elimizin, kalbimizin, ciğerimizin hesabını vermeyecek miyiz? Peki bize sağlam verilen bu vücuda sigarayla verdiğimiz her zararla bunların hesabını vermeyecek miyiz? Lütfen artık gerçekliği kabul edelim. Hem günahtan kurtulacaksınız hem sağlığınıza kavuşacaksınız, ağzınız kokmayacak, dişleriniz sararmayacak…*” şeklinde ifadelerin kullanılması suretiyle 0 212 700 18 14 numaralı telefon hattı aracılığıyla elektronik nargile/elektronik sigara ve likitlerinin tanıtımı ile satışının yapıldığı, bununla beraber fiyat bilgilerine ve reklam yayını esnasında ekranda; “*ABD ürünü elektronik nargile”, “Şarj edilebilme özelliği olan”, “2 yıl garantili ürün”, “Cihaz yanında likiti ve şarj cihazı hediye”, “Elma, portakal, çikolata ve muz gibi likit seçenekleriyle”, “ve ilk arayan 50 kişiye yedek likit hediye”, “Bu muhteşem kampanya hepsi birlikte sadece 79 TL”, “79 TL + Kargo”, “Şarj Cihazı ve Likit Hediye”, “Sipariş ve Bilgi Hattı”, “0 212 700 18 14”, “İlk arayan 50 kişiye Yedek Likit Hediye*” şeklinde durağan yazılara ve çeşitli kampanyalara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Esinti Kargo Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti**.** unvanlı firmaya ait olduğu tespit edilen 0 212 700 18 14 numaralı telefon hattı aracılığıyla “Play Animal TV” logolu televizyon kanalında “elektronik nargile/elektronik sigara ve likitleri” isimli tütün ürünlerine ilişkin sipariş, satış ve tanıtımların yapıldığı, fiyat bilgilerine ve çeşitli kampanyalara yer verildiği, ilgili mevzuata göre tütün ürünlerinin televizyon mecrasında satışı ve/veya tanıtımının yapılmasının her halükarda yasak olduğu anlaşılmış olup,

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

Anılan firma tarafından satışa sunulan elektronik sigara ve likitleri hakkında, Sağlık Bakanlığı’nın görüşü çerçevesinde, bütün iddialar kanıtlanmış olsa dahi, 4207 sayılı Kanun’a 24/5/2013 tarihinde getirilen ek yasal düzenlemeyle elektronik sigaraların ve likitlerinin de tütün ürünü olarak kabul edilmesinden dolayı reklam ve tanıtımlarının hiçbir şekilde yapılamayacağının aşikar olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

Buna göre, **Esinti Kargo Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL(Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**52)**

**Dosya No: 2018/926**

**Şikayet Edilen: Enuygun Com İnternet Bilgi Hiz. Tek. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.enuygun.com](http://www.enuygun.com) adresli internet sitesinde “Bilet İptalli Seyahat Sigortası” hizmetine ilişkin olarak yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.enuygun.com](http://www.enuygun.com) adresli internet sitesinin 27.02.2018 tarihli görünümünde “Enuygun’dan Bilet İptal Güvencesi”, “Türkiye’de ilk! Uçuşa 3 saat kalan kadar biletini iptal edebilir, bilet tutarının %90’ını geri alabilirsin”, “Bilet İptalli Seyahat Sigortası ile uçuşa 3 saate kadar koşulsuz bilet iptali bilet tutarının %90’ı iade\* \*Bilet iptal güvencesi Generali Sigorta A.Ş. tarafından sunulan “Bilet İptal Teminatlı Seyahat Sigortası” ile birlikte satın alınan biletler için geçerlidir. %90 iade tutarı sigorta tazminatı ödemesi ve müşterinin uçak bileti sağlayıcısından geri alacağı iade tutarlarının toplamıdır.” şeklinde ifadelere yer verildiği;

Söz konusu hizmete ilişkin reklam görselinde, “Uçuşa 3 saat kalana kadar bilet iptal güvencesi, Promosyon biletlerde bile bilet tutarının %90’ı iade” ifadelerine, bir başka reklam görselinde ise, “Uçuşa 3 saate kadar koşulsuz bilet iptali. Enuygun’dan bilet iptal güvencesi.” şeklinde ifadelerin yer aldığı;

