**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 3 Temmuz 2018

**Toplantı Sayısı :** 274

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2017/2771**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Ultranet Limitsiz* ” paketine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin kullandığı internet hizmetine ilişkin firma tarafından gönderilen altyapı verileri incelendiğinde, 16 Mpbs hızla internet hizmetinden faydalandığı, download kapasite hızının 17527 kbps, download mecvut hızın da 16232 kbps olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin altyapı verileri kontrol edildiğinde kampanya kapsamında vaat edildiği gibi 16 Mbps hız ile internet hizmetinden faydalandığının tespit edildiği, sabit hız garantisi olmadığı için hızın değişken olduğu ve saha dolabına uzaklık, bağlı bulunulan santral dışında internetteki trafik yoğunluğu gibi birçok farklı husustan etkilendiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi bir yanıltıcı/aykırı unsur bulunmadığı, AKK sonrası hızın anlık tespit edilebildiği, her fatura dönemi paket güncellemesi ve paketin tekrar normal hıza geçmesi sebebiyle geçmiş döneme ait hız tespitinin yapılamadığı, tüm bu sebeplerle söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2017/2772**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Yüksek Hız Plus Kampanyası*”na ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin 24 ay taahhütle 17.09.2017 tarihine kadar Çiftetelli kampanyasından faydalandığı ve indirimli olarak 59TL ücretlendirildiği, 16.08.2017 tarihinde müşteri temsilcisi tarafından aranarak “Yüksek Hız Plus Kampanyası”nın tanıtımı yapıldığı, ancak 10.10.2017 tarihinde katılım talebinin iptal edildiği, bunun üzerine tüketici tarafından aboneliğin sonlandırıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anıl ÖZBAŞ isimli tüketicinin 2 yıl taahhütle abone olduğu Çiftetelli Kampanyasının Eylül 2017'de taahhüdünün sona ereceği gerekçesiyle firmanız müşteri hizmetleri yetkilisi tarafından 16.08.2017 tarihinde aylık indirimli 69TL ile "Yüksek Hız Plus Kampanyası" teklifi sunulduğu, tüketicinin de söz konusu kampanya teklifini kabul ettiği ancak vaat edilen hizmetin tüketiciye sunulmadığı, teknik hata sebebiyle tüketicinin kampanyadan faydalanamadığı, böylece firma tarafından bu hizmete yönelik yanıltıcı tanıtımlar yapılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Adı geçen tüketicinin taahhüt bitimi 17.09.2017 tarihinden aboneliğini iptal ettirdiği 16.10.2017 tarihine kadar vaat edilen internet hizmetinden faydalandırılmadığı halde ücret kesintisi yapıldığı, tüketiciyi bu süreç içerisinde oyalayarak internet hizmeti sağlanmadığı, dolayısıyla firma tarafından bu süreçte söz konusu hizmete ilişkin tanıtımlar yapılmaya devam ederek tüketicilerin yanıltıldığı, eksik bilgilendirildiği, bu durumun dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TTNET 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: 2017/4164**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Turkcell’den kontratlı telefon alana bisiklet hediye* ” başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  Eylül 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "*Turkcell'den kontratlı telefon alana bisiklet hediye*" başlıklı reklamlarda " *Turkcell.com.tr’den kontratlı telefon alana Gomax Survivor 26 jant bisiklet hediye!30 Eylül 2017 tarihine kadar Turkcell.com.tr üzerinden Seçili telefonları kontratlı olarak satın alan bireysel müşterilere Turkcell'den bisiklet hediye. Kampanya kapsamında; Turkcell T80, Vestel Venus Z10, Samsung Galaxy J5 Pro (2017), Samsung Galaxy J7 Pro (2017), Sony Xperia XA1 Ultra, Huawei P10 Plus, LG G6, Samsung Galaxy S8, Samsung Galaxy S8+, Samsung Galaxy A7 (2017), iPhone 7, iPhone 7 Plus, iPhone 6S, Samsung Galaxy S7, General Mobile GM 5 Plus, Samsung Galaxy S7 Edge, Samsung Galaxy Note 5, General Mobile GM 6, LG K10 2017, Lenovo K6 Note  cep telefonlarınından birini 12 veya 24 ay kontratlı alan Turkcell Bireysel müşterilerine Gomax Survivor 26 jant bisiklet hediye edilecektir. Kampanya 25.08.2017 – 30.09.2017 tarihleri arasında sadece turkcell.com.tr’den alınan seçili kontratlı telefonlarda geçerlidir. Cihazınızı teslim aldığınız tarihten itibaren 15 iş günü içinde hediye bisikletiniz adresinize ayrıca gönderilecektir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Ercan HİTİT adına kayıtlı hat üzerinden kampanyaya 23.09.2017 tarihinde katılım sağlandığı, ancak adres bilgisi ve teyit almak için verilen numaradan tüketiciye defaten arandığı halde ulaşılamadığı, bu sebeple bisiklet gönderiminin yapılamadığı, tüketicinin başvurusu üzerine adres bilgilerinin firmayla paylaşıldığı ve bisiklet gönderiminin yapılacağı beyanı verildiği, 1607 kişinin kampanyadan faydalandığı,  dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi aykırı bir unsur bulunmadığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2017/4165**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Lifebox 500GB Depolama Hediye*” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan firma tarafından Google'a verilen reklamlarda "*Lifebox 500GB Depolama Hediye. Fotoğrafların kaybolmasın.*" şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu reklamlara tıklandığında ise Google Play üzerinden Lifebox uygulamasına yönlendirildiği, ancak uygulama içeriğinde; "*Üstelik lifebox'a giriş yapan herkese süresiz ve ücretsiz 5GB saklama alanı da hediye*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından Google'a verilen reklamlarda "*Lifebox 500GB Depolama Hediye. Fotoğrafların kaybolmasın.*" şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu reklamlara tıklandığında ise Google Play üzerinden Lifebox uygulamasına yönlendirildiği, ancak uygulama içeriğinde; "*Üstelik lifebox'a giriş yapan herkese süresiz ve ücretsiz 5GB saklama alanı da hediye*" ifadesine yer verildiği, böylece tüketicilerin ilgisini çekerek uygulama içeriğine yönlendiren reklamlarda vaat edilen 500GB hediyenin gerçeği yansıtmadığı, ortalama tüketici nezdinde hediye edilen depolama kotasının kaç GB olduğunun anlaşılmadığı, ücretsiz fayda konusunda anlam karışıklığına yol açıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9,13, 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir

**5)**

**Dosya No: 2017/4166**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Yeni Fırsat 3GB* ” paketi dahilinde kullanılmış internet paketi limitinin aşıldığı durumda tüketicilere gönderilen kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  Kasım 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler**: Adı geçen tüketiciye **“***16.11.2017 15:55 itibariyle Kırmızı Kampanyası dahilindeki Internet Kullanımı 1 GB limitinizi %80 kullandınız. Diğer kullanım haklarınızın özeti için OZET, ayrıntısı için INTERNETSORGU yazıp 7000 e SMS atarak ücretsiz öğrenebilirsiniz. Tüm kullanım haklarınız bittikten sonra geçerli ücretler: Yurtiçi Internet Kullanımı 2KR/100KB; Sayın abonemiz, 16.11.2017 15:55 itibariyle Kırmızı Kampanyası dahilindeki Internet Kullanımı 1 GB limitinizi %100 kullandınız. Diğer kullanım haklarınızın özeti için OZET, ayrıntısı için INTERNETSORGU yazıp 7000 e SMS atarak ücretsiz öğrenebilirsiniz. Tüm kullanım haklarınız bittikten sonra geçerli ücretler: Yurtiçi Internet Kullanımı 2KR/100KB; Sayın abonemiz, 16.11.2017 15:56 itibariyle Yeni Fırsat 3 GB dahilindeki 3GB limitinizin %100'unu kullandınız. Diğer kullanım haklarınızın özeti için OZET yazıp 7000e SMS göndererek ücretsiz öğrenebilirsiniz. Tüm kullanım haklarınız bittikten sonra geçerli ücretler: Internet Kullanımı: 2KR/100KB; eğerli abonemiz, avantajlı fiyattan interneti kullanmaya devam edebilmeniz için, 250 MB internet hakkiniz 5 TL karşılığında devreye girmiştir. 250 MB hakkiniz 22.11.2017 06:28 tarihine kadar geçerlidir. 250 MB’ınız bitene kadar tekrar ücretlendirilmeyeceksiniz. Detaylı bilgi icin:* [*http://vftr.co/cebinizeuyaninternet*](http://vftr.co/cebinizeuyaninternet)*”*; şeklinde sırasıyla kısa mesajların gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketiciye internet kullanım hakkının bitiyor olduğu ve bitmesi halinde ücretlendirmenin nasıl olacağına ilişkin bilgilendirme sms’lerinin sırasıyla gönderildiği, ayrıca tüketicinin paketi dahilindeki interneti bitmiş olmasına rağmen internet kullanımına devam ettiği, bunun üzerine Cebinize Uyan İnternet Hakkı’nın devreye girdiği ve tüketiciye avantajlı bir ücretlendirme ile 250MB’ı 5TL üzerinden internet hizmeti sağlandığı, yüksek faturalandırmanın önüne geçmek için tüketicilere otomatik olarak yüklendiği, internet aşım çözümü olmasa idi tüketicinin 250MB internet kullanımı için 50TL gibi yüksek bir ücret ödemesi gerekeceği, faturasız abonelerin eğer TL bakiyelerinde 5TL üzeri tutar varsa 250 MB’ı 5TL’den eğer bakiyelerinde 5TL altı bir tutar varsa 100K/2kr’tan ücretlendirildiği, dolayısıyla faturasız hat sahibi tüketicilerin lehine bir sistem olduğu için herhangi bir tüketici mağduriyetine sebebiyet verilmediği ve söz konusu kısa mesajlarda herhangi aykırı bir unsur bulunmadığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2017/4168**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “0850 7110370” nolu hat üzerinden firma çalışanı/yetkilisi/bayiisi tarafından telefon aracılığıyla tüketicilere sunulan kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2017

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

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin 21.11.2017 tarihinde yan oda kampanyası kapsamında “Ailenin Yıldızı” paketini satın aldığı, 20.11.2017 tarihinde tüketicinin kampanya hakkında bilgilendirme amaçlı arandığı, ancak tüketiciyle yapılan ve teklif sunulan ilk görüşmeye ilişkin ses kaydının gönderilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hüseyin GÜLDALI isimli tüketicinin 20.11.2017 tarihinde aranarak Digitürk- TTNET ortak kampanya tanıtımı yapıldığı ve 12 ay taahhüt karşılığında tüketiciye Digitürk kurulumu yapıldığı, ancak internet kurulumu yapılmaması üzerine tüketici Türk Telekom'u aradığında böyle bir kampanyanın olmadığı bilgisi verildiği, Digitürk tarafından da ortak kampanyaya ilişkin bir sözleşme imzalanmadığının teyit edildiği, böylece firmanız bayiisi tarafından tüketicinin Türk Telekom adına arandığı söyleyerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, tüketicinin TTNET internet hizmetinden faydalanacağını düşünerek onayladığı bu kampanyanın gerçeği yansıtmadığı, böylece tüketicinin yanlış ve eksik bilgilendirilerek firmanız lehine aboneliğinin gerçekleştirildiği, nitekim tüketicinin TTNET internet hizmeti almayacağını anladığı durumda aboneliğini iptal ettirdiği,

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, 7/5-a, 7/5-b, 7/5c, 9, 11, 28,29,30 ve 32 nci maddeleri,

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

**7)**

**Dosya No: 2018/59**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.avea.com.tr](http://www.avea.com.tr/) adresli internet sitesinde yer alan “IPhone 8 Plus 64GB” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.avea.com.tr](http://www.avea.com.tr/) adresli internet sitesinde “ *Müşteri tekliflerden faydalanabilmesi için cihaz bedelinin 500TL’sini ön ödeme olarak vermesi gerekmektedir*.” ifadesine yer verildiği, tüketicinin 500TL ön ödeme yaptığı ancak ayrıca faturalandırılmadığı, tüketicinin 5568TL 24 ay taksitle ödeme yaptığı, 500TL’nin ayrıca alındığı ve toplamda 6068TL ödediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "Iphone 8Plus 64GB*"* markalıürüne ilişkin [www.avea.com.tr](file://D:\Users\33451814414\Documents\www.avea.com.tr) adresli internet sitesinde; *" 504TL'ye varan indirim fırsatı*" şeklinde tüketicileri cezbederek 12 veya 24 ay taahhüt teklifleriyle tarifeye ek ödeme ile söz konusu telefona sahip olunacağı vaat edilirken ancak 500TL ön ödeme yapıldıktan sonra 24 ay taahhüdün başlayacağı, ön ödeme mantığı gereği toplam tutardan kesinti yapılması gerekirken 500TL'nin tarifeye yansıtılmadığı, ön ödeme sonrası tarifelendirmenin başladığı, dolayısıyla "ön ödeme" ifadesinin gerçeği yansıtmadığı, bu durumun ortalama tüketici nezdinde yapılan 500TL ön ödemenin 24 ay taahhüt teklifiyle sunulan cihaz bedelinden düşüleceği şeklinde bir algı yaratıldığı,

Üstelik, başvuru sahibi Tolga TOPÇU isimli tüketiciye 500TL ön ödemeye ilişkin bilgilendirme yapılmadan ücretin tahsil edildiği halde faturalandırılmadığı, tüketicinin ön ödeme sonrası kalan tutarın 24 ay taksitle cihaz bedeli olarak ödeyeceği şeklinde algıladığı, dolayısıyla tanıtımların anlam karışıklığına yol açtığı, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu tanıtımların 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, 7/5c, 9, 11, 28,29,30 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2018/384**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.internetavcilari.vodafonefreezone.com](http://www.internetavcilari.vodafonefreezone.com/) adresli internet sitesinde yer alan “*iPhone Hediye Kampanyası*”na ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.internetavcilari.vodafonefreezone.com](http://www.internetavcilari.vodafonefreezone.com/) adresli internet sitesinde yer alan “iPhone Hediye Kampanyası” başlıklı tanıtımlarda; “*Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. tarafından App Store ve Google Play'de ücretsiz sunulan " İnternet Avcıları" uygulaması üzerinde 15 Aralık 2017 tarihine kadar 30000 bit avlamış olan aboneler arasından 20 Aralık 2017 23:59 tarihine kadar Vodafone'a başvuru yapmış olan ilk 5 katılımcı aboneye iPhone 7 Plus 128GB cihaz hediye edilecektir. Başvuru için katılımcı abonelerin internetavciları@vodafone.com.tr adresine ad, soyad ve GSM numaralarıyla e-posta göndermeleri gerekmektekdir. E-postada beyan edilen GSM numarasının oyun üzerine 30000 bit toplama kriterinin gerçekleştirdiği Vodafone A.Ş. tarafından kontrol edilecektir. Kriteri gerçekleştirmiş olan katılımcı aboneye beyan ettiği GSM numarası üzerinden ulaşılacak olup cihazlari beyan edecekleri adreslere gönderilecektrir. 5 asil kazanan ve 5 yedek kazananlar seçilecektir. Kazananların katım koşullarına uymadığının tespiti durumunda veya kazananlara 1 hafta ulaşılamaması durumunda yedek listeye geçilecektir.(...)"* “*15 Aralık 2017 tarihine kadar uygulama üzerinden 30000 bit avlamış olan 26 yaş altı Vodafonelular arasından kampanyanın koşulları doğrultusunda 20 Aralık 2017 tarihine kadar ilgili kanal üzerinden başvuru yapan ilk 5 kişiye iPhone 7 Plus 128GB cihaz hediye edilecektir. Cihaz rengi değişiklik gösterebilir.”* İfadelerine yer verildiği,

Ayrıca [www.medyamerkezi.vodafone.com.tr](http://www.medyamerkezi.vodafone.com.tr/) adresli internet sitesinde 24.01.2018 tarihinde yayınlanan basın bülteninde *" ilk 5 aboneye iPhone 7 Plus 256GB hediye edildi*" ifadesine yer verildiği ve hediye edilecek ürünün gerçek piyasa değerine tanıtımlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.internetavcilari.vodafonefreezone.com](http://www.internetavcilari.vodafonefreezone.com/) adresli internet sitesinde yer alan “iPhone Hediye Kampanyası” başlıklı tanıtımlarda kampanyanın sonuçlarının hangi tarihte, nerede, nasıl açıklanacağına ve hediye edilecek ürüne ilişkin sonuçların açıklanmasının ardından kaç gün içinde kazananlara teslim edileceğine ilişkin bilgilendirmelere yer verilmediği, bununla birlikte 24.01.2018 tarihinde yayınlanan basın bülteninde *" ilk 5 aboneye iPhone 7 Plus 256GB hediye edildi"* şeklinde bilgi verilmesine rağmen iPhone 7 Plus 128GB ürünlerin hediye edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, ürün teslimatlarının da basın bülteninden sonra gerçekleştiğinin tespit edildiği (26.01.2018 tarihinde ürünleri gönderime çıkarıldığı), ayrıca hediye edilecek ürünün gerçek piyasa değerine de tanıtımlarda yer verilmediği, dolayısıyla tüketicilerin kampanya hakkında eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı,

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, 7/5e,15,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2018/1507**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Hürriyet gazetesinin Hürriyet Seyahat isimli ekinde yer alan *“Vodafone Red ile Dünya Avucunuzda”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** "*Vodafone Red ile Dünya Avucunuzda*" başlıklı gazete ilanında; " *4 karnavaldan 4 ipucu. Karnaval ve festival mevsimi başladı. Bir ara tatile ne dersiniz? Vodafone Red ile Dünya Avucunuzda bu sefer dünyanın en ilgi çeken festivallerini ele alıyor! Vodafone Red tarifelerinin yurtiçindeymiş gibi geçerli olduğu 100'den fazla ülke arasında yer alan Amerika, Hindistan, Çin ve İtalya'daki bilmeniz gereken önemli festivaller ve tüm detayları sizler için toparladık!"*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "*Vodafone Red ile Dünya Avucunuzda*" başlıklı gazete ilanında yer verilen ifadeler ile tüketicilerin herhangi bir ücret ödemeden, REDLİ OL şeklinde kısa mesaj gönderip Red tarifeleirne abone olduktan sonra yurt içinde kullandığı Vodafone Red tarifesini 100'den fazla ülkede de hiçbir şey yapmadan kullanabileceği şeklinde bir algı yaratıldığı, ancak [www.vodafone.com.tr](file://D:\Users\33451814414\Documents\www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan bilgiye göre tüketicilerin Vodafone Red tarifesine ek "*Her Şey Dahil Pasaport*" veya "*Herşey Dahil Dünya*" paketlerinden birine üye olmak için öncelikle HD DUNYA ya da HD PASAPORT yazıp 7000'e sms göndermesi gerektiği, ardından yurtiçinde kullandığı Red tarifesine ek olarak 45 ülkede günlük 14,90TL, 59 ülkede günlük 34,90TL ödeme karşılığında mevcut tarifelerin yurtdışında kullanabileceği, dolayısıyla başkaca bir işlem yapılmadan otomatik devreye girdiği şeklindeki algının gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararının etkileyecek nitelikteki ek bir kullanım bedeli olduğuna dair önemli bilgiye gazete ilanında yer verilmediği, dolayısıyla ana vaat-istina uyumsuzluğu yaratıldığı, ayrıca söz konusu ilan sayfasında Vodafone red tarifeleri için internet sitesine herhangi bir yönlendirme de yapılmadığı, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı ve yanlış yönlendirildiği,

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, 7/5-ç,13,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2018/2173**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“The Best Price and More Internet With 4.5G Sim Card7 The Best Offers The Fastest Internet Just Here”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava

**Tespitler:** Firmaya ait İstiklal Caddesi No:41 Beyoğlu/ İSTANBUL adresli bayii vitrininde; *" The Best Price and More Internet With 4.5G Sim Card"*  ve *" The Best Offers The Fastest Internet Just Her*e" şeklinde İngilizce ve Arapça olmak üzere tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait İstiklal Caddesi No:41 Beyoğlu/ İSTANBUL adresli bayii vitrininde; *" The Best Price and More Internet With 4.5G Sim Card"*  ve *" The Best Offers The Fastest Internet Just Her*e" şeklinde İngilizce ve Arapça olmak üzere tanıtımlara yer verildiği, başka herhangi bir bilgilendirmeye yer verilmediği, böylece tüketicilerin yanlış yönlendirildiği ve eksik bilgilendirildiği, ayrıca *" the fastest internet"*  ifadesinin ispata muhtaç olduğu halde ispat niteliğinde herhangi bir belge sunulmadığı, böylece tüketicilere diğer operatörlerden daha hızlı-en hızlı internet hizmeti sunulduğu algısı yaratılarak tüketicilerin aldatıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7 nci, 9 uncu, 27 nci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**11)**

**Dosya No: 2017/2932**

**Şikayet Edilen: Mesaj TV ve Radyo Yay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mesaj TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Sağlıklı Günler” isimli program

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Mesaj TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Sağlıklı Günler” isimli programın 24.05.2017 tarihinde yayınlanan bölümünde, program sunucusu Cavit Özdoğan ile program konuğu Dr. Hakan Özkul arasında gerçekleşen söyleşide; *“C. Özdoğan: Sayın Hocam siz burada şifalı bitkiler noktasında bir ekibin gücünü de ortaya koyuyorsunuz. H. Özkul: Benim ekibim bu konuda Türkiye’nin en uzman ekibi. Hem saha pratiği çok yüksek olan, hem akademik bilgisi çok yüksek olan, hem de tıp tarihi konusunda son derece bilgili insanlar. Bu konuda kitap yazmış uzmanlarla da birlikte çalışıyoruz. İbni Sina uzmanı, Biruni uzmanı... C. Özdoğan: Hocam, izleyicilerimiz sizin bahsettiğiniz bu 30 kat 40 kat etkileri almak istiyorlarsa rastgele aramayacaklar. H. Özkul: Kesinlikle. Kanser büyümüş metastaz yapmış cerrahi şansı kaybedilmiş. (...) Ne yapıyor tıbbi bitkiler, onun formüllerini biz biliyoruz, hangi bitkiler nelere etki ediyor, hangi tümör tipine hangi bitkilerin verileceğini biliyoruz. Bu önemli bir bilgi bunu rastgele bitkiler kullanmasınlar diye söylüyorum. H. Özkul: (Telefonla bağlanan Ömer Demir isimli hastaya yönelik olarak) Bitkisel destekle de çok daha iyi olacaksınız hiç merak etmeyin... C. Özdoğan: Hocam sizin ve ekibinizin önerdiği şifalı bitkileri tedavisine dahil eden insanlar muazzam sonuçlar alıyorlar. (...) Sizin ekibinizin rolü gerçekten çok büyük. Belki bu şifalı bitkiler her yerde var ama bu bitkilerin hangi bitkilerle bir formül haline getirilerek kullanıldığında bu etkinin maksimum olacağı önemli. (...) Kemoterapi, radyoterapi, ameliyat, demek ki bu insanlar hastalıklarına yeterince çare bulamamışlar ve bu insanlar diyorlar ki Hakan Hocam ekibinizle birlikte bize ne önerirsiniz diyorlar. Yani hocam kimsenin yapamadığı iyileşme tabloları burada görülüyor. H. Özkul: Diyoruz ya tıbbi bitkilerin içine çip koysak akıl edip de bu kadar etkiyi koyamazdık. C. Özdoğan: Burada muazzam bir ekip var hocamızın görüşlerini almanız mümkün. Bu manada ekranda gördüğünüz numaraları arayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve telefonla yayına bağlanan hastaların tümünden program sonrası ekranda görülen numaraları aramalarının ve Dr. Hakan Özkul ile iletişim kurmalarının istendiği, kendilerine rahatsızlıklarının tedavisinde destek olacağı iddia edilen tıbbi bitkiler ile ilgili bilgi verileceğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yayında geçen tüm konuşmalar, vatandaşlardan program sonrası ekranda görülen numaraları aramalarının ve Dr. Hakan Özkul ile iletişim kurmalarının istenmesi, kendilerine rahatsızlıklarının tedavisinde destek olacağı iddia edilen tıbbi bitkiler ile ilgili bilgi verileceğinin belirtilmesi gibi hususlar birlikte değerlendirildiğinde, kanser rahatsızlığı bulunan vatandaşların tıbbi bitkiler ile ilgili bilgi ve tavsiye almak üzere program konuğu Dr. Hakan Özkul’a ve ekibine yönlendirildiği, böylelikle adı geçen doktora yönelik talep oluşmasına sebebiyet verildiği, dolayısıyla adı geçen doktorun örtülü reklamının yapıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu programın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 22/1, 22/2, 23/1/a-b-c maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mesaj TV ve Radyo Yay. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070,00 TL (On İki Bin Yetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**12)**

**Dosya No: 2018/370**

**Şikayet Edilen: Denizbank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan banka tarafından tüketicilere gönderilen maillerdeki ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2018

**Yayınlandığı Mecra:** E-posta

**Tespitler:** Anılan maillerde; *“Sayın Hakan SARIMEHMETOĞLU…Denizbank’ta kanuni takibe aktarılmış borçlarınızda özel avantajlar sunarak size destek olmak istiyoruz. Sizin için hazırladığımız fırsatlardan birini tercih ederek faiz ve masrafların tamamından kurtulabilirsiniz…Aşağıdaki ödeme koşulları size özel fırsatlarımızdır…Fırsat 1: Tek ödemede FAİZ VE MASRAFIN TAMAMINI SİLİYORUZ… Fırsat 2: 6 taksitli ödemede FAİZİN TAMAMINI VE MASRAFIN YARISINI SİLİYORUZ… Fırsat 3: 12 taksitli ödemede FAİZİN TAMAMINI SİLİYORUZ!..”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan Banka tarafından yapılan açıklamalar neticesinde söz konusu reklamlarda yer alan hususlarda tüketiciyle uzlaşılamadığı için protokol yapılamadığı anlaşılmış olup, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**13)**

**Dosya No: 2016/847**

**Şikayet Edilen: Halmuratcan Öztürk - Asya Eşarp**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.botamarket.net](http://www.botamarket.net/) adresli internet sitesinde yayımlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2016, 19.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.botamarket.net](http://www.botamarket.net/) adresli internet sitesinin 18.05.2016 ve 19.07.2017 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Salvosano Ağrı ve Romatizma Kremi”, “Urgo Sert Ayak Tabanı Nasırı Tedavisi”* ve *“Lanolin Fort Krem 20 gr Göğüs Ucu Çatlaklarına”* isimli ürünlere, 19.07.2017 tarihli görünümünde; *“BSA Natural Bitkisel Çatlak Giderici Yağ”, “Proderm Vücut Çatlak Yağı”, “Contex Long Love (Geciktiricili) Prezervatif”, “Yes Prezervatif Geciktiricili”, “Romantic Geciktiricili Etkili Kondom”, “Romantic Geciktirici Jel”, “Amor Geciktiricili Prezervatif (Long Love)”, “Trojan Extended Pleasure – Geciktiricili Prezervatif”, “Family Plus Retard – Geciktirici Kremli Prezervatif”, “Reterdant Hankie Geciktirici Mendil”, “Playboy 3in1 Geciktiricili Ultra Haz Prezervatif”, “Safex Geciktirici Kremli Prezervatif,” “Silky Kiss Geciktiricili Prezervatif”, “Eros Standart Geciktirici Kremli Prezervatif,” “Fe Long Love Prezervatif Geciktiricili”, “Porcodile Geciktirici Sprey”, “Joy Drops Delay Geciktirici Kalem Sprey,” “Durex Uzayan Zevk Prezervatif (Geciktirici)” “V-Pills Delay Geciktirici Şase Krem,” “Viaxi Long Time Geciktirici Sprey”, “Spanish Fly Geciktirici Sprey”, “Pjur Superhero Konsantre Geciktirici Serum”, “Super Viga 50000 Geciktirici Krem,” “Fiesta Geciktiricili Kayganlaştırıcı Jel,” “Trojan Her Pleasure – Partner Uyarıcı Prezervatif,” “Control Adapta Ribbed – Uyarıcı Etkili Prezervatif,” “Clitoria Krem Cinsel Klitoris Uyarıcı,” “Eropharm Clitorix Active Bayan Uyarıcı ve Güç,” “Eropharm Penix Active Erkek Uyarıcı ve Güç Artırıcı,”, “Eropharm Spanish Love Uyarıcı ve Çabuk Yorulmayı?”, “Femolub Lubricant Gel – Cinsel Uyarıcı Jel,” “Femore Bayan Cinsel Uyarıcı Krem”, “Liebevoll Fulllove Man Erkekler için Uyarıcı Jel,” “Liebevoll Fulllove Man Bayanlar için Uyarıcı Jel, “Madame Bayan Cinsel Uyarıcı Krem, “Viagel For Women – Bayan Genital Bölge Uyarıcı Jel”, “Viamax Warm Uyarıcı & Orgazm Artırıcı Krem”, “Viamax Macimum Penis Büyütücü Jel,” “Delay 48000 Erken Boşalmayı Önleyen”, “Bull Power Erken Boşalma Önleyici Jel”, “Pjur Myspray Uyarıcı Orgazm Spreyi,” “Viaxi Orgazm Jeli”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.botamarket.net](http://www.botamarket.net/) 18.05.2016 ve 19.07.2017 tarihli görünümlerinde birçok kozmetik ürüne yer verildiği ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu ürün isimlerinde yer alan *“ağrı ve romatizma kremi”, “ayak tabanı nasırı tedavisi”, “göğüs ucu çatlakları”, “çatlak yağı”, "Bay/Bayan uyarıcı”, “geciktirici krem/sprey/serum/jel”* ve *“penis büyütücü” “klitoris uyarıcı”, “erken boşalma önleyici” “uyarıcı orgazm spreyi/orgazm arttırıcı/erkek uyarıcı ve güç arttırıcı”* şeklinde yukarıda altı çizili olarak belirtilen ifadelerin tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadeler olması nedeniyle 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 Yönetmeliğinin 4/c, 5 ve 7 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Halmuratcan Öztürk - Asya Eşarp** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **60.353-TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2016/3544**

**Şikayet Edilen: Drog Ecza Tıbbi Malzeme Tic. Ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://drogecza.com/tr/> ve <https://drogpharma.com.tr/> adresli internet sitelerinin 21-22.05.2018 tarihli görünümlerinde ve ürün ambalajlarında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21-22.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** <http://drogecza.com/tr/> adresli internet sitesinin 21-22.05.2018 tarihli görünümlerinde ve ürüne ait ambalaj üzerinde; “Jetalgine Ağrı Kesici” ve “Jetbuzz” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Ağrı kesici soğutucu sprey. Burkulma. Kas. Eklem ağrılarında hızlı ve etkin çözüm. Jetalgine Ağrı Kesici hızlı etkisiyle burkulma, incinme, kaslar ve artritle ilişkili ağrıların giderilmesine yardımcı olur. Özellikleri ve etkisi: Hızlı ve etkin çözüm sağlar. Cilde dosttur. Cilt ile geçimliliği dermatolojik olarak test edilmiştir. Hangi durumlarda kullanılır? Ani burkulmalarda, kas ağrılarında, eklem ağrılarında, özellikle spor sonrası adele ve kas ağrılarında kullanılır.”* ifadelerine, “Derimed Yıkama Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntıya maruz kalan atopik cildin… Çok kuru ve egzama eğilimli cilt için uzun ömürlü; yatıştırma (…) sağlar.”* ifadelerine, **“**Duranyt Losyon Sprey”, “Duranyt Şampuan”, “Drobit Sprey”, “Drobit Fort Sprey” ve “Drobit Şampuan” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Saç Biti & Sirke Tedavisi. 15 dakikalık kolay kullanım ile etkin çözüm!. Bitleri kabus olmaktan çıkaracak, böcek ilacı içermeyen yepyeni formülü ile Duranyt Losyon Sprey kısa sürede %100 etkin çözüm sağlıyor. Cilde dost. Böcek ilacı içermez. Saç bitleri için kesin çözüm. Tarak hediyeli. ”* ifadelerine, “Duranyt Fort Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç biti için kökten çözüm. 15 dakikada %100 etkin tedavi! Duranyt Fort Spreyi saçlarınıza sıkın, 15 dakika bekleyip yıkayarak bitlerden anında kurtulun. Drobit Fort Sprey ilaç değildir. Çift etkili formülü ile bitlere karşı fiziksel olarak etki eder, bitleri boğar ve kurutarak kısa sürede öldürür. Böcek ilacı içermediği için bitlerin direnç geliştirmesi engellenir. Ayrıca daha önce ilaç kullanımına bağlı olarak direnç geliştirmiş bitlere karşı da etkilidir. Saça ve cilde zarar vermez. Metal tarak hediyeli.”* ifadelerine, “Dermasept EL Temizleme Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda ve ürün ambalajında; *“anti-bacterial”* ifadesine, “Duranyt Losyon Sprey” isimli ürüne ilişkin internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*15 dakikalık kolay kullanım ile etkin çözüm!.”* ifadelerine veürün ambalajının ön yüzünde *“15 dakikalık kolay kullanım ile etkin çözüm”* ifadelerine, arka yüzünde ise “*8 saat boyunca losyonlu saçlarla bekleyin”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://drogecza.com/tr/> ve <https://drogpharma.com.tr/> adresli internet sitelerinin 21-22.05.2018 tarihli görünümlerinde ve ürüne ait ambalaj üzerinde; “Derimed Yıkama Solüsyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntıya maruz kalan atopik cildin… Çok kuru ve egzama eğilimli cilt için uzun ömürlü; yatıştırma (…) sağlar.”* ifadelerine yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin, tedaviye yönelik ve endikasyon belirten bir ifade olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan,firmaya ait <http://drogecza.com/tr/> adresli internet sitesinin 21-22.05.2018 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda ve “Jetalgine Ağrı Kesici” ve “Jetbuzz” isimli ürünlere ürüne ait ambalajlarda yer alan ifadeler ile“Duranyt Losyon Sprey”, “Duranyt Şampuan”, “Drobit Sprey”, “Drobit Fort Sprey” ve “Drobit Şampuan”, “Duranyt Fort Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispatlanamadığı,

Öte yandan, **f**irmaya ait<http://drogecza.com/tr/> ve <https://drogpharma.com.tr/>adresli internet sitelerinde yer alan “Dermasept El Temizleme Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda ve ürün ambalajında yer verilen; *“anti-bacterial”* ifadelerinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Ayrıca, “Duranyt Losyon Sprey” isimli ürüne ilişkin firmaya ait internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*15 dakikalık kolay kullanım ile etkin çözüm!.”* ifadelerine veürün ambalajının ön yüzünde *“15 dakikalık kolay kullanım ile etkin çözüm”* ifadelerine yer verilmesine rağmen, ambalajın arka yüzünde “*8 saat boyunca losyonlu saçlarla bekleyin”* ifadelerine yer verildiği, bu durumun çelişkili olduğu ve tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda; *“Metal tarak hediyeli”* ifadelerine yer verilmesine karşın, hediye edilecek ürünlerin piyasa değeri belirtilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 15 inci, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**15)**

**Dosya No: 2017/1099**

**Şikayet Edilen: Mehmet Uyar - Uyar Kimya**

**Şikayet Edilen Reklam:** [http://www.misakozmetik.com.tr](http://www.misakozmetik.com.tr/) adresli internet sitesinin 07.02.2017 tarihli görünümünde yer alan ve firma tarafından [www.n11.com](http://www.n11.com/) adresli internet sitesinin 29.03.2018 ve 16.05.2018 tarihli görünümleri ile ürün ambalajı üzerinde yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.02.2017, 29.03.2018, 16.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.n11.com](http://www.n11.com/) adresli internet sitesinin 07.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Mişa Akıllı Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mişa Akıllı Krem - bitkisel masaj kremi. Doğanın bizlere sunduğu en özel bitki özlerini içeriğinde bulunduran Mişa Akıllı Krem mucizevi formülü sayesinde vücudun birçok bölgesinde spordan ve yorgunluktan dolayı oluşan sorunları çözmede etkilidir (…) %100 Bitkisel”* ifadelerine, firmaya ait <http://www.misakozmetik.com.tr/> adresli internet sitesinin 29.03.2018 ve 16.05.2018 tarihli görünümlerinde yer alan“Mişa salyangoz cream 45ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Salyangoz çiftliklerinde çalışan işçilerin ellerindeki sıra dışı yumuşaklık ve salyangoz kafesleri yüzünden zaman zaman ellerinde oluşan küçük kesiklerin herhangi bir yara izine meydan vermeden düzelmesi bilim adamlarının dikkatine çekmiştir. Salyangoz, dokularını kendi kendine tedavi edebilen ve kabukları kırıldığında yerine yenisini üretebilen canlılardır. Mişa Salyangoz Kremi’nin dokuların birkaç saniyede oluşmasını sağlayan o güçlü, yenileyici etkisi salyangozun doğal yollarla arkasında bıraktığı salyanın özelliğidir. Mişa Salyangoz Kremi’nin içinde ayrıca Hyaluronic Acid de bulunmaktadır. (Mişa Salyangoz Kremi ve Hyaluronic Acid’in) Faydaları Arasında; (…) Hyaluronic Acid, akne izlerini önlemek içinde yardımcıdır. Hyaluronic Acid, akne izlerini önlemek içinde yardımcıdır (…) Yara izlerinin yok edilmesine yardımcı olur (…)*“*Cildin genç ve kırıksız kalmasına yardımı olur.* *Cildi pürüzsüz ve esnek tutmaya yardımı olur.* *Yaşlanmayı önlemeye (Anti-Aging) yönelik etki yapar.”,* internet sitesindeki broşür ile ürün ambalajı üzerinde; *“Unusual softness of hands of workers working in snail farmas and fast healing of occasional small cuts on their fingers occuring because of snail cages without any scar have attracted the attention of scientists for a long time. Snails are creatures which can treat their tissues by themselves and which can produce their new shells when they have been broken. The strong, regenerative effect of Mişa Snail Cream which enables tissues to form in a couple of seconds is the feature of saliva which snail has left behind naturally. Hyaluronic acid is also helpful to prevent acne marks. It helps to remove injury Marks.”* ifadeleri ve bu ifadelerin Almanca ve Rusça dillerindeki karşılıklarına, “Mişa Medicream 125 ml”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri: İçerdiği doğal yağların ve özel hammaddelerin birleşmesi ile elde edilen mucizevi Mişa Medicream vücudunuzda oluşan problemleri çözerek cildinizin bakımlı ve canlı olmasını sağlar”,* internet sitesindeki broşür ile ürün ambalajı üzerinde; *“The nature offers us since generations herbs with healing problems. Misa Medicreme consists of 100% natural ingredients and has a quick effect on limbs and muscle pain. It also very effective against calcification of the limbs. The Misa Medicreme will be absorbed quickly through the blood circulation and will therefore relieve the pain quickly. Misa Medicreme is an effective solution for arthritis, rheumatism, headaches, migrained, stiff neck, back pain, shoulder pain, herniated disc, muscle pain, shoulder pain, fractures, sprains, varicose vains, meniscus, sinusitis, numbness and for burning foot pain.”* ifadeleri ve bu ifadelerin Almanca ve Rusça dillerindeki karşılıkları ile ürün isminde *“Medi”* ifadesine, “Olive Günlük Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güneş yanıklarına ve güneş ışınlarının zararlı etkilerine en iyi yardımcı kremdir. Sivilce ve siyah noktalarda, gözaltı torbalarında etkilidir.”* ifadeleri ve internet sitesindeki broşür ile ürün ambalajı üzerinde; *“It is the most helping cream for sunburns and dangerous effects of sun beams. On acnes and black points, under eye bags.”* ifadeleri ve bu ifadelerin Almanca ve Rusça dillerindeki karşılıklarına, “UYAR KİMYA CİLT BAKIM ÖNERİLERİ” başlıklı kısımda; *“Belki de cilt problemlerinizi çözecek tek şey yağ! kızarıklık problemleriyle savaşmaz (...)”, “DESTEK Kuşburnu gibi bitkilerin yağları özellikle karma ciltlerdeki yağ oluşumunu dengeler ve hücre yenilenmesini destekler.”* ifadelerine, “Mişa Çin Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Baş ve migren ağrıları için rahatlatıcı özelliği vardır.”* ifadelerine, “Mişa Sağlık Spreyi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücuttaki oluşan yara ve morluklar için bitkisel özlü antibaktariyel üründür”* ifadelerine*,* “Mişa Alovera Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) Vitamin E; Çok güçlü antioksiden olduğundan hücre yapısını güçlendirerek cildin sağlıklı olmasında etkilidir. (…)“Aloe Vera; Antioksidan özelliğinden dolayı cildin nemlendirilmesine ve korunmasına yardımcı olur. Zarar görmüş deri üzerinde nemlendirici ve besleyici etkili bir üründür”* ifadelerine ve “Ardıç Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Romatizma ve kramplara karşı etkilidir. Saç dökülmesi, deri hastalıkları ve selülit tedavisinde faydalıdır. Antiseptik özelliği sayesinde vücutta oluşan egzama ve mantar hastalıklarında kaşıntıyı önler.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firna tarafından [www.n11.com](http://www.n11.com/) adresli internet sitesinin 07.02.2017 tarihli görünümünde birçok kozmetik ürün tanıtımlarına yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan internet siteside yer alan “Mişa Japon Yağı”, “Kaplan Balsam”, “Biolip Dudak Kremi”, “Aleovera Kremi”, “Aynısefa Kremi”, “Buz Jeli”, “Ceviz Yağı”, “Çam Yağı”, “Adaçayı (Elma) Yağı” gibi daha birçok kozmetik ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere benzer şekilde kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, [www.n11.com](http://www.n11.com/) adresli internet sitesinin 07.02.2017 tarihli görünümünde yer alan “Mişa Akıllı Krem”isimli ürüne ilişkin görsellerde yer verilen; *“%100 Bitkisel”* ifadesinin, firmaya ait <http://www.misakozmetik.com.tr/> adresli internet sitesinin 29.03.2018 tarihli görünümünde yer alan“Mişa salyangoz cream 45ml” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Cildin genç ve kırıksız kalmasına yardımı olur.* *Cildi pürüzsüz ve esnek tutmaya yardımı olur.* *Yaşlanmayı önlemeye (Anti-Aging) yönelik etki yapar.”* ifadesinin ve“Mişa Alovera Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Aloe Vera; Antioksidan özelliğinden dolayı cildin nemlendirilmesine ve korunmasına yardımcı olur. Zarar görmüş deri üzerinde nemlendirici ve besleyici etkili bir üründür (…)”* ifadesinin ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, “Mişa Sağlık Spreyi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Antibakteriyel”* ifadesinin ve “Ardıç Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Antiseptik, mantar hastalıklarında”* ifadelerinin kullanılabilmesi için gerekli biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No: 2018/11**

**Şikayet Edilen: Glohe Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.incia.com.tr](http://www.incia.com.tr/) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar ile *“Incia Cracked Skin Repair Natural Serum”* isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.incia.com.tr](http://www.incia.com.tr/) adresli internet sitesinde yer alan, *“Karın Çatlak Krem Jel/Stretch Mark Jel Cream”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tamamen doğal bitkilerden elde edilen yağlarla ve Bioarge laboratuvarlarının patent korumalı buluşları ile üretilen INCIA Karın Çatlak Krem Jel cildinizin doğal florası ile uyumludur. İçeriğindeki avakado, kantaron, aynısefa vb değerli yağlar ile çatlak oluşumuna engel olur ve cildinizi korur. Kendinize bir iyilik yapın, Incia Karın Çatlak jel kremi incelemek için bir kaç dakikanızı ayırın. DETAYLI ÜRÜN ÖZELLİKLERİ Cildin nemlenmesi nasıl sağlar. INCIA çatlak jel kremi içerdiği doğal içerikler ile cildin nemli kalmasını sağlar. İçerisindeki doğal yağlar ile trans epidermal su kaybını azaltarak hamilelikte oluşabilecek çatlak izlerinin oluşumunu engellenmeye yardımcı olur. Dış etkenlere karşı nasıl koruma sağlar. INCIA çatlak jel kremi cilt üzerinde dayanıklı ve esnek bir tabaka oluşturarak dış etmenlerin cilde zarar vermesini engeller. İçeriğindeki doğal içerikli bileşenler ile cildin elastikiyetini ve kollajen sentezlenmesini arttırıcı etki gösterir. Cildin yenilenmesini nasıl düzenler. INCIA çatlak jel kremi içerisinde bulunan Asiaticoside, Madecassic Acid ve Asiatic Acid ile cilt hücrelerinin rejenerasyonunu düzenleyerek kollajen sentezini arttırır ve cildin daha sağlıklı bir biçimde yenilenmesini sağlar. Yapay koku ve boya içermez. INCIA bebek ürünleri hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Rengini de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor. SİZE DAHA FAZLASINI ANLATMAK İSTİYORUZ Hamilelerde karın bölgesinin sağlıklı gergin yapısını destekleyen %100 doğal yağlardan oluşur. INCIA KARIN ÇATLAK JEL KREM içeriğinde bulunan Centella asiatica ekstresi sayesinde cilt çatlaklarını önlemesine yardımcı olur. Avokado Yağı, kollajen sentezini arttırıcı etki göstererek cilt yüzeyinde çatlak izlerinde görünümü azaltmaya yardımcı olur. Keten Tohumu Yağı ve Tatlı Badem Yağı, cildi besler ve nem seviyesini artırır. Klinik olarak kanıtlanmış sonuçlar. DENEYENLERİN %91’i çatlak oluşumunu önlediğini söyledi.\* %100\* cilt elastikiyetine artış %82\* çatlak izlerinin görünümünde iyileşme %91\* düzensiz tonunda azalma. %100\* daha yumuşak, esnek ve nemli bir cilt. \*Dermscan Laboratuvarları tarafından bağımsız olarak yürütülen klinik çalışma sonuçlarıdır Anne için %100 güvenli. Bebeğinizin hassas cildinde tahrişe sebep olmaz, hipoalerjeniktir. Alerjiye neden olan maddeler içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine,

*“Çatlak Önleyici Serum/Cracked Skin Repair Natural Serum”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bio Arge Laboratuvarları tarafından tamamen doğal bitkilere soğuk sıkım teknolojisi uygulanarak üretilen yağ özlerinin kullanıldığı INCIA Doğal Çatlak Önleyici Serum vücudunuzun doğal florası ile uyumludur. Tatlı badem yağı, kantaron ve avokado yağları ile karın, bel ve basen bölgesinde meydana gelen cilt çatlaklarının önlenmesine yardımcı olur. INCIA vücudunuzun ve cildinizin kendi doğasından tekrar yenilenerek canlanması için bir fırsat. Cildinize ve vücudunuza bir iyilik yapın INCIA Doğal Çatlak Önleyici Serum incelemek için birkaç dakikanızı ayırın. DETAYLI ÜRÜN ÖZELLİKLERİ Karın, bel ve basen bölgelerindeki cilt çatlaklarının önlenmesine yardımcı olur Doğal bitki yağlarından oluşan serum cildi besler, nemlendirir ve çatlaklarının önlenmesine yardımcı olur. Kantaron yağının yara iyileştirme etkisi çatlak görünümünü hafifletir. Omega 3 ve linoleik asit bakımından zengin olan badem, keten tohumu yağları elastikiyeti artırarak cilt fonksiyonlarını güçlendirir. Doğal serum hamilelik, kilo alma -verme, boy uzaması gibi dönemlerde cildinizin gerilmesini engelleyerek çatlakların önlenmesine yardımcı olur. Gebelik çatlaklarının oluşmasını engellemeye yardımcı olur Güçlü bir antioksidan olan E vitamini yönünden oldukça zengin olan badem yağı kuru ve çatlak ciltlerin yumuşatılması ve nemlendirilmesine yardımcı olur. Gebelik dahil, kilo alma, boy uzaması gibi dönemlerde gerilmelere bağlı karın, bel ve basen bölgelerinde oluşabilecek cilt çatlaklarının önlenmesi için besleyici ve nemlendirici özellik gösterir.*

*Cildinizi besler, nemlendirir, pürüzsüz ve canlı görünmesine yardımcı olur. Serum içindeki avakado yağı cilt tarafından hızlı emilen ve içeriğindeki E vitamini ile cilt hücrelerini etkin koruyan bir yağdır. Keten tohumu, aynı sefa gibi yağlar ile etkinliği artırılan INCIA Doğal Çatlak Önleyici Serum sayesinde cildin beslenmesi ve canlılık kazanmasına destek sağlanır. Cildinizin florasına uyumludur. Bazı serumlarda raf ömrünü uzatabilmek için sentetik koruyucular (Metilkloroizotiazolinon ve metilizotizolinon vb.) kullanılabiliyor. Bu ve benzeri katkı maddeleri zamanla derinin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getiriyor. INCIA doğal serumlarının içerdiği bitkisel yağ özleri tamamen soğuk sıkım yöntemi teknolojisi kullanılarak üretiliyor. Cildin doğal yapısına uyumu ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğu yapılan testlerle gösteriliyor.”* ifadelerine,

Doğal Bebek Bakım başlığı altında yer alan *“Kuru Ciltler İçin Jel Krem”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tamamen doğal bitkilerden elde edilen yağlarla ve Bioarge laboratuvarlarının patent korumalı buluşları ile üretilen INCIA Bebek Atopik Jel Krem bebeğinizin doğal florası ile uyumludur. İçeriğindeki hodan, çuha çiçeği ve deve dikeni vb değerli yağlar ile egzama oluşumuna engel olarak bebeğinizin cildini korur. Bebeğinize bir iyilik yapın, Incia Bebek atopik jel kremi incelemek için birkaç dakikanızı ayırın. DETAYLI ÜRÜN ÖZELLİKLERİ Egzamayı oluşmadan önlemek, sonradan tedavi etmekten daha kolaydır. Egzama oluşmadan önlenmezse kronik, yani uzun süreli veya akut olabilir. Egzama durumunda ciltteki enfeksiyonlara karşı olan savunma zayıftır ve enfeksiyon halinde egzamada kolayca kötüleşme oluşabilir. Devamlı kullanıldığında cilt kuruluğunu ve tahrişleri önler, bebeğin cildini yumuşatarak, cildin nefes almasını sağlar Derinin dış yüzeyini kaplayarak sürekli nemli kalmasını sağlar. Cildin kurumasına engel olarak kızarıklık ve akabinde gelen kaşıntının oluşmasını önleyerek cildi enfeksiyonlara açık hale gelmekten korur. Yapay koku ve boya içermez. INCIA bebek ürünleri hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. Rengi de yine içeriğinde kullandığımız bitkisel yağların doğal renklerinden geliyor. Cildinizin florası ile uyumlu. Bazı bebek atopik krem jelin içinde raf ömrünü uzatabilmek için metilizotiazolinon, sodyum benzoat, potasyum sorbat vb katkı maddeleri kullanılmaktadır. Bu ve benzeri katkı maddeleri zamanla derinin doğal katmanına zarar vererek dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı cildi savunmasız hale getiriyor. INCIA Bebek Atopik Jel Kreminde hiçbir sentetik katkı maddesi kullanmadık. İçeriğindeki bitkisel yağların hepsini soğuk sıkım teknolojisi kullanarak ürettik ve %100 doğal arı balmumu kullandık. Bebek Atopik Jel Kremin cildin doğal yapısına uyumunu ve mikrobiyolojik açıdan uygunluğunu Bioarge Laboratuarları'nda test ettik. Yapay koku ve boyalar içermez. INCIA Bebek Atopik Jel Kremi hiçbir sentetik boyar ve koku maddesi içermez. SİZE DAHA FAZLASINI ANLATMAK İSTİYORUZ. (…) Bebeklerin hassas cildine özel çok kuru veya atopik ciltlere yönelik geliştirildi. INCIA BABY ATOPİK JEL KREM ürünümüzde Centella asiatica ekstresi bulunmaktadır. Centalla asiatica, yapısında bulunan triterpenoidler sayesinde cildin güçlenmesini sağlayarak hasarlı cilt yapısının iyileşmesini hızlandırır. Şiddetli ve tekrarlayan egzama belirtini minimum indirir. Güzel Haber: Egzamalı hastaların derilerinde Staphilococus Aureus bakteri kolonizasyonu sıklıkla gözlenir. INCIA BABY ATOPİ JEL KREM içeriğinde bulunan Centalla asiatica sayesinde bakteriyel çoğalmaya karşı savaşır, Staphylococcus aureus’un çoğalmasına karşı cilt arındırılır.”* ifadelerine,

*“Bebek Pişik Önleyici Krem Jel”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tamamen doğal bitkilerden elde edilen yağlarla ve Bioarge laboratuvarlarının patent korumalı buluşları ile üretilen INCIA Bebek Pişik Önleyici Krem Jel bebeğinizin doğal florası ile uyumludur. İçeriğindeki kantaron, aynısefa vb değerli yağlar ile pişik oluşumuna engel olarak bebeğinizin cildiniz korur. Bebeğinize bir iyilik yapın, Incia Bebek Pişik Önleyici Krem Jeli incelemek için birkaç dakikanızı ayırın. Pişiği oluşmadan önlemek, sonradan tedavi etmekten daha kolaydır. Devamlı kullanıldığında pişik oluşumunu ve tahrişleri önler, bebeğin cildini yumuşatarak, cildin nefes almasını sağlar. Dış etkenlere karşı koruma sağlar. Yapay koku ve boya içermez. (…) SİZE DAHA FAZLASINI ANLATMAK İSTİYORUZ Bebeklerde Pişik Oluşumunu Önlemeyi Nasıl Sağlıyoruz? INCIA BABY PİŞİK ÖNLEYİCİ JEL KREM içerisinde Centella asiatica ekstresi bulunmaktadır. Centalla asiatica, tahriş ve kızarıklığa neden olan faktörleri önleyerek iyileşmeyi hızlandırır. Cilt bariyerini onarır ve güçlendirir. Pişik oluşumunun sebeplerinden biri olan mantar enfeksiyonunu nasıl önlüyoruz? Pişik, Candida albicans adı verilen mantarın sebep olduğu bir durumdur. Bu mantar dışkı ve idrarın kimyasını çok sever. Bölgenin nemli ve ılık olması da mantarın çoğalması için iyi bir ortamdır. Candida albicans adlı mantarın sebep olduğu pişik, hem bebekler hem de anneler için oldukça rahatsız edici bir durum yaratıyor. INCIA BABY PİŞİK ÖNLEYİCİ JEL KREM içerisinde bulunan Hindistan Cevizi Yağının antifungal özelliğe ile mantar oluşumunu engeller. Klinik sonuçlarla kanıtlandı. KULLANAN ANNELERİN %92’si kızarıklığını geçirdiğini söyledi. 3-36 aylık bebekler üzerinde yapılan klinik araştırma sonucuna göre; Uygulaması kolaydı: %100\* Cildi anında besledi: %100\* Kızarıklığı önledi: %92\* Her bez değişiminde tahriş azaldı: %82\* \*Dermscan Laboratuvarları tarafından bağımsız olarak yürütülen klinik çalışma sonuçlarıdır.”* İfadelerine ve

*“Incia Cracked Skin Repair Natural Serum”* isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlarda; *“Kantaron yağının yara iyileştirici etkisi çatlak görünümünü hafifletir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.incia.com.tr](http://www.incia.com.tr/) adresli internet sitesinde birçok kozmetik ürün tanıtımlarına yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, bahsi geçen kozmetik ürünlere ilişkin ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda *“Bebek Atopik Jel Krem/Kuru Ciltler İçin Jel Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak yer verilen *“INCIA BABY ATOPİ JEL KREM içeriğinde bulunan Centalla asiatica sayesinde bakteriyel çoğalmaya karşı savaşır, Staphylococcus aureus’un çoğalmasına karşı cilt arındırılır.”* ifadeleri ile ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına rağmen bahsi geçen ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5,7/6 7/8-ç, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **Glohe Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret 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.

**17)**

**Dosya No: 2018/312**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Prima”* markalı bebek bezi ürünlerine ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Küçük yumruklarıyla büyük mücadele veriyorlar.”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Prima Prematüre Bebek Bezi”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam filminde; *“Dünyanın en küçük yumrukları ile hayatın en büyük mücadelesini veriyorlar. Bu mücadelede küçük kahramanların yanındayız. Prima. Hastanelere bağışlanan tek prematüre bebek bezi.”* yazılı ifadeleri ile *“Prima, prematüre bebek bezini hastanelere bağışlıyor. Siz de Carrefoursa’dan alacağınız her Prima paketi ile Elbebek Gülbebek Anne Bebek Fonuna bağış yapabilirsiniz.”* sesli ifadelerine ve prematüre bebeklerin hastane ortamındaki görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam filminde, prematüre bebeklerin ve ailelerinin hastane ortamındaki görüntülerine yer verilerek, erken doğmuş bebeklerin zor koşullar altında vermiş oldukları yaşam mücadelelerinin gösterilmesinin, tüketicilerin acıma duygularını istismar edici ve bu mücadeleyi kazanamamış prematüre bebeklerin ebeveynleri üzerinde travmatik etki yaratıcı mahiyette olduğu,

Diğer taraftan, bahsi geçen reklamlarda yer alan ifadeler ile söz konusu kampanya kapsamında; Prima markalı bebek bezini satın alacak tüketicilerin, prematüre bebek bezi bağışına katkı sağlayacakları mesajı verilmesine rağmen, kampanyanın CarrefourSa marketlerinden satın alınan her bir Prima bebek bezi ile El Bebek Gül Bebek Derneği’ne bağış yapılması şeklinde olduğu, diğer taraftan firmanızca üretilen prematüre bebek bezi ürünlerinin sadece dört farklı özel hastaneye bağışlandığı bilgisi verilmiş olmasına rağmen inceleme konusu reklam filminde yer alan ifade ve görüntülerden söz konusu ürünlerin prematüre bebek bakımı yapılan bütün hastanelere bağışlandığı izlenimi yaratıldığı, bu nedenle söz konusu reklamlarda yer alan ifade ve görüntülerin tüketicilerde anlam karışıklığına yol açtığı,

Dolayısıyla inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-ç, 5/1-h, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 18/1, 18/2, 24/1-h ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Procter&Gamble Tüketim Malları San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2018/536**

**Şikayet Edilen: Aliyar UZGENÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Youtube isimli video paylaşım sitesinin <https://www.youtube.com/watch?v=PzZ67eEYKu8> linkinde 2018 yılında yer alan *“Beş Vakit Namaz Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Youtube isimli video paylaşım sitesinin <https://www.youtube.com/watch?v=PzZ67eEYKu8> linkinde 2018 yılında yer alan *“Beş Vakit Namaz Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Beş vakit namaz kremi namaz kılmaya yardımcı masaj kremidir. Beş vakit namaz kremini ayakta zor şartlar altında çalışan kişilerin ve belli yaştan sonra eğilip kalkarken zorluk çekenlerin, rükuya eğilme ve secde anında dinlendirici bir şekilde ibadetlerini sağlayabilmelerine yardımcı olması için özel olarak hazırlanmıştır. Beş vakit namaz kremi kesinlikle alkol veya alkol bazlı herhangi bir kimyasal içermez. Helal ürün standartlarına uygun bitkisel yağlarla üretilmiştir. Beş vakit namaz kremi ilaç veya ağrı kremi değildir. Tedavi amaçlı üretilmemiştir. Bu masaj kremi, ayaklarımızı, bacaklarımızı, eklem yerlerimizi rahatlatarak dinlendirmek için üretilmiştir. Beş vakit namaz kremi gece yatmadan önce, ayak ve bacak bölgesine, eklem yerlerine ve namaz kılarken vücudunuzun neresini rahatlatmak, dinlendirmek istiyorsak o bölgeye masaj yaparak sürmemiz ve ürünü iyice yedirmemiz gereklidir. Hem o günün yorgunluğunu alacak, hem de bir sonraki gün kılacağımız namazlarda zorlanmadan çok kolay ve rahat namazımızı kılmamızı sağlayacaktır. Sabahtan akşama kadar işimiz gereği çalışıyoruz veya ayaktayız, vücudumuz yoruluyor, ayaklarımız yoruluyor, eğilip kalkarken zorlanıyoruz, bakın beş vakit namaz kılmaya yardımcı namaz kremini gece yatmadan kullanın, sonra sabah namazını kuşlar gibi rahat kılın, öğlen, ikindi, akşam ve teravih namazını hiç yorulmamış gibi rahat ve kolay bir şekilde kılın(…)Yaşlanmış veya ayakta çalışan kişilerin namaz kılmasını kolaylaştıracak beş vakit namaz kremi insanların gençliğindeki gibi rahat ibadet etmesine yardımcı olacaktır. Beş vakit namaz kılmak artık hiç kimseye zor gelmeyecek. Herkes kolay namaz kılmanın ve rahat ibadet etmenin huzurunu yaşayacaktır. Bu harika ürüne kargo dahil 39 liraya sahip olabilirsiniz.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Youtube isimli video paylaşım sitesinin <https://www.youtube.com/watch?v=PzZ67eEYKu8> linkinde *“Beş Vakit Namaz Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve tanıtımı yapılan kozmetik ürünün ayak, bacak, eklem yerleri gibi vücudun belli bölgelerindeki rahatsızlıklara iyi geleceği ve bu rahatsızlıklardan dolayı eğilip kalkmada zorlanan kişilerde rahatlama sağlayacağı yönündeki ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Namaz kılmaya yardımcı”*, *“Herkes kolay namaz kılmanın ve rahat ibadet etmenin huzurunu yaşayacaktır.”, “insanların gençliğindeki gibi rahat ibadet etmesine yardımcı olacaktır.”* gibi ifadelerin, tanıtımı yapılan ürünün satın alınmasını teşvik etmek amacıyla toplumun dini duygularını istismar edici olması nedeniyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Temel İlkeler” başlıklı 5 inci maddesinin *“(1) Reklamlar; (…) d) Dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme, istismar, önyargı veya ayrımcılık içeremez.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Son olarak, söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Beş vakit namaz kremi kesinlikle alkol veya alkol bazlı herhangi bir kimyasal içermez.”* ve *“Helal ürün standartlarına uygun bitkisel yağlarla üretilmiştir.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-d, 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, reklam veren **Aliyar UZGENÇ** 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.

**19)**

**Dosya No: 2018/1513**

**Şikayet Edilen: Özlem BAL-Neva İlaç Bitkisel Sağlık Ürünleri Medikal Gıda Kozmetik**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mujgan.co](http://www.mujgan.co/) ve [www.mujgankaskirpik.com](http://www.mujgankaskirpik.com/) adresli internet sitelerinde yer alan *“Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mujgan.co](http://www.mujgan.co/) adresli internet sitesinin 29.05.2018 tarihli görünümünde; *“Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“+%75 Dolgunluk. +%88 Uzunluk. Daha Sağlıklı, Daha Uzun, Daha Dolgun Kirpikler. Değişimi Anında Yaşa. Kirpiklerinizi besler, dolgun ve uzun bir görünüm almasına yardımcı olur. Kaş, kirpik dökülmesini engeller. Besleyici etkisi sayesinde kaşlarınızın güçlenmesini sağlar. Müjgan Kaş ve Kirpik serumu nedir? Daha uzun ve dolgun kirpiklere, gür ve biçimli kaşlara sahip olmanıza yardımcı olan %100 bitkisel bakım ürünüdür. Müjgan Kirpik Ne İşe Yarar? Kirpiklerinizi besler, dolgun bir görünüm almasına ve uzamasına yardımcı olur. Kaş ve kirpiklerinizi nemlendirerek hem canlı gür bir görünüm, hem de sağlıklı baz etkisiyle maskaranızın verdiği tahribatı engeller. Anti-ageing ve besleyici etkisi sayesinde yaşlanma sonucu seyrelen ve dökülen kaşlarınızın güçlenmesini destekler. Müjgan Kaş&Kirpik Serumu sabah akşam düzenli kullanımda daha dolgun ve uzun görünümlü kirpikler; daha sık ve kolay şekil alan kaşlara sahip olmanızı sağlar. 2 haftalık bir kullanım sürecinde kırılan, zayıflamış, yıpranmış ve dökülmüş kirpikleriniz yeniden şekil almaya, dolgun ve uzun ve bir görünüme kavuşacaktır. Zayıf ve şekilsiz kaşlarınız, biçimli ve parlak, gür bir görüntü alacaktır.%75 oranında dolgunluk, %88 oranında uzun kirpikler; biçimli sık ve kolay şekil alan kaşlar için Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu tam size göre!*

*Müjgan Kaş Ve Kirpik Serumu Etkileri. Kirpiklerinizi besler, dolgun bir görünüm almasına ve uzamasına yardımcı olur. Kaş ve kirpiklerinizi nemlendirerek, hem canlı gür bir görünüm, %100 doğal kök hücre yöntemi ile (REDENSYL) kaş ve kirpik oluşumunda süper etki. Kirpik perması, takma kirpik, maşa ve ipek kirpik uygulamaları sonucu seyrelen ve dökülen kaşlarınızın güçlenmesini destekler.*

*İçeriğinde Ne Yok? Sentetik yağlar, slikon, sentetik emülgatör, paraben ya da diğer sentetik koruyucuları içermez. Sıkça Sorulan Sorular? Neden Müjgan tercih etmeliyim? Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu %100 doğaldır. Daha önce denemiş olduğunuz bakım ürünlerinden en büyük farkı kök hücre (RE-DENSYL) ile istediğiniz görünüme 15 gün içerisinde kavuşacak olmanızdır. Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu ile ne kadar süre sonra sonuç alınır? Kullanımından 2 hafta sonra kirpik boyu ve yoğunluğunda gözle görülür bir etki göstermeye başlar. Yapılan klinik çalışmalarda 2 hafta gibi çok kısa bir sürenin sonunda, kullanıcıların kaş ve kirpiklerinde sıklık ve dolgunluk gözlenmiştir.(…)Müjgan Kaş ve Kirpik serumu güvenli midir? Evet güvenlidir. Müjgan dermotolojik olarak test edilmiştir, sağlık bakanlığı izni ve onayı ile üretilmektedir.(…)* *Müjgan Kaş ve Kirpik serumunu yaralı bölgelerde kullanabilir mi? Yaralı bölgedeki hücreler canlı ise müjgan hücre bölünmesini tetikleyip olumlu sonuç verecektir. (…) ”* ifadelerine,

[www.mujgankaskirpik.com](http://www.mujgankaskirpik.com/) adresli internet sitesinin 30.05.2018 tarihli görünümünde; *“Ne İşe Yarar? Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu Redensyl aktivatörü ile kirpik ve kaş kıl foleküllerindeki kök hücreleri uyararak kaş ve kirpiklerinizin güçlenmesini destekleyen yağsız bir serumdur. Kıl köklerini besleyerek kaş ve kirpiklerinizi canlandıran Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu aynı zamanda kaş ve kirpiklerinizin sağlıklı, parlak, dolgun ve biçimli görünmesini sağlar. Sürekli olarak kullanılan maskara, göz ve kaş kalemi zamanla kaş ve kirpiklerinizin yıpranma ve dökülmesine sebep olur. Protez kirpik dövme gibi işlemlerle zarar gören dokular, seyrelen kıllar yüzünden hayalini kurduğunuz bakışlardan uzaklaşırsınız. Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu makyaj altına uygulanabilen yağsız dokusu sayesinde sizi kusursuz makyajdan uzaklaştırmaz. Düzenli kullanımda maskara, protez kirpik, dövme gibi işlemlere ihtiyaç duymadan sizi istediğiniz kusursuz bakışlara sahip kılar.*

*KULLAN: PERFORMANS Yeni MUJGAN Kaş ve Kirpik Serumu kaş ve kirpiklerinizi yeniden yapılandırır. Böylece kaş ve kirpikleriniz pozitif, enerji kazanmış, sağlıklı daha uzun, daha hacimli ve daha dolgun bir görünüm kazanmış olur. İçeriğindeki REDENSYL ve bitki özleri sayesinde düzenli kullanımda kaş ve kirpiklerin beslenmesine yardımcı olur. REDENSYL en kuvvetli kök hücre aktivatörü ile kaş ve kirpiklerinizi yeniden yapılandırın. BÜYÜLEN: DENEYİM Harika görünmenin zevkini tadın. Biçimli sık ve harika görünümlü kaşlar için MUJGAN Kaş ve Kirpik serumu tam size göre... Avrupa’da 2014 yılında başarı ödülü almış REDENSYL kök hücre yöntemi ile yapılan klinik testlerde kıl oluşumu, dolgunluk ve hacim verdiği görülmüştür. DEĞİŞİMİ YAŞA:GÜÇ MÜJGAN'ın kaş ve kirpiklerinizde yarattığı değişime hayran kalacak; yeni görünüşünüze siz bile inanamayacaksınız. MÜJGAN sayesinde hayatınızdan takma kirpik, kaş kalemi, kaş dövmesi gibi kavramları çıkaracaksınız.*

*SIKÇA SORULAN SORULAR Neden Müjgan tercih etmeliyim? Müjgan kaş ve kirpik serumu doğaldır. Daha önce denemiş olduğunuz bakım ürünlerinden en büyük farkı kök hücre (REDENSYL) ile istediğiniz görünüme çok kısa sürede kavuşacak olmanızdır. (…) Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu ile ne kadar süre sonra sonuç alınır? Kullanımından yaklaşık 2 hafta sonra kirpik boyu ve yoğunluğunda gözle görülür bir etki göstermeye başlar. Yapılan klinik çalışmalarda çok kısa bir sürenin sonunda, kullanıcıların kaş ve kirpiklerinde sıklık ve dolgunluk gözlenmiştir. Ancak ürünün performansının, kişinin genetik ve hormonal yapısı, beslenme ve çevresel koşullar gibi iç ve dış etkenlere bağlı olduğu ve kişiden kişiye değişebileceği göz önüne alınmalıdır.(…) Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu güvenli midir? Evet güvenlidir. MUJGAN dermatolojik olarak test edilmiştir. (…)Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu ’nu yaralı bölgelerde kullanabilir mi? Yaralı bölgedeki hücreler canlı ise MUJGAN hücre bölünmesini tetikleyip olumlu sonuç verecektir, fakat hücreler ölmüş ise kök hücre tedavisi o hücrede sonuç göstermeyecektir.(…)*

<https://www.mujgankaskirpik.com/> internet adresinde yer alan videolarda:

*“Deniz Akkaya: (…) Bitkisel kök hücre tedavisi yapıyor. Bu çok önemli. Hemen altını çiziyorum: bitkisel kök hücre tedavisi yapıyor ve sadece ve sadece eczanelerde satılıyor…Sabah akşam ben bu ürünü kullanıyorum, yani bir onbeş gün falan oldu. Bu üründen sonra özellikle kaşlarımın arasındaki seyreklikler tamamen yok oldu,..”*

*“Hanife Gürdal: (…) Ben mevsim geçişlerinde kaş ve kirpiklerimde dökülme yaşıyorum ve bu sorunu yaşayan bir sürü insan tanıyorum. Hem sizi hem kendimi bu dertten kurtarmak için Müjgan’a merhaba deyin. Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu sayesinde bu derdimize son veriyoruz. Nasıl mı?İçerisinde bitkisel kök hücre tedavisi uygulandığı için 15 günde etkisini gösteriyor.Kısa sürede daha canlı daha sağlıklı kaş ve kirpikler için Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu öneriyorum. Sağlık Bakanlığı’ndan onaylı.”*

*“Ece Erken: (…) Şu sıralar çok güzel bir ürün elime geçti ,sizlerle paylaşıyorum. Müjgan Süper efekt; kaşlar, Kirpikler için şahane bir serum. Bu serumda kök hücre tedavisi uygulanmış, şu an tüm eczanelerde 15 gün süre içerisinde de yani 15 gün içerisine tedaviden sonuç alıyorsunuz.”*

*“Bircan İpek: Sadece eczanelerde satılan bitkisel bir dokunuş; 3 haftada gözlerinize inanamayacağınız kadar fark yaratıyor desem;”*

*“Hazal Babalik: Mükemmel bir kaş kirpik serumundan bahsedeceğim. Müjgan Kaş ve kirpik Serumu. Müjgan sadece eczanelerde satılıyor ,Sağlık Bakanlığı’ndan onaylı. Kirpiklerim kaşlarım dökülüyor çok seyrek..Ama Müjgan sayesinde artık güp gür. Bir ara benim kirpiklerim çok azdı; Müjgan sayesinde çoğaldı… kirpikleriniz uzamaya devam ediyor”.*

*“Hazal Ataberk: Sadece kök hücre tedavisi uygulanmıştır üzerinde. Sağlık Bakanlığı’ndan onaylı; sadece eczanelerde satılıyor, bizim için daha önemli eczanelerden aldığımız ürünler, çünkü daha sağlıklı, aynı zamanda 15 gün içerisinde sonuç gösteriyor, siz de güzel sağlıklı, dolgun kaşlara kirpiklere sahip olmak istiyorsanız benim tavsiyem Müjgan .”*

*“Nur Erkoç: Bu üründe bitkisel hücre tedavisi uygulanmıştır. Gidip kirpiklerinize kirpik taktırıp ya da kaşlarınıza dövme yaptırtıp gürleştirmenin artık sonuna geldik, hiç uğraşmayın. direkt bunu alın, 15 günde kesin sonuç veriyor.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mujgan.co](http://www.mujgan.co/) adresli internet sitesinin 29.05.2018 tarihli görünümünde ve [w](file:///\\ANKTICFS1\REKLAM\+REKLAM%20KURULLARI%20TÜM%20BELGELER+\R.K.%20TUTANAKLARI\w)ww[.mujgankaskirpik.com](http://www.mujgankaskirpik.com/) adresli internet sitesinin 30.05.2018 tarihli görünümünde <https://www.mujgankaskirpik.com/> internet adresinde yer alan videolarda *“Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu”* isimli kozmetik ürüne ilişkintanııtımlara yer verildiği, ancak, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, “Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu” isimli ürüne ilişkin olarak kullanılan *“bitkisel kök hücre tedavisi”* uyguladığı, *“daha gür”*, *“daha dolgun”,* *“daha sık”* kaş ve kirpik sağladığı, *“kıl oluşumu ve dolgunluk verdiğinin görüldüğü”*, *“kaş ve kirpik yoğunluğunu artırdığı”* gibi iddialarla, tanıtımı yapılan ürünün kök hücre tedavisi uygulayarak yeni kaş ve kirpik oluşumu sağladığını belirten ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda, “Müjgan Kaş ve Kirpik Serumu” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak yer alan;

- *“%75 oranında dolgunluk, %88 oranında uzun kirpikler.”,*

*- “* *%100 bitkisel/%100 doğaldır”,*

*- “Kullanımından 2 hafta sonra kirpik boyu ve yoğunluğunda gözle görülür bir etki göstermeye başlar. Yapılan klinik çalışmalarda 2 hafta gibi çok kısa bir sürenin sonunda, kullanıcıların kaş ve kirpiklerinde sıklık ve dolgunluk gözlenmiştir.”,*

*- “Müjgan dermotolojik olarak test edilmiştir.”,*

*- “Avrupa’da 2014 yılında başarı ödülü almış…”* iddialarının doğruluğuna ilişkin sunulan belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz olduğu,

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

Dolayısıyla, inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5,7/6 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, **Özlem BAL-Neva İlaç Bitkisel Sağlık Ürünleri Medikal Gıda Kozmetik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2018/1568**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Prima Külot Bez”* markalı bebek bezi ürününe yönelik olarak 2017 yılı içerisinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar ile söz konusu ürüne ait ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon-Ambalaj

**Tespitler:** *“Prima Külot Bez”* markalı bebek bezi ürününe yönelik muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde; *“Yatıyor, yuvarlanıyor, bir de emekleyip kaçıyorsa bez değiştirmek biraz zor olabilir. Artık Prima Külot Bez var. 360 derece esnek bel teknolojisi ile bebeğinizi sarar, külot gibi kolayca giydirilir ve 12 saate kadar kuruluk sağlar. Yerinde duramayan bebeklere kolayca giydirilen Prima Külot Bez.”* sesli ifadeleri ile *“Türkiye’de İlk 360 Derece Esnek Bel Teknolojisi”* ve *“12 saate kadar kuruluk”* yazılı ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, reklam filminde tanıtımı yapılan *“Prima Külot Bez”* markalı bebek bezi ürününe ilişkin ambalaj üzerinde de *“Türkiye’de İlk 360 Derece Esnek Bel Teknolojisi”* ve *“12 saate kadar kanıtlanmış kuruluk”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam filminde ve ambalaj üzerinde yer alan *“Türkiye’de İlk 360 Derece Esnek Bel Teknolojisi”* ifadesi ile söz konusu reklamın yayınlandığı dönemde piyasada yer alan bebek bezlerinin hiçbirinde, 360 derece bel çevresini saran ve esneklik sağlayan bir yapının bulunmadığı iddia edilmişse de ilgili dönemde piyasada söz konusu özelliklere sahip muadil bir ürün bulunduğunun anlaşıldığı, bu nedenle reklam filminde yer alan *“Türkiye’de İlk 360 Derece Esnek Bel Teknolojisi”* ifadesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklam filminde ve ambalaj üzerinde yer alan *“12 saate kadar kanıtlanmış kuruluk”* ifadesinin ispatına ilişkin olarak sunulan bağımsız laboratuvar sonuçlarının “12 saate kadar” ifadesini desteklemediği, diğer taraftan *“12 saate kadar”* iddiasını desteklemek üzere reklamın yayınlandığı tarihten sonra firmanıza Ar-Ge bölümünde gerçekleştirilen çalışmaların söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı, bu durumun aynı zamanda Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat Külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinin *“…sunulan raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır.”* hükmüne *aykırı* olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklam ve tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Procter&Gamble Tüketim Malları San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No:** **2017/1213**

**Şikayet Edilen: Nurs Lokman Hekim Gıda Tarım Bitki Ve Botanik Medikal San. Ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Çörek Otu Cilt Kremi”* isimli ürüne ilişkin olarak "Ort Osmaniyem Radyo Televizyonu" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** *“Çörek Otu Cilt Kremi”* isimli ürüne ilişkin olarak Ort Osmaniyem Radyo Televizyonu logosuyla yayın yapan televizyon kanalında, *“Dünyanın gelmiş geçmiş en hızlı gençleştirici kremi. Cilt kremimizi kullanan izleyenlerimiz var. Yüzündeki sivilcelerden, kırışıklıklardan, yara bere izleri, yanık izleri, izler, çizgiler, gözaltı torbaları, gözaltındaki morluklardan kurtulanlar var. Çillerden, lekelerden kurtulanlar var ne mutlu bize resimlerini atıyorlar. Egzama, sedef, mantar lekeleri vardı vücudumda bir şey kalmadı diyenler var. Ameliyat izleri, doğum izleri, dikiş izlerinden kurtulanlar var evet hele ki bu yaz mevsiminde çok işimize yaradı diyenler var. 3 senedir yüzümde bir sürü sivilce vardı, sivilce kalmadı diyenler var. İşte kırışıklıklar için aldım, kırışıklıklar gitti sonradan farkettim. Evet herkes çok mutlu. Yüzyılın mucize ürünü. Yaşlanmaya son, gözaltı torbasına son. Doğal kesin çözüm. Dünyada ilk ve tektir. Bakanlık onaylıdır. Çok da sağlıklıdır. %100 etki ve %100 para iade garantilidir.(…)kullanmadan önce yüzünüzün resmini çekin. Bakın kullanmaya başlayın, haftada 2-3 gün kullanın. Her hafta yüzünüzün bir tane resmini çekin. Günler geçtikçe o resimlere şöyle bir bakın. Ne kadar da cildinizin temizlendiğini, sivilce varsa gittiğini, kırışıklılar varsa gitmeye başladığını, yara, bere izleri varsa gitmeye başladığını, ne var ne yok nasıl gittiğini sizlerde göreceksiniz. Ürün garantilidir. (…) Sizi nasıl gençleştiriyor cilt olarak, nasıl tertemiz, pürüzsüz bir cilde sahip olacaksınız. O sivilceler, kırışıklıklar, yara, bere izleri, yanık izleri, kesik izleri, gözaltı torbaları, akne, sivilce, sivilce gider, geride bir tahribat bırakır. Bakın vücutta egzama, sedef, mantar lekeleri, ameliyat izleri, doğum lekeleri, doğum çatlakları, dikiş izleri varsa ne var ne yoksa kullanın efendim. Bizi arayın şunu söyleyin, ben size güvenerek çörek otu cilt kreminizi aldım. Deyin ki ben bunu kullandım yüzümde kırışıklık vardı sivilce vardı hepsi gitti ki gitmemesi imkansız gözaltı torbaları vardı, yara bere izleri, çizikler, izler, kesikler vardı, doğum lekeleri, akneler işte ne var ne yok lekeler, izler, çizikler hepsi gitti. Ama küçük küçük siyah noktalar vardı, bunlar gitmedi deyin efendim biz sizin paranızı kuruşu kuruşuna iade ederiz. Bize en çok şunu soruyorsunuz? Abi bu nasıl bir şey bunun içinde ne var? İmkansız bir krem bu kadar etkili olamaz. Bu kadar kısa zamanda sivilceleri yok edemez. Kırışıklıkları gideremez. Gözaltı torbalarını yok edemez. İzleri, çizikleri, sarı, siyah lekeleri, güneş lekeleri, ölü derileri bu kadar kısa zamanda işte temizleyemez. Ameliyat izleri, dikiş izleri bunları bu kadar kısa zamanda yok edemez. Bunun içinde ne var? Efendim bunun içinde bir şey yok, bunun içinde çörek otu var. Çörek otundan, çörek otu yağından yapılan bir kremdir bu. Ki çörek otunu zaten biliyorsunuz. (…)20-30 sene önceki resimlerime bakıyorum arada bir fark göremiyorum deyipte komşusu, akrabası görüp de şaşıranlar var.”*  ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ort Osmaniyem Radyo Televizyonu logosuyla yayın yapan televizyon kanalında 28.10.2016 tarihinde *“Çörek Otu Cilt Kremi”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu 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, 9.uncu, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nurs Lokman Hekim Gıda Tarım Bitki Ve Botanik Medikal San. Ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

**22)**

**Dosya No:** **2017/1367**

**Şikayet Edilen: İkizim Gıda Pazarlama İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ço-Pırr”* isimli ürüne ilişkin olarak "HEVİ TV" isimli televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** "Hevi TV" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında Ekim 2016 tarihinde *“Ço-Pırr”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ço-Pırr Mucize Set- Performans Arttırıcı-Bayan İstek Arttırıcı… İlk 39 Kişiye 1 Alana 1 Bedava-Ço-Pırr Efsane Geri Döndü-1 Kutu tablet 1 Kutu Bayan İstek Artırıcı Damla Hediye-Sahte ürünlere Kanmayınız-Şok fiyat 129 TL Değil, 119 TL Değil....39.90 TL+Kargo-%100 Bitkisel-3 günde iade garantili. Geciktirici, büyütücü, sertleştirici”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca söz konusu reklamlarda yer verilen ifade ve görüntülerin genel ahlak kurallarına aykırılık teşkil ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hevi TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında 28.10.2016 tarihinde *“Ço-Pırr”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ürünlerin cinsel performansı artıracağı yönünde tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca söz konusu reklamlarda yer verilen ifade ve görüntülerin genel ahlak kurallarına aykırılık teşkil ettiği,

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-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İkizim Gıda Pazarlama İnşaat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** 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.