Ayrıca, bilet satın alma sayfasında “Bilet İptalli Seyahat Sigortası” “Seyahat Sigortası” “Sigorta İstemiyorum” şeklinde üç seçeneğin bulunduğu, tüketicilerin uçuşa 3 saat kalana kadar koşulsuz iptal hakkından faydalanmak için “Bilet İptalli Seyahat Sigortası İstiyorum” seçeneğini tıklaması gerektiği;

Yine firma tarafından sağlanan “Bilet İptalli Seyahat Sigortası” hizmetine ilişkin olarak [www.enuygun.com/sigorta/bilet-iptal-sigortası](http://www.enuygun.com/sigorta/bilet-iptal-sigortası) URL adresinde yer verilen bilgilendirmelerde; *“Uçmasanız da paranız uçup gitmesin! Uygun fiyatlı bir uçak bileti yakaladığımızda anında satın almak isteriz. Ama ya son anda bir aksilik çıkar ve uçamazsanız? Bilet İptal Güvencesi ile şimdi uçuştan 3 saat öncesine kadar herhangi bir neden göstermeksizin biletinizi iptal edebilir ve paranızın %90’ını iade alabilirsiniz. Bilet İptal Güvencesi Teminat Kapsamı:*

*Bilet İptal Güvencesi, Generali Sigorta ile sadece Enuygun kullanıcılarına özel olarak sağlanan ve son anda değişebilen planlara karşılık bilet bedelini güvence altına alan bir hizmettir. Bilet İptal Güvencesi ile hiçbir neden göstermeden uçuştan 3 saat öncesine kadar bilet iptal edilebilir ve bilet tutarının %90’ı geri alınabilir. Bilet tutarının iade edilecek olan %90’ı, sigorta tazminatı ödemesi ve müşterinin uçak bileti sağlayıcısından geri alacağı bilet iade tutarlarının toplamıdır. Acil ve mücbir sebepler söz konusu olduğunda gerekli belgelerle birlikte uçuş saatine kadar bilet iptal edilebilir. Bilet İptal Güvencesi, seyahat sigortası paketine dahil edilmiş bir ek teminattır. Seyahat sigortası seyahat suresince size tıbbi tedavi, tıbbi nakil ve bagaj kaybı için koruma sağlarken bilet iptal teminatı yolculuk öncesi iptal riskine karşı koruma sağlar. Bilet İptal Güvencesi, promosyonlu ve promosyonsuz her uçuşta geçerlidir. Bilet İptal Güvencesi, sadece bilet satın alımı sırasında alınabilir. Bilet İptal Güvencesi, hem tek yön hem de gidiş dönüş biletler için geçerlidir. Gidiş dönüş alınan biletlerde, çift yön bilet iptali halinde toplam bilet tutarı üzerinden ödeme yapılacaktır. Gidiş dönüş biletlerde tek yön bilet iptali halinde ise iptal edilen biletin tutarı üzerinden ödeme yapılır. Paket fiyatlama (gidiş ve dönüş uçuşları için özel ve tek bilet fiyatlaması) ile yapılan satın almalarda tek yön biletin iptali teminat ve hizmet kapsamında olmayıp herhangi bir ödeme söz konusu değildir. Paket fiyatlama ile yapılan satın almalarda çift yön bilet iptali halinde toplam bilet tutarı üzerinden ödeme yapılacaktır. Sigorta kapsamında iade edilecek tutar 5 iş günü içinde sigortalıya ödenir. Sigorta kapsamında Generali Sigorta A.Ş. tarafından bilet iptaline ilişkin tazminat ödemesi yapılabilmesi için öncelikle +90 850 333 88 88 numaralı telefondan Enuygun bilet hattının aranarak bilet iptalinin yapılması ön koşuldur. Bilet İptal Güvencesi, yıl içinde sınırsız sayıda kullanılabilir. Detaylı bilgi ve teminat kapsamı için tıklayın. (https://www.generali.com.tr/enuygun/)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enuygun Com İnternet Bilgi Hiz. Tek. ve Tic. A.Ş.tarafından [www.enuygun.com](http://www.enuygun.com) adresli internet sitesinde “Bilet İptalli Seyahat Sigortası” hizmetine ilişkin olarak yer verilen reklam ve tanıtımlarda, *“Bilet İptalli Seyahat Sigortası ile uçuşa 3 saate kadar koşulsuz bilet iptali, bilet tutarının %90’ı iade”* ifadesine ilişkin olarak bilet iptalinin herhangi bir koşula bağlanmadığı, tüketicilerin herhangi bir gerekçe göstermeksizin biletlerini iptal edebildikleri, bilet iptali için tüketici hattının aranarak iptal bildiriminde bulunulmasının sigorta tarafından hasar ödemesi yapılabilmesi için gerekli olduğu, bu bildirimin sigortadan faydalanabilmek için bir ön koşul olarak değerlendirilemeyeceği; *“Bilet İptal Güvencesi ile hiçbir neden göstermeden uçuştan 3 saat öncesine kadar bilet iptal edilebilir ve bilet tutarının %90’ı geri alınabilir. Bilet tutarının iade edilecek olan %90’ı, sigorta tazminatı ödemesi ve müşterinin uçak bileti sağlayıcısından geri alacağı bilet iade tutarlarının toplamıdır.”* ifadesine ilişkin olarak, bilet iptali durumunda tüketicilere yapılan iade tutarının gerçekten de bilet tutarının %90’ı olduğu, tüketicilerin havayolu şirketinden aldığı bilet iadesi tutarı ile sigorta şirketinden yapılan sigorta tazminatı ödemesinin toplamının bilet tutarının %90’ı olduğu, firmanın bunu tüketicilere yapılan ödeme dekontları ile ispat ettiği; ayrıca “Bilet İptalli Seyahat Sigortası” satın almayan tüketicilerin ödediği bilet tutarı üzerinden ne oranda kesinti yapılacağı hususunda bir bilgilendirme yapılmadığı iddiasına ilişkin olarak ise, bilet iptali durumunda yapılacak kesintinin havayolu firmaları tarafından belirlendiği, her havayolu firmasının farklı uçuş kuralları ve bilet iptal/iade prosedürleri bulunduğu, Enuygun Com İnternet Bilgi Hiz. Tek. ve Tic. A.Ş.’nin havayolu firmaları tarafından yapılan kesintiler sonrası iade edilen tutarları tüketicilerin hesaplarına aktardığı ve herhangi bir ek kesinti uygulamadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık olmadığına*** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/2650**