**23)**

**Dosya No:** **2017/2413**

**Şikayet Edilen: Şükrü POLAT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.aloeverauyegirisi.com/> adresli internet sitesinde yer alan “LR Aloe Vera Düzenleyici Vücut Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağ yakımını hızlandırın”* ifadelerine, “Aleovera Sıkılaştırıcı Vücut Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sederma tarafından geliştirilen Legance® etken madde kompleksi, yağ dokusundaki enflamasyon ve su tutmayı azaltarak, bacaklardaki kan dolaşımını artırır ve rahatlama sağlar. 24 ve 27 gönüllünün katılımıyla, bir damar hastalıkları uzmanı gözetiminde gerçekleştirilen iki farkı çalışmada, Legance®’m bacaklarda ve ayak bileklerinde incelme, kılcal damarlarda azalma ve bacaklarda rahatlama sağladığı görülmüştür”* ifadelerine,

“Aleovera Sıkılaştırıcı Vücut Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Düzenli kullanımda karın bölgesinin incelmesine yardımcı olur.* *Sederma tarafından geliştirilen Intenslim® etken madde kompleksi, özellikle karın bölgesindeki yağ dokusunda incelme amacıyla üretilmiştir. Intenslim® ilk olarak, trans yağ asitleri yüzünden yağ dokusunda oluşan enflamasyonu azaltır. Aynı zamanda, organizmada yağların tahrip olmasında en önemli etkiye sahip desnutrin enziminin oluşumunu tetikleyerek yağ yakımını hızlandırır. Son olarak, yağ hücrelerinin eski şekillerine geri dönmesine yardımcı olan elastin sentezinin oluşumunu artırarak, yağ hücrelerinin yoğunluğunun azalmasını sağlar. İki ay süren bir çalışmada, karın çevresinde belirgin sonuçlar alınmıştır. Karın bölgesinde ortalama 99 cm ila 3.99 cm arasında incelme görülmüş, aşırı yağlanma büyük ölçüde azalmış ve karın bölgesi gözle görülür şekilde düzleşmiştir.”* ifadelerine,

“Propolis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Propolisin, çok eski yıllardan beri geleneksel tıpta çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanıldığı ve antimikrobiyal, antioksidan, antienflamatuar gibi biyolojik aktivitelere sahip olduğu birçok bilimsel çalışma ile gösterilmiştir. Aloe Vera hücre yenilenmesini hızlandırdığından, elinizde Consantrate olmadığı durumlarda Propolis Kremi tercih edebilirsiniz. Ama asıl güçlü antimikrobiyal özelliği yüzünden, Propolis kremi derin olmayan yaralarınızda, iltihap riskininin olduğu (tırnak batması, şeytan tırnağı vb), derinin kesildiği, çatladığı ve mikrop kapma olasılığının arttığı durumlarda koruyucu amaçla kullanabilirsiniz. Egzama yaralarında, nasır ve topuk çatlaklarında kullanım için de idealdir. Yara kapanmaya başladıktan ve mikrop kapma riski bittikten sonra, hızla iyileşmesi için artık daha yüksek oranda Aloe Vera içeren Consantrate’i kullanmaya başlayabilirsiniz”* ifadelerine*,*

“AleoVera Consantre Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aloe Vera Konsantre Jel‘în hafif cilt yanıkları, güneş yanığı, cilt tahrişleri veya kesik gibi ufak yaralanmalarda cildi yenileyici, rahatlatıcı, serinletici ve dinlendirici etkisi vardır”* ifadelerine,

“Aleovera Acil Durum Spreyi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güneş yanığı veya böcek sokmalarında, tahriş olmuş ciltlerde, hafif açık yaralanmalarda yatıştırıcı ve rahatlatıcı etkisi bulunmaktadır. Çarpma, düşme, şişme ve morarmalarda etkilidir. Propolis ekstresi anti bakteriyel, iltihap çözücü ve tedavi edicidir. Şamdan çiçeği ekstresi yaraların iyileşmesini hızlandırır ve cildin kan akışını düzenler. Civan perçemi ekstresi iltihap çözücü, yaraları iyileştirici ve yenileyicidir. Kekik ekstresi tonikleyici, antioksidatif ve temizleyicidir. Papatya ekstresi cildi rahatlatıcı, tonikleyici ve mikrop önleyicidir. Karahindiba kökü ekstresi tonikleyici, tazeleyici, yenileyicidir (epidermis). Okaliptüs yaprakları ekstresi tonikleyici, temizleyici ve uyarıcıdır. Çarkıfelek çiçeği ekstresi sakinleştirici, rahatlatıcı, koruyucu, radikalleri yakalayıcı, tahriş önleyici, anti-oksidatif ve temizleyicidir. Adaçayı ekstresi tonikleyici, temizleyici, uyarıcı, ant-oksidatif ve iltihap çözücüdür. Zencefil kökü ekstresi uyarıcı, iltihap çözücü ve kan akışını hızlandırıcıdır (lokal uygulanır). Sığır dili çiçeği ekstresi temizleyici, tonikleyici ve sıkılaştırıcıdır. Kırmızı sandal ağacı ekstresi serinletici, tonikleyici, enflamasyon ve alerji önleyicidir. % 100’ü cilt tahrişlerinin azaldığını onaylıyor. % 100’ü bu spreyin kaşıntıyı dindirdiğini onaylıyor. % 100’ü cildi rahatlattığını onaylıyor”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: <http://www.aloeverauyegirisi.com/> adresli internet sitesinin Temmuz 2017 tarihli görünümünde yukarıda adı geçen birçok kozmetik ürün tanıtımına yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde “Propolis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“antimikrobiyal”* ve “Aleovera Acil Durum Spreyi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“anti bakteriyel”* ifadelerine yer verilmek suretiyle, söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu fakat bahsi geçen ürünlerin Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**24)**

**Dosya No:** **2017/3842**

**Şikayet Edilen: Haks Hamzaoğlu Kimya San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://nurseharveys.com/> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** <http://nurseharveys.com/> adresli internet sitesinde yer alan “Nappy Happy Pişik Önleyici Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Pişik Tedavisi: İçerisinde bulunan Çinko Oksit, Alman Papatyası ve Sarı Kantaron Yağı ile oluşan pişiğin hızla iyileşmesini sağlar. Pişik Önleyici: Pro-Vitamin B5 ve Lanolin ile cilt üzerinde koruyucu tabaka oluşturur ve nem dengesini (pH) sağlar.* *Etil alkol içermez*” ifadelerine,

“Nasal Mix Antibakteriyel Yağ Karışımı”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Burun tıkanıklıklarının giderilmesi ve rahat nefes almaya yardımcıdır. Mentol içermez”* ifadelerine,

“Colex Bitkisel Şurup*”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 bitkiseldir. Alkol içermez. Şeker içermez. Aroma İçermez. Doğumdan itibaren kullanılabilir.”* ifadelerine,

“Nurse Harvey’s Gaz Giderici Damla” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 doğal. Koruyucu, şeker, tatlandırıcı, Aroma, alkol içermez. Bebeğinizin günlük ihtiyacına yardımcı A, E vitaminleri ve yeni Klinik çalışmaların sindirim sistemi gelişimine katkılarını ortaya koyduğu Koenzim Q10 içerir. Milano Üniversitesi tarafından geliştirilen patentli hiçbir katkı maddesi, şeker veya tatlandırıcı içermeyen formülü ile Nurse Harvey’s Gaz Giderici Damla son derece güvenli ve etkilidir. Zeytinyağının yüzyıllardır sindirim sistemi üzerinde bilinen faydalarını son yıllarda kolik ve gaz sorunlarının çözümünde güvenli ve etkili olduğu ortaya çıkan Simetikon birleşimi Nurse Harvey’s Gaz Giderici Damla”* ifadelerine,

“Colex Bitkisel Şurup*”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yeni formülü ile bitkisel gaz giderici şurubumuz kolik gaz, kabızlık kusma ve pamukçuk tedavisinde kullanılır.*” ifadelerine,

“İmuJet Bağışıklık Sistemini Güçlendirici Şurup” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Beta Glukan, Ekinezya, Propolis, C Vitamini, Çinko ve Kuşburnu içerir. Ekinezya: Soğuk algınlığı, grip ve diğer üst solunum yolları enfeksiyonlarının tedavisine destek sağlar. Propolis: Arıların kovanlarını bakteri ve mikroplardan korumak amaçlı toplanan reçinedir, güçlü bir antimikrobiyaldir. C Vitamini: Soğuk algınlığı ve grip hastalıklarına karşı direnç sağlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://nurseharveys.com/> adresli internet sitesinde yer alan “Nappy Happy Pişik Önleyici Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tanıtımı yapılan ürünün pişik tedavisi yapacağı yönünde tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadenin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, <http://nurseharveys.com/> adresli internet sitesinde yer alan “Nappy Happy Pişik Önleyici Krem” ,“Nasal Mix Antibakteriyel Yağ Karışımı” “Colex Bitkisel Şurup*”* “Nurse Harvey’s Gaz Giderici Damla” isimli ürüne ilişkin ispata muhtaç ifadelerin ispatlanmadığı,

Ayrıca <http://nurseharveys.com/> adresli internet sitesinde yer alan “Colex Bitkisel Şurup*" ve* “İmuJet Bağışıklık Sistemini Güçlendirici Şurup” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğinde olan söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe “hastalık” olarak tanımlanan ve doktor kontrolünde tedavi edilmesi gereken sağlık problemlerini tedavi ettiği izlenimi uyandırdığı,

Son olarak,“Nasal Mix Antibakteriyel Yağ Karışımı”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan*“Antibakteriyel özelliği sayesinde havada bulunan ve enfeksiyonlara yol açan mikropların arındırılmasını sağlar.”*ifadesi ile söz konusu ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, fakat bahsi geçen ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Haks Hamzaoğlu Kimya 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.

**25)**

**Dosya No:** **2017/4299**

**Şikayet Edilen: P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Oral B Şarjlı Diş Fırçası”*isimli ürüne ilişkin olarak firmaya ait Youtube sayfasında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait Youtube sayfasında “Cross Action Teknolojisiyle Tanışın” ile “Oral-B Şarjlı Diş Fırçası İle İşin Eksperi Olun”başlıklı videolarda ve muhtelif televizyon kanallarında *“Oral B Şarjlı Diş Fırçası”*isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Manuel diş fırçaları diş plağının neredeyse yarısını ağzınızda bırakabilir. Bu nedenle eşsiz 3 boyutlu titreşim teknolojisi kullanan Oral-B şarjlı diş fırçasıyla Türkiye'deki yüz binlerce kişi işin eksperi olun. Farkı hissedecek ve bir daha manuel diş fırçası kullanmak istemeyeceksiniz. Oral B eşsiz üç boyutlu titreşim hareketiyle plak tabakasını parçalar ve yok eder. Sıradan diş fırçalarına göre Oral B %100’ e kadar daha fazla plak yok eder. Oral B dünyada diş hekimlerinin 1 numaralı tavsiyesi.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Youtube sayfasında Kasım-Aralık 2017 tarihlerinde “Cross Action Teknolojisiyle Tanışın” ile “Oral-B Şarjlı Diş Fırçası İle İşin Eksperi Olun” başlıklı videolarda ve muhtelif televizyon kanallarında *“Oral B Şarjlı Diş Fırçası”*isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile genel diş sağlığı açısından kullanılması önem arz eden diş fırçalarından manuel diş fırçalarının kullanımına ilişkin olumsuz mesaj verildiği, bu nedenle söz konusu reklamların kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu, diğer taraftan manuel diş fırçaları periodontal açıdan diş temizliği sağlamada yeterli olmasına rağmen söz konusu ifadeler ile manuel diş fırçalarının kötülendiği,

Ayrıca söz konusu reklam filminde yer alan; “*Oral B eşsiz üç boyutlu titreşim hareketiyle plak tabakasını parçalar ve yok eder. Sıradan diş fırçalarına göre Oral B %100’ e kadar daha fazla plak yok eder.*” şeklindeki ifadeler ve görüntüler ile tanıtımı yapılan diş fırçasının diş plağının neredeyse tamamını yok ettiği izlenimi yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**26)**

**Dosya No:** **2017/5005**

**Şikayet Edilen: Fark Kozmetik Sanayi Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sinoz.com.tr](http://www.sinoz.com.tr/) adresli internet sitesinde yer alan “Sinoz Leke Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güneş lekeleri, sivilce izleri ve yaşlılık lekelerine… Birçok insanın ortak sorunu olan güneş lekeleri, ciltteki ton farklılıkları, sivilce izleri ve yaşlılık lekelerinden kurtularak pürüzsüz, ipeksi ve tek renk cilde sahip olmak için, kendini tüm dünyada ispatlamış olan Sinoz Leke Kremi doğru seçim… Pürüzsüz, ipeksi ve tek renk cilde sahip olmak için, kendini tüm dünyada ispatlamış olan Sinoz Leke Kremi doğru seçim… 10 yıldır cilt bakımına önem veren yüz binlerce kadın ve erkeğin ilk tercihi olmayı başaran ve Tüketici Kalite Ödülüne sahip tek leke kremi olan Sinoz Leke Kremi, %100 bitkisel aktiflerle formüle edilmiş olup, güvenilir ve tüm cilt tipleri için**uygundur.”* ifadelerine,

“Sinoz Mavi Anemon Çiçeği Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mavi Anemon Kremi****…*** *sarkmalara.”* ifadelerine*,*

*“*Sinoz Göz Çevresi Bakım Kremi”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Göz altı morlukları, kaz ayakları ve sarkmalara… Sinoz Göz Çevresi Bakım Kremi, içeriğindeki bitkisel aktifler ve kusursuz formülü sayesinde göz çevresinin ihtiyacı olan bakımı ona vererek morluk, torbalanma ve kırışıklık gibi sağlıksız görünümlerin giderilmesini sağlayabilir.”* ifadelerine,

“Sinoz Beyazlatıcı Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sinoz Beyazlatıcı Krem, koltuk altı, diz-dirsek ve bikini bölgesindeki kararmalara…* *Sinoz Beyazlatıcı krem hormonal değişiklikler, aşırı sürtünme ve bakterilerin yanı sıra, epilasyon, ağda, sir gibi tüyleri gidermekte kullanılan yöntemler nedeniyle meydana gelen koltuk, diz, dirsek ve bikini bölgesi kararmalarının giderilmesini sağlayabilir.”* ifadelerine,

“Sinoz Yüz Temizleme Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;*“Sinoz Yüz Temizleme Jeli, Ciltteki bakteri oluşumunu durdurarak sivilce oluşumunu engellemeye yardımcı olan**jel, salatalık özü sayesinde cilde bakım yapar, nemlendirir ve korur. Kızarıklık ve pul pul dökülme gibi yan etkiler yapmayan Sinoz Yüz Temizleme Jeli, tüm cilt tipleri için uygundur...*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sinoz.com.tr](http://www.sinoz.com.tr/) adresli internet sitesinin Mart 2018 tarihli görünümünde yer alan “Sinoz Leke Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlara yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte [www.sinoz.com.tr](http://www.sinoz.com.tr/) adresli internet sitesinde “Sinoz Leke Kremi” ve*“*Sinoz Göz Çevresi Bakım Kremi” ve “Sinoz Yüz Temizleme Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen ispatat muhtaç ifadelerin ispatlanmadığı,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde “Sinoz Yüz Temizleme Jeli” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ciltteki bakteri oluşumunu durdurarak…”* ifadelerine yer verilmek suretiyle, söz konusu ürünlerin biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulduğu, fakat bahsi geçen ürünlerin Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,

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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

Hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No:** **2018/1127**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Garnier Micellar Kusursuz Makyaj Temizleme Suyu" isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** *“Garnier Micellar Kusursuz Makyaj Temizleme Suyu”* isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda yer alan; *“Tek adımda tüm makyajı ve kiri mıknatıs gibi çeker. Üstelik ovalamadan tek pamukla bile uzun süre kalıcı cilt makyajının %97’sini çıkarır. Tek pamuk= Makyajın %97’si\*. Garnier Micellar Türkiye’nin bir numarası\*\* \*Uzun süre yüzde kalan fondötenin tek bir pamukla temizlenmesi sonucu enstrümantal test, 20 kadın. \*\* Nielsen’in Aralık 2016-2017 arasındaki yüz bakım kategorisi perakende verileri.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Garnier Micellar Kusursuz Makyaj Temizleme Suyu”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**28)**

**Dosya No: 2017/2818**

**Şikayet Edilen:** **Şükrü YAZAR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.drsukruyazar.com/> adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada *“Cerrahi Felsefem; Hem estetik, hem rekonstrüktif (onarım) cerrahiye hakim olmak az sayıda plastik cerrahın sahip olduğu bir ayrıcalıktır. Bu ayrıcalık, zaman içinde cerrahi uygulamalarıma yaratıcı bir bakış açısı ve derinlik kazandırdı. Bana göre cerrahi ; zor ve karmaşık vakalarda, insan dokusuna şekil verirken elde ettiğim başarılı sonuçlar sayesinde, yıllar içinde kazandığım ustalıktır, hünerdir, sanattır… Elde ettiğim başarılı estetik sonuçlar, bu sanatsal ustalık ve hüner sayesinde mümkün olmaktadır.”* şeklinde ifadeler ile,

*“Botoks”* ve *“Dolgu Enjeksiyonu”* gibi başlıklar altında şahsınız tarafından uygulanan tıbbi işlemlere yönelik uygulama görüntülerine yer verilerek talep yaratıldığı,

[www.instagram.com/drsukruyazar/](http://www.instagram.com/drsukruyazar/) adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde; *“Tek seansta form kazan. Genetik faktörler, hareketsizlik, sağlıksız beslenme, stres gibi faktörlerin tetiklediği fazla kilolar, bölgesel yağlanmalar ve selülitlerden Lazer Lipoliz ile kurtulmak mümkün. Etkili bir vücut şekillendirme yöntemi olan Lazer Lipoliz ile yağ hücreleri tek seansta parçalanır, selülitler giderilerek vücuda istenen form kazandırılır. Zamanın etkilerini Botoks ile silin.* *Botoks işlemiyle zamanın neden olduğu yorgun, mutsuz ve istenmeyen ifadelerinizi silip daha canlı bir görünüme kavuşabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.drsukruyazar.com](http://www.drsukruyazar.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 olduğuna**,**

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

**29)**

**Dosya No: 2017/2007**

**Şikayet Edilen: Erol TANGUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://buyubozma.com/> ve <https://www.youtube.com/user/sayikeroltangut/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://buyubozma.com/> adresli internet sitesinin 11.01.2018 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Erol TANGUT… Türkiye Ruhsal Tedavi ve Danışmanlık Merkezi… Sihir, Büyü, Cin ve Şeytan musallatı Türkiye; Spiritualist Metafizik Araştırma ve Danışmanlık hizmetleri İslam-i Araştırma Danışmanlık ve Tedavi Sitesi. Metafizik-parapsikolojik-büyü-sihir-cin-musallat kaynaklı olduğuna inandığınız fiziksel ve ruhsal rahatsızlık veren negatif enerjiler ile metafizik boyuttaki varlıklar ile ilgili yaşanan sorunlarınızdan kurtulma amaçlı danışmanlık araştırma ve biyoterapi hizmet sitesine hoşgeldiniz… Sara, emes, kısmi felçler, şizofren, delilik, korku, şüphecilik vesvese, takıntı, uykusuzluk, karabasan, depresyon, panik atak, islam’i görevleri yapamamak vb tıbben çözüm bulunamayan birçok ruhsal sorun ve sıkıntılarda ( kişide fiziksel bir hasar sonucu meydana gelen bir rahatsızlık olmamalıdır) alternatif tıbbın islami araştırma, rehberlik, danışmanlık, biyoterapi, bitkiterapi ve spirütual uygulamalarında Türkiye’nin en doğru adresindesiniz… Bu site islamiyette kesin olarak yasak olan büyünün ve büyü yada çeşitli nedenler ile insana musallat olan ve insan yaşamını fiziksel ve ruhsal olarak içinden çıkılamayacak şekilde sorunlara iten negatif enerjiler kavramına bir delil ve açıklık getirmek ve kesin tedavi ve sonuç için kurulmuştur.”,*

“Büyü Belirtileri” başlığı altında; “*Büyü ve Musallat Belirtileri. Negatif Enerjiler. Negatif Enerjilerin(Büyü,Cin ve Musallat) Belirtileri. 1.Derecede Belirtile: a-Bayılma(Bayılan kişi yanındakileri duyar ama konuşamaz ), b-Baş ağrısı(beyni uyuşturan ilaçlar hariç ağrıyı ilaç geçirmez), c-Hayata ümitsiz bakmak ve intiharı denemek, d-Gaipten sesler duymak ve o sesle karşılıklı konuşmak, e- Başkalarının göremediği görüntüler görmek, f-İslami yaşayamamak veya yaşamakta zorlanmak, g-korkunç rüya ve kabuslar görmek, h- Tıbben anlaşılamayan çeşitli cinsel sorunlar yaşamak, I-Vücudunda bir şeylerin gezdiğini hissetmek, İ- Kenar uçlardaki ağrı ve sancılar (omuz, başın gerisi, sırtın sonu), J-Yalnızlığı sevmek, inzivaya çekilmek, K-Tuvalette uzun süre kalmak, orada kendi kendine konuşmak, L-Saçların aşırı dökülmesi (özellikle kadınlarda), M-Rüyada kan veya su gölü üzerinde yürüdüğünü görmek, N-Uykuda sık sık ihtilam olmak, P-Rüyasinda kedi, köpek, fare, kurt, yilan gibi varliklar görmek, R- Garip insanlar görür. Örnegin, siyah çok kisa veya uzun boylu gibi, S- Uykuda sebepsiz boğulma, dehşet, korku, ürperti ve hüzün, Ş-Uykuda kendisiyle cinsel ilişki kuran veya kurmak isteyen birisini görmek veya tehdit edilmek, T-Kendisini kabristan (mezarlık) ortamında, pis yerlerde, korkunç yerlerde görmek, U-Uykuda dişlerini sıkmak, ağlamak, çığlık atmak, 2. Derecede Belirtiler: A-Enseden gelen bir baş ağrısı ve el ve ayaklarda karıncalanma tarzında uyuşmalar ve bazı uzuvlarda geçici felçlere neden olabilir, B-Gereksiz ve çabuk sinirlenme ve sinirin çabuk geçmesi, C-Yaşamına hedef çizmeye zorlanma, intihar düşüncesi ve büyük günahlara sürüklenmek, D-Rüyalarında korku ve titreyerek uyanma, E-Dalgınlık ve uykusuzluk ve uyandığında dinlenmiş olarak kalkamamak, F-Hayatındaki çoğu şeyin olumsuz seyretmeye başlaması(özellikle ev içerisinde huzursuzluk), G-Vücut organlarının herhangi birinde tıbben çözülemeyen ağrı ve rahatsızlıklar hissetmek. H-Kadınların adetlerindeki dengesizlikle (tıbbi olmayan). Tıbben çocuklarının olmaması için hiçbir sebep bulunmaması, sebepsiz kısırlık, I- Kadın veya erkeğin cinsel ilişkiden soğukluk veya sıkıntı duyması, İ-Kişinin aniden esinden, çocuklarından ve evden nefret etmesi veya sıkılması, J-Sebepsiz yere şiddetli ağlamak, gülmek veya sinirlenmek, hiddetlenmek veya gazaplanmak, K-İbadet, zikir ve Kur’an okumada zorlanmak, L-Beş vakit namazı istediği halde kılmamak, M-Yüksek yerden düşüyormuş gibi rüyalar görmek, N-Uykuda parmaklarını ısırmak, P-Uykuda dişlerini gıcırdatmak, 3. Derecede Belirtiler: A-Uykusuzluk sorunu yaşamak, B-Hayattan lezzet alamamak, C-Kararsızlık ve çift kişilik taşırcasına yaptığından çabuk pişman olmak, D-Kapalı alanlardan çabuk sıkılmak ve göğsünde nefes daralmaları hissetmek, E-Zina ve içkiye meyletmek, F-İslam dan uzaklaşmaya başlamak, G- Mesela erkek veya kiz evladın nişanlanamaması veyahut evlenememesi, kabul-ret arasında gidip gelmesi gibi…”* gibi ifadelere ve “Videolar” başlığı altında benzer ifade ve görüntülere yer verildiği,

[https://www.youtube.com/user/sayikeroltangut/](https://www.youtube.com/user/sayikeroltangut/about) adresli internet sitesinin 11.01.2018 tarihli görünümünde benzer ifade ve görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte, bu hastalık ve rahatsızlıkların “sihir, büyü, cin ve şeytan musallatı” gibi nedenlerle meydana geldiği iddia edilerek bahsi geçen hastalıkların bilimsellikten uzak, tıp literatüründe kabulü mümkün olmayan yöntemlerle çözüldüğü izleniminin yaratıldığı ve bu suretle tüketicilerin yanıltıldığı, toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı,

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

dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b, 5/ç, 5/g, 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 26, 27 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erol TANGUT** 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2017/2201**

**Şikayet Edilen:** **Clinic Life Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Açılışa Özel Dev Kampanya”, “4 Mevsim Bakım*” ibareli broşürlerde ve [www.facebook.com/pg/lazerepilasyoncliniclife](http://www.facebook.com/pg/lazerepilasyoncliniclife) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Açılışa Özel Dev Kampanya”* ibareli broşürlerde; “*Koltukaltı epilasyon. Bitene kadar. ~~350TL~~ 99,90TL, Komple Sonuç ~~2900TL~~, 899TL, Q Switch ND Yag Laser Dövme Silme. Garantili.” “4 Mevsim Bakım”* ibareli broşürlerde; *“5 Seans Kırışıklık Tedavi + Radyo Frekans + Mezoterapi 249,90TL… 2 Seans Kimyasal Peeling… 149,90TL…”* ,

-[www.facebook.com/pg/lazerepilasyoncliniclife](http://www.facebook.com/pg/lazerepilasyoncliniclife) adresli internet sitesinin 08.01.2018 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Saçlarım dökülüyor diye üzülmeyin! Saç mezoterapisi ile dökülen saçlarınıza yeniden kavuşma imkanını Clinic Life size tekrardan sunuyor!... doğal dolgu yıllık dolgularda açılışa özel kampanya… lazer epilasyon (Alexandrite Lazer) Koltukaltı 10 seans + 1 seans cilt bakımı 500TL yerine sadece 100TL… Buz başlık son sistem epilasyon…”*

şeklinde tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere ve fiyat bilgisine yer verildiği ve kuruluşun isminin “Clinic Life Güzellik & Yaşam Merkezi” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda, 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 “Clinic Life Güzellik & Yaşam Merkezi” olarak belirtildiği, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, anılan kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet anılan kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyl, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2017/4227**

**Şikayet Edilen: Zarinna Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.zarinnaestetik.com](http://www.zarinnaestetik.com/) ve [www.instagram.com/zarinna\_estetik](http://www.instagram.com/zarinna_estetik) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2018, 24.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.zarinnaestetik.com](http://www.zarinnaestetik.com/) adresli internet sitesinin 20.04.2018 ve 24.04.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Saç Mezoterapisi, Lazer Epilasyon, Örümcek Ağı Tedavisi, Prp”,* “Yüz Bakım Hizmetleri” başlığı altında; *“Örümcek Ağı Tedavisi. Ameliyatsız yüz germe işlemi aynı zamanda Ultra V Lift diye de bilinen, çok daha doğal görünen sonuçlar yaratan düz ya da kılçıklı ameliyat iplikleri kullanılarak yapılan germe tekniğidir. Aynı zamanda Kontür Lifti, Siluet Lifti, Rus ipi, Anti-ptos İp Lifti, Örümcek Ağı Estetiği olarak da bilinir. Ameliyatsız yüz asma işlemi ise kılçıklı ve daha kalın iplerin kanül yardımıyla sarkan bölgelere yerleştirilerek askıya alınması yöntemidir. Örümcek Ağı Estetiğinin Etkileri. Örümcek ağı estetiği, daha güvenli ve çabuk sonuçlar görebileceğiniz, özellikle sarkan yanak ve çene görüntüsü için oldukça etkili bir yöntemdir. Bu işlemde elastikiyeti kaybolmuş bölgeleri tekrardan eski pozisyonuna getirmek için alerji yapmayan PDO ameliyat iplikleri kullanılır. Cildin altına minimal düzeyde girilen bu işlem sayesinde çok yoğun hazırlık ve uzun süren açık ameliyatlara göre daha uygun fiyata daha güvenli sonuçlar alınır ve bu sonuçlar yaklaşık 2 yıl kadar dayanır. Aynı zamanda hastanın işlem sonrasında günlük aktivitelerine dönmesi çok daha kısa sürmektedir. Ameliyata ihtiyacı ortadan kaldıran bu iple yüz germe işlemi (örümcek ağı estetiği), son dönemde basın tarafından da oldukça ilgi görmektedir. Popülerliği arttıkça uygulayan sayısı artan bu işlemin ancak, işinin ehli kişilerce yapılmasını tavsiye ediyoruz. Örümcek ağı iple yüz germe tekniği, çok kısa bir iyileşme sürecine sahip ve bazı doktorlar bu yüzden bu işlemi öğle-arası-lifti veya hafta sonu lifti olarak adlandırmakta, çünkü yalnızca 30 dakika içinde işlem tamamlanabiliyor… Göz Altı Işık Dolgusu: Özel olarak geliştirilen göz altı ışık dolgusu Redensity II, gözaltı şişlik ve morluk problemi çözümüne tek seferde yardımcı olan ilk ve tek dolgu ürünü olma özelliğine sahip… Çökmüş gözaltları birçok kadının “erkeğin” estetik sorunlarının başında ama artık özel olarak geliştirilen Redensity II gözaltı ışık dolgusu yöntemi etkili olabiliyor. Gözaltı şişlik ve morluk problemlerini giderilmesine ve cildin uzun süreli yeniden yapılandırılmasına tek seferde yardımcı olan ilk ve tek dolgu ürünü olma özelliğine sahip olan gözaltı ışık dolgusu Redensity II, yaşlanma nedeniyle artan gözaltı problemlerine ciddi bir çözüm sunuyor. Zarinna Estetik, 30’lu yaşlardan itibaren, 2 kadından biri 1’i göz halkaları için endişelenmekte. Her iki kişiden birinin yaşadığı gözaltı torbalanması ve morluğunun nedeni genetiktir. Alerjik reaksiyonlar, alkollü içecekler; yatış pozisyonu veya uyku düzensizliklerinin, bu durumu artırıcı unsurlar. “Göz bölgemiz her yöne kolayca gidebilen özel bir yağla çevrilidir ve ‘septum’ adı verilen doğal bir bariyer sayesinde konumunu korur. Septum, genetik nedenlerle ve yaşa bağlı bir artışla, yağ torbası tarafından ileri doğru itilir. Yaşımız ilerledikçe yüzümüzün kemik yapısı inceldiğinden, kemik de doğal olarak bu durumda geriye doğru hareket eder. Bunun sonucunda da göz bölgemizin altında bir boşluk oluşur. Boşluk milimetrik bile olsa, içindeki gölgeler nedeniyle çok daha derin ve koyu algılanabiliyor.” Bakışınız Yüzünüzü Aydınlatıyor. Gözaltındaki halkalar nedeniyle, fazla kırışığı olmayan genç bir kadın bile olduğundan çok daha yaşlı ve yorgun görünebiliyor. Bugüne kadar tek işlemle tüm bu sorunları kapsayabilecek bir çözüm bulunamadı, yeni geliştirilen bazı yöntemlerle bu şikâyetlerin üstesinden gelmenin mümkün oldu ve bunlardan birinin de ışık dolgusu oldu. Redensity 2 gözaltı ışık dolgusuhyaluranik ait içermekle birlikte çapraz bağları değiştirilerek aynı zamanda çapraz bağsız bir hyaluranik asit maddeside içerir. Bu sayede ışık dolgusu verildiği alana homojen bir şekilde yayılarak etkisini gösterir. Gözaltı ışık dolgusu işlemi, gözaltına aydınlık verdiği için ışık dolgusu olarak anılsa da, aslında temel olarak çok az miktarda özel bir hyalüronik asit formülünün, çok çok ince iğnelerle gözaltına enjekte edilmesi şeklinde uygulanıyor. Gözaltı ışık dolgusuyla; yanak ve gözaltları arasındaki oluklar, çöküklükler, alt göz kapağındaki torbalanmalar başarıyla tedavi edilebilirken, içeriğinde protein, vitamin, aminoasit, antioksidanlar sayesinde gözaltı morluklarında da belirgin bir azalma sağlanmaktadır… Botoks: Botoks nedir? Latince adı Clostridium botulinum olan bakterinin salgıladığı toksinin, laboratuar koşullarında işlenerek insan için tedavi edici hale getirilmiş şekline botoks diyoruz. Botoks’un aslını bilmeyen bir kişinin, medya aracılığıyla botoksun yılan zehri olduğuna dair yanlış bilgi vermesinden dolayı, bir çok kişi botoks’un yılan zehri olduğunu zannediyor. Botoks, aslında bir bakteri toksinidir, yılan zehri ile de hiçbir ilgisi de yoktur. Botoks, tüm dünyada amaç ve sonuçları öğrenildikçe kullanımı artan, en kolay ve en hızlı kırışıklık yok etme yöntemi olarak biliniyor. Aynı zamanda kırışıklıklar yerleşmeden uygulanan botox uygulaması ileriki yaşlarda avantaj oluyor. Kısa bir zaman öncesine kadar pek çok nörolojik hastalığın tedavisinde kullanılan botoks, son yıllarda estetik amacıyla yoğun bir şekilde kullanılıyor… Dudak ve Yanak Dolgusu: Dudak ve Yanak Dolgunlaştırma Nasıl Yapılır? Son yıllarda dolgu maddeleri giderek yüz estetiğinde önem kazanmıştır. Dolgu maddesi olarak pek çok farklı molekül ortaya konmuş ancak bir kısmı yüksek alerji riski yada geç granülomların gelişebilmesi gibi yan etkileri yüzünden gözden düşmüştür. Hyalüronik asit tüm dünyada giderek popülaritesi artan etkin ve şu an için en güvenli dolgu maddesidir. Bu doldu maddesi dudaklara hacim ve dolgunluk verirken ağız ve burun çevresindeki kırışıklarda çok etkili olabilmektedir. Hyalüronik asit kırışıklık hattına ya da dudaklara ince bir iğne yardımıyla küçük miktarlarda enjekte edilir. Uygulama uzun süre kalıcıdır. Alerji riski çok düşüktür… Mezoterapi: Mezoterapi, klasik farmakolojik ya da homeopatik ilaçların, vitaminlerin, minerallerin, aminoasitlerin, enzimlerin bir kokteyl halinde ufak miktarlar ile derinin orta tabakasına (mezoderm) ağrısız enjekte etme yöntemidir. İlk kez 1987’de Fransız Tıp Akademisi tarafından geleneksel tıbbın bir parçası olarak kabul edilmiştir. Mezoterapide, tedavi edilecek bölgeye etken madde intra dermal enjeksiyonla direk olarak verilir. Amaca uygun olarak seçilen ilaç karışımları bölgesel olarak, küçük dozlarda özel iğneler kullanılarak özel bir teknikle verildiğinde derinin orta tabakasında bulunan kılcal damar uçlarına ulaşan ilaç hızla etkisini gösterir. Bu yöntemin diğer tedavilerine üstünlüğü ilaçların küçük dozlarda bölgesel kullanılması, yan etki riskinin önemsiz sayılabilecek kadar az olması, sonuçların hızlı ve tekili olmasıdır. Mezoterapi, uzun zamandan beri estetik tıpta en sık talep konusu olan lipodistrofi veya selülit konusunda en seçkin tedavi biçimini oluşturmaktadır. Sellülit dışında estetikte bölgesel yağ fazlalıklarının eritilmesinde, yüz gençleştirme çalışmalarında, saç dökülmesi tedavilerinde kullanılır. Estetik dışında romatoloji, dolaşım problemleri (varis, varis ülserleri), migren, spor hekimliği gibi dallarda da kullanılmaktadır. Sellülit Ve Bölgesel Zayıflama Mezoterapisi. Uygulama düşünülen bölgelere yani bacak, karın, kalça, diz çevresi, mide, yan, sırt, kol, çene altı gibi bölgelere ince uçlu bir iğne ile enjekte edilir. Bu ilaçlar o bölgedeki yağ hücrelerini, yağ yakım metabolizmasını etkileyip yağ yıkımını ve kan dolaşımını arttırır. Seanslara düzenli bir şekilde devam edildiğinde bölgedeki selülitlerde azalma, yok olma, istenilen bölgede (kişinin probleminin yoğunluğuna göre) 5-15 cm arasında hızlı incelme ( normalden daha çabuk incelme) ve zayıflama meydana gelir. Kişide genel kilo problemi mevcutsa mezoterapi ile birlikte diyet verilir. Diyet verilmeden önce kişinin boy, kilo ve vücut ölçüleri (yağ, kas) alınır. Kişinin kilo almasına neden olan herhangi bir etken varsa araştırılır, altta yatan bir neden olup olmadığı sorgulanır. Kişinin bazal metabolizması, günlük aktiviteleri ve alternatif yemek biçimleri göz önüne alınarak kişiye özel diyet programı hazırlanır. Kas kaybına neden olmadan düzenli ve sağlıklı beslenme tarzı ile protein, karbonhidrat, lif, yağ, vitamin ve mineralden zengin diyet sayesinde ayda 5-8 kilo arasında kilo kaybı ile birlikte incelme genel vücut kontürüne de yayılmış olur. Enjekte edilen ilaçlar cilt altı yağ çözücüler (damar üzerindeki basıncı ortadan kaldırır), kan dolaşımını düzenleyiciler, ödem geçiriciler bu konuda faydalı özel karışımlardır. Mezoterapinin en büyük avantajlarından birisi bölgede zayıflama sağlarken sarkma probleminin olmaması, tam tersine toparlama, şekillenme göstermesidir, çünkü kullanılan ilaçların yanı sıra uygulamanın kendisi de birebir cilt altı kollagen ve elastin sentezini uyararak cilt nemini ve sıklığını destekler niteliktedir. Bayanlarda özellikle gebelikten sonraki sarkma problemlerinde, yaşın ilerlemesine bağlı kol altlarındaki cilt sarkmalarında bilinçli bir şekilde, doğru zamanda uygulandığında başarılı sonuçlar elde edilebilir. Mezoterapi tedavisi kişiden kişiye göre değişmekle birlikte ortalama 8-10 seans yeterli olacaktır (gerektiğinde daha fazla). Tedavi son derece pratik olup ortalama 10-15 dakika sürer. Seans aralıkları minimum 5-7 gün olmaktadır. Bölgesel zayıflama ve selülit tedavisi için kullanılan bu yöntemde lipolitik (yağ eritici), dolaşım düzenleyici, selülit giderici ilaçlar yaklaşık 2 cm ara ile selülitli bölgeye enjekte edilir. Bölgesel incelme amacıyla yapılan enjeksiyonlar ortalama 10-30 seans arasındadır. Tedavi sırasında kafeinli içeceklerden, soda ve tuzdan uzak durmalı, yağsız, şekersiz, posalı yiyeceklerden oluşan diyetler uygulanmalıdır. Bu yöntemle 1 aylık sürede 1-2 beden incelme hedeflenir. Tedavi sonrası morarmalar olabilir, fakat kişinin günlük hayatını etkileyecek herhangi bir durum söz konusu olmaz… PRP Plus: PRP nedir? PRP tedavisi, “Platelet Rich Plasma-Platelet (trombosit, pıhtı hücresi) yönünden zenginleştirilmiş plazma uygulaması” adı verilen tedavi yönteminin kısaltılmış ismidir. Yeni bir cilt gençleştirme yöntemi olan PRP uygulaması son yıllarda geliştirilmiştir. PRP yönteminde hastadan 8-20 cc kan alınarak santrifüj edilir. PRP tedavisinde elde edilen serum, mezoterapi gibi minik küçük miktarlarda ve yaygın olarak derinin içine enjekte edilir. Dokularımızda herhangi bir hasar oluştuğunda kanımız pıhtı hücrelerini bu dokuya toplayarak bir onarım süreci başlatır, PRP uygulamasının amacı hedef dokuya kan dolaşımı ile taşınabilecek olandan çok daha fazla sayıda pıhtı hücresi verebilmektir. Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır. PRP yöntemi ile elde edilen serumdaki plateletlerin yoğunluğu kandakinden 2 ila 4 kat fazladır. PRP uygulamasında amaç nedir? PRP tedavisinde hastanın tamamı kendine ait bir serum elde edilir. Elde edilen serumdaki pıhtı hücrelerinin ortalama yoğunluğu mililitreküpte bir milyon olarak ölçülmektedir. PRP tedavisinde pıhtı hücrelerinden, tüm yara iyileşmesi ve doku yenilenmesi süreçlerini başlatan, yaşamsal öneme sahip büyüme faktörlerini elde etmek amaçlanır. PRP yöntemiyle elde edilen serumdaki pıhtı hücreleri ve büyüme faktörleri, yeni kollajen oluşumunu ve hücreler arası maddeyi çoğaltarak cildi yenilemek üzere derinin alt dokularına yayılır. Lazer / peeling gibi uygulamalardan hemen sonra, derinin hızla yapılanmasını sağlamak, Deride yılların ve UV ışınlarına maruz kalmanın sonuçlarını geriye döndürecek biçimde kırışıklıkların düzelmesini, çöküntülerin giderilmesini, esneklik ve parlaklığının yeniden kazandırılmasını sağlamak, İyileşmesi uzun süren yara, çatlak ve deri niteliğinin zarar gördüğü durumların kontrolünü sağlamak, Saç dökülmesinde tek başına kullanmak veya diğer tedavi seçeneklerinin etkisini güçlendirmek gibi amaçlarla ve yukarıda belirtilen alanlar dışında pek çok alanda başarıyla uygulanmaktadır… Kimyasal Peeling: Güneşin zararlı etkilerinin oluşturduğu cilt bozuklukları, sivilce izleri ve yaşlanma cildinizin görüntüsünü etkileyen önemli faktörlerdir. Günümüzde bu şikayetlerin giderilmesinde en sık kullanılan yöntemlerden biri de Kimyasal Peeling yöntemidir. Kimyasal peeling işlemi cildin yıpranmamış, sağlıklı olan tabakasını örten yıpranmış tabakanın, soyulmasını ve dökülmesini sağlayarak, alttaki sağlıklı ve canlı tabakanın ortaya çıkarılması işlemidir. Pek çok deri problemi, ölü hücrelerin cildi kalın ve cansız hale getirmesiyle ilişkilidir veya direkt olarak bu sebepten kaynaklanmaktadır. Kimyasal Peeling işlemi bu ölü hücrelerin kaldırılarak, alttaki taze ve hasarsız cildin açığa çıkartılması işlemidir. Böylelikle alttaki taze cildin yapılanması sağlanır.Yeni cildin aktive edilmesi ile sağlıklı, gergin ve dolgun bir görünüm kazanılır. Kimyasal Peeling Tedavisi cildin yüzeyindeki ölü hücrelerin kontrollü biçimde kaldırılması ve ardından yeni cildin uyarılmasıdır… Akne Tedavisi: Akne yada bilinen adı ile sivilce her insanda ve özellikle ergenlik döneminde kendini gösteren bir cilt hastalığıdır. Yağ bezi kanallarının (folikül) cildin yüzeyinde daha yoğun bir yağ tabakası ile tıkanarak yağ bezlerinin salgıladığı yağın (sebum) cilt dışarısına atılamamasından kaynaklanır. Hemen hemen her insanda belli dönemlerde görülmektedir. Vücut herhangi bir dış müdahaleye gereksinim duymadan zaman içerisinde kendi tedavisini gerçekleştirir. Gerçekleştiremediği durumlarda ise problem müzmin bir hal alarak kişinin yaşam kalitesini olumsuz yönde etkiler. Bu tür durumlarda akne tedavisi kaçınılmaz olabilir… Ben Tedavisi: Birçok insanın estetik yönden ele aldığı benler aslında sağlık açısından da risklidir. Çünkü ilerleyen süreçte benlerin kanserleşme durumu durumu olup, cilt kanseri ile tanışmadan önce aldırılması önerilmektedir. Bunun için ameliyatsız yöntemler olup, lazer ile yapıldığında hiç bir iz kalmayacaktır. Benleri Aldırmak Gerekir mi? 3 Farklı nedenden dolayı ben tedavisi önerilmektedir. Birincisi benlerin ilerleyen yaşlarda kanserleşme riski bulunmaktadır. Bunun dışında ise büyüme eğiliminde olması nedeniyle insanlarda sosyal rahatsızlığa neden olmasıdır. Üçüncüsü ise insanların estetik yönden rahatsızlığıdır. Özellikle et benleri kişiyi rahatsız eden türlerdendir. Ben Tedavisi Zararlı mı? Kulaktan doğma bilgilere baktığınızda ben aldırılması halinde o bölgede kanserleşme olur vs şeklinde bilimsel olmayan inanışlar mevcuttur. Oysaki durum bunun tam tersidir. Çünkü kanserleşme riski bulunan dokuyu ameliyatsız yöntemlerle alarak riski ortadan kaldırıyorsunuz. Hiç bir zararı ve riski yoktur…”,* “Vücut Bakım Hizmetleri” başlığı altında; *“Lazer Epilasyon: Epilasyon, son teknoloji kullanılarak, minimum sürede minimum ağrı ve minimum yan etkisiyle istenmeyen tüylerden güvenilir ve etkin bir şekilde kurtulma yöntemidir. Kullanılan ışın birbirine paralel giden tek renk ve tek dalga boyunda, gözle görülmeyen ışık demetidir. Etkili olmasının ana prensibi, seçici olmasıdır ve sadece kıl folekülünü tahrip etmesidir. Dalga boyu ve atış genişliği ayarlanmış olan ışın, melanin pigmenti tarafından emilir ve kıl folikülünde ısı enerjisine dönüşür. Bu seçici emilim sayesinde cildin üst tabakaları etkilenmeden kıl folikülü tahrip edilmiş olur. Entegre soğuk hava ile acısız ve ağrısız epilasyon imkanı sağlar. Diğer metodlardan ayıran ana özellik, kılı çevreleyen dokunun zarar görmemesi ve sadece kıl kökünün etkilenmesidir. FDA, 1997 yılında epilasyon tedavisinin güvenir bir yöntem olduğunu onayladı. Yazın Epilasyon Yapılır Mı? ‘Özellikle epilasyon yapılan bölgemizin veya yüzümüzün güneş görmemesi gerektiğinden sonbahar ve kış aylarında lazer epilasyon yapılmalıdır.’ 2014 yılına kadar doğruydu ancak gelişen teknolojiler ve epilasyon cihazları sayesinde artık yaz aylarında da epilasyon yaptırmak mümkündür… Lazer İle Dövme Silme: Lazer ile Dövme Sildirme uygulaması dövmenin yapısına, yoğunluğuna, yapılma şekline, renkli olup olmamasına, yapılırken kullanılan materyale, kullanılan boya maddesine bağlı olarak değişir. Orta yoğunlukta tek renk, profesyonelce yapılmış bir dövmenin silinme uygulaması yaklaşık 1-4 seans ta sonuçlanır. Lazerle dövme silme uygulamasından başarı oranı %80-90’ e yakındır. Seanslar 3-4 hafta aralıklarla uygulanır. Seans süresi nedir? Lazer ile Dövme Sildirme Uygulama seans süresi dövmenin büyüklüğüne, yoğunluğuna bağlı olarak değişir. Ortalama 1 kibrit kutusu boyutundaki dövme silme uygulaması 20 dk sürer. 1 seansta maksimum lazer uygulama süresi yaklaşık 15-30 dk arasında değişir. Uygulama sonrasında kişi uzman önerileri ile normal hayatına hemen döner. Seans ücreti nedir? Lazer ile Dövme Sildirme Uygulama ücretlendirmesinde, fiyatlar seans başına belirlenir. Seans ücretleri dövmenin yapı ve genişliğine bağlı olarak değişir. Uygulama sonuçları nasıldır? Lazer ile Dövme Sildirme Uygulaması sonrasında dövme figürünün görülememesi, mevcut yazının okunmaması, figür temasının seçilememesi başarı kriteridir. Başarılı uygulamalar ile dövmenin görülmesine sebep olan boya maddesi parçalanmış ve vücuttan atılmıştır. Boya maddesinin olmaması kaynaklı olarak dövmenin görünebilirliği ortadan kalkar… Vücut Çatlak Tedavisi: Vücut çatlaklarını tıpkı birer yara izi gibi değerlendirmek mümkündür. Cilt aşırı derecede basınçla karşılaştığında yıpranır, dolayısıyla cildin yapısı bozulur ve çatlaklar ortaya çıkar. Önceleri pembe renkli olan bu çatlaklar zamanla beyaza yakın bir renk alır. Bütün rahatsızlıklarda olduğu gibi, vücut çatlaklarının da oluşmasını önlemek, tedavi etmekten daha kolaydır. Bunun için de öncelikle cildin elastikiyetinin sağlanması gerekir. Ayrıca aşağıda sıralanan hususlara da özellikle dikkat edilmelidir. Kısa zamanda aşırı miktarda kilo alıp vermekten kaçının. Cilt, vücuttaki yağ miktarının artıp azalmasıyla birlikte aynı hızda esnemeyi başaramadığı için yıpranır ve çatlaklar oluşur. Günde 2 litre su içmeyi ihmal etmeyin. Cilde gereken nemi sağladığınız takdirde esnekliğini uzun bir süre koruyabilirsiniz. Soğuk suyla duş yapmak da çatlak oluşunu önlemede etkili bir yöntemdir. Bu şekilde hücreler canlanarak yeniden elastik bir yapıya kavuşacak, dolayısıyla da çatlak oluşumuna karşı direnç kazanacaktır. Cildin elastikiyetini kazanması ve koruması için çaba sarf edin. Bu amaçla yumuşatıcı yağlar, A, E ve C vitamini, kolajen, elastin ve hyalüranik asit yönünden zengin çatlak giderici kozmetik ürünleri düzenli olarak kullanmayı alışkanlık haline getirin. Çok dar giysiler giymemeye özen gösterin. Bu tür giysiler kan dolaşımını güçleştirerek, cilde gereken oksijenin sağlanmasını engeller. Oksijen almayan cilt yeteri kadar beslenemediği için daha kolay yıpranır ve deformasyona uğrar… Aşırı Terleme Tedavisi: Aşırı koltukaltı terlemesi veya hiperhidroz bazı kişilerde görülen ve bu kişilerin yaşantısını olumsuz yönde etkileyen bir durumdur. Terleme için daha önce yapılan tedaviler umut vaad edici değildir. Günümüzde Botoks koltuk altı terlemesini güvenli bir şekilde tedavi etmektedir. Tedavi ile ulaşılan belirgin ve güvenli etki hastaların yaşam kalitesini arttırmaktadır. Geçmişte hiperhidroz aşağıdaki yöntemlerle tedavi edilmekteydi: Aluminyum hidroksit içeren preperatların kullanımı yanma ve tahriş riskinin olması ve de etkisinin yetersiz olması nedeniyle yaygın kullanılmamaktadır. İyontoforez denilen elektrik akımının uygulandığı tedavi yöntemi el ve ayak terlemesinin tedavisinde uygundur, fakat koltukaltları için uygulanamaz. Son olarak, şiddetli olgularda cerrahi uygulama önerilir. Yukarıdaki yöntemlerin etkisiz ve zor yöntemler olması, Botoks’u avantajlı duruma getirmiştir. Terleme miktarı ter bezlerini uyaran sinirlerle kontrol edilir. Botoks bu sinir uçlarında uyarıyı sağlayan asetilkolin salınımını inhibe eder. Böylece ter bezlerine uyarı ulaşmadığından ter salgısı oluşmaz. Botoks tedavisi muayene şartlarında 30 dakika içinde uygulanır. EMLA adlı lokal anestezik krem koltuk altlarına işlem öncesi uygulanır, diğer tür anesteziye ihtiyaç duyulmaz. Her bir koltukaltına seri enjeksiyonlarla Botoks enjekte edilir. Tedavinin etkisi birkaç saat veya gün içinde ortaya çıkar. Etkisi 6-10 ay devam eder, bazen bir yıla kadar uzayabilir. Botoks hiperhidroz tedavisinde oldukça güvenli bir yöntemdir. Enjeksiyon ter bezlerinin yoğun olduğu yüzeyel deriye yapılır. Dolayısıyla alttaki gevşetici etkisi yoktur. Ayrıca botoksun diğer deri bölgelerinde terlemeyi arttırıcı ve vücut ısı regülasyonunu bozucu etkisi yoktur. Saç Mezoterapisi: Saç Mezoterapisi Nedir? Mezoterapi, cildin orta bölümüne yapılan bir tedavi şeklidir. Saç Mezoterapisi, saçın gereksinim duyduğu vitaminlerin, minerallerin, proteinlerin, vs. saçlı deri içine ince iğnelerle direkt olarak enjekte edilmesi anlamına gelir. Saç Mezoterapisi, kıl köklerinin beslenmesini sağlayan vitaminlerin, antioksidanların ve kan dolaşımını arttıran ilaçların 2 ya da 4 mm’lik spesifik iğneler ve bir enjektör aracılığı ile doğrudan bir şekilde kıl köklerine aktarılmasıdır. Mezoterapi, saç köklerine faydalı olan ürünleri direkt olarak ilgili dokuların çevresine aktaran tıbbi bir yöntemdir. Küçük dozlar ile deri içine enjeksiyonlar uygulanır. Dermis içine uygulanan bu enjeksiyon, hücresel metabolizmanın uyarılmasını sağlar. Bu sayede de dokuların canlanmasına uygun ortam hazırlanmış olur. Saçın gereksinimlerine ve kişinin özelliklerine göre seans sayısına karar verilir. Saç Mezoterapisi, kadınlara ve erkeklere uygulanmaktadır. Migren Tedavisi: Migren nasıl bir hastalıktır? Migren temelde baş ağrısı olarak karşımıza çıkan bir hastalıktır. Ancak beraberinde bulantı kusma, ışık ve ses hassasiyeti, görme problemleri ve psikolojik sorunlarda, tek tek veya birlikte bulunabilmektedir. Hastaların özelliğine baktığımızda, yıllardan beri süre gelen ve sık tekrarlayan baş ağrılarından dolayı hayatları çekilmez hale gelmiş, iş ve özel yaşantıları da olumsuz yönde etkilenmiştir. Alın ve Burun estetiği müdahaleleri migrene de etkili midir? Son yıllarda, botox ve bazı yüz estetik ameliyat tekniklerinin migreni de iyileştirdiği tesadüfen de olsa ortaya çıkmıştır. Dr Bahman Guyuron, alın kırışıklıklarına yönelik, alın gençleştirme ameliyatı yaptığı 39 hastanın uzun zamandan beri şiddetli migren ağrıları nedeniyle ilaç tedavisi gördüğü ve bu hastalardan 31 tanesinde 47 aylık bir takip süresinde tam ya da tama yakın iyileşme tespit etmiştir. Botox, burun ve yüz estetiği ameliyatlarının migrene etkisi nasıl olur? Migren tipi baş ağrılarının enseden, alında şakak bölgesinden, alın ortasından ve gözün iç tarafından tetiklenme şeklinde başladığı tespit edilmiş ve bu bölgelerdeki büyük occipital sinir, zigomatikotemporal sinir, supra orbital sinir ve supratroklear sinir gibi sinirlerin mimik ve ense kaslarının içinde sıkışmasından kaynaklandığı düşünülmüştür. Ayrıca göz içinden giren ağrılarda da burun üst konkasının (burun eti) burun septumuna doğru eğrildiği ve değdiği tespit edilmiştir. Botox uygulaması, endoskopik alın ve şakak germe estetiği, ve septum cerrahisi gibi ameliyatlar bu sinirlerin sıkışmasını ortadan kaldırdığı için migren ağrılarını tedavi etmektedir.”,* “Epilasyon” başlığı altında; *“İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yolu lazer epilasyon dur. Ancak ticari kaygılarla kılların %100 temizlendiğini ve kesinlikle geri çıkmadığını söylemek doğru değildir. Bazı insanlarda lazer epilasyonun etkisi az olabilirken şu güne kadar uygulanan birçok insanda tatmin edici sonuçlar alınmıştır. Lazer epilasyonda kullanılan lazer ışığının dalga boyu melanin pigmenti tarafından emilme özelliğine sahiptir. Lazer epilasyon uygulamasının güvenilirliği ve tesiri, Amerikan gıda ve ilaç dairesi FDA (Food and Drug Association) tarafından 1997 yılında onaylanmıştır. Epilasyonun Avantajları: Hastaların çoğunda kalıcı veya uzun dönemli epilasyon sağlar. Hızlı bir yöntemdir 1 saatte vücuttaki tüm tüyler temizlenebilir. Seanslar genellikle 6-8 arasındadır ancak kişinin tenine göre ve kıl yapısına göre de değişebilmektedir. Cilt üzerine toksik ya da alerjik bir yan etkisi yoktur, cildi tahriş etmez, kalıcı yara izi bırakmaz, kanserojen olduğunu gösteren herhangi bir kanıt yoktur. Batık kılların ve kıl dönmelerinin en önemli tedavi yöntemidir. Çünkü kıl kökü tahrip olduğu için tekrar yinelenmez ve pürüzsüz bir görünüm ortaya çıkar. Cilt enfeksiyonu ve bulaşıcı hastalık riski yoktur…”,*

[www.instagram.com/zarinna\_estetik](http://www.instagram.com/zarinna_estetik) adresli internet sitesinin 24.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Zarinna Estetik. P.R.P, Örümcek Ağı, Dolgu/Botox… 5 Dk da istediğiniz ölçüde dudağa sahip olabilirsiniz… Yenilenmeye Cildimizden Başlıyoruz . 8mart Kadınlar Günümüze Özel 3 Seans Akne Tedavisi 400 TL… Botox ile istenmeyen kırışık ve kas hareketlenmelerine son… Lazer Epilasyon istenmeyen tüylere son. Sınırsız Bölge Lazer Epilasyon paketi alana Kadınlar Günümüze Özel Hediye… Küçük bir dokunuş ile daha hoş ve mutlu olmak elinizde. Botox 550TL. Nazolabial Dolgu 990TL… İstediğiniz ölçülerde şekillendirme dudak dolgusu ile mümkün… #MİGREN e net çözüm Botox dur. Migren Tedavisi Botox 550TL… PRP Cilt Gençleştirme. Kendi kanınızdaki mucize ve PRP tedavisi ile 10 yaş gençleşmek mümkün. 4 ila 6 seans çalışma süresinde 2.seanstan itibaren yüz ve boyun kısmınızdaki yenilenmeye şahit olursunuz..”,*

şeklinde ifadelere, fiyat bilgisine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Zarinna Güzellik” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda; 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; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Zarinna Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2017/4234**

**Şikayet Edilen: Hüseyin SONUVAR (Retouch Güzellik Dünyası)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com/Retouch-bak%C4%B1rk%C3%B6y-277125655745188) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa/kuruluşa ait Facebook sayfasının 25.04.2018 tarihli görünümünde; *“Merkezimizde size en son teknoloji kullanarak, gelişmiş güvenilir cihazlarımızla hızlı ve kalıcı çözüm sunuyoruz… Hediye seanslar için bizi arayın… Erkeklere özel kol altı lazer epilasyon…”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Retouch Güzellik Dünyası” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda; 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; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Hüseyin SONUVAR (Retouch Güzellik Dünyası)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2017/4275**

**Şikayet Edilen: Bıotech Medikal Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti. (Bıotech Güzellik ve Sağlık Dünyası)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/biotechguzellik](http://www.facebook.com/biotechguzellik) adresli internet sitesinin 27.04.2018 tarihli görünümünde; *“Yeni Nesil SOĞUK Lazer EPİLASYON ile İstenmeyen Tüylere ACISIZ, HIZLI ve KALICI Çözüm! Kampanya süresince geçerlidir… Soğuk lazer epilasyon 49TL… Yeni Nesil SOĞUK Lazer EPİLASYON ile BAY&BAYAN İstenmeyen Tüy Uygulaması Sadece 49TL. KAMPANYA Boyunca Tüm Bölgelerde Geçerlidir… Kimyasal Peeling… Kampanyalı Fiyatlar ve Sürprizler için…”*  *“lazer epilasyon ve kimyasal peeling*…” gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere, fiyat bilgisine yer verildiği ve kuruluşun isminin “Bıotech Güzellik ve Sağlık Dünyası” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda; 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; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Bıotech Medikal Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti. (Bıotech Güzellik ve Sağlık Dünyası)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2017/4733**

**Şikayet Edilen: Art Özel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.arttipmerkezi.com](http://www.arttipmerkezi.com/) adresli internet sitesinin 02.05.2018 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” başlığı altında; *“ART Sağlık Merkezi. Tüp Bebek ve Kadın Doğum Uzmanı olarak çalışan 4 hekim tarafından 1998 yılında, kadın hastalıkları, doğum ve infertilite tanı ve tedavi merkezi olarak kurulan ART Sağlık Merkezi, 18 yıldır kesintisiz olarak Nişantaşı'nda hizmet vermeye devam ediyor. Art Sağlık Merkezi laparoskopi, infertilite, reprodüktif endokrinoloji, gebe takibi, doğum, menopoz, kadın genital kanserlerinin taraması, meme sağlığı konularında üst düzey profesyonel hizmet sunuyor. Dünyada ve Türkiye'de çok yeni ve benzersiz bir teknolojiye sahip Fotona Er-yag Lazer cihazı ile hamilelik, normal doğum ve yaşa bağlı olarak gelişen idrar kaçırma ve vajina kanalında genişleme sorunları acısız ve ameliyatsız, kolayca tedavi edilebiliyor. Tüp bebek uygulamalarının yanı sıra, ART doktorları tüp bebek dışı kısırlık tedavilerinin yönetiminde de Türkiye’nin en deneyimli ekiplerinden biri. Geçmiş yıllar içinde 18.000’den fazla tüp bebek uygulaması yapan ART Ekibi, 8.000’den fazla bebeğin de dünyaya gelmesini sağladı. Riskli gebeliklerin takibi, 1. trimester anomali taraması, koryon villus örneklemesi, amniyosentez, ikinci düzey obstetrik ultrasonografi, üç boyutlu ultrason gibi tüm osbtetrik uygulamalar ART Sağlık Merkezi Ekibi’nin uzmanlık alanı içine giriyor. Laparoskopi ve histeroskopi gibi endoskopik uygulamaların da tamamı ekip tarafından yapılıyor. Komplike histeroskopik (total septum, şiddetli intrauterin sineşi, büyük submüköz myomlar) ve laparoskopik cerrahiler (histerektomi, ileri evre endometriosisin laparoskopik tedavisi, cul de sak diseksiyonu ve rektovajinal nodül eksizyonu) ART Ekibi tarafından uygulanan endoskopik cerrahilerin bir kısmını oluşturuyor. Art Estetik ise müşterilerine en son teknoloji cihazlarla güvenli ve etkili lazer epilasyon ile bölgesel incelme hizmeti veriyor. Art Sağlık Merkezi, bünyesindeki yurtdışı eğitimli beslenme koçu eşliğinde 'İyi Ye + İyi Yaşa' programı ile müşterilerinin kilo ve sağlık hedeflerine ulaşmasını sağlıyor ve Art Sağlık hamilelerine özel ‘Sağlıklı Anne Sağlıklı Bebek Programı’ nı sunuyor…”,* “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“En Yeni Teknoloji Lazer Epilasyon: Allie Diode Lazer. Acısız, etkili ve güvenli Diode Lazer (ütüleme lazer) ile kalıcı pürüzsüzlük 808 nanometre Diode Lazer ALLIE, kıl folikülünde bulunan melanini 'seçici fototermoliz' adı verilen bir yöntemle yok eder. Bu yöntem sayesinde yüksek güç kullanılmasına rağmen çevre dokulardaki etki minimumdur (cildi yakmaz). Yüksek güç kullanabilme özelliği ile son derece etkili sonuçlar sağlarken, çevre dokulara etkisinin minimum olma özelliği ile de piyasadaki en güvenilir lazer cihazlarından biridir. Allie Diode Lazer safir başlıklı kontak soğutma sistemi sayesinde, hastalar için acısız ve konforlu uygulama imkanı verir. Allie'nin en önemli özelliklerinden biri de spotunun (uygulama başlığının) büyük olması sayesinde uygulamanın gayet hızlı yapılabilmesi ve bu nedenle seans sürelerinin kısa olmasıdır. Ütüleme lazer (in-motion technology) adı verilen bir sistemle cihazın başlığı özel bir jel yardımıyla cilt üzerinde gezdirilerek uygulama yapılır. Gelişmiş soğutma sistemi sayesinde cilde zarar vermeden aynı bölgeden birkaç kez geçilebildiği için alınan sonuçlar çok tatmin edicidir. Allie Diode Lazer hangi bölgelerde kullanılır? Cilt hasarı oluşma riski minimum olduğu için tüm bölgelerde güvenle kullanılabilir ve her bölgede tatmin edici sonuçlar sağlar. Diğer lazer tiplerine göre hem güvenli hem de daha etkili oluşu nedeniyle özellikle diode lazerlerin tercih edildiği bölgeler ise yüz, boyun, ense, sırt, omuz, kol, bıyık ve çenedir. Neden Allie Diode Lazer? -Hem erkekte hem kadında hızlı alınan mükemmel sonuçlar, -Minimum yan etki ve cilt hasarı oluşma riski, -Koyu ten tipleri ve bronzlaşmış ten dahil olmak üzere tüm cilt tiplerinde güvenle kullanılabilmesi, -Hızlı uygulama imkanı ile hastaya vakit kazandırması, -Minimum acı duyularak konforlu bir epilasyon sunması…”* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.arttipmerkezi.com](http://www.arttipmerkezi.com/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların sağlık alanındaki faaliyetlerinize ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2017/4734**

**Şikayet Edilen: Özel Doku Cerrahi Tıp Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2018 ve 03.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dokutip.com](http://www.dokutip.com/) adresli internet sitesinin 02.05.2018 ve 03.05.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Saç ekimi: özel uygulamalar ve tedavi yöntemleri ile kısa sürede saçlarınıza kavuşursunuz…”,* “Misyon ve Vizyon” başlığı altında; *“Vizyon: Sıcak misafirperverliğimiz ve en iyi tedavi yöntemleri ile, bütün dünyaya ışık olabilmek. Bütünlük: Adil ve dürüst bir şekilde kararların alınması ve bu doğrultuda hareket edilmesi. Profesyonelliğin yüksek standartlarını takip etmek ve bu anlamda tanınmaktadır. Bizim için bütünlük sadece mali ve entelektüel anlamda değil, aynı zamanda tüm formları ile beraber genel bir anlayışı tamamlamak anlamına gelir. Sorumluluk: Bütünlük temeli uzerinde , tüm paydaşlarına gerekli olan değeri sunmaktır. Bu süreçte, kendi eylem ve kararlarımızda, tüm çalışanlarımıza ve organizasyonel yapımıza karşı sorumluluk sahibi olmak. Tutku: Tüm takım arkadaşlarımızın en iyi performans ve verimlilikle işlerine olan tutkularını attırabilmek için, çalişma ortamını daha enerjik, mutlu, ve ilham kaynaği ile angaje etmek. Devamlılık: Tüm hiyerarşik, coğrafik ve iş dünyasıyla beraber hareket etmek. Hız: Yurt içi ve yurt dişindaki hastalarımızın ihtiyaçlarına ivedilikle cevap vermek. En iyi organizasyonel çözüm yolları ile termin sürelerinden önce ihtiyaçların karsılanması ve bu özverinin sürekliliğinin sağlanması. Misyon: İnsanların temel ihtiyaçlarının sağlanmasında sağlik ve yaşam standartlarının uygun fiyat seçenekleri ile global kalite standartlarına yükseltmek. Hastalarımızın ihtiyaclarını daha yenilikçi teknoloji ve ileri tedavi teknikleri ile karşılamak…”,*

[www.facebook.com/dokutip](http://www.facebook.com/dokutip) adresli internet sitesinin 03.05.2018 tarihli görünümünde;

*“Bizimle tüm hastalıklarınız geçmişte kalacak…* *Yüz germe ile cildinizde oluşan zamanın izlerinden kurtulup daha genç ve fresh bir cilde sahip olabilirsiniz!... Merkezimizde uygun olan tüm vakalarda laparoskopik yöntemler ile fıtık ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz!... Dudak dolgusu ile daha dolgun dudaklara sadece 15 dakikada sahip olmak için merkezimizi ziyaret edin!... Burun estetiği ile hayal ettiğiniz görüntüye sahip olmak için daha fazla vakit kaybetmeyin! Uzman ellerde hayal ettiğiniz görüntüye sahip olun!... Diş şekillerini ve renklerini kalıcı bir şekilde değiştirmek için kullanılan porselen laminalar ile özgürce gülümseyin!... Göz altı morlukları cildinizin yorgun ve sağlıksız görünmesine neden olmasın! Işık dolgusu uygulaması ile göz altı morluklarınızdan kurtulup sağlıklı bir göz çevresine sahip olabilirsiniz!... Vücut görüntünüzden rahatsız olmayın! Jinekomasti ameliyatı ile fazlalıklarınızdan kurtulmak için daha fazla vakit kaybetmeyin!... Nazolabila çizgilerinizin derinliği mutsuz bir yüz ifadesine neden olmasın!...”*

şeklindeki ifadelere, tıbbi işlem uygulama görüntülerine ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dokutip.com](http://www.dokutip.com/) ve [www.facebook.com/dokutip](http://www.facebook.com/dokutip) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların kuruluşun sağlık alanındaki faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2018/247**

**Şikayet Edilen: Nardent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nardent.com](http://www.nardent.com/) adresli internet sitesinin 04.05.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Uzman Kadromuzla, Sizin Yüzünüzü Güldürmek İçin Çalışıyoruz.”,*

“Kurumsal” başlığı altında; *“Hakkımızda: …Kendi alanımızda sahip olduğumuz yetkin ve deneyimli hekim kadromuzla diş hekimliğindeki tüm teknolojik gelişmeleri takip etmeyi hastalarımıza karşı bir yükümlülüğümüz olarak kabul etmekteyiz. Bu bağlamda yazılı kaynaklardan yararlanmanın yanı sıra fiilen bilimsel kongrelere de katılmaktayız. Kliniğimizde sterilizasyona büyük önem vermekteyiz. Sterilizasyonun çağdaş bir sağlık merkezinin en önemli unsuru olduğu bilinciyle hareket eden kliniğimizde, hastalarımızı, hekimlerimizi ve yardımcı personelimizi çapraz enfeksiyon riskine karşı korumak için her türlü önlem sterilizasyon sağlanmaktadır. Kliniğimizde koruyucu hekimlik, hastalara ağız ve diş sağlığı konusunda bilinçlendirilmesi, ağız hijyeninin sağlanması ve bu konuda her türlü takibin yapılmaktadır. Vizyonumuz: Diş Dünyası; bilimsel, vicdani ve etik ilkelerden asla ödün vermeden, insanlık onuruna saygılı, açık, dürüst, güvenilir ve en yüksek kalitede ağız ve diş sağlığı hizmeti sunmaya kararlıdır. Diş Dünyası; hekimleri ve personeli, yaptığı işin insanlık için anlamını, önemini ve kutsallığını her zaman ön planda tutacaktır. Diş Dünyası; gelecekte, yaptığı iyi şeylerle anılan, topluma karşı sorumluluğunun bilincinde, diş hekimliği mesleğine katkı sunmak için sürekli kendini geliştirip yenileyen bir kurum olmaya kararlıdır. Misyonumuz: Bilimsel, vicdani ve etik ilkelerden ödün vermeden; meslek ilke ve ahlakına bağlı; açık, dürüst ve güvenilir bir tanı ve tedavi hizmeti sunmak. Ağız ve diş sağlığı alanında ki her türlü teknolojik, yenilik ve gelişmeden hastalarımızı faydalandırmak. Sürekli eğitim, ölçme ve iyileştirme yöntemlerini kullanarak devamlı gelişmeyi ve yenilemeyi sağlayan bir yönetim, işletim sistemi örneği vermek. Hastaların ve çalışanların memnuniyetine odaklı, yüksek kalitede ağız ve diş sağlığı hizmeti sunmak. Toplumumuzun ağız ve diş sağlığı bilincinin artmasına katkıda bulunan bir klinik olmak. Bu alanda, her türlü iyileştirici sosyal çabayı elimizden geldiğince desteklemek…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **:** [www.nardent.com](http://www.nardent.com/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların talep yaratıcı, kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-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, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2018/683**

**Şikayet Edilen: Dr. Barış YİĞİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit](http://www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit](http://www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde;

*“Karın Germe... 4. Hafta kontrolü… Sevgili Sümeyra 3. hafta kontolüne geldi... Her zaman ki gibi hastalarım mutlu ben daha mutlu... Doğru cevap verip hediye botoxu kazanan Fatoş Fethiye Karakoç a uygulamasını yaptık... takipte kalın derim… Bazen küçük dokunuşlar, büyük sonuçlar verir... Botox ehil kişiler tarafından yapıldığı zaman yüzünüzdeki istenmeyen kırışıklıklardan kurtarır... Haftaya Erkeklerde oluşan meme büyüklüğü (jinekomasti) düzeltme operasyonu ile başladım... 2 memeden 800 cc yağ aldım... Sonra deri sarkmasın diye de bodytite ile ütüleme liposuction yaptım... Süper oldu... herkese iyi bir hafta dileği ile... Sevgili Ayşegül burun estetiği sonrası 1. Yıl kontrolüne gelmiş... her zaman dediğim gibi hastalarım mutlu ben daha mutlu...”,*

“Değerlendirmeler” başlığı altında; *“Merhabalar, Rinoplasti ameliyatı oldum.Barış bey çok tatlı bir doktor.İşini çok iyi yapıyor. Fethiye’de böyle bir doktorumuz olduğu için çok şanslıyız… Her seyden once sunu belirtmek isterim ki Fethiye ve Fethiyeliler Baris bey burada oldugu icin cok sanslilar. Tedavi surecimin baslarinda cok dusunmustum Antalya - Izmir - Istanbul ... gibi daha buyuk ve daha tesekkullu baska bir yere gitmeyi. Baris beyle tanistiktan sonra buna hic gerek kalmadi ve iyi ki de kendisine tedavi olmayi secmisim.Hayatimizda cok fazla iyi ve guzel insanlarla tanisamiyoruz. Sahsim adina bundan sonra benim hayatimda her zaman ozel bir yeri olacaktir. Dr. Bey karsisindaki insana ilk andan itibaren guven veren, samimi ve cok titiz birisi. Kendinizi gozu kapali emanet edebilirsiniz. Sayin doktorum; tedavi surecimdeki sabriniz, samimiyetiniz, mesleki yeteneginiz ve hepsinden onemlisi bana her daim verdiginiz desteginiz icin bir kere daha tesekkur ederim…”*

şeklinde ifadelere, hasta yorumlarına, bununla birlikte hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere, tıbbi uygulamaya ilişkin görüntülere ve kuru iğne tedavisine ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit](http://www.facebook.com/y.Doc.Dr.BarisYigit) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımların talep yaratıcı, anılan şahsa yönlendirme yapan nitelikte olduğu, diğer hekimler ve sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 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 **Dr. Barış YİĞİT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2018/942**

**Şikayet Edilen: Bilgelik Enstitüsü Eğitim Dan. ve Org. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bilgelik.com.tr](http://www.bilgelik.com.tr/) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bilgelik.com.tr](http://www.bilgelik.com.tr/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Bilişsel davranışçı terapi uygulayıcı sertifika programı, Çocuklarda bilişsel davranışçı terapi, oyun ve masal terapisi uygulayıcı sertifika programı, Cinsel terapi uygulayıcı sertifika programı, çocuk testleri uygulayıcı sertifika programı,...* *%100 MEMNUNİYET GARANTİSİ, SERTİFİKALI, UYGULAMALI, BİLİŞSEL DAVRANIŞÇI TERAPİSTLER DERNEĞİ ONAYLI,…”,*

“Hakkımızda” başlığı altında; *“Bilgelik Enstitüsü 2006 yılında eğitim danışmanlık yapmak üzere kuruldu. O gün bir fikirle doğan Bilgelik Enstitüsü bugün büyüdü, Türkiye’nin dört bir tarafında eğitim ve danışmanlık hizmeti veren bir enstitüye dönüştü. Bilişsel Davranıçı Terapistler Derneği işbirliğiyle bugüne kadar binlerce sertifikanın dağıtıldığı yüzlerce eğitim düzenledi. Enstitümüz, psikoloji alanında eğitim görenleri mesleğe hazırlıyor, mesleki hayatını sürdürenlere yeni uzmanlıklar ekliyor... Bu nedenle Enstitümüzdeki temel amaç, uygulanabilir bilgiler üretip bunları meslektaşlarımıza en iyi şekilde öğretmektir. Bu nedenle bütün eğitimlerimizi teorik değil uygulamalı olarak tasarlandı. Eğitimlerimize katılanlar uygulayıcı olarak eğitimlerimizi tamamlıyorlar. Dünyanın en etkili terapi ve kişilik yapısı yöntemleri ile hem uzmanlara hem kurumlara hem de kişilere fark yaratıyoruz. Kullandığımız bütün teknik ve yöntemler bilimsel ve ispatlanmış yöntemlerdir. Sizlerde teori değil pratik ve uygulanabilir yöntemler ve eğitimler arıyorsanız sizi de Bilgelik’e bekleriz…”* gibi çeşitli alanlarda verilen eğitim ve sertifika programlarına ilişkin tanıtımlara yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı dolayısıyla [www.bilgelik.com.tr](http://www.bilgelik.com.tr/) adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan hizmetlerin kuruluş tarafından yetkisiz ve izinsiz biçimde yürütüldüğü, yine izinsiz ve yetkisiz biçimde psikoterapi hizmeti sunulduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2 ve 6/3 üncü maddeleri.

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bilgelik Enstitüsü Eğitim Dan. ve Org. Tic. Ltd. Şti.** 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.

**40)**

**Dosya No: 2018/1062**

**Şikayet Edilen: Royala ALLAHVERDYEVA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ruyammakeupart.com](http://www.ruyammakeupart.com/), [www.facebook.com](http://www.facebook.com/royala.allahverdyeva.7) ve [www.instagram.com/royam\_estetisyen](http://www.instagram.com/royam_estetisyen) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ruyammakeupart.com](http://www.ruyammakeupart.com/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Lazer Epilasyonİstenmeyen tüylerinizden kurtulun... Leke Tedavisi, Akne Tedavisi, Lazer Epilasyon…”,*

“Lazer Epilasyon”başlığı altında; "*Lazer epilasyon hem erkek hem kadın için kurtulmak istediğiniz tüyleriniz için güvenli, kalıcı, hızlı ve etkili bir tedavi uygulamasıdır. Derinizin rengine ve kıl, tüy türüne göre birçok lazer epilasyon cihazı bulunmaktadır. Bu lazerler epilasyon cihazları kıldaki koyu pigmentleri hedef alır. Bu nedenle koyu renkli kıllar lazer epilasyon uygulamasından daha olumlu yanıt alır… İşlem Nasıl Uygulanır? Ön Görüşme: Terapist lazer epilasyonla ilgili bir takım sorular sorulacaktır. Tedavi alanı görülüp gerekli lazer türü ve işlem seans sayısı, gerekli önlemler belirlenir ve ayrıntıları ve elde edilebilecek sonuçları hastaya anlatılır. Test Alanı Uygulanır: İdeal lazer epilasyon tedavi parametrelerini belirlemek için ilk seans öncesi yapılması zorunlu bir uygulamadır. Tedavi: Lazer epilasyon parametreleri saptanıp, derideki yanıtlar gözlendikten sonra tedavi alanı işaretlenir, temizlenir gerekli koruyucu önlemler alınarak lazer epilasyon işlemi uygulanır. Tedavi Edilebilir Alanlar Nelerdir? Teorik olarak vücuttaki hemen her kıl tedavi edilebilir…”,*

-[www.facebook.com](http://www.facebook.com/royala.allahverdyeva.7) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde *“dövme silme ilk seans bitti… lazer epilasyon %50 indirim…”*

-[www.instagram.com/royam\_estetisyen](http://www.instagram.com/royam_estetisyen) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; *“dövme silme lazerle… lazer epilasyon istenmeyen tüylerle vedalaşın… lazer epilasyon siz de yaza hazır olun%50 indirim…”,*

şeklinde ifadelere, tıbbi işlemlere ilişkin kampanyalara, tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Rüyam Make Up Art” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda; 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; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Royala ALLAHVERDYEVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2018/1121**

**Şikayet Edilen: Dr. Engin ERKAL**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com/drerkalengin](http://www.instagram.com/drerkalengin) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com/drerkalengin](http://www.instagram.com/drerkalengin) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.instagram.com/drerkalengin](http://www.instagram.com/drerkalengin) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların talep yaratıcı, anılan şahsa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve diğer hekimler ve sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2018/1147**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi](http://www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi) ve [www.instagram.com/hacamat\_rukye\_hamail](http://www.instagram.com/hacamat_rukye_hamail) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.02.2018, 09.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi](http://www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi) ve [www.instagram.com/hacamat\_rukye\_hamail](http://www.instagram.com/hacamat_rukye_hamail) adresli internet sitelerinin 07.02.2018 ve 09.02.2018 tarihli görünümünde; *“Tıbb-i Nebevi Hacamat Sülük Rukye… Haccam Hafız Celal Hacamat… Hacamat Sülük-Rukye… Hacamat işlemi ile hijyenik bir şekilde alternatif sağlık hizmeti için sizleri bekliyoruz…”* gibi kupa tedavisi ve sülük uygulamasına ilişkin ifade ve görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 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, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce 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, **:** [www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi](http://www.facebook.com/MaltepeHacamatKupaTerapisi) ve [www.instagram.com/hacamat\_rukye\_hamail](http://www.instagram.com/hacamat_rukye_hamail) adresli internet sitelerinde yer verilen 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,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin 9/1, 12/1, 12/2, Ek-3/5, Ek-3/8 inci maddeleri.

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2018/1438**

**Şikayet Edilen: Dentapark Ağız ve Diş Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dentapark.org](http://www.dentapark.org/) ve [www.instagram.com/dentapark\_iskenderun](http://www.instagram.com/dentapark_iskenderun) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** - [www.dentapark.org](http://www.dentapark.org/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; “Hasta Görüşleri” başlığı altında; *“Ortodonti tedavimi Dentapark polikliniğinde sürdürüyorum. Karşılama, hizmet ve tedavi sürecimle ilgili herhangi bir sorun yaşamadım. Gayet memnunum Doktorumda işini profesyonelce yapıyor. Asistanı da çok tatlı bir insan. Her şeyden gayet memnunum… Hastanenizde karşılama, iletişim ve ilgi çok güzel. Güler yüzlü çalışanlar sayesinde insan diş doktoru korkusunu birazda olsa azaltıyor. Gerek doktorların gerek hemşire arkadaşların ilgi ve nezaketi çok hoşuma gitti. Tanıdık doktor olduğu için geldim ama öyle olmasa bile tekrar tercih edeceğim bir yer oldu. Ayrıca hijyen konusunda dikkatiniz için de ayrıca teşekkür ederiz…”* gibi ifadelere,

[www.instagram.com/dentapark\_iskenderun](http://www.instagram.com/dentapark_iskenderun)adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere, uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dentapark.org](http://www.dentapark.org/) ve [www.instagram.com/ dentapark\_iskenderun](http://www.instagram.com/dentapark_iskenderun) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımların talep yaratıcı, kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-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, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2018/1617**

**Şikayet Edilen: Alle Sağlık Hizmetleri Tur. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.allesaglik.com](http://www.allesaglik.com/) adresli internet sitesinin 21.05.2018 ve 22.05.2018 tarihli görünümlerinde;

Anasayfada; *“ALLE'yi Tercih Etmeniz İçin Çok Sebep Var. ALLE olarak, tüm sağlık kuruluşlarının hızla birbirine benzediği bir zamanda; rekabetin özensizliğe dönüşmesine izin vermeye, her insanın biricik olduğunu unutmaya, standart ve sıradan olmaya hiç niyetimiz yok... ALLE’de hastalarımıza profesyonel ve hijyenik bir ortamda, en doğru teşhis ve tedaviyi sunmayı hedefleriz. Sağlık hizmetini “butik” yaklaşım içinde sunar, her hastamızın kendini özel hissedeceği bir ortam hazırlamaya çalışırız. Biz kendimizi hastalarımızın "dostu" olarak görürüz. Onların ALLE içinde kendilerini evlerindeki kadar rahat ve huzurlu hissetmeleri, bizim için her şeyden daha önemlidir… ALLE için “hasta memnuniyeti” birincil önceliktir. Takip ve tedavilerimizi ticari beklentilerden önce, hastalarımızın menfaatini düşünerek planlar ve uygularız. Her çalışanımızın hastasıyla kendi ailesinden biriymiş gibi ilgilenmesini bekleriz. Hastalarımızın tedavi süreçlerinin her basamağında detaylı olarak bilgilendirilmesini çok önemseriz. Her hastamıza, tedavisinin gerektirdiği kadar zaman ayırırız. Onları dinler, sorularını asla yanıtsız bırakmayız… İşimizi daima severek ve tutkuyla yaptığımız için ALLE ailesinde işine içtenlikle bağlı, yeniliklere açık olan ve hasta memnuniyeti adına çıtayı hep yukarı taşımak isteyen herkese kapılarımızı açık tutarız… ALLE olarak çevreye ve doğal kaynaklara zarar vermemeye özen gösteririz. Çevreye olumsuz etkilerimizi güncel ve en uygun tekniklerle en aza indirgemek için çaba gösterirken, doğal kaynakları da daima korumaya çalışırız…”,* “Biz Kimiz?” başlığı altında*; “ALLE, sağlık sektöründe faaliyet gösterecek olan özel muayenehane, özel hastane, klinik ve poliklinik, laboratuvar veya benzeri sağlık tesislerinin yapı, donanım ve idari kurulumunu gerçekleştirmek üzere faaliyet gösteren bir kuruluştur. Faaliyet halindeki sağlık işletmelerine danışmanlık yapan ALLE , yüksek kalite standartlarında sağlık işletmelerinin sayısının çoğalmasına hizmet etmek, sektöre kaliteli tesis ve hizmet alanları sunmayı hedeflemektedir. Sağlık sektöründe faaliyet gösteren şirketlere iştirak etmek, İlgili tesisleri işletmek, satın almak, kiralamak ve/veya kiraya vermek, Doktor ve sağlık kuruluşlarına danışmanlık yaparak kurumsal çözümler üreten ALLE, sektörün en güçlü yol arkadaşlarından biridir. ALLE’de kendinizi evinizde gibi hissedeceksiniz…”* gibi ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.allesaglik.com](http://www.allesaglik.com/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlararacılığıylasağlık alanında çalışan kişi ve kuruluşların faaliyetlerine ticari bir görünüm verilerek yönlendirme yapıldığı, sunulan sağlık hizmetlerine yönelik talep oluşturulduğu,

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, inceleme konusu tanıtımların;

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji 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 Kanun'un 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alle Sağlık Hizmetleri Tur. ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

**45)**

**Dosya No: 2018/1618**

**Şikayet Edilen: Arda Erdal ŞILA (Queenzz Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://queenzzguzellik.com](http://queenzzguzellik.com/) adresli internet sitesinin 22.05.2018 tarihli görünümünde;

Anasayfada; *“Estetik Cerrahi, Estetik Cerrahi hakkında merak ettiklerinizi bulabileceğiniz içeriğe sahip bir web sitemiz var...”,* “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Lazer, kabaca tek dalga boyunda yoğunlaştırılmış ışık demektir. Belirli dalga boylarındaki lazer ışınları koyu renkli maddeler tarafından tutulmak suretiyle enerjilerini bu maddelere aktararak ısı enerjisine dönüşürler.Bu özellikten yararlanarak lazer ışığı tıpta 40 yıldır çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Lazer epilasyonda prensip, kıl folikülünde yerleşmiş bulunan melanin adı verilen renk maddesinin lazer ışığı tarafından tutularak ısıya dönüşmesini sağlamak daha sonra da ortaya çıkan bu ısı enerjisi ile kıl folikülünü tahrip etmektir. (Bu sırada ortaya çıkan ısı kıl kökü hücresini tahrip eder. Tüylerdeki melanin cilttekine göre daha konsantredir. Bu da cildin zarar görmesini önler.) Lazer Epilasyonun Avantajları; Hastaların çoğunda kalıcı veya uzun dönemli epilasyon sağlar. Tekniğine uygun yapılırsa güvenilir bir yöntemdir… Lazer epilasyon uygulamasının güvenilirliği ve tesiri, Amerikan gıda ve ilaç dairesi FDA (Food and Drug Association) tarafından 1997 yılında onaylanmıştır. Ütülüeme Diode Lazer Epilasyon; Ütüleme Epilasyon günümüz teknolojisinde 10-15 hz yani 1 saniyede 10-15 atış yapan tüm Diyot lazer sistemlerine verilen genel bir terimdir. Teknolojinin ilerlemesiyle klasik Diode Lazer Epilasyon sistemlerinin 1-3 hz’den 10 hz’ye çıkarılmasıyla Diyot / Diode lazer cihazlarında tekli atışların yanı sıra düşük enerji ile aynı bölgeye üst üste atış yapma imkanı sağlamaktadır. İşte bu atış şekillerine Diode Lazerlerin Ütüleme modu denir. Diode lazerler hemen hemen tüm cilt tiplerinde etkilidirler. Özellikle yüz bölgesi ve kollardaki ince kıllarda alexandrite lazerden daha etkilidirler. İlk dönemlerinde çok acılı olan bu sistem son zamanlarda ütüleme ve tarama teknolojileri ile daha az acılı hale gelmişlerdir…”,*

“Cilt Bakımı” başlığı altında; *“Stres, sağlık sorunları veya yaşa bağlı olarak ciltte oluşan yıpranmalara Cilt Bakımı ile ilk günkü gibi… Profesyonel enstitü bakım ürünleri ve aletlerle, konusunda uzman kişi tarafından, steril bir ortamda yapılan; cildi temizleme, nemlendirme, besleme, yenileme gibi cildin tipine uygun bakımın ve gerektiği durumlarda doğru tedavinin gerçekleştirilmesine cilt bakımı denir.”*