**Şikayet Edilen: Yiğit Tur. İnş. Mad. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Medisun Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.tatilvitrini.com, www.neredekal.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yiğit Tur. İnş. Mad. San. ve Tic. A.Ş.’yeait olup, 14.04.1989 tarih ve 4056 sayılı Turizm Yatırımı Belgesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 23.10.2002 tarih ve 2850 sayılı Makam Oluru gereğince iptal edilen *“Medisun Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.tatilvitrini.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 14.12.2017 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 14.12.2017 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yiğit Tur. İnş. Mad. San. ve Tic. A.Ş.’yeait olup, 14.04.1989 tarih ve 4056 sayılı Turizm Yatırımı Belgesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 23.10.2002 tarih ve 2850 sayılı Makam Oluru gereğince iptal edilen *“Medisun Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.tatilvitrini.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 14.12.2017 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”*; www.tripadvisor.com.tr ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 14.12.2017 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ise *“3 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasınıntüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2017/3228**

**Şikayet Edilen: Julitat Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Syedra Princess Club Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.syedrahotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.hotelscombined.com.tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabela ve basılı materyallerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2017

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

**Tespitler:** Julitat Turizm San. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Syedra Princess Club Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.syedrahotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.hotelscombined.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ve tesise ait tabela ve basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Julitat Turizm San. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Syedra Princess Club Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, www.syedrahotels.com, www.tripadvisor.com.tr ve www.hotelscombined.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda ve tesise ait tabela ve basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel****”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2017/3230**

**Şikayet Edilen: Duruk Turizm Otelcilik İnş. Tar. Gıda Hay. Tem. Hiz. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Double Comfort Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.doublecomforthotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com ve www.etstur.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Duruk Turizm Otelcilik İnş. Tar. Gıda Hay. Tem. Hiz. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.’yeait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulmuş *“Double Comfort Hotel”* isimlitesise ilişkin olarak www.doublecomforthotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com ve www.etstur.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Duruk Turizm Otelcilik İnş. Tar. Gıda Hay. Tem. Hiz. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.’yeait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* talebinde bulunulmuş *“Double Comfort Hotel”* isimlitesise ilişkin olarak www.doublecomforthotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com ve www.etstur.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“4 Yıldızlı Otel”*şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Duruk Turizm Otelcilik İnş. Tar. Gıda Hay. Tem. Hiz. İç ve Dış 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.

**56)**

**Dosya No: 2017/3250**

**Şikayet Edilen: Naskon İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Naskon Sapphire Termal Resort & Spa”*isimli tesise ilişkin devremülk satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicilerin Naskon İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından çeşitli tesislerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla *“Naskon Sapphire Termal Resort & Spa”* isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketicilerin Naskon İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından çeşitli tesislerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla *“Naskon Sapphire Termal Resort & Spa”* isimli tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, söz konusu devremülkü satın almak istemeyen tüketicilere ise hakaret içeren söz ve davranışlarda bulunulduğu, dolayısıyla anılan firma tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”*hükmüne aykırı, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu,

Dolayısıyla bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Naskon İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **6.907.TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2017/3735**

**Şikayet Edilen: Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Larissa Beach Club Side”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ve Mika Tur Seyahat Acentalığı ve Tur. A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili hotel kontenjan sözleşmesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş. tarafından işletmeciliği yapılan *“Larissa Beach Club Side”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, Mika Tur Seyahat Acentalığı ve Tur. A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili hotel kontenjan sözleşmesinde *“Turizm Bakanlığından 4 Yıldız Belgeli”* şeklinde bilgilendirmeye yer verildiği, diğer taraftan söz konusu tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 26.01.2018 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş. tarafından işletmeciliği yapılan *“Larissa Beach Club Side”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, Mika Tur Seyahat Acentalığı ve Tur. A.Ş. unvanlı firma ile imzalanan tek yetkili hotel kontenjan sözleşmesinde *“Turizm Bakanlığından 4 Yıldız Belgeli”* şeklinde bilgilendirmeye yer verildiği, dolayısıyla anılan firma tarafından söz konusu seyahat acentesi aracılığıyla anılan turizm işletmesinin niteliklerine ilişkin olarak tüketicilerin yanıltıldığı ve tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, diğer taraftan söz konusu tesise ilişkin olarak www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 26.01.2018 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tim Turizm Otelcilik Yat. İnş. Taah. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **69.086.TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamlar ile ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2017/3898**

**Şikayet Edilen: Taraklı Termal Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Taraklı Termal Otel”*isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.taraklitermal.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Taraklı Termal Turizm A.Ş.’ye ait *“Taraklı Termal Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Termal Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.taraklitermal.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Taraklı Termal Turizm A.Ş.’ye ait *“Taraklı Termal Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Termal Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.taraklitermal.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2017/4158**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mary Palace Resort & Spa”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.marypalacehotel.com/tr ve www.otelz.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.’ye ait *“Mary Palace Resort & Spa”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.marypalacehotel.com/tr adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde yer alan tanıtım logosunda ve www.otelz.com adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda *“\*\*\*\*\*” (beş yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”*şeklinde reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.’ye ait *“Mary Palace Resort & Spa”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.marypalacehotel.com/tr adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde yer alan tanıtım logosunda ve www.otelz.com adresli internet sitesinin 30.01.2018 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda *“\*\*\*\*\*” (beş yıldız)* ibaresine yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karalar Oto. Zirai Aletler Pet. Ürün. Kuy. İnş. Tur. Tic. ve San. 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.