şeklindeki ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Queenzz Güzellik Merkezi” olarak belirtildiği 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 salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

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

Bu bağlamda; 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 verilmeyenütıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 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 **Arda Erdal ŞILA (Queenzz Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2017/4692**

**Şikayet Edilen: Dermamed Lazer Epilasyon ve Estetik Tic. Ltd. Şti. (ÖZEL DERMAMED POLİKLİNİKLERİ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [https://dermamed.com.tr](https://dermamed.com.tr/) adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com/) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com/) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2018 ve 12.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 12.04.2018 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada, *“Dr. Levent Türbedar meslekte 34. yılında! Kurucu doktorumuz Levent Türbedar mesleğinin 34. yılında. Ülkemizin Medikal Estetik alanında ilk uygulayıcılarından…Klinik seçerken lütfen dikkat! T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlı kliniklerimizle size mutlaka çok yakınız. Tanışmak için bekliyoruz, gelsenize…Medikal estetikte 24. yılında sizinle.”,*

-“Biz Kimiz?” başlığı altında; *“Güler yüzlü hizmeti ilke edinen Dermamed, 7 şubesi ve 24 yıllık deneyimi ile Medikal Estetik alanında hizmet sunmaktadır…Periyodik olarak denetlenen şubelerimizde; konusunda izinli bir kadro gözetiminde hizmet alırken kendinizi bakımlı ve sağlıklı hissedebilirsiniz. Dermamed’de başarı ile uygulanabilen hizmetler şöyle sınıflandırabiliriz...”,*

-“Dr. Levent Türbedar” başlığı altında; *“…tecrübe edindi. Ardından da 1994’de Etiler’de Dermamed’in temellerini atarak, estetik tıp alanında birikimi ortaya koymaya başladı. Medikal estetik alanında 24 yılı geride bırakan Dr. Levent halen mesleki bilgi alanını ve vizyonunu geliştirmek amacıyla tüm yenilikleri yerinde inceler, dünyanın dört bir yanında hekimlerle bire bir çalışır...”,*

-“Dr. Zülfiye ŞAVKIN” başlığı altında; *“…Dr. Zülfiye, yurt içi ve yurtdışı eğitimlere katılarak mesleki tecrübelerini artırmakta ve en son gelişmeleri yakından takip etmektedir.”,*

-“Gençlik Aşısı” başlığı altında; *“…cildin kendi kendini tamir etmesi açısından da hayati değer taşıyor…Sonuç olarak cilt daha genç, sağlıklı ve taze görünebiliyor.”,*

-“Karbon Peeling/PTS” başlığı altında; *“…PST; özel bir teknolojiye sahip NdYag lazer ile güneşli aylarda bile güvenle uygulanabilen özgün bir gözenek/cilt sıkılaştırma tedavisidir….Uygulama 15 dakika gibi kısa bir sürede tamamlanır ve günlük yaşantınızı etkileyecek bir durum oluşturmaz. PST, her cilt tipine güvenle uygulanabilir, hızlı ve etkin sonuçlar alınabilir. PST, her mevsimde ve koyu ciltlerde yapılabilecek kadar emniyetli, hızlı, çabuk sonuç veren bir peeling etkisi gerçekleştirir…PST yazın rahatlıkla uygulanabilmektedir…”,*

-“Ağrı Tedavisi” başlığı altında; *“…HİLT lazer teknolojisi ile fizik tedavi artık; daha etkili, hızlı, emniyetli, ağrısız olabiliyor…lazer dokulara ekstra iyileşme enerjisi verir. Bu yöntemin farkı nedir?…Hilthera’nın farkı ve de en büyük özelliği yüksek yoğunlukta lazer enerjisi uygulaması…Böylece daha ilk seansta ağrıyı azaltabiliyor, dokuların iyileşme hızını artırabiliyor…iyileşme gücünü tekrar geri kazanıyor. Tıpkı gençlikte yaraların daha hızlı iyileşebildiği gibi, her şey hızla iyileşmeye başlayabiliyor…”,*

-“Şubelerimiz-Göktürk Şubesi” başlığı altında; *“…Deneyimli danışman ve doktordan oluşan ekibimiz…”,*

-“Ameliyatsız Burun Revizyonu” başlığı altında*; “…artık burun şekli sorunlarını 10 dakika gibi bir süre içinde çözebiliyoruz…Burunda tamamen zararsız olan geçici dolgu maddelerini kullanıyoruz…yan etki riski bir hayli düşük, eğer uygulama bir bölgeye fazla geldiyse eritilebilmesi mümkün olan, yüz ve burnu heykeltıraş gibi şekillendirebildiğimiz maddeler…emniyetli bir dolgu maddesi. Doğru seçilmiş vakalarda, doğru müdahale yapıldığında başarılı sonuçlar alınabiliyor.”,*

-“Diode Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“…Özel DERMAMED Poliklinikleri, etkinkinliği bilimsel çalışmalarla ispatlanmış Diode Lazer teknolojisinin 3. Nesil temsilcisi fraksiyonel epilasyon lazeri ile de hizmet sunmaktadır…Hasta konforu için geliştirilmiş fraksiyonel…”,*

-“Leke Bakımları” başlığı altında; *“…lekelerin tedavi başarı sağlanabilmektedir. Elbette ileri teknoloji ve kozmetoloji işbirliği ile planlanan, içeriği çeşitli tedavilerle oluşturulan özel protokollerle hizmet sunmaktayız…tedavinin etkinliğini desteklemek…rahatlamak için profesyonel kabin ürünleri…”,*

-“Botoks Enjeksiyonu” başlığı altında; *“…yüz ovalinin geriye döndürülmesi son derece etkili olabilmektedir…kırışıklıklarda çok iyi bir opsiyondur…en minimal seviyede yaşanılmasına…”,*

-“Mezolift” başlığı altında; *“…sonuç daha etkili olabilir…”,*

-“Prp” başlığı altında; *“…cilt gençleştirme önemli sonuçlar sağlayabilmektedir…PRP tedavisiyle önemli sonuçlar alınıyor. PRP’nin etkin olduğu iki alan daha var ki…beklediğimiz etkileri daha çabuk elde etmek için PRP uyguluyoruz. Yüze uyguladığımız PRP tedavisi cilt yenilemesi açısından son derece başarılı sonuçlar verebiliyor…erkeklerde önemli sonuçlar alınabiliyor…kellik başlamış bölgeleri güçlendirmek adına da PRP oldukça etkili bir yöntem denebilir. Dolayısıyla gerek saçları incelmiş kişilere gerekse de saç ekimi yaptıranlara PRP seanslarını önemle tavsiye ediyoruz…”,*

-“Gözaltı Işık ve Işıltı Dolguları” başlığı altında; *“…Neyse ki tüm bunların çözümü var; Gözaltı ışık ve ışıltı dolguları…Çözüm olarak gözaltı ışık dolgusu uygulanır…çukurluk ortadan kaldırılabilir…gölge etkisi ortadan kalkabilir…ışık dolgusu bu sorunu giderebilir…Dolguya katılan hylarunolik asit sayesinde etkisi çok daha uzun sürebilir. Uygulamayı tekrarladıkça cildin kalitesi artar…Her iki dolgu da doğru kişide, doğru karışım uygulandığı takdirde etkili olabilmektedir. Gözaltındaki morluklardan Işıltı Dolgusu’yla çukurdan ise Işık Dolgusuyla kurtulabilirsiniz…”,*

-“Hifu Terapi” başlığı altında; *“…düşük kaşlar ameliyata ihtiyaç duyulmaksızın gerdirilebiliyor. FDA onaylı Ultherapy, cilt gençleştirme uygulamalarında estetik operasyonlara alternatif olarak sunuluyor…Maksimum 30 dakika süren Ultherapy uygulamasının ardından kişiler günlük aktivitelerine hemen dönebiliyor.”,*

-“Fraksiyonel Karbondioksit Lazer” başlığı altında; *“…Biz kliniğimizde ihtiyaca göre altın standart kabul edilen Karbondioksit lazeri ve altın iğne radyo frekanslarını kullanıyoruz…başarıyla kullanıyoruz…hastanın cilt özelliklerine ve talebine göre tedavi başarıyla uygulamaktayız.”,*

-“Akustik Dalga Terapisi” başlığı altında*; “…yüksek teknolojik başlıklarla yağ doku ve selülitte kullanılması ile vücut bakımında yeni bir dönem başlamıştır…yaz kış rahatlıkla kullanılır…”,*

-“Elektroterapi” başlığı altında; *“…saç dökülmesinde de etkili sonuçlar vermektedir.”,*

-“Lazer Lipoliz” başlığı altında; *“…Kişi hemen günlük hayatına dönebilir…”,*

-“Tripolar Radyofrekans ” başlığı altında; “…*anti-aging tedavilerine çok daha farklı bir boyut kattı…tamamen ağrısız ve keyifli bir uygulamadır.” gibi ifadeler ile,*

[www.facebook.com](http://www.facebook.com/) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Dermamed” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda;

*“Dermamed’de başarı ile uygulanabilen hizmetler…Her şey Dr. Türbedar’ın 90’lı yılların başında medikal estetik üzerine çalışan Kanadalı bir doktorla tanışmasıyla başladı. O sıralar ülkemizde medikal estetik nedir bilmiyorlar tabi. Kaşları havada, şaşkın şaşkın bakan; bir türlü mimik yapamayan hatalı botoks mağduru kadınlar da henüz ortada yok. Tıbbın bu gelecek vadeden alanı Dr. Levent’i çok heyecanlandırıyor. Soluğu önce Kanada’da alıyor ve kedisini çok etkileyen o doktordan eğitim alıyor.Ardından kolları sıvıyor; 1994 yılında İstanbul, Etiler’ de Dermamed’in temellerini atıyor. Bir yandan da dünyada ne kadar seminer veya eğitim varsa katılıyor. Ameliyatsız estetik büyük bir tutku haline geliyor. İki sene kadar muayenehane statüsünde hizmet verdikten sonra 1996’da Belgin Yavuzlar ile birlikte Dermamed’i kurumsal bir boyuta taşıyorlar; şirketleşerek, dekorasyonundan, çalışanlarına 23 yıldır seçkin duruşunu bozmayan bir marka haline getiriliyor. Bugün Özel Dermamed Poliklinikleri; Kızıltoprak, Levent, Bakırköy, Bahçeşehir, Maçka, Göktürk ve Çekmeköy’de yer alan yedi şubesiyle her daim yenilikleri takip eden, zamanı yakalayan, kendini geliştiren bir kurum olma özelliğini koruyor. Bir diğer, hatta belki de en önemli özelliği ise ‘güzellik’ kavramını ‘doğallıkla’ özdeşleştirmesi; güzel yaş almanın ve sağlıklı olmanın önemine inanması…Özellikle profesyonel cilt bakımları cildin derinlemesine temizlenmesine yardımcı olur. Biz burqadayız. Gençli Aşısı, Ultherapy, Karbon Peeling vb. medikal estetik uygulamalarıyla cildinizi kalojen üretmeye teşvik edebilir, canlandırabilirsiniz. Biz yine buradayız!...Mart ayına özel 2 dolgu alana 1 dolgu hediyemiz!...Yaş almak bizimle daha güzel çünkü medikal estetik uygulamaları bize birçok konuda fayda sağlıyor. Yüz, boyun ve dekolte bölgesini toparlayabiliyor; kaşları kaldırabiliyor; yüz ovalini şekillendirebiliyor; lekeleri ve akne izlerini hafifletebiliyoruz…Yaş almak bizimle daha güzel…Sevgi Günü’nüz kutlu olsun! Sevgiyi her an yaşamanız dileğiyle…Bizden size hediye; bu aya özel %25’e varan indirim fırsatı unutmayın…Çene kasları çok kuvvetliyse, özellikle de diş sıkma sorunu varsa; yüzü genişler, v şeklini kaybeder. Güzel haber: Bu adalelere çok ufak bir botoks müdahalesiyle yüz küçültüp, üçgenleşebiliyor…Dr. Meltem Ayran tarafından Özel Dermamed Poliklinikleri’nde hassasiyetle uygulanan O-Shot, nam-ı diğer orgasm shot( orgazm aşısı) kadınların tüm bu sorunlarına karşı fayda sağlamayı ve onları özgürleştirmeyi hedefliyor…Hiç uyuşturmadan dudak dolgusu nasıl yapılır? En hafif doktor kime benzer? drleventturbedar…İfadenizi özgürleştirmek ister misiniz? Dolgu ve botoks uygulamalarında en önemli nokta mimikleri mümkün olduğunca doğal bırakmak, yerinde dokunuşlarla zamana karşı gelebilmek ve dinç bir görüntü sağlayabilmek. İfadenizi özgürleştirmeye yardımcı olmamız için bize ulaşın…Yeni yıla ışıl ışıl girmek isteyenler? Dolgu yaptıran herkese 1 seans ‘Radyo Frekans ile cilt gençleştirme’ hediye ediyoruz…Kılcal damar çatlamaları cilde hassasiyet ve kızarıklığa neden olur ve mutlaka tedavi edilmelidir. Burada gördüğünüz lazer sistemiyle oldukça etkili sonuçlar alabilmek mümkün…Siz hiç lazer epilasyon rahatlığı yaşadınız mı?...Siz hayal edin, biz hayalleri biraz daha gerçek kılmaya yardımcı olalım. İşte bir hekim olarak en büyük mutluluk bu…Ameliyatsız burun estetiğiyle ufak dokunuşlar, güzel değişimler…Dolgu ve botoks uygulamalarında en önemli nokta mimikleri mümkün olduğunca doğal bırakmak, yerinde dokunuşlarla zamana karşı gelebilmek ve dinç bir görüntü sağlayabilmek. İfadenizi özgürleştirmeye yardımcı olmamız için bize ulaşın. İfadenizi özgürleştirin…Güneş lekesi mi?*

*Hadi artık lekeleri dert etmeyin ve detaylı bilgi için bize ulaşın…”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com/) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “dermamedtr” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda;

*“Yaş almak bizimle daha güzel…Yaş almak bizimle daha güzel çünkü medikal estetik uygulamaları bize birçok konuda fayda sağlıyor: Yüz, boyun ve dekolte bölgesini toparlayabiliyor; kaşları kaldırabiliyor; yüz ovalini şekillendirebiliyor; lekeleri ve akne izlerini hafifletebiliyoruz…Sevgi Günü’nüz kutlu olsun! Sevgiyi her an yaşamanız dileğiyle…Bizden size hediye; bu aya özel %25’e varan indirim fırsatı unutmayın…Dr. Meltem Ayran tarafından Özel Dermamed Polikliniklerinde hassasiyetle uygulanan O-Shot, nam-ı diğer orgasm shot (Orgazm aşısı) kadınların tüm bu sorunlarına karşı fayda sağlamayı ve onları özgürleştirmeyi hedefliyor…İfadenizi özgürleştirmek ister misiniz?...Dolgu ve botoks uygulamalarında en önemli nokta mimikleri mümkün olduğunca doğal bırakmak, yerinde dokunuşlarla zamana karşı gelebilmek ve dinç bir görüntü sağlayabilmek. İfadenizi özgürleştirmeye yardımcı olmamız için ulaşın…Lazer epilasyon ile her gün özgür…Yeni yılda her gün özgür olmak ister misiniz? Lazer epilasyon paketi alana cilt bakımı hediye ediyoruz. Hediyemiz 31 Aralık tarihine dek Çekmeköy, Kızıltoprak, Göktürk ve Bakırköy şubelerinde geçerlidir…Siz hiç lazer epilasyon rahatlığı yaşadınız mı?...Dr. Levent Türbedar, medikal estetik alanında 24.yılına girdi*…” gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği*,*

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan paylaşımlarda; *“…Mart ayına özel 2 dolgu alana 1 dolgu hediyemiz!...Bizden size hediye; bu aya özel %25’e varan indirim fırsatı unutmayın…Yeni yıla ışıl ışıl girmek isteyenler? Dolgu yaptıran herkese 1 seans ‘Radyo Frekans ile cilt gençleştirme’ hediye ediyoruz…Lazer epilasyon paketi alana cilt bakımı hediye ediyoruz…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu **:** [https://dermamed.com.tr](https://dermamed.com.tr/) adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com/) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com/) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 **Dermamed Lazer Epilasyon ve Estetik Tic. Ltd. Şti. (Özel Dermamed Poliklinikleri)** 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** verilmesinekarar verilmiştir

**47)**

**Dosya No: 2017/4723**

**Şikayet Edilen: Sır Kuaför Güzellik Salo. Tur. Rek. ve Sağ. Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (ÖZEL SIR POLİKLİNİĞİ)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2018 ve 22.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sirpoliklinik.com](http://www.sirpoliklinik.com/) adresli internet sitesinin 21.03.2018 tarihli görünümünde;

-“Prp” başlığı altında; *“…Cilt gençleştirme konusunda etkili ve doğal bir yöntem olan PRP…Böylelikle tedavi edilecek bölge ya da dokunun onarımı çok hızlı ve etkili bir şekilde başlar, böylece daha kısa sürede sonuç alınır…uygulamalardan hemen sonra, derinin hızla yapılanmasını sağlamak…tedavi sürecini hızlandırmak…diğer tedavi seçeneklerinin etkisini güçlendirmek…göz altı morluklarında başarılı sonuçlar alınabilir…Bu nedenlerle bu uygulama güvenilir olarak değerlendirilir…ciltte sağlıklı bir parlaklık ortaya çıkar…”,*

-“Dermapen” başlığı altında; *“…daha dinç bir görünüm elde etmek için tercih edilen Dermapen yöntemi, 2012 yılında ABD’de yılın en iyi cilt gençleştirme sistemi seçildi…Oldukça güvenli bir uygulamadır…Ameliyatsız gençleşmenin avantajları; İnce çizgilerin azalması, Derinin sıkılaşması ve gerilmesi, Akne ve diğer lekelerin azalması ve hatta yok olması, Çatlak ve deri gevşemelerinin giderilmesi, Çok hızlı iyileşme süreci, Lazerle soyulmuş cilt de uygulanabilme güvenilirliği, Her cilt tipinde ve her bölgede uygulanabilmesi, Kolajen dokunun genişlemesini sağlar…”,*

-“Somon DNA” başlığı altında; *“…Somon DNA aşısı cilt yenilemede yepyeni ve yaratıcı bir yaklaşım sunan bir işlem…kişi uygulamadan hemen sonra cildinde herhangi bir belirti olmadan günlük yaşamına devam edebilir…kişi yepyeni bir enerji ile ışıltı kazanır…Olgun ciltlerde yılların etkilerini geri almak amacıyla kullanılırken, genç ciltlerde cildin sağlığını korumak ve pürüzsüz olmasını sağlamak için kullanılabilir…Cildin daha sağlıklı, genç, parlak ve ışıltılı gözükmesini sağlar…avantajı yaz kış her mevsim yapılabilmesidir…”,*

-“Örümcek Ağ ve İp Askı” başlığı altında; *“…Cerrahiye başvurmak istemeyen ve cildinin eski görünümüne kavuşmak isteyen kadınlar ve erkekler için ideal uygulamadır.Cerrahi yüz operasyonuna alternatif bu işlem ile yaşlanma süreci geciktirilmektedir…Örümcek ağ ve ip askı cerrahi operasyona alternatif olabilir mi ? Yaşlanmış görüntüden kurtulmak için uygulanan cerrahi işlemler uzun yıllar kullanılacak kalıcı sonuçlar sunuyor ancak maliyeti ve uzun süren iyileşme süreleri hastaları düşündürüyor. Etkisini işlem sonrası hemen görmenizle birlikte 6 ay içerisinde tam etkisini gösterir. Diğer cilt işlemlerine göre daha kalıcıdır…”,*

-“Cilt Bakımı” başlığı altında; *“…gibi bakımlarla ciltte çok daha güzel bir görünüm elde etmek ve cildin zamana karşı direnmesini ve hep genç kalmasını sağlamak mümkün…Tüm bunları engellemek ve cildinizi koruma altına almak zamana meydan okumak sizin elinizde…”,*

-“Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“İstenmeyen tüyleri hızlı ve kolayca yok edebilmek amacıyla son yıllarda lazer sistemleri yaygın olara kullanılmaktadır…istenmeyen tüylerden kurtulmanın hızlı, etkili, güvenli ve daha aza ağrılı bir yöntemidir…Mükemmel sonuçlar beyaz tenli ve koyu renkte kıla sahip kişilerde alınmaktadır…Kalın yüz tüyleri için ve dudak üstü için lazer epilasyon sonuçları ve konforu nedeniyle özellikle tercih edilebilir…Nd Yağ Lazer, yüz bölgesi için son derece güvenli bir lazerdir…Diğer lazerle kıyaslandığında önemli bir üstünlüğü de yanık riskinin son derece düşük olmasıdır…Lazer epilasyon için en ideal adaylar…koyu cilt rengine sahip kişilerde de etkili sonuçlar alınabilmektedir…en kısa sürede tedavinin bitirilmesi amaçlanır… Lazer epilasyon güvenilir midir?...Tıbbın önemli teknolojik buluşlarında olan lazer son 30-40 yıldır gelişerek bir çok alanda (göz ameliyatlarından diş dolgusuna kadar ) güvenle kullanılmaktadır…Ancak lazer ışığının vücutta bıraktığı herhangi bir kanserojen etkisi yoktur…Lazer epilasyonun güvenilirliği ve etkisi, Amerikan gıda ve ilaç dairesi FDA ( Food and Drug Association ) tarafından 1997 yılında onaylanmıştır…Lazer epilasyonun başarısı neye bağlıdır?...Başarılı bir lazer uygulaması için ilk adım, uzmanlar tarafında uygulama ve doğru cihaz seçimidir. Vücut tüylerinden kalıcı olarak kurtulmak adına yapılan lazer epilasyon için…Alexandrite lazer için en uygun yapıdadır. Alexandrite lazer deride ki kıl köklerine ulaşarak kalıcı sonuç sağlar…bronz tenlilerde güvenle kullanılabilir…uygun ve güvenilir bir uygulama sağlar. Diode buz lazer ise ütüleme tekniğiyle, ince ve koyu renkli kıllarda başarılı sonuçlar vermektedir…”,*

-“Erkek Lazer Epilasyon” başlığı altında*; “…erkekler lazer epilasyondan daha verimli sonuç alabilmektedir…bu durum doğal ve estetik bir görünüm sağlayacaktır…”,*

-“Lazer Epilasyonun Avantajları” başlığı altında yer alan ifadeler,

-“Lazer Epilasyon Cihazları” başlığı altında; *“…Diode lazerlerin ince kıllarda başarılı oranı daha yüksektir…”,*

-“Saç Tedavisi” başlığı altında; *“…Kısa süre içerisinde, kolay uygulanabilen ve etkili sonuçlar veren bu yöntem, saç kaybına en iyi medikal tedavi yöntemlerinden biri olarak gösterilmektedir…hiçbir alerji ve kanla bulaşan hastalı riski taşımaz. İyileşme süreci, içerik dolayısıyla çok kısadır…yeni, güçlü saç kılı üremeye başlar…daha sağlıklı ve yaşam süresi daha uzun saç telleri…Saç mezoterapisinin diğer klasik ilaç tedavilerine göre üstünlüğü; ilaçların küçük dozlarda bölgesel kullanılmasıdır.Yan etki riskinin olmaması bu yöntemin başlıca avantajıdır.Ayrıca bu işlemin sonuçları oldukça tatminkardır…Saç dökülmesinin azalması ve %90.7 oranında azalır…acı ve konforsuz bir his olmaz.Günlük aktivitenize hemen anında dönebilirsiniz. Saç Mezoterapisinin ve Prp’nin hiçbir yan etkisi yoktur.Tedavi sonrası, sonuçlar çok hızlı, çok etkili ve çok efektiftir…Kimler yaptırabilir?Hem kadınlar hem de erkekler için sonuçlar çok memnun edicidir…Yöntem, saç ekimi operasyonlarından sonra da yerleştirilen greftlerden maksimum sonuçlar almak için özellikle önerilir…Bu sayede %95’lere varan oranlarda saç dökülmesi seanslarından kısa bir süre sonra kesilir…”,*

-“Enjeksiyon Lipoliz” başlığı altında; *“…Sağlık Bakanlığı’nın izin ve onayını almış, ithal edilen ilaçlar kullanılmaktadır…Yöntemin en önemli avantajları arasında tekrarlanabilir olması, yan etkinin düşük olması, pahalı olamaması sıralanabilir…Tedavi ağrısız ve acısızdır ya da tolere edilebilecek düzeydedir…Uzun süreden beri kolesterol tedavisinde kullanılan FDA onaylı PPC maddesinin herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır…Lipolizin kaç seansta başarılı olacağı …Liposuction ameliyatı sonrasında birçok rahatsızlık yaşanır, oysa lipoliz ile sosyal hayatınıza devam edebilirsiniz…ancak kullanılan iğneler çok kısa ve ince oldukları için bunu tüm hastalar kolayca tolere edebiliyorlar…”,*

-“Bölgesel İncelme-Selülit Tedavisi” başlığı altında; *“…Kavitasyon güvenli ve etkili bir yöntem midir?Yapılan çalışmalar kavitasyon sistemlerin başarılı ve güvenli olduğunu göstermektedir…Bölgesel yağları azaltmak istiyorsanız kavitasyon gerçekten etkili bir yardımcı yöntemdir…Kavitasyon sistemleri zayıflamaya yardımcı, bölgesel incelmede oldukça etkili ve selülit giderici sistemlerdir. İşlem ağrısızdır ve işlem sonrası işinize dönebilirsiniz…”,*

-“Ozon Sauna” başlığı altında; *“…selülit depolarına son noktayı koymak için kullanılır…10 seanslık kürler halinde kullanıldığında çok etkili bir selülit giderici etki elde edeceksiniz…Yararları Nelerdir: Detoks etki…Dolaşımın hızlanması…Zayıflama…Böbrek fonksiyonlarına destek…Vücut direncini arttırmak…Yorgunluğu giderir ve zindelik verir…Ağrı giderici etkiler…Mikroptan arınma…Yaşlanma etkilerinin giderilmesi…Selülitleri giderir ve oluşumunu önler…Kansere karşı koruyucu etkiler… Ruhsal şikayetleri azaltır…Kliniğimizde ozon sauna uygulaması sırasında televizyon seyrederek müzik dinleyerek vakiin nasıl geçtiğini anlamazsınız… ”,*

-“Mezoterapi” başlığı altında; *“…hamilelik sonrası oluşan çatlaklar için etkili bir tedavi yöntemidir…cildin olduğundan daha genç, canlı ve sağlıklı görünmesini sağlar…”,*

-“Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…Bu tedavi yöntemleri, bazı lekelerde bir arada kullanılarak çok daha başarılı sonuçlar alınması sağlanmaktadır…Leke tedavisi ile bu gibi şikayetlerinizden de kurtulabilirsiniz…”,*

-“Kılcal Damar Tedavisi” başlığı altında; *“…Kılcal damar tedavilerinde genellikle bir veya iki seansta hemen sonuç alınmaktadır…”*,

- “Terleme Tedavisi” başlığı altında; *“…Koltuk altı enjeksiyon tedavisi, terleme sorununu uzun vadede çözecek yöntemlerden biridir.Uygulama sadece güzelleşmek için değil, aynı zamanda aşırı terleme sorununu da çözüm olduğunu ve bu tekniğin, kısa bir sürede, kolayca uygulanabildiğini unutmamak gerekir…Eğer bu konuda deneyimli ve eğitimli, yani profesyonel birine bu uygulamayı yapıyorsanız, işlemin riskleri yok denecek kadar az…Koltuk altına yapılan bu uygulamaları Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi’nden (FDA) onay almıştır ve güvenlidir…”*,

-“Migren Tedavisi” başlığı altında; *“…uyku düzensizliklerinde belirgin bir iyileşme sağladığı saptanmıştır…tedaviye başlanmasından kısa bir süre sonra ağrılar belirgin şekilde azalmaktadır…”*,

-“Botoks” başlığı altında; *“…Yaşlanma kaçınılmazdır ama etkilerini azaltmak ve geciktirmek kişilerin kendi elindedir…Kırışıklıkları gidermek amacıyla ise 10 yıldır güvenli ve başarılı bir şekilde kozmetikle kullanıma girmiştir…”*,

-“Enjeksiyon Yöntemi Dolgu” başlığı altında; *“…Bu nedenle diğer sentetik dolgu maddelere göre daha güvenilirdir…Hyaluronic asit, cildin esnekliğini koruyarak, gençlik ışıltısını geri kazandırmaya yardımcı olur…Hyaluronic asit, tamamen doğal ve cilt tarafından yeniden emilir özelliktedir.Patentli özel içeriği sayesinde 10-15 dakikalık bir süre uygulaması sonucu doğal bir görünüm verir ve sosyal yaşamınıza kaldığınız yerden devam edebilirsiniz…”* gibi ifadeler ile,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com/) adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Özel Sir Polikliniği” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda;

*“…Sir Güzellik Merkezi, 16 yıllık tecrübe, 7000 memnun müşteri, ağrısız acısız ücretsiz kıl analizi testi için hemen ara…Akne- sivilce izi ve lekelerden kurtulmak, detaylı bilgi almak ve ücretsiz doktor muayenesi için bizimle iletişime geçebilirsiniz…en ideal tedavi zamanı bu mevsimlerdir…Lazer epilasyon, kişiye, uygulanan bölgeye ve kıl tipine uygun ışık enerjisi vererek vücuttaki istenmeyen tüylerden kurtulmanın hızlı, etkili ve en güvenli bir yöntemidir…Yaşlılık belirtilerini azaltan mucizevi gençlik iksiri PRP. İnce kırışıklıklar, cilt sarkması, göz altı morlukları, akne izleri, güneş lekelerinde il seanstan itibaren gözle görülür farklılık…Gelin polikliniğimize ücretsiz cilt analizi yapalım ve size en uygun cilt bakımı ile ışıl ışıl bir cilde kavuşun…Alexandrite ile gerçek lazer epilasyon, kalıcı ve kesin sonuç…PRP mucizesi ile güneşten kurumuş cildinizi yenileyin…PRP ile saç dökülmesi kabusuna son…Akne (sivilce) izlerinde çok iyi sonuçlar kliniğimizde…”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com](http://www.instagram.com/) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “sirguzellikmerkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda;

*“…Polikliniğimizde ücretsiz kol altı lazer epilasyon fırsatı…Sir Güzellik Merkezi Alexandrite ile Kalıcı ve Kesin Çözüm Lazer Epilasyon Tüm bölgeler için geçerli fiyat 49TL. 100 kişi ile sınırlı kampanya. Kıl analizi ve ücretsiz test atışı için randevu alınız…Ön görüşmenin ardından sihirli dokunuşlar için sizleri, mutlaka polikliniğimize bekliyoruz…Annenize gençlik hediye edin. Polikliniğimizde Anneler Gününe özel fiyatlar…Alexandite ile gerçek lazer epilasyon kesin ve kalıcı sonuç…polikliniğimizde yaz başlamadan lazer epilasyonda paket kampanyası…Saç dökülmesinde tek çözüm PRP tedavisidir.Kişinin kendini kanından alınan kök hücreler saç diplerine enjekte edilerek saçların dökülmesi azaltılır ve ince saç tellerinin kalınlaşması sağlanır Sır Poliklinik. Randevu ve ücretsiz muayene için tel…Cilt gençleştirme, ciltlerde yoğun nem ve parlak görünüm Prp ile mümkün. Polikliniğimizde uzman dermotolog doktorumuz ücretsiz muayene yapmaktadır…”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, kampanyalara yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu sosyal paylaşım sitelerinde yer alan paylaşımlarda, *“…Sir Güzellik Merkezi…Sir Güzellik Merkezi Alexandrite ile Kalıcı ve Kesin Çözüm Lazer Epilasyon…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sirpoliklinik.com](http://www.sirpoliklinik.com/) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com/) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com/) adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan ifadele ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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 **Sır Kuaför Güzellik Salo. Tur. Rek. ve Sağ. Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (ÖZEL SIR POLİKLİNİĞİ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2017/1348**

**Şikayet Edilen:** **Maya Lazer Epil. Med. Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://www.mayaestetik.com](https://www.mayaestetik.com/) adresli internet sitesinin 15.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “Lazer epilasyon” başlığı altında; *“…Üzülmeyin! Çaresiz değilsiniz... Kesinlikle üzülmeyin, bu sıkıntılı durumdan kurtulmak lazer epilasyon ile çok kolay... Üstelik ağda, epilator vs. geleneksel epilasyon yöntemleri gibi acı verici değil. Hepsinden önemlisi lazer epilasyon ömür boyu kalıcı bir tedavi yöntemidir.”*,

“Lazerle Dövme Sildirme” başlığı altında; *“Üzülmeyin… Çaresiz değilsiniz! Bu konuda çok da fazla üzülmeyin çünkü modern tıp lazerle dövme sildirme tedavisinde de hayli ilerlemiş durumda. Hatta dövmeniz çok yeni değilse hiç dövme yaptırmamış gibi hayatınıza devam edebilmeniz de mümkün… Dövme kapatma işlemi bir hayli yaygınlaşmış durumda… Dövme sildirme merkezlerinde çok kısa bir zaman aralığında çok ta uygun fiyatlara yapılabiliyor. Vücuttan lazerle dövme çıkarma işleminin fiyatlarında etkisi ile giderek daha da yaygınlaşması bekleniyor.”*, şeklinde ifadelere yer verildiği ve kuruluşun “*Maya estetik*” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [https://www.mayaestetik.com](https://www.mayaestetik.com/) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak sağlık kuruluşları 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 Kanun’un 1, 8 inci maddeleri,

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü 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 **Maya Lazer Epil. Med. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri **anılan reklamları durdurma ve 69.086 TL. (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2017/1350**

**Şikayet Edilen:** **Essi Özel Eğitim Öğretim İthalat İhracat Güzellik Turizm Sağ. ve Koz. San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://www.essiguzellik.com](http://www.essiguzellik.com/) adresli internet sitesinin 21.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“PACT tırnak mantarı giderme uygulaması Türkiye’de”* başlığı altında; *“PACT Fotodinamik Tırnak Mantarı Giderme Uygulaması… İlk başta kullanılan PACT Nail Fungus Gel tırnak mantarı boyar maddesi toluidin mavisidir. Toluidin mavisi, özel toksit olmayan bir boyadır. Bu özel boya nedeniyle mikroorganizmalar belli bir dalga boyunda ışıkla uyarılırlar. PACT ışık tedavisi sırasında tırnak daima bu jel ile kaplıdır. Bu madde 630 nm dalga boyundaki ışıkla uyarılır ve oksijen molekülünü ayrıştırarak cilde zarar vermeden mantarları öldürür. İşlem için PACT tırnak jeli mantarlı alana tamamen kapatacak şekilde uygulanır. Sonra PAC-MED cihazı kullanılarak yaklaşık 9,5 dakika süre ile tedavi yapılır. Tedavi enfeksiyonun ağırlık derecesine göre değişmekle birlikte, genellikle 3 ila 6 seans arasında değişmektedir. Uygulamanın tekrarlanması, enfeksiyon şiddetli olsa bile mantarın tahrip olmasını sağlar ve gerektiğinde dokulara derinlemesine nüfuz eder. Fotodinamil tedavi bitiminde bant ile PACT UREA 40 merhemi uygulanır. Tedaviden sonra evde de uzmanın tavsiyesine göre birkaç gün boyunca PACT UREA 40 ürünü kullanarak tedavisini evde devam ettirebilir. PACT uygulaması Alman HAHN firmasına ait patentli bir uygulamadır ve çok kolay uygulanan ve medikal olmayan bir işlemdir.”, “Kurutma Lazer Epilasyon”* başlığı altında; *“Lazer epilasyon tartışmasız en büyük kozmetik buluşlardan biridir. Ancak günümüzde lazer epilasyonun yeni teknolojilerle buluşup geldiği yer, tam anlamıyla kusursuz. Bu teknolojilerden en gözdesi ‘kurutma lazer epilasyon’ olarak karşımızda... Klasik lazer epilasyonun uzun süren seansları boyunca, işlem sırası hep aynı; önce kıl kökleri zayıflatılıyor, inceltiliyor ve en sonunda yok ediliyor. Fakat her zaman sonuç başarılı olmuyor. Çünkü kullanılan cihazların kalitesizliği, seanslardaki aksamalar, uygulayan kişinin tecrübesi sonucu oldukça etkiliyor. Ayrıca kıl köklerini yakmak için enerjiyi derinin altına gönderen bu sistem bazen maalesef deriye de ciddi zararlar verebiliyor. Kurutma lazerde ise AlmaBeauty’den Remove cihazının patentli “Glacial teknolojisi” ve patentli “Süper Epilasyon teknolojisi (Super Hair Removal)” sayesinde deriye hiç zarar vermeden istenmeyen tüylerden kurtulma garanti ediliyor. Üstelik bu uygulamanın ‘acısız’ gerçekleştiğini de eklemek gerek. Kurutma Lazer, klasik lazer epilasyondaki gibi yaz aylarında olabilecek yan etkiler kaygısını tamamen sonlandırıyor. Artık her mevsimde, yazın ya da kışın istediğiniz gibi epilasyon takviminizi oluşturabilirsiniz. Kurutma Lazer Epilasyon Teknolojisi Nasıl Çalışıyor? Klasik lazer epilasyonda, enerji deriye iletilir ve bu işlem bölünerek gerçekleşse bile çoğunlukla kontrolsüz olur. Derinin zarar görme olasılığı yüksektir. Kurutma lazer ise patentli süper epilasyon teknolojisi sayesinde enerjiyi parçalara bölüyor ve cilt yüzeyini soğutarak kontrollü bir işlem sağlıyor. Bu enerji kıl köklerini kuruturken, deri zarar görmüyor. Çünkü deri jel ile kaplı olduğundan, ısı direkt dışarıya atılabiliyor. Ve böylece kıl kökü izole bir ortamda olduğu için sıcaklığı sürekli yükselerek kuruyor ve kökünden yani papilasından ayrılıyor…”,*

*“Kalıcı Epilasyon İşlemi Sırası ve Sonrası İçin Bakım Önerileri”* başlığı altında; *“Kalıcı epilasyon yaptırıyorsanız veya yaptırmayı düşünüyorsanız, tedavi sürecinde ve sonrasında dikkat etmeniz gereken hususları bilmeniz gerekir. Konuyla ilgili doğru ve bilimsel bilgiyi kalıcı epilasyon sayfalarımızdan öğrenebilirsiniz. Tedavi Sırasındaki Öneriler… Tedavi sürecinde, dilerseniz bölgeyi “temiz” tutmak adına tıraş yapabilir ya da tüy dökücü krem kullanabilirsiniz. Ancak, seanslar arasında koparmak veya ağda tavsiye edilmemektedir. Çünkü bu şekilde de kıl köklerine müdahale edilmiş olur ve tedavi sonuçlarını etkileyebilir. Kontrol seanslarına geldiğinizde, kıllarınız 1-2 mm olacak şekilde görünür olmasına dikkat ediniz. Kalıcı uygulanacak alanın bronz olmamasına dikkat ediniz. Randevunuzdan bir gün önce, uygulama alanını tıraş etmeniz önerilmektedir. Bu sayede cildiniz fazla hassas olmayacaktır. Tedavi Sonrası İçin Öneriler… Tedaviden sonra, kızarıklık, yanma ve döküntü görülmesi yaygındır. Tedaviyi takip eden 1-8 saat içerisinde bu durum ortadan kalkmış olmalıdır. “Beklenmeyen” bir yan etki görüldüğünde, tedavi edilen bölgeye Vazelin uygulayınız ve klinik ile iletişime geçiniz. Seanslar arasında kıl köklerinizin düşmesini beklenir. Koparmamanızı ya da çekmemenizi tavsiye ediyoruz. Cildiniz aşırı hassas değil ise yumuşak ve nazik bir şekilde yıkamanızı/keselemenizi öneririz. Tedavi edilen bölgeyi doğrudan güneş ışığına maruz bırakmayınız. Dışarı çıkarken, güneş koruyucu kremler kullanmanız önerilmektedir. (50 faktör) Tedaviniz tamamlanana kadar doğrudan güneş ışığına maruz kalmamanız en ideal olan koruma şeklidir. Bu sayede daha fazla seans almanız gerekmeyecektir. Cildiniz bronzluğu hakkında emin olamayan kişiler, tedaviden 3 gün önce kalıcı epilasyon uygulanacak merkeze giderek melanin kontrolü yaptırabilirler. Bu sayede uygulanacak tedavi planı daha doğru bir şekilde belirlenebilir. Tedavi bittikten sonra, buz paketleri ile ciltleri yeterli derecede soğuyana kadar kalıcı epilasyon yapılan merkezde kalmasını tavsiye ediyoruz. İşlemin yapıldığı yerden çıkarken, dilerseniz buz paketi alabilirsiniz…”,*

*“Essi Blog”* başlığı altında; *“Botoks’la Göz Tedavisi Mümkün… Botoks’la gözlerinizi de tedavi edebilirsiniz! Genellikle kozmetik amaçla kullanılan botoks aslında göz hastalıklarında da tedavi seçeneklerinden biri. Bakın botoks gözlere neler yapıyor… Akne Tedavisinde Yeni Yöntem… Bazı yosunların ürettiği yağ asitlerinin, akneye yol açan bakterinin gelişmesini önleyebileceği belirlendi İskoç bilim adamlarının araştırması, yosunlarda bulunan yağ asitlerinin yaygın akne sorununa neden olan “Propionibacterium acnes” bakterisinin büyümesini durdurabileceğini gösterdi…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği,

Ana sayfada; *“Essi Torbalı… Hem akademi hem de güzellik merkezi olarak hizmetinizde!”* gibi ifadelerle tanıtım yapıldığı, [http://www.essiguzellik.com](http://www.essiguzellik.com/) adresinden yönlendirilen [http://www.essipoliklinik.com](http://www.essipoliklinik.com/) adresli internet sitesinin 21.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;*“Dolgu, botox” ve “PRP uygulaması”* başlıkları altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntüsüne yer verildiği,

Diğer taraftan inceleme konusu internet sitesinde, “Essi Güzellik” ve “Essi Poliklinik” şeklinde iki ayrı bölümün tanıtımının yapıldığı, söz konusu internet sitesinde “Essi Poliklinik” bölümü dışında *“tırnak mantarı, lazer epilasyon, kimyasal peeling, botoksla göz tedavisi, akne tedavisi”* gibi tanıtımların yapıldığı, ayrıca söz konusu internet sitesinde, kuruluşun hangi alanda (sağlık kuruluşu, güzellik salonu, vs.) faaliyet gösterdiğinin açıkça belirtilmdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [http://www.essiguzellik.com](http://www.essiguzellik.com/) ve [http://www.essipoliklinik.com](http://www.essipoliklinik.com/) adresli internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep uyandıran, hastaları kuruluşa yönlendirmeye yönelik olduğu ve kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği 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,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29, geçici 5 inci maddeleri,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı 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 **Essi Özel Eğitim Öğretim İth. İhr. Güzellik Turizm Sağ. ve Koz. 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.