**60)**

**Dosya No: 2017/4285**

**Şikayet Edilen: Anı Turizm Yat. Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.anitur.com ve www.gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan *“Gittigidiyor’la Uçuran Kampanya”* başlıklı tanıtımlar ile kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2017, 26.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Gittigidiyor’la Uçuran Kampanya”* başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak www.anitur.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“GittiGidiyor'dan 17 - 25 Ocak 2017 tarihleri arasında tek seferde 1.000 TL ve üzeri alışveriş yapan kullanıcılar, 6 - 10 Şubat 2017 tarihleri arasında biletleme yapacak şekilde Anı Tur'dan tek seferde Amsterdam, Milano, Brüksel, Londra, Paris, Viyana, Münih, Berlin ve Atina varis noktalarından birine, ekonomi sınıfında çift kişilik gidiş - dönüş uçak bileti almaya hak kazanacaktır. Kampanya tarihleri içerisinde* www.gittigidiyor.com *sitesinde tek seferde 1000 TL ve üzeri alışverişi başarıyla tamamlandıktan sonra*[gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr](https://gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr/)*sitesine girerek kampanya koduyla yarışmaya katilim sağlanacaktır. Kampanya Ankara, İstanbul ve İzmir Havalimanlar’ından Amsterdam, Budapeşte, Brüksel, Paris, Londra, Viyana, Berlin, Roma, Atina, Milano ve Münih varış noktalarından birine, ekonomi sınıfında çift  kişilik gidiş - dönüş uçuş biletlerinde geçerlidir. Detaylı bilgi için;* [gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr](https://gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr/)*”* ifadelerine; www.[gittigidiyor.com](https://gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr/?_ga=2.226607901.1427660193.1516955215-218899183.1502714033) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, *“17 - 25 Ocak 2017 tarihleri arasında (bu tarihler dahil) tek seferde 1.000 TL ve üzeri alışveriş yaparak ve satın aldığınız ürün/ürünlere en geç 2 Şubat 2017 saat 23:59’a kadar onay vererek kampanyaya katılabilirsiniz.” , “6 - 10 Şubat 2017 tarihleri arasında, Anı Tur'dan tek seferde Amsterdam, Milano, Brüksel, Londra, Paris, Viyana, Münih, Berlin ve Atina varis noktalarından birine, ekonomi sınıfında çift kişilik gidiş - dönüş uçak biletini (vergiler hariç) ücretsiz alabilirsiniz.” , “Bu kampanya şartlarını sağlayarak Anıtur’dan biletleme yapan tüm kullanıcılar havalimanı vergileri (bu vergileri kapsayan yakıt harcı, sigorta bedeli, kalkış ve iniş yapılan havalimanları vergileri her ülkeye göre farklıdır) ve harçları ile 15 Euro bedelindeki bilet kesim hizmet ücretini karşılaması gerekmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Gittigidiyor’la Uçuran Kampanya”* başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak www.anitur.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Detaylı bilgi için;* [gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr](https://gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr/)*”* ifadelerine; www.gittigidiyorucuruyor.anitur.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, *“Bu kampanya şartlarını sağlayarak Anıtur’dan biletleme yapan tüm kullanıcılar havalimanı vergileri (bu vergileri kapsayan yakıt harcı, sigorta bedeli, kalkış ve iniş yapılan havalimanları vergileri her ülkeye göre farklıdır) ve harçları ile 15 Euro bedelindeki bilet kesim hizmet ücretini karşılaması gerekmektedir.”* ifadelerine yer verilmek suretiyle kampanya şartlarını sağlayarak Anıtur’dan biletleme yapan tüketicilerin, kampanya kapsamında havalimanı vergileri ve harçları ile 15 Euro bedelindeki bilet kesim hizmet ücretini karşılamaları gerektiği hususunda tüketicilerin doğru bir şekilde bilgilendirildiği tespit edildiğinden, söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu ve firma tarafından tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamada bulunulduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla anılan tanıtım ve ticari uygulamaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**61)**

**Dosya No: 2018/124**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde Xiaomi Mi Band 2 Akıllı Bileklikli Saat adlı ürüne ilişkin olarak sunulan "Süper Hızlı Kargo" reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye teslimin vaat edilen süre içerisinde gerçekleştirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait söz konusu internet sitesi üzerinden satışa sunulan Xiaomi Mi Band 2 Akıllı Bileklik Siyah adlı ürünün 06.12.2017 tarihli tanıtımlarında “Süper Hızlı” ifadesinin yer aldığı ve söz konusu hizmetin “*Süper Hızlı Gönderi” logolu ürünlerin gönderim süresi diğerlerinden farklıdır, çünkü bu ürünler sitemizde belli sayıda stoklanmaktadır… Süper hızlı gönderilen ürünler için ortalama tedarik süresi yoktur; siparişin onaylanmasından sonra hemen kargoya teslim edilen ürünler bu kategoride yer alır*.” şeklinde tanıtımın yapıldığı; ancak belirtilen vaade aykırı olarak ilgili ürünün hızlı teslimatının yapılmadığı dolayısıyla belirtilen reklamda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-e; 9/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2018/137**

**Şikayet Edilen: Plenty Otomotiv San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Plenty Antifrizli Cam Suyu 5lt -20C°” adlı ürünün ambalajında yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmaya “Plenty Antifrizli Cam Suyu 5lt -20C°” adlı ürününe ilişkin olarak edinilen test sonuçlarından ürünün içeriğinde bulunan kimyasal karışımının iddia edilen donma noktası değerini (-20 C°) karşılamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Plenty Antifrizli Cam Suyu 5lt -20C°” adlı ürünün içeriğinde bulunan kimyasal karışımının elde edilen test neticeleri sonucunda iddia edilen donma noktası değerini (-20 C°) karşılamadığı dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-c; 9/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Plenty Otomotiv San. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **6.034 TL (AltıbinotuzdörtTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2018/138**

**Şikayet Edilen: : Arden Kozmetik Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Comrade Oto Cam Suyu Antifrizli 5000ml -21 C°” ve “Deep Way Oto Cam Suyu Antifrizli -21 C”adlı ürünlerin ambalajında yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firmadan şikayete ilişkin olarak herhangi bir yazılı cevap alınamamış olup ürünlerin satıldığı marketlerden edinilen test sonuçları söz konusu testi yapan firmadan da teyit edilmiştir. Bu çerçevede, Deep Way isimli ürünün test sonuçlarının ürün üzerinde belirtilen değeri karşıladığı ancak “Comrade -21 C” markalı ürüne ilişkin herhangi bir test sonucunun bulunmadığı, “Comrade -25 C” ürüne ilişkin edinilen test sonucunun da ürün üzerinde yer verilen değeri karşılamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Comrade Oto Cam Suyu Antifrizli 5000ml -21 C°” adlı ürünün içeriğinde bulunan kimyasal karışımının ürün üzerinde yer verilen donma noktası değerini (-21 C°) karşıladığına ilişkin firma tarafından herhangi bir kanıt sunulamadığı dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-c; 9/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Arden Kozmetik Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **6.034 TL (AltıbinotuzdörtTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2018/520**

**Şikayet Edilen: Liva Uluslarası Eğitim Ve Danışmanlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait <http://www.livaconsulting.com/> adresli internet sitesi ve çeşitli sosyal medya siteleri üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait <http://www.livaconsulting.com/> adresli internet sitesi üzerinden Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün logosu ve unvanına yer verilmek suretiyle reklam ve tanıtım yapıldığı ancak firmaya gönderilen yazıdan sonra söz konusu tanıtımların ilgili sitelerden kaldırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait <http://www.livaconsulting.com/> adresli internet sitesi ve başta instagram olmak üzere çeşitli sosyal medya sitelerinde, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün unvan ve logosuna yer verilmek suretiyle ve *“ikamet için en uygun fiyat, yabancı uyruklu vatandaşlar için ikamet (oturum) ve kaçak işlemleri en uygun fiyata yapılır. Bizden bilgi ve fiyat almadan karar vermeyin!”* şeklindeki ifadelere yer verildiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c; 11/1-a, 11/1-b; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Liva Uluslarası Eğitim Ve Danışmanlık Ltd. Şti.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2018/531**

**Şikayet Edilen: Sur Yapı Endüstri San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Sur Yapı Antalya’da Yeni Bir Antalya Kuruyor” başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Broşür

**Tespitler:** Firmanın kampanya kapsamında 1+1 daireleri 107 Bin TL’den sattığı ancak reklamlarda bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının da gösterilmesi zorunluluğunun yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “Sur Yapı Antalya’da Yeni Bir Antalya Kuruyor”ana başlıklı reklamlarda “1+1 Daireler 107 Bin TL’den Başlayan Fiyatlarla” ifadesine yer verilmesine rağmen, Reklam Mevzuatında yer verildiği şeklinde ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının da gösterilmesi zorunluluğunun yerine getirilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1; 27/5; 29/1; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sur Yapı Endüstri San. Ve Tic. A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2018/1019**