**50)**

**Dosya No: 2017/1390**

**Şikayet Edilen:** **Level Gelişim Koçluk ve Dan. Ltd. Şti**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://www.zaferakinci.com](http://www.zaferakinci.com/)adresli internet sitesinin 28.05.2018 tarihli görünümünde; *“Doktor Zafer Akıncı; araştırmacı, bilim doktoru (PhD), buluşçu, danışman ve yazar… Psikoloji ve Eğitim alanlarında Patentli buluşları bulunan Zafer Akıncı'nın danışmanlık yapmakta olduğu alanlar…”* gibi ifadelere yer verildiği, şahsın “*Dr. Zafer AKINCI*” şeklinde tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [http://www.zaferakinci.com](http://www.zaferakinci.com/)adresli internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, şahıs tarafından yetkisiz şekilde, izinsiz sağlık hizmeti sunulduğu yönünde bir algı oluşturduğu 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 1, 8 ve Ek-13/a maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Level Gelişim Koçluk ve Dan. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2017/1448**

**Şikayet Edilen:** **Fahri AYBIYIK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://www.osteopati.com.tr](http://www.osteopati.com.tr/) adresli internet sitesinin 28.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; ana sayfada; *“Bel ve boyun fıtığına ameliyatsız kalıcı çözüm… Ağrınız sizi kandırmasın! Vücudu bütüncül olarak ele alan osteopati organ, kas-iskelen ve sinir sisteminin birbiri ile bağlantısını ve bu bağlantıdan kaynaklanan asıl sorun ve hissedilen sorunu ayırt ederek ağrılarınıza kesin ve kalıcı çözüm sunar. Yani bel ve boyun ağrınızın sebebi iç organlarınız veya baş ağrılarınızın sebebi boynunuz olabilir. Osteopati ile ameliyata gerek kalmadan belinizde ve boynunuzda oluşan ağrıların sebeplerini ortadan kaldırıyor vücudun kendi kendini tedavi etmesini sağlıyoruz. Sebebini bilmediğiniz inatçı ağrılarınız var ise bize ulaşmanızda fayda var. Sağlığınız riske atılmayacak kadar değerlidir…”* gibi ifadelere yer verildiği,şahsın “*Fzt. Ost. Fahri AYBIYIK*” unvanını kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [http://www.osteopati.com.tr](http://www.osteopati.com.tr/) adresli sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı 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 1, 8 inci maddeleri,

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

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

- Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitimler Yönetmeliğinin 6/1, 6/2 ve 6/3 üncü 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, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2017/1451**

**Şikayet Edilen:** **Marmed Marmara Sağlık Turizm ve Yapımcılık Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://www.marmarahair.com](https://www.marmarahair.com/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; *“Epilasyon”* başlığı altında; *“Buz Epilasyon Fiyatları… Buz epilasyon yani Soprano Ice yöntemi, soğutma teknolojisini kullanarak, acısız ve hızlı şekilde istenmeyen tüylerden kurtulmayı sağlayan bir epilasyon yöntemidir. Buz epilasyon, son sistem bir gelişmedir ve günümüzde oldukça yaygın olarak tercih edilmektedir. Buz epilasyonun özellikleri nelerdir? Buz epilasyon yönteminde, diğer yöntemlerden farklı olarak herhangi bir acı ya da ağrı söz konusu değildir. Özellikle acıya karşı daha hassas olan bacak, koltukaltı, bikini bölgesi ya da sırt gibi bölgeler, buz epilasyon yöntemi sayesinde acısız şekilde epilasyon işlemine tabii tutulabilmektedir. Özellikle erkeklere yapılan epilasyon işlemlerinde, kıllar daha sert ve yoğun olduğu için acı ve ağrı daha fazla iken, buz epilasyon işleminde bu durum ortadan kaldırılmıştır. Daha önceki başlıklardan daha büyük bir spot size üretilmiştir. Bu sayede de Soprano Ice ile oldukça hızlı ve kısa sürede etkisini gösteren epilasyon çözümü mümkün hale gelmiştir. Buz epilasyon ile tüm vücut yaklaşık olarak 40-50 dakikada tamamlanmakta ve böylece zamandan tassarruf edilebilmektedir. İşlem sırasında, hiçbir bölge atlanmaz. Bunun dışında epilasyon seans sayısı, buz epilasyon ile yarı yarıya inmiştir. Bunun dışında buz epilasyon her cilt tipine ve her kıl rengine aynı başarı oranlarında uygulanabilmektedir. Şayet cilt bronzlaşmışsa, mevsim yazsa, eski dönemlerde epilasyon seanslarını ertelemek gerekmekteydi. Bu sebeple de epilasyon başarısı düşmekteydi. Ancak buz epilasyon sayesinde bronz ciltlere ya da yaz mevsiminde güvenli ve başarılı şekilde epilasyon uygulanabilmektedir. Bunun dışında yüz gibi daha ince tüylerin bulunduğu bölgelere uygulanan epilasyon işlemlerinden eski dönemlerde başarı sağlamak oldukça zordu. Ancak bu yöntem, ince tüylerde de oldukça başarılı şekilde etki sağlar. Bu sebeple de, yüz, çene, bıyık gibi bölgelerde kısa sürede kalıcı çözüm mümkün olmaktadır. Buz epilasyon yöntemi, tüylerin tetiklenmesine ve yeniden çıkmasına (hormonal bozukluk söz konusu değilse) sebep olmaz. Buz epilasyon yöntemi, epilasyonun bir çeşidi olarak karşımıza çıkar. Bu sistem, Soprano markasına ait olan ve patentli bir yöntemdir. Diğer yöntemlerin aksine atışlar tek tek yapılmaz, adeta ütü yapar gibi yapılır. Bu sayede atışlar daha sık olmakta ve herhangi bir alan atlanmadan epilasyon tamamlanmaktadır. Buz epilasyon kaç seans yapılır? Buz epilasyonda seans sayısı her kişiye göre değişmekle beraber genel olarak 4-8 seansta tamamlanmaktadır. Ancak bu durum, kişinin kıl yapısına, kılın kalınlığına, genetik özelliklere ve cilt rengine göre değişebilmektedir. Buz epilasyonun yan etkileri var mı? Buz epilasyon yönteminin ciddi ve kalıcı yan etkileri yoktur. Sistem özellikleri oldukça gelişmiştir ve yan etkileri ortadan kaldırmak için dizayn edilmiştir. Koyu renkli kişilerde görülebilen yanık, lekelenme gibi riskler, buz epilasyonda mevcut değildir. Buz epilasyon fiyatları nedir? Buz epilasyon 2018 fiyatları değişkendir. Seans ya da paket fiyatları her merkezde farklı olmaktadır. Buz epilasyon fiyatları için iletişime geçebilirsiniz.”* gibi ifadelere ve “*Lazer epilasyon*” işlemine ilişkin tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun*“Mar Med Marmara Hair”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Marmed Marmara Sağlık Turizm ve Yapımcılık Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2017/1983**

**Şikayet Edilen:** **Has Doğal İlaç Sağlık Kozm. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2018, 23.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://www.hasvital.com](https://www.hasvital.com/) adresli internet sitesinin 22.05.2018 tarihli görünümünde; *“Hacamat (kupa) terapisi eğitim ve danışmanlığı”* başlığı altında*; “Hacamat kısaca deri altında birikmiş, vücutta hastalıklara neden olan toksik kanın vakumlanarak dışarı alınması işlemidir. Hacamat uygun zaman dilimlerinde belli aralıklarla usulüne uygun olarak yapılırsa, vücudun dışarıya atamadığı ağır metaller, toksinler, serbest radikaller, kullanılan ilaçların ve hormonlu gıdaların vücutta bıraktığı kalıntılar emilerek bedenimizin normal formuna gelmesi sağlanmış olur. Hacamat İslam ülkelerinde çok yaygın olmakla birlikte Avrupa ülkeleri dahil tüm dünyada uygulanan bir tedavi metodudur. Geleneksel olarak boynuzla yapılan hacamat, günümüzde cam kupalar veya vakum setleri yardımıyla yapılmaktadır. Çizme işlemi ise genelde jilet yardımı ile yapılırken kliniğimizde hijyenik olması açısından bistüri ile yapılmaktadır. Kullanılan tüm malzemenin, tek kullanımlık olmasına da çok dikkat edilmelidir.”,*

*“Fitoterapi”* başlığı altında; *“Fitoterapi; Tıbbi ve aromatik bitkilerin çeşitli kısımlarını, alg, mantar ve likenleri, bitkilerin salgıladığı zamk, balzam, reçine gibi eksüdatları, ekstreleri, uçucu yağları, mumlar ve sabit yağları hammadde olarak kullanarak çeşitli formlarda hazırlanan bitkisel preparatlarla sağlığı korumak, hastalıklardan korunmak, hastalıkları iyileştirmek veya tedaviye yardımcı olmaktır. Danışmanlık, bilgi ve sorularınız için iletişime geçin…”,*

“*Refleksoloji*” başlığı altında; “*Refleksoloji, bugün destekleyici ya da tamamlayıcı tedavi dediğimiz tedaviler arasında yer almaktadır. Refleksoloji sinir noktalarını belirli tekniklerle uyarmanın ortaya elektrokimyasal mesajları çıkardığını bununda nöronların yardımı ile ilgili organı uyardığını savunur. Bunun yanısıra psikolojide özellikle panik atak ve depresyon hastalığının tedavisinde destekleyici olarak uygulanmakta olup, başta Rusya ve Amerika’daki engelliler üzerinde özellikle otistik ve spastik engelli çocuklar ile felçli hastalar olmak üzere birçok engel grubunda ciddi gelişmelerin ortaya çıkması sebep olmuştur… Danışmanlık, bilgi ve sorularınız için iletişime geçin…”* gibi ifadelere yer verildiği,

“*Sülük uygulaması”* başlığı altında*; “Sülüğün Tıbbi Etkileri… Hastalıklarda tedavi edici özelliği bulunan sülüklerin Hirudo Medicinalis ve Hirudo Verbana türlerine ‘’ Tıbbi Sülük ‘’ adı verilir. Sülüğün tıbbi etkileri 3 ana maddeye ayrılabilir: Flebotomi (içindeki pıhtıyı yok etmek üzere bir damara müdahale), refleks uyarım, biyoaktif salgı içeriği… Sülükler, kan emerken vücuda kendi ürettikleri salgıyı verirler. Bu salgı şu ana kadar izole edilebildiği kadarıyla 100′e yakın biyoaktif madde içermektedir. Bu maddelerin bir kısmı kanın pıhtılaşmasını engellerken bir kısmı oluşmuş pıhtıları eritmekte, birkaçı ağrı kesici özellikler sergilemekte, bir bölümü de kan basıncını dengelemektedir. Ayrıca sülük tedavisinin antidepresan, antibakteriyel, antioksidan etkinliği de yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. Sülüğün tıbbi etkilerinin tamamı şu şekilde sıralanabilir: Antibakteriyel, Analjezik, Antiromatizmal, Antihipertansif (yüksek tansiyon karşıtı), Antidepresan, Myorelaksan (kas gevşetivi), Antioksidan, Nörotrofik (sinir hücresi yenileyici)… Sülük tedavisinin etkin bir şekilde kullanıldığı hastalıklar aşağıdaki gibi sıralanabilir: Bazı Göz Hastalıkları (Behçet hastalığı, Üveitler, Glokom, Makulopatiler, Sarı nokta hastalığı, Diyabetik retinopatiler, Hipertansif retinopatiler, Retinitis pigmentosa, Optik sinire ait problemler ve Optik atrofiler gibi gözün damar,sinir,makula ve retina hastalıkları), Varis ve venöz damar sorunları, Romatoid artrit ve diğer romatizmal hastalıklar, Artroz ve eklem kireçlenmeleri, Migren ve gerilim baş ağrıları, Baş dönmesi, kulak çınlamaları ve meniere sendromu, Her türlü kas ağrıları, fibromyaljiler, huzursuz bacak sendromu, Boyun fıtığı, bel fıtığı, tendinit- tenosivonit- bursit iltihap ve ağrıları, Dejeneratif sinir sistemi hastalıkları ve felçler (MS,ALS,PARKİNSON gibi…), Egzama, ürtiker, kronik deri hastalıkları, sedef hastalığı ve akneler, Kronik hepatit ve karaciğer hastalıkları, Depresyon ve fobiler, Tüm bağışıklık sistemi hastalıkları ve kronik yorgunluk sendromu…”* gibi ifadelere yer verildiği,

*“Danışmanlık faaliyetleri”* başlığı altında; *“Hacamat (kupa) terapisi, sülük yetiştiriciliği ve uygulama teknikleri, akupunktur, apiterapi, refleksoloji, fitoterapi”* gibi uygulamalara yer verildiği,

[http://www.hasdogalurunler.com](http://www.hasdogalurunler.com/) adresli internet sitesinin 22.05.2018 ve 23.05.2018 tarihli görünümlerinde; ana sayfada; *“Doğal Yaşam için Kliniğimize uğrayarak uzmanlarımıza danışın… Sağlıklı bir yaşama kavuşun. Bize danışarak yöntemleri keşfedin… Kalp ve Damar Hastalıklarında Hacamat Koruma Sağlar…”,*

“Hakkımızda” başlığı altında; *“Geleneksel-Kadim tıbbın binlerce yıllık uyguladığı ve faydalılığı isbat edilmiş onlarca tedavi metodunun yeniden hayat bulması ve modern tıbbın ışığında yorumlanması misyonuyla yola çıkmış olan kuruluşumuz bu gayeyle henüz çekirdek sayılabilecek çoklu muayenehaneler sitemi ile deneme mahiyetinde bir çalışma başlatmıştır. Şimdilerde özel hastanelerde hayata geçirilmeye başlayan Alternatif Tıp bölümlerinin açılması özellikle Hürodoterapi (Sülük), Kupa terapi de (Hacamat) gibi dar alanda kalsa da diğer onlarca uygulamanın zaman içerisinde hayata geçirileceğini ümit etmekteyiz. Akupunktur uygulamalarının yanı sıra Manuel terapi, Reflexoloji, Fitoterapi, Aromaterapi vb tamamlayıcı tedaviler bakir birer alan olarak gelecek vadetmektedir. Sağlıklı bir hayatın birinci adımı olan sağlıklı beslenme yani Helal ve Tayyip gıdalarla beslenme yola çıkış hedeflerimizin başında gelir. Bu konuda toplum bilincini artırmak ve bu vasıfta ki gıdaların üretim ve kullanımını yaygınlaştırmakta hedefimizdir… Modern tıbbın açmazlarından olan ilaçların önlenemeyen ve hatta çoğu zaman bilinemeyen yan etkilerinin insanları geleneksel tedavi metodlarına yönlendirdiği bir gerçektir. Bu güzel bir gelişme olmakla birlikte yetkin insanlar tarafından yapılmayınca ciddi komplikasyonları olan istismara açık bir alan oluşmuştur. Bu bağlamda devletimiz olaya el atmış ve Sağlık Bakanlığı geçen sene bir yönetmenlik yayınlayarak Gelneksel Tıp metodlarını kimlerin icra edeceğini, uygulama alanlarını, gerekli altyapı ekipman ve donanımlarını, endikasyonlarını ve kontredikasyonlarını belirlemiştir. Toplumsal bilinci artırmak, Alternatif Tıp uygulamalarını akademik seviyeye getirmek, Uygulamacıların kalite ve bilgi seviyesini yükseltmek ve bu doğrultu da Dernek, Vakıf, Fakülteler kurmak amacıyla Has Vital Sağlık merkezi kurulmuştur…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [https://www.hasvital.com](https://www.hasvital.com/) ve [http://www.hasdogalurunler.com](http://www.hasdogalurunler.com/) adresli internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu ve bahsi geçen kuruluşa yönlendirme yaptığı, 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 Kanun’un 1 inci maddesi,

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2017/2134**

**Şikayet Edilen:** **Kerem ŞAHİNOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://www.drsahinoglu.com](http://www.drsahinoglu.com/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Sabit ortodontik tedavi, Pekiştirme tedavisi, Erken ve Önleyici Ortodontik Tedavi*” gibi başlıklar altında tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine, “*Ortognatik cerrahi, carrıere motıon applıance*” gibi başlıklar altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [http://www.drsahinoglu.com](http://www.drsahinoglu.com/) adresli internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 40 ıncı maddeleri

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

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

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2017/2211**

**Şikayet Edilen:** **Prestij Lazer Cihazları ve Sağlık Hiz. Tic. San. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [http://estemagic.com](http://estemagic.com/) adresli internet sitesinin 10.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında; *“Yüz boyun bölgesi tedavileri, göğüs bölgesi tedavileri, karın bölgesi tedavileri, kol bacak bölgesi tedavileri, kalça bölgesi tedavileri, el ayak bölgesi tedavileri, lazer epilasyon”* gibi tanıtımlara yer verildiği, *“Saç ekimi, PRP, botox, dolgu, dövme silme, ”* gibi uygulama görüntülerine yer verildiği ve kuruluşun*“Estemagic”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**56)**

**Dosya No: 2017/2995**

**Şikayet Edilen:** **Eyüp BOZKURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/dreyupbozkurt.offical/> ve [https://www.instagram.com](https://www.instagram.com/explore/locations/1022162400/op-dr-eyup-bozkurt/?hl=tr) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/dreyupbozkurt.offical/> ve [https://www.instagram.com](https://www.instagram.com/explore/locations/1022162400/op-dr-eyup-bozkurt/?hl=tr) adresli internet sitelerinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; “Burun estetiği” işlemine yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu <https://www.facebook.com/dreyupbozkurt>. offical/ ve [https://www.instagram.com](https://www.instagram.com/explore/locations/1022162400/op-dr-eyup-bozkurt/?hl=tr) adresli internet siteleri ile hekimlik mesleğini yürüten şahsınıza yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsınızın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**57)**

**Dosya No: 2017/3762**

**Şikayet Edilen:** **Arenamed Cerrahi Tıp Merkezi Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [https://www.arenamedhairtrans.com](https://www.arenamedhairtrans.com/), <https://www.instagram.com/serkanaydin_sacekimi/> ve [https://www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=OYoY4TcgZqA) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018, 22.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.arenamedhairtrans.com](http://www.arenamedhairtrans.com/) adresli internet sitesinin 12.05.2018 ve 22.05.2018 tarihli görünümlerinde örnek olarak; ana sayfada; *“Deneyimli ve güler yüzlü… Sac ekim danışmanınız… Her şey burada... 7/24 Vip servis… Sizin için her şeyi düşündük…”,*

“*Saç ekimi*” başlığı altında; *“Saç dökülmesi kaderiniz olmasın…* *Artık saç dökülmesi ile karşılaşan insanların hayattan soğuyup strese girerek kendini soyutlamasına, gergin ve sıkıntılı bir ruh hali ile yaşamasına gerek kalmadı. Saç dökülmesi günümüzde sorun olmaktan çıktı. Yeniden eski gür saçlı halinize kavuşabilir, neşenizi yeniden geri kazanabilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği,

“*Basında biz*” başlığı altında; *“Saç konusunda bir star ARENAMED… En ıyı saç ekim uzmanı ödülü 2015… Saç deyince akla gelen ilk marka: Serkan AYDIN… Sanat, siyaset ve Spor camiasının ünlü isimleri bizleri tercih ederek kalitemizi onayladılar. Teşekkürler Türkiye!!!”, “Mayıs & Haziran 4400TL… Sınırlı kontenjan hemen arayın… Saç ekiminde dev kampanya… Serkan Aydın Saç Ekimi…”* gibi ifadelerle “saç ekim” işlemine yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, “*Saç ekim*” işlemine yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun *“ARENA MED”*olarak isimlendirildiği, söz konusu iş yerinde hekim ya da herhangi bir sağlık mensubu bulunmadığı, yetkisiz kişilerce izinsiz sağlık hizmeti sunulduğu, “Serkan AYDIN” isimli şahsın acil tıp teknisyeni olduğu halde “*saç ekim uzmanı*” olarak tanıtımlarının yapıldığı,

<https://www.instagram.com/serkanaydin_sacekimi/> adresli internet sitesinin 22.05.2018 tarihli görünümünde “*Saç ekim*” işlemine yönelik uygulama görüntülerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Maximum greft by Serkan AYDIN… Saç ekiminde standartları biz belirleriz…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Saç ekiminde usta dokunuş… Dünyaya saç ekiyoruz… Arenamed… Saç ekiminde fırsat… Ünlülerin tercihi Arenamed Serkan AYDIN ile mayıs ve haziran aylarına özel vip ekim… Tek fiyat 4.400 TL!!”* gibi ifadelerle “saç ekim” işlemine yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği,

[https://www.youtube.co](https://www.youtube.com/channel/UCeSES1v-xOiVhnnbIlhwb-A/videos)m adresli internet sitesinde yer alan kuruluşa ait Youtube kanalının 22.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Saç ekim*” işlemine yönelik uygulama görüntülerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, *“Serkan AYDIN saç ekimi üzerine bilgilendirme”* başlıklı videoda Serkan AYDIN isimli şahsın tıbbi işlemlerin uygulanmasına yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu **:** [https://www.arenamedhairtrans.com](https://www.arenamedhairtrans.com/), <https://www.instagram.com/serkanaydin_sacekimi/> ve [https://www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=OYoY4TcgZqA) adresli internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumların da;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

-6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü 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 **Arenamed Cerrahi Tıp Merkezi Sanayi ve Ticaret A.Ş.** 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.

**58)**

**Dosya No: 2017/4051**

**Şikayet Edilen:** **Elita Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://elitadent.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://elitadent.com> adresli internet sitesinin 18.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada*; “Kişiye özel hizmetler… Modern ağız ve diş sağlığı uygulamaları… Profesyonelliğin getirdiği tecrübe… Güler yüzlü karşılama… Uygun fiyat… Optimum konfor…”, “Hakkımızda”* başlığı altında; *“Elita Diş Kliniği farklı alanlarda uzmanlaşmış deneyimli hekim kadrosu, tecrübeli personeli ve yenilikçi servis anlayışı ile insana odaklanan ayrıcalıklı bir sağlık merkezidir. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Özlüce şubesiyle Bursa'daki faaliyetine başladı. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Bursa'da faaliyet gösteren az sayıdaki '' A Tipi '' ağız ve diş sağlığı polikliniğinden biridir.'' A tipi '' ağız ve diş sağlığı poliklinikleri ağız ve diş sağlığı hizmeti sunulan özel sağlık kuruluşlarını düzenleyen yönetmeliğin en güncel haliyle açılan yeni, en modern donanım ve gereksinimleri karşılamış ve bu en güncel yönetmelik ve mevzuata göre açılmış polikliniklerdir. Amacımız; Ağız Diş ve Çene Cerrahisi uzmanı, Ortodonti Uzmanı ve alanında uzman, tecrübeli diş hekimi kadrosuyla Ertuğrulkent - Özlüce ve Altınşehir Mahallesi'nde fark yaratmak, Ağız ve Diş Sağlığı konusunda toplumu bilgilendirmek, Ağız ve Diş Sağlığını koruma bilincine sahip bir neslin yetiştirilmesine katkıda bulunmaktır. Bizim tutkumuz hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak ve tedavi etmektir. Bu tutkumuzu hayata geçirirken alanında uzman diş hekimleriyle birlikte çalışır, en ileri teknolojiyi kullanır ve uluslararası standartlarında hizmet veririz. Amacımız hastalarımıza her türlü ağız ve diş sağlığı hizmetini sunabilmek ve her hastamızın kliniklerimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını sağlamaktır. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı merkezi olarak biz, sıradan bir ağız ve diş sağlığı kliniği değiliz. Tüm tedavi ve kliniklerin hızla birbirine benzediği, fazlasıyla geleneksel bir sektörde, onlardan biri olmayı reddediyoruz. Biz, eskilerin tecrübesiyle harmanlanmış yeni nesil diş hekimliğini temsil ediyoruz. Bursa’nın ve dünyanın en başarılı ağız ve diş sağlığı klinik markası olmak için çıktık yola. Hem ekibimizde hem de hastalarımızın hayatında anlamlı dönüşümlere imza atmak, öncelikli hedefimiz. Biz, tedavilerimize çocukların, gençlerin, yetişkinlerin, yaşlıların hayata öz güven ve mutlulukla bakmalarını sağlıyor, dünyalarını değiştirebilmelerine imkan yaratıyoruz. Çünkü, ağızda yapılacak en ufak bir değişikliğin nasıl kocaman bir gülümsemeye dönüşebileceğini, bir insan güldüğünde içindeki gerçek potansiyelin ortaya çıkarak hayatını pozitif anlamda nasıl değiştirebileceğini ve geliştirebileceğini biliyoruz. En önemli başarı ölçütümüz, yaptığımız tedavilerimiz sonucunda hastalarımızın sosyal ve profesyonel yaşamlarında elde ettikleri başarılar… Yeni bir iş, yeni bir sevgili, uzun zamandır beklenen terfi, okul piyesinde bir rol! Biz, bu zihniyetle işimize geliyor, ünitelerimizin başına bu sebeple tutku ve hevesle oturuyoruz. Biz, bu yüzden farklıyız ve diş hekimliği sektörünün değişen yüzüyüz. Çünkü, hastalarımızın sadece dişlerine değil, yaşamlarına da dokunmayı seviyoruz. Hedefimiz… Tüm Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği hastaları ve çalışanlarının parçası olmaktan büyük keyif aldıkları, marka değeri uluslararası boyuta ulaşmış, klinik ortaklarının bire bir hastalarına baktıkları, dünyanın en iyi diş kliniklerinden biri olmak. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde hastalarımız profesyonel ve hijyenik bir ortamda, en doğru teşhis ve tedaviyi alırlar. Hastalarımız, tüm Elit'A şubelerinde rahat ve samimi bir yerde olduklarını ve butik bir hizmet aldıklarını hissederler. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde %100 hasta memnuniyeti birinci önceliğimizdir. Tedavilerimizi bu esasa göre planlar ve uygularız. Yaptığımız işin ticari boyutu her zaman ikinci plandadır. Hastalarımızın uzun yıllar sürecek rutin bakımlarında öncelik, hastalarımızın ağız ve genel sağlığının devamının sağlanmasıdır. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde hastalarımız tüm teşhis ve tedaviler konusunda detaylı bilgilendirilir. Her hastamıza, tedavisinin gerektirdiği kadar zaman ayrılır, tedaviler onları yormadan, hızlı ve ağrısız şekilde uygulanır. En büyük yatırımımız, her zaman çalışanlarımızdır. Onların işte mutlu ve motive olmalarını sağlamak, yaşam standartlarını ve bilgi birikimlerini artırmak için sürekli çalışırız. Estetikte doğallık bizim için çok önemlidir. Bu yaklaşımımızı, kliniklerimizin tasarımından hastalarımızın tek bir dolgusuna kadar yaptığımız her işte görebilirsiniz. Elit'A Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinde yapılan her tedavi, konusunda uzman ve deneyimli doktorlar tarafından, son teknoloji cihazlar kullanılarak, yüksek kalitede malzemelerle yapılır. Hastalarımız tedavileri için ödedikleri ücretin karşılığını fazlasıyla aldıklarından emin olarak kliniklerimizden ayrılırlar. Elit'A ekibindeki tüm diş hekimleri, her hastasıyla kendi annesi, babası veya kardeşini tedavi edecekmiş gibi ilgilenir. Elit'A da, işimizi tutkuyla yapmak, yeniliklere açık olmak ve hastalarımızın memnuniyeti adına çıtayı hep yukarı taşımak en önemli ilkelerimizdendir.”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Hasta hikayeleri”* başlığı altında kuruluşu övücü yorumlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla ilgili kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Elita Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. Ltd. Şti. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2017/4052**

**Şikayet Edilen:** **Soğanlık Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.soganlikadsp.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.soganlikadsp.com> adresli internet sitesinin 17.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Yeri doldurulamayacak diş yoktur… En doğal haliyle uzun ömürlü implant tedavisi… Polikliniğimizde önceliğimiz her zaman insan sağlığını ön planda tutarak sağlıklı gülüşler kazandırmaktır. Polikliniğimiz kullandığı son teknoloji ve uzman hekimleri ile kısa zamanda güven kazanmış, en son steril sistemleriyle tam olarak donatılmıştır. Amacımız hastalarımıza değerli gülüşler kazandırmakla birlikte ve hasta memnuniyeti odaklı, güvenilir, kaliteli, tedavi edici hizmeti sunmaktır.”,* “Hakkımızda” başlığı altında; *“Herkesin hayatı boyunca gülümsemesine ve bunun düşünüldüğünden daha kolay olması için çalışıyoruz. Hastalarımızı ağız sağlığını daha kaliteli yaşamalarını sağlamaya çaba harcıyoruz. Neden Soğanlık ADSP? Soğanlık Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği olarak önceliğimiz alanında uzman diş hekimlerimizle tedavi edici hizmetler sunmak ve onlara sağlıklı gülüşler kazandırmaktır. Hikayemiz… Soğanlık Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği alanında uzman diş hekimleriyle ağız, diş, çene tedavisi, protetik diş tedavisi, diş eti hastalıkları ve tedavisi, çocuk diş hekimliği, kanal tedavisi, ortodontri, oral diagnoz ve radyoloji hizmet vermektedir. Polikliniğimizde önceliğimiz her zaman insan sağlığını ön planda tutarak sağlıklı gülüşler kazandırmaktır. Polikliniğimiz kullandığı son teknoloji ve uzman hekimleri ile kısa zamanda güven kazanmış, en son steril sistemleriyle tam olarak donatılmıştır. Amacımız hastalarımıza değerli gülüşler kazandırmakla birlikte ve hasta memnuniyeti odaklı, güvenilir, kaliteli, tedavi edici hizmeti sunmaktır.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Soğanlık Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2017/4197**

**Şikayet Edilen:** **Bellatrix Estetik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://bellatrix.com.tr>ve <https://www.facebook.com/pg/Bellatrixestetik> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://bellatrix.com.tr> adresli internet sitesinin 01.05.2018 tarihli görünümünde; *“Bella Anti-Aging”* başlığı altında; “*Yaşlanma etkilerini önlemek için kişiye özel uygulanan bir tedavi yöntemidir. Bu tedavi ile; Yaşlanmayı durdurmaya çalışmak. Yaşlanma sürecini geciktirmek. Kırışıklıkları önlemek. Elastikiyet kaybını önlemek. Ciltteki olumsuz değişiklikleri ortadan kaldırmak. Cilt lekelerinin giderilmesini sağlamak…”, “Epilasyon”* başlığı altında; *”Lazer epilasyon, vücutta meydana gelen istenmeyen tüylerin, lazer ışığı kullanılarak kalıcı olarak yok edilmesidir. Tüylenmenin ve kıllanmanın önüne geçilmesinde”* gibi ifadelere yer verildiği, kuruluşun*“Bellatrix Estetik”* olarak isimlendirildiği, <https://www.facebook.com/pg/Bellatrixestetik> adresli internet sitesinin 01.05.2018 tarihli görünümünde, *“17.Yıl dönümümüze özel komple vücut lazer epilasyon 450TL yerine 199 TL… Bellatrix’ten lazer epilasyonda %30 indirim!”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, kuruluşun*“Bellatrix Estetik”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin 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 **Bellatrix Estetik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2017/4199**

**Şikayet Edilen:** **Estehills Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.estehills.com>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.estehills.com> adresli internet sitesinin 01.05.2018 tarihli görünümünde; *“Anti-aging Tedavisi: 30 yaş ve 35 yaş üstü olmak üzere iki çeşit olarak uygulanan bu bakım iğnesiz botoks ve derin çizgileri açma olarak iki aşama içerir. Kolajen Bakımı: Cildin elastikiyetini arttırmak adına yapılan bir cilt bakımı türüdür ve kişinin cilt analizi sonucuna göre, ihtiyaç doğrultusunda uygulanır. Altın Bakımı: 24 ayar saf altının kullanıldığı bakımda, tüm altın cilde yedirilerek yoğun nemlendirme sağlanır, anti–aging ve leke giderme etkisi vardır. Leke Tedavisi: Sonradan oluşmuş cilt lekelerinin giderilmesi için uygulanan cilt bakımı türüdür. Akne Tedavisi: Çeşitli sebepler dolayısıyla oluşan aknenin cinsi tespit edildikten sonra, kişinin cilt tipi de göz önünde bulundurularak uygulanan tedavi yöntemidir…”* gibi ifadelere yer verildiği, kuruluşun*“Estehills Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**62)**

**Dosya No: 2017/4212**

**Şikayet Edilen:** **Senorita Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.senorita.com.tr>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.senorita.com.tr> adresli internet sitesinin 30.04.2018 tarihli görünümünde; *“Lazer epilasyon”* başlığı altında; *“İlk seansta sonuç... Toplam 6 seans… Tıp alanında kullanılan pek çok yönteminde olduğu gibi lazer epilasyon cihazları da selective photothermolysis[4] (renge ve dokuya göre seçicilik) prensibiyle çalışırlar. Kaynağından çıkan tek ve sabit dalga boyundaki lazer ışını cilde uygulanır ve uygulama yapılan bölgedeki dokuların içinden geçerek sadece bu alandaki kıl köklerini yakarak köreltmek suretiyle kalıcı epilasyon sağlar. Belli aralıklarla tekrarlanan seanslar sonrasında cilt ve kıl yapısının uygun olması halinde uygulama yapılan bölgedeki kılların bayanlarda % 70 - % 90'ı, baylarda ise % 60 - % 80'i kalıcı olarak temizlenir. Geriye kalan kıllar ise ince, açık renkli ve kozmetik önemi az olanlardır. Bay ve bayanlara hizmetimiz mevcuttur. İlk seansta sonuç alınır ve 6 seansta tamamlanır. 2 ay içinde bir seans olarak da uygulanır…”, “Botoks – dolgu”* başlığı altında; *“Mimik kırışıklıklarında gözle görülür azalma! Botoks, işte bu mimik yapmakla ortaya çıkan kırışıklıkların düzeltilmesinde kullanılmaktadır. Botoks, estetik amaçla özel iğneler aracılığıyla yüzün sorunlu bölgelerinde kas içine verilir, kaslara olan elektriksel iletiyi bloke ederek, uygulanan bölgedeki kasın fonksiyonunu geçici olarak azaltır veya yok eder. Kaslar kasılamayınca, üzerindeki ciltte oluşan mimik kırışıklıklarında gözle görülür bir şekilde azalır…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon, botoks, dolgu”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, *“Kampanyalar”* başlığı altında; *“Bay ve bayanlara hizmetimiz mevcuttur. İlk seansta sonuç alınır ve 6 seanta tamamlanır. 2 ay içinde bir seans olarak da uygulanır. Son teknoloji ütüleme sistem cihazlarımız ile ilk seanstan itibaren etkili sonuçları görebilirsiniz. 6 seans sonunda garantili sonuç. Ayrıca size özel paket seçeneklerimiz için müşteri temsilcimiz ile görüşebilirsiniz. Tüm Vücut Epilasyonu Paketi; 1500 TL yerine 990 TL… Üyelerimiz, seanslarına tüm şubelerimizde girebilirler… Leke Tedavisi… Cilt ve leke analizi sonrası Lazer yöntemi ile aşağıda belirtilen durumlar için uygulanır. Doğum sonrası lekeleri, Güneş lekeleri, Akne sonrası oluşan lekeler… 15 günde 1 seans olarak 6 seans uygulanır ve 3 ay sürmektedir. Leke Tedavisi; 1500 TL yerine 1200 TL…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği ve leke tedavisine ilişkin tedavi öncesi ve sonrası görüntüsüne yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No: 2017/4218**

**Şikayet Edilen:** **Smooth Life Estetik ve Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.smoothlife.com.tr>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.smoothlife.com.tr> adresli internet sitesinin 30.04.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Bölgesel İncelme… Tedavilerimizde kişiye özel uygulamalar ile kısa sürede kalıcı çözümler üretir, Smooth Life olarak olumlu sonuçlar alabileceğiniz yöntemler uygularız… Cilt Tedavileri… Güneş lekeleri, kırışıklıklar, akne izlerinin giderilmesi, cildin nem ve yağ dengesini kontrole almak, leke tedavileri… Profosyönel cilt bakımı… Cildinize uygun ürünler ve doğru tedavi uygulamaları ile sağlıklı ve güzel bir görünüm kazanabilirsiniz…”,* *“Akne tedavisi”* başlığı altında; *“Tüm dünyada insanların yaklaşık %85'i hayatlarının bir döneminde az veya çok akne sorunları ile karşılaşır. Genelde ergenlik dönemi olarak isimlendirilen 13-24 yaş arasında görülmektedir fakat ilerleyen yaşlarda da devam edebilir. Siyah nokta ve sivilceler özellikle gençlerde hassas dönemlerde psikolojik sorunlara neden olabilirler. Akne Tedavisi Uygulamaları; dermaroller, dermapen, profesyonel cilt bakımı, black peel, pumpkin peel, ez CO2… Smooth Life Estetik&Güzellik Merkezi… Kartal ve Pendik şubelerimizde akne tedavisi hizmetlerimizden yararlanabilirsiniz. Sizi size özel çözümlerimizle tanışmanız için merkezimize bekliyoruz…”,“Leke Tedavisi”* başlığı altında; *“…Cilt lekelerinin oluşum ve ilerlemesinde güneş çok önemli bir faktör olduğundan her şeyden önce güneşin UV ışınlarından çok iyi korunmak gerekir. Leke Tedavisi Uygulamaları; Dermaroller, Dermapen, Snowcell, Pumpkinpeel, Vital C Peel…”,“Lazer epilasyon”* başlığı altında; “*IPL (intense pulse light – yoğun ışık darbesi) lazer epilasyon, kalıcı olarak istenmeyen tüylerden arınma yöntemidir… Lazer epilasyon, cildin altındaki tüy köklerini güvenli bir şekilde yok edilmesini sağlayan bir yöntemdir. IPL ise lazer epilasyon tedavisindeki en yeni teknolojilerden biridir. IPL’I farklı kılan en büyük özelliği, eski teknolojilere nazaran tedavi sonrası daha az yan etki açığa çıkarmasıdır. Bir diğer özelliği ise toplamda daha az seansa ihtiyaç duyarak ve seans sürelerini de kısaltarak lazer epilasyon tedavisini mümkün kılmasıdır. IPL Hangi Durumların Tedavisinde Kullanılabilir? IPL cihazları 400 -1200 nm dalga boyu arasındaki ışığı kullanarak yüksek enerjili atışlar yapabilen cihazlardır. Lazerde tek dalga boyu kullanılırken, IPL yönteminde farklı farklı dalga boyları kullanılır. IPL tedavisinde kullanılan farklı filtreler ile ışığın dalga boyu değiştirilebilir. Atım gücü, atım süreleri, atım sayısı gibi parametreler uygulayıcı tarafından ayarlanabilir. Bu şekilde tek bir IPL cihazı ile bir çok dermatoloji hastalığın tedavisi yapılabilir.”,* *“Kavitasyon”* başlığı altında; *“… Ne kadar incelme sağlar? Tedavi süreci kişiden kişiye fark gösterebileceği gibi haftada 1 seansta 2-8 cm incelme görülür. Tedavi süresince önerilere dikkat edilirse daha etkin sonuçlar alınır.”,* “*Çatlak tedavisi”* başlığı altında; *“Dermapen Çatlak tedavisi… Dermapen çatlak tedavisinde yeni kullanılan bir yöntem. Dermapenle çatlak tedavisi dermaroller ile aynıdır, aralarındaki fark dermapen kalem şeklinde ucunda iğneler olan bir cihazdır ve çatlaklar üzerine uygulanır, uygulanan bölgede mikro kanallar açarak cildi deler ve hücre yenilenmesini sağlar. Kalem şeklinde bir aletle 0,02 mm den başlayan kalınlıklarda iğneler cilde 90 derecelik açıyla dik biçimde uygulanır, uygulama yapılan bölgelerde mikro kanallar açılarak cilt altındaki dokunun yenilenmesi ve cilt üstünün soyularak çatlakların giderilesi beklenir. Dermaroller Çatlak Tedavisi… Dermaroller çatlak tedavisinde kullanılan bir diğer metoddur, aslında dermapen ile aynıdır bundaki tek fark ucunda çok ince iğneler bulunan silindirli bir cihaz cilt üzerinde gezdirilir. Akapunkturdan esinlenen yöntemlerdir, cilt üzerinde delikler açmak suretiyle hasar oluşturarak cilt altınının uyarılması sağlanır.”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Leke tedavisi”* başlığı altında tedavi öncesi ve sonrası görüntüsüne yer verildiği, *“Kampanyalar”* başlığı altında; *“Ekim Ayına Özel Lazer Epilasyon Kampanyası… Sınırsız Bölge Lazer Epilasyon 1500 TL… Eylül Ayına Özel Lazer Epilasyon Kampanyası… 799 TL”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği, sunulan hizmetler arasında; *“Cilt tedavileri, akne tedavisi, leke tedavisi, çatlak tedavisi, lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun*“Smooth Life Estetik ve Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2017/4273**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.goldesthetic.com/>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.04.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.goldesthetic.com/> adresli internet sitesinin 27.04.2018 tarihli görünümünde; sunulan hizmetler arasında; *“Leke tedavisi, selülit tedavisi, botoks, dolgu, lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun*“Gold Esthetic Beylikdüzü-Estetik ve Güzellik Salonu”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2017/4674**

### Şikayet Edilen: Trakya Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Fulya Diş Kliniği)

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.fulyadis.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.fulyadis.com> adresli internet sitesinin 18.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Fulya Diş'e Hoş Geldiniz! Gülüşünüzü Yeniden Tasarlamak Mümkün! Dt. İsmail Sel ve Dt. Mustafa Sel tarafından kurulan Fulya Diş, Tekirdağ Süleymanpaşa’da hizmet vermektedir. Kurulduğu günden bu yana hastalarına en iyi şekilde hizmet vermeyi ilke edinen Fulya Diş, toplam 450 m² alanda tedavi odaları, ameliyathanesi, destekleyici birimleri, uzman hekim kadrosu ve tecrübeli ekibiyle ayrıcalıklı bir hizmet sunmaktadır. Bembeyaz Dişler Artık Hayal Değil! Siz de beyaz dişlere ve sağlıklı bir gülümsemeye sahip olabilirsiniz.”,* “Hakkımızda” başlığı altında; *“Kurulduğu günden bu yana hastalarına en iyi şekilde hizmet vermeyi ilke edinen Fulya Diş, toplam 450 m² alanda tedavi odaları, ameliyathanesi, destekleyici birimleri, uzman hekim kadrosu ve tecrübeli ekibiyle ayrıcalıklı bir hizmet sunmaktadır. Estetik Diş Hekimliği, implant, Ağız ve Çene Cerrahisi, Ortodonti, Pedodonti (Çocuk Diş Hekimliği) başta olmak üzere diş hekimliğinin tüm alanlarında faaliyet gösteren klinik, bünyesinde barındırdığı Görüntüleme Merkezi ve Diş Protez Laboratuvarı ile hastalarının tüm ihtiyaçlarını hızlı bir şekilde karşılamaktadır. Klinik, İstanbul’a 60 dk, İpsala ve Kapıkule sınır kapılarına ise 120 dk mesafede bulunmaktadır. Lokasyon avantajı sayesinde şehir içi hastalarla birlikte, şehir dışı ve yurt dışı hastalara da hizmet verebilmektedir. Yurt Dışı Hasta Departmanı ile, Türkçe, İngilizce ve Almanca olmak üzere 3 dilde hastalarla iletişim kurulmakta, tedavi planı yapılıp işlem için gerekli organizasyon koordine edilmektedir. Klinik bünyesinde bulunan özel araçlarla, şehir dışı ve yurt dışı hastalar havalimanı, otogar vb. yerlerden kliniğe transfer edilmekte, ihtiyaç duyulması halinde anlaşmalı otellerde konaklama imkânı da sağlanmaktadır.”* gibi ifadelere yer verildiği, “Estetik Diş Hekimliği” başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Trakya Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Fulya Diş Kliniği) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2017/4675**