**Şikayet Edilen: Vakko Tekstil Ve Hazır Giyim Sanayi İşletmeleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Demirören AVM şubesi camekânlarında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Demirören AVM şubesi camekanlarında “Büyük Kış İndiriminde Sömestr Sürprizi” ve “4 Şubat tarihine kadar” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait reklamlarda, yer verilen “Büyük Kış İndirimi” ifadesinden sadece kış ürünlerinin kampanya kapsamında olduğu, T.C. İ.B.B.B. Zabıta Daire Başkanlığı tarafından yapılan denetimlerde tespit edilen ürünün ise yaz ürünü olduğu, ayrıca “sömestr sürprizi” ve “4 şubat’a kadar” ifadelerinden mevzuatta yer verilen indirimin başlangıç ve bitiş tarihine yer verilmesi zorunluluğunun karşılandığı değerlendirilmiş olup; inceleme konusu tanıtımların, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** varılmıştır.

**67)**

**Dosya No: 2018/1027**

**Şikayet Edilen: EHM Mağazacılık Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya tarafından gerçekleştirilen “Sevgililer Gününe Özel Binlerce Üründe Net %50+%50 İndirim Sizlerle” tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden 5403 üründe indirimlerin uygulandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerden “Sevgililer Gününe Özel Binlerce Üründe Net %50+%50 İndirim Sizlerle” kampanyası kapsamında birçok üründe gerekli indirimlerin uygulandığı, tüketicinin ise iddiasını kanıtlayacak herhangi bir bilgi ve belge sunmadığı değerlendirilmiş olup, inceleme konusu tanıtımların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2018/2033**

**Şikayet Edilen: İzersan Yapı Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.dryfix.com.tr](http://www.dryfix.com.tr) adresli internet sitesinde “Dryfix No Fire Paint” ve Termal 100 Isı Yalıtım Boyası Soğuk İklim Boyası” isimli ürünlere ilişkin olarak yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinin 15.01.2018 tarihli görünümü üzerinde yürütülen inceleme neticesinde;

“Dryfix No Fire Paint” isimli ürünün *“Alev almaz ve yanmaz boya; içerdiği özel reçine ve katkılar sayesinde yangına karşı dirençli bir katman oluşturur. Yapıların yangından korunması için geliştirilmiştir. Yangın sırasında kaçış&tahliye süresini uzatır.”* *“Yangın geciktirici, alev almayan, geç ısınan, yanmaz boyadır…Direkt alev temasında alevlerin yayılmasını engeller. Alevleri kendi üzerinde absorbe eder. Yangına karşı dayanıklıdır…Eksiz bir uygulamayla, yangına karşı yüksek direnç gösterir.”*

“Termal 100 Isı Yalıtım Boyası Soğuk İklim Boyası” isimli ürünün *“Enerji tüketimini ve küresel çapta sera gazı salınımını azaltmayı hedefleyen Termal 100 Isı Yalıtım Boyası…Mikro seramik kürecikler kullanılarak üretilen…Ürünlerimiz; gereksinim duyulan herşeyi ihtiva ederken, gereksiz ve sağlığa zararlı hiçbir madde içermez…Geleneksel ısı yalıtım paketlerinde bulunan dübel, sıva, yapıştırıcı gibi yardımcı ürünlere gerek kalmadan, eksiz bir uygulamayla tüm ısı köprülerini yalıtmanızı sağlar…Thermal 100 ürünü, üretimde kullanılan enerjiden 1000 kat daha fazla enerji tasarrufu sağlar…”*

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusuinternet sitesinin 15.01.2018 tarihli görünümü üzerinde yürütülen inceleme neticesinde;

-“Dryfix No Fire Paint” isimli ürünün *“Alev almaz ve yanmaz boya; içerdiği özel reçine ve katkılar sayesinde yangına karşı dirençli bir katman oluşturur. Yapıların yangından korunması için geliştirilmiştir. Yangın sırasında kaçış&tahliye süresini uzatır.”* *“Yangın geciktirici, alev almayan, geç ısınan, yanmaz boyadır…Direkt alev temasında alevlerin yayılmasını engeller. Alevleri kendi üzerinde absorbe eder. Yangına karşı dayanıklıdır…Eksiz bir uygulamayla, yangına karşı yüksek direnç gösterir.”*

“Termal 100 Isı Yalıtım Boyası Soğuk İklim Boyası” isimli ürünün *“Enerji tüketimini ve küresel çapta sera gazı salınımını azaltmayı hedefleyen Termal 100 Isı Yalıtım Boyası…Mikro seramik kürecikler kullanılarak üretilen…Ürünlerimiz; gereksinim duyulan herşeyi ihtiva ederken, gereksiz ve sağlığa zararlı hiçbir madde içermez…Geleneksel ısı yalıtım paketlerinde bulunan dübel, sıva, yapıştırıcı gibi yardımcı ürünlere gerek kalmadan, eksiz bir uygulamayla tüm ısı köprülerini yalıtmanızı sağlar…Thermal 100 ürünü, üretimde kullanılan enerjiden 1000 kat daha fazla enerji tasarrufu sağlar…”* şeklinde tanıtımının yapılmasına karşın bu iddiaları destekleyen test sonuçları ile gerekli belgelerin (TSEK 127 vb.) bulunmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/a, 8/b, 8/c, 8/ç; 9/1; 17/1, 17/2, 17/3; 29/1, 29/2-a, 29/2-b; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**69)**

**Dosya No: 2017/3894**

**Şikayet Edilen:** **A.S. Watsons Güzellik ve Bakım Ürünleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.watsons.com.tr](http://www.watsons.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan*“Açılışa özel hediye çeki 100TL”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2017-10.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.watsons.com.tr](http://www.watsons.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Açılışa özel hediye çeki 100TL. 100tl ve üzeri her alışverişinize****.*** *Kampanya koşulları: Kampanya 1 Kasım 19:00 ile 9 Kasım 23:59 arasında 1000 adet hediye çeki ile sınırlıdır ve sadece watsons.com.tr’de geçerlidir. Hediye çekleri 100TL ve üzeri her alışverişe 2 adet 50TL indirim kodu olarak müşterinin e-posta adresine 48 saat içinde gönderilecektir. Müşterinin bu kupon kodlarını alabilmesi için üye olurken geçerli bir e-posta adresi girmesi ve e-posta mesajları almaya izin vermiş olması gerekmektedir. Her bir 50TL indirim kodu 100TL ve üzeri ayrı alışverişlerde kullanılabilir. Hediye çeklerinin son kullanım tarihi 15 Aralık 2017’dir. Hediye çeki kazanımı müşteri bazında 10 adet ile sınırlıdır. Watsons promosyon koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Hediye çekine hak kazanan müşterinin iade talebinde bulunması durumunda hediye çeki iptal edilir. Eğer iptal talebi öncesinde hediye çekini kullandıysa bu tutar iade tutarından düşülerek iadesi gerçekleştirilir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.watsons.com.tr](http://www.watsons.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "*Açılışa özel hediye çeki 100TL*" başlıklı reklamlarda kampanya koşullarında *" Kampanya 1 Kasım 19:00 ile 9 Kasım 23:59 arasında 1.000 adet hediye çeki ile sınırlıdır ve sadece* [*www.watsons.com.tr'de*](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.watsons.com.tr'de) *geçerlidir. Hediye çekleri 100TL ve üzeri her alışveirşe 2 adet 50TL indirim kodu olarak müşterinin e-posta adresine 48 saat içerisinde gönderilecektir."*  şeklinde gerekli bilgilendirmenin yapıldığı, kampanya stok bilgisine yer verildiği, tüketicinin de 03.11.2017 tarihinde yapmış olduğu alışveriş neticesinde ilk 1000 kişi arasında yer alarak hediye çeki almaya hak kazandığı ve alışveriş haftasonu tatiline denk gelmesi sebebiyle çekin 06.11.2017 tarihinde e-posta adresine gönderildiği, hatta hediye çeklerinin tüketici tarafından kullanıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi aykırı bir unsur bulunmadığı tespit edilmiş olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.