### Şikayet Edilen: Halil YAZICI ve Birsen YURDAER Adi Ortaklığı (Özel Multident Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.sencard.com.tr/sencard-dunyasi/avantajlar-dunyasi/saglik/multident-ten-ucretsiz-muayene-ve-tum-islemlerde-35-indirim> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.sencard.com.tr/sencard-dunyasi/avantajlar-dunyasi/saglik/multident-ten-ucretsiz-muayene-ve-tum-islemlerde-35-indirim> adresli internet sitesinin 18.05.2018 tarihli görünümünde; *“Sencard-dunyasi/avantajlar-dunyasi/saglik/multident-ten-ucretsiz-muayene-ve-tum-islemlerde-35-indirim… 25 senelik deneyimli ve uzman kadrosu ve diş teknisyenleri ile estetik diş hekimliği, implant, cerrahi işlem ve ortodonti hizmeti veren Nişantaşı Özel Multident Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği senCard özel kampanyası ile müşterilerine hizmet vermeye devam ediyor. Multident, senCard üyelerine özel kampanyası ile, 1 seanslık ücretsiz muayene ve tüm işlemlerde %35 indirim fırsatı sunuyor. Detaylı bilgi almak için (0212) 241 22 74 ve (0212) 296 51 56 numaralı telefonlardan Multident’e ulaşabilir veya info@multident-ist.com adresine e-mail gönderebilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Halil YAZICI ve Birsen YURDAER Adi Ortaklığı (Özel Multident Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2017/4680**

### Şikayet Edilen: Nurettin ÖZATA

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.instagram.com/dental_estetik/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.instagram.com/dental_estetik/> adresli internet sitesinin 18.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Hastamıza Zirkonyum gülüş tasarımı yapılmıştır. Transparan zirkonyum estetik diş Te son nokta irtibat numarasından bilgi alabilirsiniz. Zirkonyum ile gülüşünüze gülüş katın yapılan işlem 20 yıl garantili ve ömür boyu düşmez. Fiyatlar için İRTİBAT numarasından bilgi alabilirsiniz… Tedavi: Gülüş Tasarımı… Tedavi Süresi: Sadece 4 gün! Acı Seviyesi: Minimum!%100 Sonuç: Estetik Gülüş Garantisi! Randevu: 0 (553) 671 80 20… Konum: Şişli/Mecidiyeköy… Şişli/Mecidiyeköy’de bulunan kliniğimizde Ücretsiz muayene sonrasında sizin için en iyi gülüşü dizayn ediyoruz. İRTİBAT NO 0553 671 80 20…”* gibi ifadelere yer verildiği, uygulanan tıbbi işlemlere yönelik olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**68)**

**Dosya No: 2017/4681**

### Şikayet Edilen: Bahçeşehir Ortodonti ve Pedodonti Sağlık Hiz. Ltd. Şti. (Batı Ortodonti ve Estetik Diş Kliniği)

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.batiortodonti.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.batiortodonti.com> adresli internet sitesinin 17.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“16.000 den Fazla Birey'in Gülümsemesi Bizimle Birlikte!”,* “Gülüş Tasarımı” başlığı altında; *“Size Uygun En Etkili Gülüşü Tasarlıyoruz… Dişin renk yapısı, formu, yüzey yapısı, diş aksı, alt dudak çizgisi, yüz şekli ve gülüş simetrisi gibi birçok kriteri özenle değerlendirerek size uygun en etkili gülüş tasarımını gerçekleştiriyoruz.”,* “Hakkımızda” başlığı altında; *“Doktor Kadromuz: Kendi Alanında Uzman Kişilerden oluşmaktadır Batı Ortodonti diş kliniği olarak 2011 yılından beri uluslararası diş hekimliği tekniklerini kullanarak, güncel bilimsel veriler ışığında diş problemlerinize çözüm sunuyor… Batı Ortodonti Klinikleri… Batı Ortodonti diş kliniği olarak 2011 yılından beri uluslararası diş hekimliği tekniklerini kullanarak, güncel bilimsel veriler ışığında diş problemlerinize çözüm sunuyor. Kliniğimiz ortodonti hastalarına düzenli, her zaman erişilebilir ve yüksek kaliteli diş sağlığı hizmetleri sağlamak amacıyla kuruldu. Zaman içinde hastalarımızın ihtiyaçları doğrultusunda; diğer diş hekimliği tedavilerini de, aynı yüksek sağlık hizmeti kalite standartları dahilinde sunmaya başladık. Diş hekimliği söz konusu olduğu hijyenin taşıdığı kritik önemin farkındayız. Bu bilinçle, kliniklerimizde uluslararası standartlarda üst düzey sterilizasyon ve dezenfektasyon uyguluyoruz. Kliniklerimizde kendinizi evinizin konforunda hissedersiniz. Bunda mekan dizaynın rahatlatıcı pozitif etkisi yanında, kendimize ilke edindiğimiz güler yüzlü hizmet anlayışının da rolü bulunur. Batı Ortodonti diş hekimliğinde en başarılı sonucu ve tam hasta memnuniyetini hedefler. İnsan ve tıp etiği odaklı bir çalışma anlayışı ve diş hekimliği mesleğine olan saygı, Batı Ortodonti kurumsal kültürünün temelini oluşturuyor. Bu yüzden kliniklerimizde güncel yaklaşımları da takip ederek mesleki anlamda hep üst düzey yetkinliğe sahip olmayı amaçlayan deneyimli diş hekimleri kadrosu bulunuyor. Üzerinde en küçük bir tereddüt bulunsa bile başhekimimiz liderliğinde toplanan vaka tartışma platformuyla hekimlerimiz vakayı bilimsel olarak inceliyor. Farklı görüşlerin dile getirildiği bu platform sonrasında en doğru tedavi yöntemi netleştirilmiş oluyor. Örneğin olguya göre, ortodontik bir tedavi yaklaşımı olarak bazen diş teli, bazen başka bir yöntem saptanabiliyor. Bize başvuran farklı diş problemleri olan her hastayı özel olarak değerlendirir, kendisine en uygun diş tedavi hizmetini sunarız. Lütfen sunduğumuz tedavi seçeneklerini görmek için hizmetlerimiz bölümünü inceleyiniz. Dişlerinizle ilgili yaşadığınız sağlık sorunları yanında estetik amaçlı ve koruma amaçlı tedavilerimiz de bulunuyor. Alanında deneyimli uzman hekimlerimiz, hijyen standartlarına tamamen uygun konforlu kliniğimiz ve yeni teknoloji ekipmanlarımızla sizlere diş alanında en başarılı sağlık hizmetini sunmayı amaçlıyoruz. Beylikdüzü’nde başlayan diş kliniği hizmetimize, artık Fulya kliniğimizi de ekledik. Hastalarımızın tedavi sonrası gülümseyen yüzlerini ve gülümseyişlerindeki sağlıklı dişleri görmek en büyük mutluluk kaynağımız. Bizle randevu almak için veya danışmak için iletişim kurabilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Tedaviler*” başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Bahçeşehir Ortodonti ve Pedodonti Sağlık Hiz. Ltd. Şti. (Batı Ortodonti ve Estetik Diş Kliniği) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2017/4682**

### Şikayet Edilen: Özel Marka Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. Med. İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://markadis.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://markadis.com.tr> adresli internet sitesinin 18.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada*; “Uzman Hekimler… Marka Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi, her biri alanında uzman 11 hekim ve 12 klinikle dişinizin dostu olmaya devam ediyor. Her türlü ağız ve diş sağlığı probleminiz için web sitemiz üzerinden de randevu talebinde bulunabilirsiniz. Hekimleri Gör… Modern Klinikler… En modern donanımlara sahip kliniklerimizde çocuk ve yetişkinler için; Ortodontik Tedavi, Diş Eti Hastalıkları, Çene Cerrahisi, İmplant Tedavisi, Estetik Diş Hekimliği, Gülüş Tasarımı, Kanal Tedavisi, Lazer Destekli Diş Hekimliği gibi birçok işlem yapılmaktadır.”, “Hakkımızda”* başlığı altında; *“Diş hekimliği alanında hizmet veren Özel Marka Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi olarak yüksek tedavi standartlarını ilke edinip ve başarıyla uygulayan, hastalarımızın tüm ağız diş sağlığı gereksinimlerini karşılayıp ve tüm bu özellikleri ile referans gösterilen sağlık kuruluşu olma hedefimizi gerçekleştirebilmek için sürekli çalışmaktayız. Hizmet kalitemizin sürekliliği ve kurumsal hedeflerimizi devam ettirirken, insan faktörünü elimine etmeden hastalarımızla kişisel ilişkilerimizi en sıcak halleriyle korumaya özen göstererek, makineleşmiş ilişkilerin olmadığı bir sağlık kuruluşu olmak için çabalamaktayız.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Özel Marka Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. Med. İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2017/4687**

### Şikayet Edilen: Huzur Polikliniği

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://huzurestetik.com> ve <https://www.instagram.com/huzurestetik/> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://huzurestetik.com> adresli internet sitesinin 02.05.2018 tarihli görünümünde; ana sayfada; *“Kliniğimizde hijyenik, güvenli ve güler yüzlü hizmet alabilirsiniz…”, “Lazer epilasyon”* başlığı altında; *“Lazer Epilasyonun Avantajları… Hastaların çoğunda kalıcı ya da uzun dönemli epilasyon sağlar… Tekniğine uygun yapıldığı takdirde güvenilir bir yöntemdir. Bacak, sırt gibi geniş alanlarda uygulama olanağı sağlar. Daha az ağrılı bir yöntemdir, çoğu hasta tedaviye rahatlıkla uyum sağlar. Hızlı bir yöntemdir 4-5 saatte vücuttaki tüm kıllar temizlenebilir. Cilt üzerine alerjik bir yan etkisi yoktur, cildi tahriş etmez, kalıcı yara izi bırakmaz, kanserojen olduğunu gösteren herhangi bir kanıt yoktur. Batık kılların ve kıl dönmelerinin en etkili tedavi yöntemidir. Bulaşıcı hastalık riski yoktur. Ücretsiz Deneyin! Hediye 1 Seans… Alexandrite Lazer Epilasyon Fırsatı!”* gibi ifadelere yer verildiği, <http://huzurestetik.com> ve <https://www.instagram.com/huzurestetik/> adresli internet sitelerinin 02.05.2018 tarihli görünümünde; kuruluşun *“Huzur Estetik”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet siteleri ile kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**71)**

**Dosya No: 2017/4728**

### Şikayet Edilen: Sunmed Tıp Merkezi

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.instagram.com/explore/locations/488358262/sun-med-tip-merkezi-kozyatagi/?hl=tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.instagram.com/explore/locations/488358262/sun-med-tip-merkezi-kozyatagi/?hl=tr> adresli internet sitesinin 07.05.2018 tarihli görünümünde; *“Botox, dudak dolgusu”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesi ile kuruluşa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildiği ve diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

### Buna göre, reklam veren Sunmed Tıp Merkezi hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2017/4874**

**Şikayet Edilen:** **Evrim ÇETİNKAYA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.ataestetik.com> adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“ATA Beauty Wellness 2012-2014 yılları arasında misafirlerimize hizmet verdiğimiz Ata Grup Tıp Merkezi içerisindeki mekanımızı, yenilenmek ve hizmet portföyümüzü genişletmek amacıyla 2014 yılı bahar aylarında daha büyük ve müstakil bir yere taşıdık... Bu doğrultuda, doktorlarımız ve diyetisyenimizin danışmanlığında, uzman estetisyenlerimizle birlikte hizmet veren merkezimizde zayıflama-sıkılaşma-vücut şekillendirme, lazer ve iğneli epilasyon, sağlıklı güzelleşme, yüz gençleştirme, cilt bakım ve tedavileri, ozon sauna, solaryum, kişiye özel pilates, akapunktur ve diyet konularında konuklarımıza hizmet vermekteyiz.”, “Selülit ve incelme”* başlığı altında; *“Selülit ve incelme Tedavileri; Selülit her 100 kadından 80’inde görülebilen ve bir hastalık durumu olmadan sadece yağ dokudaki değişiklikleri anlatan kozmetik bozukluğun bir ifadesidir. İncelme Tedavilerinde Bölgesel incelme uygulanır. İnsanlar zayıflama yolları olarak birçok zayıflama yöntemleri uygulamaktadır. Zayıflama merkezleri bu tür sorunları ortadan kaldırmak amaçlı kurulmuştur. Zayıflama kürlerinden tutun zayıflama kremi ya da zayıflama jeli olarak bir sürü zayıflama metotları denilir… Tüm Selülit Çözümü ve İncelme Tedavilerimiz; Kavitasyon-Eximia, Sıkılastırma VelasmoothPresso Terapi Lenf Drenaj, Elektro Terapi Pasif Jimnastik Thalasso Terapi, G5 Vibrasyon Masajı…”, “Lazer epilasyon”* başlığı altında; *“Lazer Epilasyon Nedir? Lazer epilasyon, vücutta istenmeyen tüylerin, lazer ışığı kullanılarak yok edilmesidir. Lazer 40 yılı aşkın bir zamandır tıbbın çeşitli alanlarında kullanılmaktadır. Milisaniyelik atışlarla cilde uygulanan lazer ışığı, cilt dokusuna zarar vermeden geçerek kıl kökündeki pigmentlere (renkli hücrelere) nüfuz eder. Kıl kökündeki renkli hücreler tarafından emilen bu enerji, ısıya dönüşür. Kök ısısının 60-70 C dereceye yükselmesi amaçlanır. Bu seviyeye çıkan ısı; kıl kökünü tahrip ederek, kıl kökünden yeni bir tüy çıkmasını engellemiş olur. Lazer Epilasyon Güvenli Midir? Evet. Lazerin ürettiği enerji bir ışıktır. Cilde zarar vermeden geçerek kıl köküne ulaşan bu ışık, vücutta herhangi bir artık bırakmaz. Ayrıca herhangi bir kanserojen etkisi yoktur. Cilt Rengine Uygulanabilir Mi? Lazer epilasyon uygulaması için en ideal aday açık cilt rengi üzerinde tüyleri koyu renk olanlardır. Ancak yeni nesil lazerler ile cilt rengi çok koyu olsa bile uygulamalar yapılabilmektedir. Lazerle Epilasyonda En İyi Teknoloji Nedir? Günümüzde kullanılan lazer türleri içinde epilasyonda en başarılı sonuçlar diode ve alexandrite tip lazerler ile elde edilmektedir. Nd YAG Lazerler çok koyu tenli kişilerde ve çok açık renkli kıllarda tedavide tercih edilebilir. Ancak son teknoloji lazerlerin avantajı, hem kılı hem de kıl kökünü besleyen kılcal damarı aynı anda görebilen FDA onaylı 800 ve 950nm dalga boylarını cilt tipine, kıl kalınlığına göre otomatik olarak ayarlayıp atış yapabilen bir sistem olmasıdır. Böylece kıl gövdesi ile beraber kılın beslenmesi de bozulduğu için daha esmer ciltlerde ve daha ince tüylerin tedavisinde de başarıyla kullanılabilmektedir. Alexandrite lazerler vücutta başarılı lazerler olup koyu tenli hastalarda yanık riski nedeniyle çok dikkatli kullanılmalı, özellikle yüz bölgesinde uygulandığında ince tüylerin çoğalmasına neden olabileceği unutulmamalıdır. Yine de kişiye uygun lazer epilasyon yöntemi doktoru tarafından seçilmelidir.”* gibi ifadelerle doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, *“Galeri”* başlığı altında “*Botoks, selülit tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşun*“Ata Beauty & Wellness Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Evrim ÇETİNKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2017/4876**

**Şikayet Edilen:** **Tattoo Black White Stüdyosu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://ankaradovmesildirme.com/>adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://ankaradovmesildirme.com/> adresli internet sitesinin 12.05.2018 tarihli görünümünde; *“Ankara Dövme Sildirme… Dövme sildirme ile ilgili tüm sorularınız için bizi arayınız.”* gibi ifadelerle tıbbi bir işlem olan *“Dövme silme”* işlemine yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun “Dövme silme” gibi tabipler tarafından yapılması gereken tıbbi bir işlemin tanıtımının yapıldığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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 **Tattoo Black White Stüdyosu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2018/1887**

**Şikayet Edilen:** **Fikret GÜRSOY (Kur’an Tedavi Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.fikretgursoy.com> ve <https://www.facebook.com/fikret.gursoy.16> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine aykırılık.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.fikretgursoy.com> adresli internet sitesinin 24.05.2018 tarihli görünümünde; “…*Fikret Zikret GÜRSOY (Hoca Efendi)… Araştırmacı-yazar, şair… Fahri trafik müfettişi- Kur’an tedavi merkezi müdürü… “Muayene + bakım + tedavi ücreti: 200 TL, Tedavi süresi: En az 3 saattir…”,“Dr. Tens Terapi Cihazı ile Tedavi Yapılır… Saygı değer gönül dostlarım, bu haftaki köşe yazımda sizlere Dr. Tens Terapi cihazından bahsedeceğim. Yurt dışından getirilerek Kur’an Tedavi Merkezimizde bu cihazla tedavilere başladık, Dr Tens Terapi ile Tens tedavi yöntemleri, rehabilitasyon ve fizik tedavi ünitelerinde kullanılan bir yöntemdir. Tens tedavi uygulamaları, kişinin vücudunda uygulanan elektro manyetik bir sistemdir…”,“Sinica Cihazı ile Tedavi Yapılır… Yurt dışından getirilen sinica cihazı, çok harika bir cihazdır. Vücudunda problem olan hastanın beline cihazın kuşağı bağlanır. El bileğine nabız atışını takip yapan aparat bağlanır ve hastanın ayakları kap içerisinde bulunan suya konur. Suyun içine cihaza kordonla bağlı başka bir aparat konur, vücuda hissedilmeyecek derecede elektrik verilir…”,“Manevi Tedavi… Kur’an Tedavi Merkezinde birçok manevi hastalıklara bakılmaktadır bunlardan bazıları şunlardır: sihir alameti büyü illeti cin musallatı nazar alameti korku ve korkmak illeti kısmetin açılması evliliklerin bozulmaması içkiden soğutmak titreme illeti uyuşturucudan soğutmak sabi sübyan kumardan soğutmak çocuk sahibi olmak evden kaçanı geri döndürmek…”,“Sülük Tedavisi Yapılır… Son zamanlarda bir hayli merak konusu olan ve tıp alanında yaygınlaşan tedavi yöntemlerinden birisi de sülükle tedavi yöntemi olmuştur. Hasta ve yara şekilleri ne olursa olsun Tıbbi Sülükler doğal içgüdüleri ve vücutlarında barındırdıkları enzimleri birleştirerek uyguladıkları tedavilerde aklınıza gelebilecek birçok vakada başarılı sonuçlar elde etmektedirler. Sülük tedavisinin faydalı olduğu bazı…”,“Hacamat Tedavisi Yapılır… Kanı, deri üzerinde bir yere toplamaya veya deriyi çizip kan çıkarmaya denir. Bazı hastalıkların tedavisinde kullanılan hacamat kanlı, ya da kuru olmak üzere iki çeşittir. Hacamat şişeleri ve hacamat zembereği ile yapılır. Hacamat şişelerinin havası, alkole batırılmış pamuğu tutuşturmak suretiyle boşaltılarak deri üzerine yapıştırılır. Bu kesimde deri üzerinde toplanan kan, hacamat…”, “Taş Tedavisi Yapılır… Mekke’den getirilen canlı ve doğurt kan olan taşlar ile bedende bulunan birçok ağrıların giderilmesinde kullanılmaktadır. Mesela bunlardan bir kaçını sayacak olursak; Baş ağrısı Bel ağrısı Ayak ağrısı Diz ağrısı Bacak ağrısı Sırt ağrısı Topuk ağrısı Kalça ağrısı Karın ağrısı Göz ağrısı Kulak ağrısı…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, “*Hacamat ve sülük tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, <https://www.facebook.com/fikret.gursoy.16> adresli internet sitesinin 24.05.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; kuruluşun “*Kur’an Tedavi Merkezi*” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla, şahsın yetkisiz ve izinsiz şekilde sağlık hizmeti verdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu, diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması husususun ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı olduğu, bununla birlikte, söz konusu tanıtımlar vasıtasıyla tüketicilerin dini duygularının istismar edildiği ve hastaların bilimsel tedavi yöntemlerinden uzaklaştırılarak istismar edildiği şeklinde değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 **Fikret GÜRSOY (Kur’an Tedavi Merkezi)** 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.

**GIDA**

**75)**

**Dosya No: 2017/2923**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında 01.01.2017 tarihinde (22:45) yayınlanan “*Dr. Love”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında 01.01.2017 tarihinde (22:45) yayınlanan reklamlarda “*Dr. Love*” isimli ürüne yönelik *“Dr. Love 60 Kapsül, 45 dk Performans Arttırıcı*”*, …., Tamamen Kalıcı,* “*… 7-8 cm ..,* “*Para İade Garantili, 89 TL+Kargo, Satış Rekoru Kırıyor, Avrupa'da 1 Numara, Mutlu Sabahlar, Güzel Gecelerin Sonunda Başlar,* “*İlk Kapsülde 45 dk. Performans, Erkeklere Özel Maksimum Güç, Kadınlar …. Sever ,Satış Rekoru Kırıyor, Memmun Kalmazsan Adımı Değiştiririm, 0212 945 24 56*” 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Anadolu Cansoy Görsel Medya 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.

**76)**

**Dosya No: 2017/2925**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında 19.12.2016-11.01.2017 tarih aralığında yayınlanan “*Prostat Önleyici Gıda Destek Seti”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2016-11.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“ANC TV”* logolu televizyon kanalında 19.12.2016-11.01.2017 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Prostat Önleyici Gıda Destek Seti*” isimli ürüne yönelik *“... Sık sık idrara çıkanlar, idrar yapmakta zorluk çekenler, idrar yaptıktan sonra hala idrarı olduğunu hissedenler, tuvalete yetişemeden idrar kaçıranlar, 40 yaşın üzerinde olan erkekler lütfen dikkat. İşte prostat için doğal çözüm. Uzmanlar açıklıyor....Prostat Önleyici Gıda Destek Seti. Bu destek setiyle prostatınızın büyümesine dur diyecek, tuvalette geçirdiğiniz o sancılı günlere veda edeceksiniz. Eğer siz de 40 yaşın üzerindeyseniz prostatınız büyüyor olabilir. Bu seti kullanıp prostat olma riskini en aza indirebilir, ortadan kaldırabilirsiniz. Artık yolculuklarınız çok daha rahat geçecek. Prostat Önleyici Gıda Destek Seti hemen arayın, bu fırsatı kaçırmayın, siz de prostat sıkıntısından kurtulun. Unutmayın bu ürün kimyasal değil, prostat önleyici gıda destek setidir. Prostat Önleyici Gıda Destek Seti-Prostat kapsülü, prostat çayı, prostat macunu 49.90 TL.-****0212 945 24 82****”* 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Anadolu Cansoy Görsel Medya 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** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2017/2969**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Canlar TV”* logolu televizyon kanalında 12.01.2017-13.01.2017 tarih aralığında yayınlanan “*Altın Şeker İksiri”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2017-13.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Canlar TV”* logolu televizyon kanalında 12.01.2017-13.01.2017 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Altın Şeker İksiri*” isimli ürüne yönelik *“... ve Türkiye'de bir ilk. Altın Şeker İksiri'ni kullanan kullanıcılarımız şekerlerini koruma altına aldılar. 400, 500 seviyesindeki şekerleri artık 120'ye düştü. …“Şeker Hastaları Ekran Başına”, “Şeker Hastalarına Özel, 1 Alana 1 Bedava, Kesin Çözüm, Mucize Ürün, İade Garantili, % 100 Doğal, Kargo Ücretsiz, 55 TL”*  *“Sipariş İçin* ***0212 945 17 16****”* 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Arma Sebil 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2017/3069**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Karadeniz Türk”* logolu televizyon kanalında 07.01.2017-09.01.2017 tarih aralığında yayınlanan “*Panax”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2017-09.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Karadeniz Türk”* logolu televizyon kanalında 07.01.2017-09.01.2017 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Panax*” isimli ürüne yönelik *“… Kalp hastaları, damar hastaları, şeker hastaları, kolesterol hastaları, yüksek tansiyon Merkez Efendi garantisiyle orjinal Panax şu anda inanılmaz bir kampanya karışınızda… Kullanıcılarımızın da dile getirdiği gibi metabolizmayı normal hale getirdiği için olması gerektirdiği gibi çalıştırdığı için fazla kilosu olanlar fazla kilosundan kurtuluyor. Tam tersi zayıf olanlar yine normal kilosuna kavuşuyor. ...Şeker hastaları şeker hastalığının verdiği rahatsızlıklardan sıkıntılardan kurtuluyor. Damar tıkanıklığından dolayı yaşanan sıkıntıları ortadan kaldırıyor. Cinsel performans etkisiyle de bilinen bir ürün. Cinsel performansınızı da her anlamda üst seviyeye çıkartıyor." Yeni ultra Panax Merkez Efendi Güvencesi ile İade garantili Kalp-Damar, Beyin, Böbrek, Akciğer, karaciğer. 6 kutu Panax Kargo bedava 49.90 TL. Merkez Efendi Damar Açıcı Panax.****0212 998 03 85”*** 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **MMC 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.

**79)**

**Dosya No: 2017/3100**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mega Müzik”* logolu televizyon kanalında 05.01.2017 tarihinde (14:05) yayınlanan “*Luis Vigor”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Mega Müzik”* logolu televizyon kanalında 05.01.2017 tarihinde (14:05) yayınlanan reklamlarda “*Luis Vigor*” isimli ürüne yönelik *Geciktiriyo. Uzatıyo. Hem de Büyütüyo... Bir kere kalınlaştırıyor. Uzatıyor. Bir de geciktiriyor. Allah'tan daha ne isterim ya. Onsekiz buçuk yaşıma döndüm... Yav kullandıktan sonra baktım aaa büyütüyo, geciktiriyo... Çatır çatır işimi gördü. Büyüttüğünü gördüm. Dirildiğini gördüm... Büyütücü özelliği, ,stek arttırıcı damlası seni canlandırır...”* 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Ceyhan 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2017/3102**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mega Müzik”* logolu televizyon kanalında 15.05.2017 tarihinde (15:48) yayınlanan “*Mucize Krem”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Mega Müzik”* logolu televizyon kanalında 14.05.2017 tarihinde (15:48) yayınlanan reklamlarda “*Mucize Krem*” isimli ürüne yönelik *“Evet sevgili izleyicilerimiz. Şimdi ekranınızın başından sakın ayrılmayın. Bel fıtığıyla, boyun fıtığıyla, bel ağrısıyla, diz ağrısıyla, boyun ağrısıyla çekmiş olduğunuz sıkıntılarınız varsa bir daha ömür boyu bu ağrılarla karşılaşmak istemiyorsanız, şayet bizi çok iyi dinleyin. …. Kardeşim bir yerde bir ağrınız, sızınız varsa, ağrı sızıda eklem romatizması ise, bel ağrısı ise, boyun ağrısı ise, eklem rahatsızlıklarınız var ise, sünizit ve migreniniz varsa bunun haricinde de nedir yapacağınız olay bir de ayak kokunuz varsa 48 saat içerisinde...Türkiye'de çok kişinin evine bu ürün girdi. Hepinizde, komşunuzda, köyünüzde, kahvenizde, hastanenizde, dostlarınızda bu ürünü duydunuz sadece onlar sipariş versin ürünün kampanyasını samimi olarak bitiriyoruz 89 TL. yapacaktık ama sizlerden gelen yoğun talepte daha önce ben bu ürünü 10 gram veriyordum. Şimdi 30 gram oldu..., “1 alana 1 hediye kargo dahil mucize krem 59 TL* ***0216 277 74 74”*** 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 belirtilen tüm bu hususların;

-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-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 **Ceyhan 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2017/3151**

**Şikayet Edilen: Mega Klas Radyo ve Televizyon Yayıncılık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Turizm Türk TV”* logolu televizyon kanalında 24.04.2017 tarihinde (12:21) yayınlanan “*Viagera Krem Gece Seti”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Turizm Türk TV”* logolu televizyon kanalında 24.04.2017 tarihinde (12:21) yayınlanan reklamlarda “*Viagera Krem Gece Seti*” isimli ürüne yönelik *“VIAGERA +18 Krem Gece Seti, Performans Arttırıcı, Bayan …, Bugüne Özel Bayan İstek Arttırıcı Damla, Bir Kutu Aşk Tableti Hediye, 39 TL + Kargo, "****0212 700 18 29****, (****051-055-070-077) 370 45 67***” 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,

-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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 7-1 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Mega Klas Radyo ve Televizyon Yayıncılık Hizmetleri 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.

**82)**

**Dosya No: 2017/3152**

**Şikayet Edilen: Derece Radyo ve Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Sıla TV”* logolu televizyon kanalında 01.06.2017 tarihinde(13:42) yayınlanan “*Aspir Yağı ve Keten Tohumu Yağı”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Sıla TV”* logolu televizyon kanalında 01.06.2017 tarihinde(13:42) yayınlanan reklamlarda “*Aspir Yağı ve Keten Tohumu Yağı*” isimli ürüne yönelik *“Kabızlıktan kurtulmak artık mümkün. Bağırsağı çalışmayanlar, mide şişkinliği yaşayanlar, midesinde yanma olanlar, kabızlıktan dolayı şikayeti olanlar ve günlerce tuvalete çıkamayanlar, şikayetlerden kurtulamayanlar, bağırsak tembelliği olanlar Yediden yetmişe herkes ekran başına...Bundan böyle bağırsaklarınız çok hızlı çalışacak ve tertemiz olacak. Metabolizmanız hızlı çalışınca mideniz rahat edecek. Kabızlık giderici, bağırsak temizleyici, şişkinlik giderici Ebu Buhari Keten Tohumu Yağı ve Aspir Yağı...İlaç değil, kapsül değil, hap değil, mucizenin adı Ebu Buhari Keten Tohumu Yağı ve Aspir Yağı. Bu yağlar metabolizmayı hızlandırarak bağırsakların çalışmasını sağlar ve vücuttaki toksinleri, ödemleri atarak sağlıklı şekilde kilo vermenize yardımcı olur. Bu şekilde hem kabızlıktan kurtulacaksınız, hem de fazla kilolarınızdan. Bu yağları kullanmak çok basit. İki üründen de sabah ve akşam yarım çay kaşığı tüketmek yeterlidir….felç, kanser, unutkanlık önleyici etkisi bunlardan bir kaçı. Uzmanlar sıvı şeklinde tüketmeyi öneriyor...", "Ebu Buhari Güvencesiyle Aspir Yağı, Keten Tohumu Yağı. Bağışıklık sistemini güçlendirerek soğuk havalarda sizi hastalıklardan korur. Mide- Bağırsak sorunlarına etkili çözüm. Kabızlığa son!! Hemen arayın* ***0216 235 05 95”*** 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Derece Radyo ve 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2017/3206**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 07.01.2017-17.01.2017 tarih aralığında yayınlanan “*Dr. Power 4 lü Set”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2017-17.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 07.01.2017-17.01.2017 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Dr. Power 4 lü Set*” isimli ürüne yönelik *“Dr. Power 4 lü Set. Mutluluk seti...Gücünüze güç katacaksınız...enerji verir, afrodizyak etki yapar, cinsel gücünüzü, performansınızı öyle bir arttırır öyle bir arttırır ki artık kendinizi zapt edemiyecek hale gelirsiniz...Kapsülü kullandıktan sonra 70 yaşında olsanız bile kendinizi 18 yaşında bir delikanlı gibi hissedeceksiniz....İlaç değildir. Doğal, Bitkisel. Ne tür hastalığınız olursa olsun kullanabilirsiniz. Yan etkisi yoktur, içiniz rahat olsun. 18 yaşından 80 yaşına kadar herkes kullanabilir...", "Dr. Power 4 lü Set, Dr. Power Türkiye'de Bir İlk, Dr. Power Performans Arttırıcı Kapsül, Dr. Power… 170 TL. Yerine 49 TL.+10TL. Kargo, Arayan İlk 100 kişiye 1 adet 4 lü Set Alana 1 Adet 4 lü Set Hediye****, 0 212 925 11 00”*** 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**84)**

**Dosya No: 2017/3208**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 29.10.2016-06.01.2017 tarih aralığında yayınlanan “*Altın Cialise Cinsel Set”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.10.2016-06.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 29.10.2016-06.01.2017 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Altın Cialise Cinsel Set*” isimli ürüne yönelik *“.... Doğaldır. Ne tür hastalığınız olursa olsun kullanabilirsiniz. Çünkü ağızdan alınan bir ilaç değildir. Yan etkisi yoktur. Kalp hastası, şeker hastası, tansiyon hastası, quatr hastası yani ne tür hastalığınız olursa olsun kullanabilirsiniz. Hap değil, ilaç değil, kapsül değil. Performansınızı öyle bir arttırıyor öyle bir arttırıyor ki kendinizi zapt edemeyecek hale geliyorsunuz. Yani şöyle anlatayım, 70 yaşında olsanız bile kendinizi 18 yaşında bir delikanlı gibi hissedeceksiniz. Bitmek tükenmek bilmeyen bir enerjiye sahip olacaksınız. Ve sizi aynı zamanda bir atom bombası gibi patlatacak. Sizi bir dağın zirvesine çıkartacak. Yani arkadaşlar Tofaş'tan inip Ferrari'ye bineceksiniz. Evet yanlış duymadınız. Şahin'den inip Ferrari'ye bineceksiniz ve sizi kimse durduramayacak. Yani arkadaşlar 500 motor nerde bin motor nerde... Performansınızı öyle arttırıyor ki düz duvara tırmanacaksınız.. Kendinize inanamayacaksınız.... 0 212 925 51 03”* 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 maddeleri,

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

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

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

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

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

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

**85)**

**Dosya No: 2017/3210**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 30.10.2016 tarihinde (20:30) yayınlanan “*Yeşil Kahve”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maya TV”* logolu televizyon kanalında 30.10.2016 tarihinde (20:30) yayınlanan reklamlarda “*Yeşil Kahve*” isimli ürüne yönelik *“****“0 212 925 51 04” “****19.90 TL. kargo 9.90 TL” ve “İlaç değil bitkisel gıda takviyesidir” Öncelikle fazla kilolar çağımızın en büyük hastalığı damar tıkanması, safra kesesi hastalığı, şeker hastalığı, kalp hastalığı, hatta ve hatta kansere götürüyor. Ülkemizde binlerce insan fazla kilolarından ötürü hayatını kaybediyor... (20:33:40) Sadece 4 haftada en az 10 kilo garantili zayıflamak ister misiniz?... (20:35:00) Yeşil Kahve ilaç değildir, hap değildir, kapsül değildir. Çocuk emziren bayanlar, guatr hastası olanlar, şeker hastası, tansiyon hastası, kalp hastası olanlar, herkes kullanabilir, ilaç değildir, tamamen doğaldır.”* 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,

-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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 7-1 maddeleri,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Maya Radyo Televziyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625 -TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2017/123**

**Şikayet Edilen:** **Natura Doğal Besin ve Destek ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.naturelbesin.com adlı sitede yer alan ***“Kombuçay”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.naturelbesin.com adresli internet sitesinin 21.12.2016 tarihli görünümünde, ***“Kombuçayı Doğa bir mikrop öldürücüdür. Tansiyon ve kan şekeri düşürücü, düzenleyici etkiler gösterir. Romatizmal hastalıklara karşı yatıştırıcıdır.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.naturelbesin.com adresli internet sitesinde yer alan “Kombuçay” isimli ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve Yemde İzlenebilirlik ve Etiketleme, Sunum ve Reklam ile Tüketici Haklarının Korunması” başlıklı 24. Maddesinin 3. Bendi,

-Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2, 42/5, 42/5-b maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri,- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Natura Doğal Besin ve Destek ürünleri Ltd. Şti.** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2017/4758**

**Şikayet Edilen:** **Dizdar Baharat Nurhan Akbaş Boztepe**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.aktarland.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://aktarland.com adresli internet sitesinin 21.11.2017 tarihli görünümünde; *“****Acı Ot:*** *Kanser tedavisinde kullanılan etkili bir bitki olduğu bilinir. Sinir uçlarını uyarıp sindirim salgılarını artırarak iştahı açar. Aynı nedenle sindirimi kolaylaştırır. Dlspepsi (sindirim zorluğu) ve midenin gazlı olması durumlarında çok yararlı, iyileştirici etkiler yapar.* ***Alıç Meyvesi:*** *Kalbi ve dolaşım sistemini güçlendirici toniktir. Bedenin gereksinimine göre, kalbi ya uyarıp atışlarını artırır ya da kalp atışlarını ağırlaştırır. Kalbin işlevlerini en pürüzsüz şekilde güvenle düzene sokar. İdrar söktürücüdür. Yüksek tansiyonu düşürür…* ***Andız Pekmezi:*** *Anemiyi önler. Bronşit gibi solunum yolları hastalıklarına iyi gelir. Mide bulantısını önler…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dizdar Baharat Nurhan Akbaş Boztepe** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2017/4153**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Kombinet” markalı et ürünlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, afiş

**Tespitler**: “Kombinet Dana Kıyma” isimli ürün ambalajlarında; *“Menşe Ülke: Türkiye”, “Bu ürün Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ilgili kuruluşu Et ve Süt Kurumu tarafından temin edilen karkas etlerden üretilmiştir.”* ve *“Yağ oranı en çok (%20), kollagen/et proteini oranı en çok %15’tir”* ibarelerinin,

Kombinet markalı ürünlerin tanıtıldığı afişlerde ise *“%20 Yağlı”* ve *“Tüm ürünlerimiz Helal Gıda Mevzuatı’na uygundur*.*”* ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Kombinet Dana Kıyma” isimli ürün ambalajında yer alan “Menşe Ülke: Türkiye” ibaresinin, söz konusu ürünün Et ve Süt Kurumu tarafından temin edilen ithal etlerden üretilmesi nedeniyle tüketicileri yanıltıcı olduğu, TGK Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği gereği ürünün menşeinin açıkça belirtilmesi gerektiği, ana bileşen ile nihai ürünün menşeinin farklı olması durumunda ise bu durumun uygun bir ifade ile (örneğin, ithal etten Türkiye’de üretilmiştir/paketlenmiştir vb.) belirtilmesi gerektiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları aynı yöntemle düzeltme cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2017/4756**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “Findux Kakaolu Fındık Kreması”** isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket, İnsert

**Tespitler:** “Findux Kakaolu Fındık Kreması” isimli ürün ambalajı üzerinde yer alan “İçindekiler” kısmında; *“Renklendirici, Palm Yağı, Trans Yağ ve Koruyucu Madde İçermez.”* bilgilerine, anılan ürün tanıtımlarının yer aldığı firmaya ait insertlerde ise *“Palm Yağı İçermez”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan tanıtımlarda yer alan *“Palm yağı içermez”* ifadesi ile anılan ürün içeriğinde palm yağı kullanılmadığı hususunda tüketicilerin bilgilendirildiği ve söz konusu ifadenin diğer firmalar aleyhine kötüleyici bir etki yaratmadığı değerlendirilerek, inceleme konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı anlaşılmış olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2018/405**

**Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Emin” markalı et ürünlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler**: “Emin Dana Kıyma” isimli ürün ambalajlarında *“Menşe Ülke: Türkiye”* ve *“Bu ürün Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ilgili kuruluşu Et ve Süt Kurumu tarafından temin edilen karkas etlerden üretilmiştir.”* İbarelerinin yer aldığı, bununla birlikte 09.11.2017 tarihinde tespit edilen ürün ambalajında *“Yağ oranı en fazla %15’dir.”* ibaresine yer verilirken, 13.11.2017 ve 18.11.2017 tarihlerinde tespit edilen ambalajlarda *“Yağ oranı en fazla %20’dir”* ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Emin Dana Kıyma” isimli ürün ambalajında yer alan “Menşe Ülke: Türkiye” ibaresinin, söz konusu ürünün Et ve Süt Kurumu tarafından temin edilen ithal etlerden üretilmesi nedeniyle tüketicileri yanıltıcı olduğu, TGK Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği gereği ürünün menşeinin açıkça belirtilmesi gerektiği, ana bileşen ile nihai ürünün menşeinin farklı olması durumunda ise bu durumun uygun bir ifade ile (örneğin, ithal etten Türkiye’de üretilmiştir/paketlenmiştir vb.) belirtilmesi gerektiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları aynı yöntemle düzeltme cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**91)**

**Dosya No: 2017/2462**

**Şikayet Edilen: Gökhan KARABUDAK (Alfa Bilişim)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://ceviricikulaklik.com> adresli internet sitesinin 28.07.2017 tarihli görünümünde yer alan “Translate Kulaklık” isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait <http://ceviricikulaklik.com> adresli internet sitesinin 28.07.2017 tarihli görünümünde yer alan Translate Kulaklık adlı ürüne ilişkin reklamlarda;

*“25 dilde anlık çeviri kulaklığı... 1 dakikada İngilizce konuştular... %95 kesin sonuç... Monster kalitesinde ses... Yüksek çözünürlüklü kristal berraklığında yüksek ve derin ses kalitesi... Artık Yabancı Dil Problemi Yok! Yabancılar ile artık iş ile alakalı görüşmelerinizde problem yok. Dil bilmeseniz bile rahatlıkla konuşabilirsiniz. Sadece konuşmak istediğiniz dili seçerek karşınızdaki ile yüz yüze konuşmaya başlayabilirsiniz, ayrıca çeviri yapılırken ses tonunuzu değiştirmeden karşıya iletiyor. Bu teknoloji harikası ile tanışabilir ve dil sorununuzu ortadan kaldırabilirsiniz... İçerisinde Türkçe'nin de bulunduğu İngilizce (ABD), (İngiltere), İngilizce (Avustralya), İngilizce (Kanada), İspanyolca (ispanya), İspanyolca (Amerika Birleşik Devletleri), İspanyolca (Meksika), Fransızca (Fransa), Fransızca (Kanada), Almanca, İtalyanca, Japonca, Çince (Çin), Mandarin ve Kanton (Tayvan / Hong Kong), Katalanca, Korece, Hollandaca, Norveççe, Danca, İsveççe, Portekizce (Portekiz), Portekizce (Brezilya), Lehçe, Rusça, Arapça, Endonezya, İbranice, Çekçe, Afrika, Malay, Hırvatistan, Tayland, Hintçe, Ukrayna, Macar, Slovak, Bulgarca ve Yunanca gibi diller arasında anlık olarak çeviri imkanı sağlayan ve hem Bluetooth üzerinden akıllı cep telefonlarıyla (Özel uygulama ve internet bağlantısı ile) hem de içerisine yüklenen sözlükler ile bağımsız olarak çalışabilen oldukça kompakt (4x4 cm) ve şık bir yapıya sahip. Üzerinde mikrofon, hoparlör ve iki adet tuş bulunan cihaz, basit bir şekilde söylenen cümleleri anlık olarak çeviriyor ve böylece etkili ve olabildiğince doğru bir karşılıklı iletişime yardımcı oluyor. 300 saat bekleme ve 8 saat aktif konuşma süresi sağlayabildiği belirtilen ürün, sunduğu bu özellikler ile projeye başlanırken konan 15,000$ hedefi, 1945 bağış ile 1,127,605$ gibi oldukça yüksek bir seviyeye taşımış ve başarılı olunmuştur ve ABD devleti ve bir çok Avrupa ülkesinde kısa bir zaman içerisinde 3 milyon adet satışı gerçekleşmiştir, Türkiye’ye yeni getirilen distribütör firması sayesinde artık Türkiye’deki insanlarda bu cihaza sahip olarak dil sorununu ortadan kaldıracak. Artık kem küm yok... Kusursuz ses netliği için gelişmiş sürücü tasarım Süper derin bas için ekstra geniş hoparlör sürücüleri. Yüksek güçlü dijital amplifikatör bozulma olmadan R + B ve daha yüksek sesle çalışma... Dengeli ses ve netlik için Quadripole™ ile Monster kulaklık kablosu. Powered İzolasyon teknolojisi aktif dış gürültüyü keser. Yüksek Çözünürlüklü Sos: Ultra hızlı ve keskin speakerlar konuşmanın tüm detaylarını ortaya çıkarır. Tam Güç: Büyük ve yüksek verimli sürücüler yüksek sesli konuşmanın hiç bir bozulmaya uğratmaz. Dolaşmaya ve kırılmaya karşı özellikli kablo. Ses izolasyonlu, bir kaç farklı boyda kulaklık adaptörü ile dışarıdan gelen sesi azaltma. Hassas tepkime için geniş frekans aralığı...”*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait <http://ceviricikulaklik.com> adresli internet sitesinin 28.07.2017 tarihli görünümünde yer alan Translate Kulaklık adlı ürünün özelliklerine ilişkin ifadelerin ispata muhtaç olduğu ancak ilgili firma tarafından ispat niteliğinde herhangi bir bilgi ya da belge sunulamadığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, söz konusu internet sitesinde “ürünün satın alınarak kullanıldığı ve çok beğenildiği” yönünde gerçek olmayan Facebook yorumlarına, ISO Certified gibi üründe mevcut olmayan kalite güvenlik belgelerinin logolarına yer verildiği, *“Anında çeviri yapan kulaklık”* başlıklı bir televizyon haberine ilişkin ekran görselinin satışı yapılan ürünle ilgiliymiş gibi gösterildiği**,** böylelikle tüketicilerin aldatıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a, 7/5/g, 7/8/a-b-c-ç, 9/1, 11/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Gökhan KARABUDAK (Alfa Bilişim)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**92)**

**Dosya No: 2017/4321**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Paz. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Klima alanlara ÖTV devletten, cep telefonu ya da tablet hediyeleri Samsung’dan”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2017-31.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanı

**Tespitler:** *“Klima\* alanlara ÖTV devletten, cep telefonu ya da tablet hediyeleri Samsung’dan*!\*\*” başlıklı kampanya reklamları çerçevesinde açık hava ilanı ve internet mecralarında yer alan dipnot metninde, *“Katılımcı, kampanyaya dahil olan seçili klima modellerinden “AR24MSSDCWK/SK ve AR12MSPXBWK/SK model ürün alması durumunda Samsung Galaxy Prime +/SM-G532F model cep telefonunu; AR18MSSDCWK/SK ve AR24MSFSCWK/SK model ürün alması durumunda Samsung Galaxy A7 Tablet (T280Q) model tableti,* [*www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar*](http://www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar) *web sitesinde belirtilen kampanya şartlarını yerine getirmek koşuluyla herhangi bir ücret ödemeden almaya hak kazanacaktır. \*\**“*Kampanya, Samsung tarafından ithal edilen ve kampanyaya katılan satış noktalarından 26.07.2017-31.08.2017 tarihleri arasında satın alınmış kampanyaya dahil olan Samsung klimalar için geçerli olup bu ürünlerden birini alan tüketicilere kampanya koşullarını yerine getirmeleri durumunda, aldıkları klima modellerine bağlı olarak ya belirli model cep telefonu ve tablet hediye edilecektir. Tüm kampanya koşullarını eksiksiz yerine getiren müşterilere hediyeleri 45 iş günü içerisinde gönderilecektir. Klimanın iade edilmesi halinde hediyenin de iade edilmesi gerekmektedir. Her bir müşteri her bir ürün grubu için bir kez kampanyaya katılabilir. Katılımcı bilgileri kampanya amacına uygun olarak 3. Kişilerle paylaşılacaktır. Tavsiye edilen satış fiyatı değişiklik gösterebilir. Samsung, kampanya hakkında istediği zaman değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanya kapsamı ürün model ve renkleri stoklarla sınırlıdır. Detaylı bilgiye 0850 432 7711 nolu kampanya çağrı merkezinden veya 444 7711 Samsung Çağrı Merkezi ve* [*www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar*](http://www.samsungwa.com.tr/buevdesamsungvar) *adresi üzerinden ulaşabilirsiniz.”* şeklinde kampanya detaylarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Kurum/Kuruluş Görüşü:** Reklam Kurulu Diğer Mal Ve Hizmetler Sektörel İhtisas Komisyonu Başkanlığı’nın 25.06.2018 tarihli raporunda;

31.08.2017 tarihinde sona eren bir kampanya için başvuruların 30.10.2017 tarihinde onaylanması ve hediye ürünlerin 01.11.2017 tarihinde yani kampanya bitiminden dahi 2 ay sonra gönderilmesi firma tarafından gönderilen reklam görselinde dipnotta da yer verilen “*Tüm kampanya koşullarını eksiksiz yerine getiren müşterilere hediyeleri 45 iş günü içerisinde gönderilecektir”* bilgisi ile çeliştiği;

Kaldı ki, bu ifade, yine firma tarafından gönderilen savunma dilekçesinde belirtilen kampanya koşullarındayer alan “ *Katılımcının hediye cep telefonu ürünü hakkından yararlanması durumunda; tüm kampanya koşullarının yerine getirdiği tespit edilen katılımcıya hediye cihazın katılımcı adresine teslim edilmek üzere 45 işgünü içerisinde (onaylanan başvuru tarihinden itibaren) 3.kişi kargo şirketine teslim edileceğini belirten bir SMS gönderilecektir.”* bilgisi ile de tutarsızdır. Parantez içinde belirtilen “ *(onaylanan başvuru tarihinden itibaren)”* şeklinde bir ifadeye firma tarafından gönderilen reklam görsellerinde yer verilmediği;

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; *“*Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar”başlıklı 15 inci maddesinin; *b) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca**promosyon olarak hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa,**hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı, gerçek piyasa değeri ile**bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresi açıklanır.”* ifadesine de aykırı olarak hediye edilecek “Samsung Galaxy Prime +/SM-G532F”model cep telefonu ile “Samsung Galaxy A7 Tablet (T280Q)”model tablet ürünlerinin gerçek piyasa değerine ve stok bilgilerine kampanya koşullarında yer verilmediği;

Firma tarafından gönderilen savunma dilekçesinde belirtilen kampanya koşullarında yer verilen “*Ürünleri kampanya koşullarına uygun satın alan katılımcıların, 444 77 11 Samsung Çağrı Merkezini arayarak ürünlerin kurulumunu 20.09.2017 tarihine kadar Samsung Yetkili Servis aracılığı ile yaptırması gerekmektedir. Ürün kurulumlarını gerçekleştiren katılımcılar 22.09.2017 tarihine kadar* [*www.samsungwa.com*](http://www.samsungwa.com) *websitesi adresinde yer alan kampanya kayıt formunu eksiksiz olarak doldurmalı ve ürün faturasının renkli ve okunaklı fotoğrafını yine aynı forma yüklemelidir*.” gibi kampanyaya ilişkin önemli bilgilerin yine firma tarafından gönderilen reklam görsellerinde yer verilmediği, dolayısıyla kampanyaya ilişkin süre-tarih konusunda çelişkili ifadelere yer verilerek bu durum neticesinde tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olması ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerine aykırılık teşkil ettiği görüş ve kanaatine varılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** inceleme konusu reklamlarda, “*Tüm kampanya koşullarını eksiksiz yerine getiren müşterilere hediyeleri 45 iş günü içerisinde gönderilecektir”* ifadesinin belirtilmesine rağmen; katılımcıların hediye cep telefonu ürünü hakkından yararlanması durumunda; tüm kampanya koşullarının yerine getirdiği tespit edilen katılımcıya hediye cihazın katılımcı adresine teslim edilmek üzere *“onaylanan başvuru tarihinden itibaren”* 45 iş günü içerisinde gönderileceği bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği;

Bununla birlikte, kampanya koşulları arasında yer alan “*Ürünleri kampanya koşullarına uygun satın alan katılımcıların, 444 77 11 Samsung Çağrı Merkezini arayarak ürünlerin kurulumunu 20.09.2017 tarihine kadar Samsung Yetkili Servis aracılığı ile yaptırması gerekmektedir. Ürün kurulumlarını gerçekleştiren katılımcılar 22.09.2017 tarihine kadar* [*www.samsungwa.com*](http://www.samsungwa.com) *websitesi adresinde yer alan kampanya kayıt formunu eksiksiz olarak doldurmalı ve ürün faturasının renkli ve okunaklı fotoğrafını yine aynı forma yüklemelidir*.” şeklindeki tüketicilerin satın alma kararını etkileyebilecek pek çok ana vaadin istisnası niteliğinde bilgiye yer verilmediği;

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda, hediye edilen ürünlerin gerçek piyasa değerine yer verilmediği ve kampanyanın stoklarla sınırlı olduğunun belirtilmesine rağmen, bu miktarın belirtilmediği;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/2, 9/4, 9/5 ve 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklamveren **Samsung Electronics İstanbul Paz. 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.

**93)**

**Dosya No: 2017/5020**

**Şikayet Edilen: Soner Mim. Müh. Müş. Hiz. İnş. Mob. Teks. Tur. Tic. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.doorson.net adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde *“Türkiye’nin Tek 120 Dakika Yangına Dayanıklı Kapı Üreticisi”* ifadesi ile yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doorson.net adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, *“Türkiye’nin Tek 120 Dakika Yangına Dayanıklı Kapı Üreticisi”* ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik hükümleri çerçevesinde, Ahşap kapılar için yapılan yangın dayanım testleri sonucunda elde edilen performans sınıflandırma raporlarına göre, aynı sektörde faaliyet gösteren başka firmalar tarafından üretilen ahşap kapıların da E120 sertifikasına sahip olmasına rağmen; şikayet edilen firma tarafından, www.doorson.net adresli internet sitesinin 10.01.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“Türkiye’nin Tek 120 Dakika Yangına Dayanıklı Kapı Üreticisi”* ifadesine yer verildiği; buna göre, inceleme konusu reklamlarda tüketiciler nezdinde, diğer firmalar tarafından üretilen hiçbir kapının E120 sertifikasına sahip olmadığı izlenimi uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıldığı;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklamveren **Soner Mim. Müh. Müş. Hiz. İnş. Mob. Teks. Tur. Tic. San. Ltd. Şti.**isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2018/538**

**Şikayet Edilen: Form Mühendislik Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lifetechwater.com adresli internet sitesinde, ev tipi pompalı arıtma cihazı adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.lifetechwater.com](http://www.lifetechwater.com) adresli internet sitesinin 16.05.2018 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda;

“Lifetech 7 Aşamalı Alkali-Detox Arıtma Cihazı” adlı ürüne ilişkin*, “Elektrik gerektirmeden su üreten LT-2B 7 Filtreli Alkali Detox modeli sahip olduğu filtre teknolojisi sayesinde kilo vermenizi kolaylaştırır ve hayatınıza sağlık katar.”; “Alkalin filtre Kalsiyum, Magnezyum, Sodyum, Potasyum gibi toplam 11 çeşit mineralden oluşup suyunuza doğal anyon ve katyon mineralleri katarken, 7,5-8,5 pH seviyesine yükseltir. Detox filtre suyun molekül yapısını küçülterek hücre emilimini maksimum seviyeye çıkarırken, biriken toksinlerin vücuttan atılmasını kolaylaştırır. Asidik suyu mükemmel bir şekilde, doğal ve kalsiyumca zengin alkali iyonize suya çevirmektedir. Lifetech alkali mineral filtreler suya arıtma işlemi sırasında arıtılan bir takım iyonize kalsiyum, magnezyum, sodyum, potasyum iyonlarını fazlasıyla eklemektedir. Alkali filtre ile suyunuzun pH değeri 7,5 ile 8,5 arasında rakamlara ulaşabilmektedir. Detox (Infra-red) filtrenin insan vücudu üzerindeki faydaları aşağıdaki gibidir. İnsan vücudundaki su moleküllerini aktive eder ve vücuttaki oksijen seviyesini arttırır. Kandaki yağların, kimyasalların ve toksinlerin arınmasına yardımcı olur ve kan akışını düzenler. Vücuttaki asit seviyesini azaltır. Sinir sistemini güçlendirir ve stresi azaltır.(…)”* şeklinde,

“Hakkımızda” başlığı altında, *“Hayata değer katan çözümleriyle konforu artıran LifeTech, yeni nesil su filtreleme cihazı LT-2A & LT-2B ile her eve kolayca ve mükemmel su kalitesi sunuyor. Çeşme suyunu beş kat filtreleme işleminden geçirerek içilecek kaliteye getiren LT-2A & LT-2B Cihazları aynı zaman Tezgahınızın altında çok şık bir şekilde yer alıyor.(…)”, “Temiz suya ulaşma konusunda ideal bir seçim olan LifeTech LT-2A & LT-2B, her evde kolaylıkla kullanılabiliyor ve içme suyu elde edilmesi konusunda büyük bir rahatlık sağlıyor. Yeni LifeTech su arıtma cihazı ile plastik şişe ve damacanada su alma işleminden ve dolayısıyla ekonomik yükten kurtulan kullanıcılar, aynı zamanda suyun uzun süre plastik şişelerde saklanması nedeniyle ortaya çıkabilecek zararlı madde ve bakterileri de hayatından çıkarıyor. Plastik şişeye son veren yeni ürün, bu özelliğiyle çevre için atılmış kişisel bir adım anlamına da geliyor. En iyi içme suyu kalitesini hızlı ve kolay bir şekilde sunan yeni LT-2A & LT-2B, çeşmeden gelen suyu ters ozmoz da dahil olduğu 5 kat filtrelemeden geçiriyor. Su Kalitesi Birliği’nin Altın Mühür sertifikasını (Water Quality Association Gold Seal Certificate) taşıyan ve (NSF, FDA, CE standartlarına uygun ) LT-2A & LT-2B, şık tasarımı uygun fiyatı ile her eve girebilecek bir ürün olarak asla kalitesini ve uygun fiyatını bozmuyor.”* şeklinde,

*“*Lifetech 6 Aşamalı Alkali – Pompalı Arıtma Cihazı” ve “Lifetech 7 Aşamalı Alkali-Detox Arıtma Cihazı” adlı ürünlere ilişkinyapılan tanıtımlarda, *“(…)sahip olduğu filtre teknolojisi sayesinde kilo vermenizi kolaylaştırır ve hayatınıza sağlık katar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.lifetechwater.com](http://www.lifetechwater.com) adresli internet sitesinin 16.05.2018 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda;

“Lifetech 7 Aşamalı Alkali-Detox Arıtma Cihazı” adlı ürün tarafından filtrelenen suyun pH değerinin 7,5-8,5 seviyesine ulaşmadığı; bu nedenle, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu;

Bununla birlikte, *“Alkalin filtre Kalsiyum, Magnezyum, Sodyum, Potasyum gibi toplam 11 çeşit mineralden oluşup suyunuza doğal anyon ve katyon mineralleri katarken, 7,5-8,5 pH seviyesine yükseltir.”, “Asidik suyu mükemmel bir şekilde, doğal ve kalsiyumca zengin alkali iyonize suya çevirmektedir. Lifetech alkali mineral filtreler suya arıtma işlemi sırasında arıtılan bir takım iyonize kalsiyum, magnezyum, sodyum, potasyum iyonlarını fazlasıyla eklemektedir.”, “En iyi içme suyu kalitesi”, “5 kat filtrelemeden geçiriyor.”,* şeklinde yer verilen ifadelerin bilimsel niteliğe haiz belgelerle ispata muhtaç olduğu, ancak anılan firma tarafından ispatlanamadığı;

Diğer taraftan; *“made in USA”* ve *“Lifetech ürünleri Amerikan teknolojisi ile uluslararası sivil kuruluşların denetiminde güvenle üretilmektedir.”* şeklinde kullanılan ifadeler ile bahsi geçen ürünlerin menşeinin Amerika Birleşik Devletleri olduğunun belirtildiği, ancak, bu ürünlere ait ambalajlarda *“made in Taiwan”* ibaresinin bulunduğu;

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda, “*kilo vermenizi kolaylaştırır ve hayatınıza sağlık katar.”, “hücre emilimini maksimum seviyeye çıkarırken, biriken toksinlerin vücuttan atılmasını kolaylaştırır.”, “Detox (Infra-red) filtrenin insan vücudu üzerindeki faydaları aşağıdaki gibidir. İnsan vücudundaki su moleküllerini aktive eder ve vücuttaki oksijen seviyesini arttırır. Kandaki yağların, kimyasalların ve toksinlerin arınmasına yardımcı olur ve kan akışını düzenler. Vücuttaki asit seviyesini azaltır. Sinir sistemini güçlendirir ve stresi azaltır.”* gibi sağlık beyanlarına yer verilerek söz konusu arıtma cihazları sayesinde elde edilen suyun, insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, böylece sadece anılan ürünün tüketilmesiyle pek çok hastalığın tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve bu iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklamveren **Form Mühendislik Ticaret Limited Şirketi** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**95)**

**Dosya No: 2018/921**

**Şikayet Edilen: Barçın Turizm İşl. İnş. Yat. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Alanya Klas Otel” adlı tesise yönelik olarak [www.klashotels.net](http://www.klashotels.net), [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.odamax.com](http://www.odamax.com) ve [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) adresli internet siteleri ile otel logosu üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül-Ekim 2017, 31.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Antalya Klas Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.klashotels.](http://www.klashotels.)net adresli internet sitesinin Eylül-Ekim 2017 tarihli görünümünde “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.odamax.com](http://www.odamax.com) ve [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Antalya Klas Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.klashotels.](http://www.klashotels.)net adresli internet sitesinin Eylül-Ekim 2017 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.odamax.com](http://www.odamax.com) ve [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**96)**

**Dosya No: 2018/1203**

**Şikayet Edilen: Mühendis Kuyumculuk İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Jasmin Court Club Otel” adlı tesise yönelik olarak otel logosu üzerinde, tesis dış cephesinde yer alan tabelalarda ve [www.oteljasmin.com](http://www.oteljasmin.com) adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.04.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** “Jasmin Court Club Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde, tesis dış cephesinde yer alan tabelalarda ve [www.oteljasmin.com](http://www.oteljasmin.com) adresli internet sitesinin 04.04.2018 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Jasmin Court Club Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde, tesis dış cephesinde yer alan tabelalarda ve [www.oteljasmin.com](http://www.oteljasmin.com) adresli internet sitesinin 04.04.2018 tarihli görünümünde yer verilen reklam ve tanıtımlarda “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mühendis Kuyumculuk İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2018/1858**

**Şikayet Edilen: Arslan Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Otel Aldino” adlı tesise yönelik olarak [www.hotelaldino.com](http://www.hotelaldino.com), [www.aldino.hotelinankara.net/tr/](http://www.aldino.hotelinankara.net/tr/), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.tatil.com](http://www.tatil.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet siteleri ile otel logosu üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2018, 23.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Otel Aldino” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.hotelaldino.com](http://www.hotelaldino.com) adresli internet sitesinin 02.04.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.aldino.hotelinankara.net/tr/](http://www.aldino.hotelinankara.net/tr/), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.tatil.com](http://www.tatil.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinin 23.05.2018 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Otel Aldino” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın, otel logosu üzerinde ve [www.hotelaldino.com](http://www.hotelaldino.com) adresli internet sitesinin 02.04.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak, [www.aldino.hotelinankara.net/tr/](http://www.aldino.hotelinankara.net/tr/), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.tatil.com](http://www.tatil.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinin 23.05.2018 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise yine “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2018/2299**

**Şikayet Edilen: Kargıcak Turizm İşl. İnş. Yat. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “First Class Otel” adlı tesise yönelik olarak [www.klashotels.net](http://www.klashotels.net), [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.odamax.com](http://www.odamax.com), [www.trivago.com](http://www.trivago.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) adresli internet siteleri ile otel logosu üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül-Ekim 2017, 31.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “First Class Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde, [www.klashotels.](http://www.klashotels.)net adresli internet sitesinin 16.03.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklam ve tanıtımlar ile anılan internet sitesinde “Foto Galeri” başlığı altında yayınlanan tesis fotoğraflarında, “Odalarımız” başlığı altında yayınlanan ve bir örneği [www.youtube.com/watch?v=uCkPcmzdYFc](http://www.youtube.com/watch?v=uCkPcmzdYFc) URL adresinde yer alan bir tanıtım filminde ve tesis dış cephesinde yer alan tabelalarda “5 Yıldızlı Otel” olarak, [www.odamax.com](http://www.odamax.com), [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda yine “5 Yıldızlı Otel” olarak, [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde ise “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “First Class Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, otel logosu üzerinde, [www.klashotels.](http://www.klashotels.)net adresli internet sitesinin 16.03.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklam ve tanıtımlar ile anılan internet sitesinde “Foto Galeri” başlığı altında yayınlanan tesis fotoğraflarında, “Odalarımız” başlığı altında yayınlanan ve bir örneği [www.youtube.com/watch?v=uCkPcmzdYFc](http://www.youtube.com/watch?v=uCkPcmzdYFc) URL adresinde yer alan bir tanıtım filminde ve tesis dış cephesinde yer alan tabelalarda “5 Yıldızlı Otel” olarak, [www.odamax.com](http://www.odamax.com), [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde yer verilen reklam ve tanıtımlarda yine “5 Yıldızlı Otel” olarak, [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinin 31.05.2018 tarihli görünümlerinde ise “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**99)**

**Dosya No: 2016/3779**

**Şikayet Edilen: Doğa Tur Sağlık Termal Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “*Yalova Termal Palace”*** isimli tesise ilişkin mülk/devremülk satışına yönelik olarak gerçekleştirilen tanıtım ve ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakanlığımızca yapılan incelemede, anılan firma tarafından yapılan mülk/devremülk satışlarının tüketicilerin büyük bir salona toplanması suretiyle yapıldığı, Bakanlığımıza ulaşan çok sayıda başvuruda uygulanan satış yönteminin tüketicilerin psikolojik olarak etkileyerek karar verme biçimini önemli ölçüde bozduğunun belirtildiği, bununla birlikte aynı tesise ilişkin olarak farklı ticari ünvanlarla da yapılan satış uygulamalarının mağduriyet yarattığına ilişkin yine çok sayıda tüketici başvurusunun yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 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, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, tüm bu iddiaların aksinin kuruluş tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğa Tur Sağlık Termal Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

**DİĞER**

**100)**

**Dosya No: 2017/3893**

**Şikayet Edilen: MB Hukuk Bürosu**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"MB AVUKATLIK” ACİL MB HUKUK”* adı altında tüketicilere gönderilen kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** "MBAVUKATLIK" "ACİL MBHUKUK" başlığı altında tüketicilere " *Sn.-----son uyarı. Hakkınızda başlatılmış olan icra takip dosyanızın hane haczi işlemleri yapılabilmesi için adli işlemleriniz gün içinde tamamlanacaktır. Bilgi almak ve ödeme yapabilmek için acil arayınız.2167090170"* ve “*Son uyarı. Hakkınızda başlatılmış olan icra takip dosyanızın hane haczi işlemlerinin yapılabilmesi için adli işlemleriniz gün içinde tamamlanacaktır. Bilgi almak ve ödeme yapabilmek için acil arayınız.* “ şeklinde kısa mesajların gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "MBAVUKATLIK" "ACİL MBHUKUK" başlığı altında tüketicilere " *Sn.-----son uyarı. Hakkınızda başlatılmış olan icra takip dosyanızın hane haczi işlemleri yapılabilmesi için adli işlemleriniz gün içinde tamamlanacaktır. Bilgi almak ve ödeme yapabilmek için acil arayınız.2167090170"* şeklinde sürekli aynı kısa mesaj gönderildiği,

Ayrıca firma avukatları tarafından tüketicilerle *" borcunuz var, haciz göndereceğiz*" şeklinde tehdit içerikli konuşmalar yapıldığı, *" icraları sildiriyoruz*" şeklinde tüketicileri yanıltıcı ve gerçekçiliği olmayan ifadelerle iş toplamaya çalışıldığı,

Dolayısıyla, firma avukatlarının bu tür bir davranış içinde bulunmasıyla Avukatlık Kanunu’nun “Reklam yasağı” başlıklı 55 inci maddesinde yer alan; *“Avukatların iş elde etmek için, reklam sayılabilecek her türlü teşebbüs ve harekette bulunmaları yasaktır.”* hükmüne aykırı davranıldığı,

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, 7/5-ç, 7/5-h, 9, 11, 26, 28, 29, 32 ve Ek- A 1,8 ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MB Hukuk Bürosu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **30.176 (Otuzbinyüzyeltmişaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2018/1586**

**Şikayet Edilen: Teknikler Dağıtım Lojistik ve Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.shopadidasturkey.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.shopadidasoutlet.com) adresli internet sitesinin 02.04.2018 tarihli görünümünde yer alan; "Adidas" logosuyla birlikte "*Adidas Outlet 2 AL 1 ÖDE İndirimde*" ve Instagram mecrasında "*Adidas Bahar Kampanyası Sponsorlu 1 alana 1 bedava*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar** [www.shopadidasturkey.com](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.shopadidasoutlet.com) adresli internet sitesinin 02.04.2018 tarihli görünümünde yer alan; "Adidas" logosuyla birlikte "*Adidas Outlet 2 AL 1 ÖDE İndirimde*" ve Instagram mecrasında yer alan "*Adidas Bahar Kampanyası Sponsorlu 1 alana 1 bedava*" şeklindeki tanıtımlara istinaden tüketicilerin "Adidas" marka ayakkabı siparişi verdiği, ancak tüketicilere Adidas markası ile alakası dahi olmayan başka bez ayakkabıların gönderildiği, üstelik ürünlerin faturasız gönderildiği, bu durum karşısında tüketicilerin ürünleri derhal iade etmek istediği halde tüketicilerle sipariş için iletişime geçilen numaradan arama yapıldığı fakat kimseye ulaşılamadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicilerin mağdur edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-e, 11, 29, 32 ve Ek- B 3üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Teknikler Dağıtım Lojistik ve Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** 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.

**102)**

**Dosya No: 2017/824**

**Şikayet Edilen: Doğtaş Kelebek Mobilya San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.dogtas.com.tr](http://www.dogtas.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “Private” marka yatak ürünlerinde %60 indirim yapıldığına dair görsel ibarenin yer aldığı, firmaya yapılan incelemede il müdürlüğü tarafından tutulan tutanakta da bu durumun firma çalışanı tarafından kabul edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.dogtas.com.tr](http://www.dogtas.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “Private” marka yatak ürünlerinde %60 indirim yapıldığına dair görsel ibarenin yer aldığı, bu indirim oranı üzerinden söz konusu ürünü satın almak isteyen Yasin ÖZYARDIMCI isimli tüketicinin firmanın Kocaeli/Gölcük şubesine gittiği, ancak şubede kendisine verilen bilgide, internet sitesinde indirim oranının %60 göründüğünün kabul edildiği, ancak merkezden şubelere gönderilen indirim oranlarının ilk üründe net %30, ikinci üründe ise %40 oranında olduğu, dolayısıyla indirim öncesi fiyatı 3000 TL olarak görülen ve tüketicinin %60 indirim ile 1200 TL’ye satın almak istediği ürünün fiyatının 2100 TL olduğunun tüketiciye belirtildiği; sonuç olarak yapılan tanıtımlara istinaden firmaya ait mağazadan alışveriş yapmaya gelen tüketicilerin bu tanıtımlar aracılığıyla mağdur edildiği;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğtaş Kelebek Mobilya 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.

**103)**

**Dosya No: 2017/2388**

**Şikayet Edilen: System Bilgisayar ve İletişim Hizmetleri – Sedat COŞKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.extraucuzluk.com](http://www.extraucuzluk.com) adresli internet sitesinin 30.11.2017 tarihli görünümünde, “Yardım – Ürünümden memnun kalmadım, ne yapabilirim?” başlığı altında; “*Aldığınız ürünü teslimat tarihinden itibaren 7 iş günü içerisinde extraucuzluk.com’un düzenlemiş olduğu faturanız ve iade sebebinizi içeren bir not eki ile iade edebilirsiniz.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.extraucuzluk.com](http://www.extraucuzluk.com) adresli internet sitesinin 30.11.2017 tarihli görünümünde, *“Yardım – Ürünümden memnun kalmadım, ne yapabilirim?”* başlığı altında; “*Aldığınız ürünü teslimat tarihinden itibaren 7 iş günü içerisinde extraucuzluk.com’un düzenlemiş olduğu faturanız ve iade sebebinizi içeren bir not eki ile iade edebilirsiniz.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak bilindiği üzere 6502 sayılı Kanun’un “Mesafeli Sözleşmeler” başlıklı 48 inci maddesinin 4 üncü fıkrasında; *“Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici, cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer. Tüketici, cayma hakkı süresi içinde malın mutat kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir.”* hükmü yer aldığından, yukarda bahsi geçen ifadelerin tüketicileri yanlış bilgilendirici ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **System Bilgisayar ve İletişim Hizmetleri – Sedat COŞKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2017/2859**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.flypgs.com](http://www.flypgs.com) adresli internet sitesinde alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde tanıtımı gerçekleştirilen, “1 alana 1 bedava” başlıklı kampanyaya ilişkin olarak; *“… Gönderilecek bedava bilet şifresi ile 2-12 yaş arasındaki çocuk misafirlerimiz bedava biletlerini düzenlemek için Çağrı Merkezimize 0888 228 12 12 numarasından ulaşılması gerekmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde tanıtımı gerçekleştirilen, “*1 alana 1 bedava*” başlıklı kampanyaya istinaden, Serdar SERİN isimli tüketicinin, anılan kampanya dahilinde bedava bilet kazandığı, www.flypgs.com adresli internet sitesinin kampanya detaylarının yer aldığı 24.10.2017 tarihli görünümünde yer alan; *“… Gönderilecek bedava bilet şifresi ile 2-12 yaş arasındaki çocuk misafirlerimiz bedava biletlerini düzenlemek için Çağrı Merkezimize 0888 228 12 12 numarasından ulaşılması gerekmektedir*.” ifadelerine istinaden, 2-12 yaş arası çocuk için söz konusu bedava bileti düzenlemek amacıyla firmaya ait çağrı merkezini aradığı, ancak 13 dakika üzerinde süren görüşme sonunda tüketiciye böyle bir kampanya bulunmadığının belirtildiği ve kazanmış olduğu bilet hakkında herhangi bir işlem yapılmadığı; bu nedenle inceleme konusu tanıtım ifadelerinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicilerin satın alma kararlarını etkilediği;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**105)**

**Dosya No: 2018/2895**

**Şikayet Edilen: Polisan Kansai Boya San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Youtube” kanalı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “Hem iyi kalite, hem iyi fiyat. Fawori!” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait “Youtube” kanalı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan tanıtımlarda; *“Tüm dünyada hızla yayılan hem iyi kalite hem iyi fiyat anlayışının Türkiye’deki temsilcisi Favoridir. Neden mi hem iyi kalite hem iyi fiyat? Çünkü Favori hem boyada hem mantolamada hem üretici hem satıcıdır da ondan. Diğerleri mi? Araştırın, soruşturun, anlarsınız. Favori, boya ve mantolamada hem iyi kalite hem iyi fiyat”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ve firma cevabında belirtilen açıklamalar ışığında, inceleme konusu tanıtımlarda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir ifade olmadığı ve Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2017/3864**

**Şikayet Edilen: Pirana Bilişim Teknolojileri Reklam Av ve Kamp Malzemeleri Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2017 ve 11.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde “Av Malzemeleri - Balık Avı Malzemeleri - Kamp Malzemeleri” ” başlığı altında; “*Birçok kişinin en büyük hobilerinden biri olan ve özellikle günümüzde çok büyük bir sektör haline gelen avcılık, özellikle kalitesiz av malzemeleri kullanmayı tercih eden kişiler için kimi zaman ciddi tehlikeler yaratan bir aktivite halini almaktadır. Bu nedenle konunun uzmanları avcılık ile ilgilenen kişiler her zaman için en kaliteli ve güvenilir firmalar tarafından imâl edilmiş olan av malzemelerinin kullanılmasını önermektedir. Bu tarz firmaların her zaman için önceliği kaliteye ve insan sağlığına vermeleri hem insanların bu özel hobilerini daha keyifli ve güvenli hale getirmekte hem de seçeneğin çok fazla olmasını sağlamaktadır…Özellikle yapılacak ava göre seçim yapılması gereken durumlarda bazı kişilerin gerekli özeni göstermeyip gelişi güzel seçim yapmaları ve ne olduğu belirsiz firmalar tarafından üretilmiş olan av malzemelerini tercih etmeleri istenmeyen durumların yaşanmasına dahi vesile olabilir. Özellikle kara avcılığında tercih edilen malzemelerin her zaman dikkatli seçilmesi ve daha da önemlisi kendilerini bu alanda kanıtlamış ve isim yapmış olan firmaların malzemelerinin seçilmesi hayati bir durumdur…Çünkü kara avcılığı denince akla hemen av tüfeği ve benzeri ateşli silahlar gelmektedir. Tabi ki bu tip özel araç gereçlerin seçiminde yeteri kadar titiz davranılmadığı takdirde gerçekten istenmeyen durumların yaşanma ihtimali çok yüksektir. Birçok kez karşımıza çıkan veya çevremizden duyduğumuz haberlerden de gördüğümüz gibi insanlar sadece keyifli zaman geçirmek veya spor amaçlı olarak çıktıkları avlarda av tüfeğinin tutukluk yapması, av fişeğinin ateş almaması veya farklı sorunlarından dolayı yaralanma hatta daha da ciddi sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler…Bu da gösteriyor ki her ne kadar zaman geçirilmek için yapılan basit bir aktivite dahi olsa avcılık asla yabana atılmaması gereken ve özellikle av fişeği başta olmak üzere doğru teçhizat seçimine büyük önem verilmesi gereken özel bir etkinliktir…Avcılık Hakkında Bilgi Edinme Yolları: Artık günümüzde milyonlarca kişinin düzenli olarak kullandığı ve hemen hemen her türlü bilgiye birkaç tıklama ile ulaşabildiği internet sitelerinde bulunan av videoları, avcılık hakkında bilgi edinmek isteyen kişiler için her zaman müthiş bir kaynak olmuştur. Birçok avcının deneyimlerini paylaştıkları hatta avlarından görüntüler sundukları bu özel av videolarını inceleyerek dileyen herkes avlanma teknikleri hakkında bilgiler edinebilmektedir. Bahsettiğimiz tüm bu sebeplerden dolayı özellikle alanında lider kuruluşlardan biri haline gelen ve her geçen gün çok daha fazla kişinin tercih etmeye başladığı www.avfoni.com sitesinin güvenli ve kaliteli ürünlerini tercih etmek yapılacak en doğru iş olacaktır. Ürün yelpazesinde her zaman önceliği kaliteye ve insanların güvenliğine ayıran www.avfoni.com, avcılığı zevke dönüştürmek isteyen herkes için en doğru adrestir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.avfoni.com](http://www.avfoni.com) adresli internet sitesinin 10.09.2017 ve 11.12.2017 tarihli görünümlerinde; *“airsoft tüfekler, av tüfekleri, pompalı av tüfeği, havalı tüfekler, av fişekleri, bilyeler, saçmalar, havalı tabancalar, ses tabancaları, ses mermisi, yaprak çakı, taktik çakı, yarı otomatik av tüfeği…vb”* ürünlerin fiyat bilgilerine yer verilerek internet ortamında tanıtım ve satışının yapıldığının tespit edildiği,

Anılan internet sitesinde “Av Malzemeleri - Balık Avı Malzemeleri - Kamp Malzemeleri” başlığı altında; mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve diğer benzer firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıcı ifadelere yer verildiği,

Her ne kadar anılan firma tarafından bir takım ruhsat ve yetkilendirme belgeleri Bakanlığımıza sunulmuş olsa da;

İç İşleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü’nden alınan 23.11.2017 tarihli görüşe göre; satıcıların silahları (ateşli silah, avda veya sporda kullanılan her nevi ateşli yivli silahlar, yivsiz tüfek gibi ruhsata tabi silahlar) alacak kişilerin kimliklerini ve adli sicil belgelerini kontrol zorunluluğu bulunduğu dolayısıyla internet ortamında bunun güvenli bir şekilde sağlanamayacağı,

Diğer taraftan yine bahsi geçen görüş içeriğinde; internet sitelerinde ses ve gaz fişeği atabilen (KURU SIKI) silahların da reklam ve tanıtımının 5729 sayılı Ses ve Gaz Fişeği Atabilen Silahlar Hakkında Kanun’un 3 üncü maddesinde yer alan; “*Ses ve gaz fişeği atan silahların ve üretici firmaların isim, marka veya alâmetleri kullanılarak her ne suretle olursa olsun reklam ve tanıtımı yapılamaz. Bu silahların kullanılmasını özendiren veya teşvik eden kampanyalar düzenlenemez”* hükmü gereği açıkça yasaklanmış olması sebebiyle internet ortamında satışının da yapılamayacağının değerlendirildiği,

Diğer taraftan İç İşleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü’nden 06.07.2017 tarihinde alınan görüşte ise; 87/12028 Sayılı Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin Üretimi, İthali, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi, Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzük kapsamındaki patlayıcı maddelerin (internet sitesinde tanıtımı yapılan av fişeği gibi) 56 ncı maddede yer alan *“PTT İşletmesi veya posta taşıyan yüklenicilere ait araçlarla koli halinde veya zarf içinde patlayıcı madde taşınması yasaktır.”* hükmü çerçevesinde internet ortamında satışının ve tüketicilere kargo yoluyla gönderilmesinin yasak olduğu,

Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Kanun’un 4 üncü maddesinde yer alan; *“Ülke içinde kama, hançer, saldırma, şişli baston, sustalı çakı, pala, kılıç, kasatura, süngü, sivri uçlu ve oluklu bıçaklar, topuz, topuzlu kamçı, boğma teli veya zinciri, muşta ile salt saldırı ve savunmada kullanılmak üzere özel nitelikteki benzeri aletlerin yapımı yasaktır.”* hükmü ile5 inci maddesinde yer alan; *“Yurda sokulması ve yapımı yasaklanan ve 4 ncü maddenin 1 nci fıkrası kapsamına giren bıçak ve aletlerin satılması, satın alınması, taşınması ve bulundurulması yasaktır…”* hükmüne göre [www.avfoni.com](http://www.avfoni.com) adresli internet sitesinde yer alan “yaprak çakı, taktik çakı” gibi ateşsiz silahların internet ortamında tanıtımı ve satışının yapılmasının mevzuata aykırı olduğu,

Anılan internet sitesinin 13.12.2017 tarihli görünümünde yer alan *“İndirim kuponları sınırlı süre ile satışta sadece 1 TL”* iddiasına ilişkin olarak söz konusu indirim kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok sayısının belirtilmediği,

Sonuç olarak; silah ruhsatı almasında mani hali bulunmayan her Türk vatandaşının “bulundurmak” maksadıyla silah satın alabileceği, ancak satışların internet ortamından yapılamayacağı, “ateşli silahlar, bıçaklar ile diğer aletleri” ilgili Kanununa göre taşıyabilecek veya mesken ya da işyerinde bulundurabilecek olanların Kanunda tek tek sayıldığı, bu Kanun kapsamı dışında kalan silahların hangi şartlar altında satılacağının yine mevzuatla hükme bağlandığı (ruhsatlı ve yetkilendirilmiş satıcılar tarafından), buna göre satıcıların silahları alacak kişilerin kimliklerini, adli sicil ve diğer belgelerini bizatihi kontrol zorunluluğu bulunduğu, söz konusu Ses ve Gaz Fişeği Atabilen silahların reklam ve tanıtımının ise her halükarda yasak olduğu dolayısıyla internet sitesinde ses ve gaz fişeği atabilen silah (kurusıkı) satışı yapılamayacağı, söz konusu şekilde mevzuata aykırı yöntemlerle yapılan satışların tüketicileri yanıltıcı ve kamu düzenini bozucu nitelikte olduğu,

değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Kanun’un 4,5 ve 15 inci maddeleri,

- 5729 sayılı Ses ve Gaz Fişeği Atabilen Silahlar Hakkında Kanun’un 3 üncü maddesi,

- Ses ve Gaz Fişeği Atabilen Silahlar Hakkında Yönetmeliğin 9 uncu maddesi,

- 87/12028 Sayılı Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin

Üretimi, İthali, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi,

Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzüğün 56 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b-c-ı,7, 9, 13, 14, 26, 29 ve

32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pirana Bilişim Teknolojileri Reklam Av ve Kamp Malzemeleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2017/3929**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesinde yer alan Venezia AVM’de faaliyet gösteren ADİL IŞIK isimli mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** Venezia AVM’de faaliyet gösteren ADİL IŞIK isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “SON İNDİRİM” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 24.10.2017 tarihinde yapılan denetimde, İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesinde yer alan Venezia AVM’de faaliyet gösteren ADİL IŞIK isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “SON İNDİRİM” şeklinde ifadelere yer verilerek tüm ürünlerde indirim uygulandığı algısı yaratıldığı, hangi ürünlerin indirimde olduğunun anlaşılamadığı, Bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı tespit edildiğinden hangi ürünlerde indirim uygulandığı hususunda tüketiciler nezdinde karışıklığa sebep olunduğu, dolayısıyla anılan vitrin afişlerinde (durağan yazı ile) herhangi bir istisnaya yer verilmediği için de söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde yer alan; *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelikte yer alan “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde belirtilmesi gerekenindirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği, anılan mevzuat hükümlerinde kanun koyucu tarafından “outlet” AVM ayrımına gidilmediği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**108)**

**Dosya No: 2017/3931**

**Şikayet Edilen: Ay Marka Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesinde yer alan Venezia AVM’de faaliyet gösteren NetWork isimli mağazanın vitrininde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** Venezia AVM’de faaliyet gösteren NetWork isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “%70 %60 %50 İNDİRİM” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 23.10.2017 tarihinde yapılan denetimde, İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesinde yer alan Venezia AVM’de faaliyet gösteren NetWork isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle “%70 %60 %50 İNDİRİM” şeklinde ifadelere yer verilmesi sebebiyle hangi ürünlerin hangi oranlarda indirimde olduğunun anlaşılamadığı, Bakanlığımıza sunulan belgelerden %50 oranın altında da indirimli ürün satışı yapıldığının anlaşıldığı, yine bununla beraber mağaza içinde indirimsiz ürünlerin satışına da rastlandığı,

Diğer taraftan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde yer alan; *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmü ile Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelikte yer alan “*İndirimli veya promosyonlu satış kampanyasının fiyat etiketi gibi araçlar dışında, afiş, pankart ve benzeri araçlarla ilan edilmesi halinde bu araçlarda, kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde yer verilir.”* hükmüne istinaden anılan vitrin görsellerinde BELİRTİLMESİ GEREKEN indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği, söz konusu durumun zabıta tutanaklarının imzalanması suretiyle kabul edildiği, anılan mevzuat hükümlerinin uygulanmasında kanun koyucu tarafından “outlet” AVM ayrımına gidilmediği, yukarıda bahsi geçen tüm bu durumlar sebebiyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**109)**

**Dosya No: 2017/4028**

**Şikayet Edilen: LC Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firma tarafından satışa sunulan ürünlerin etiketlerinde yer alan indirim miktarlarına ilişkin ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Anılan etiketlerde peşin fiyat 59,95 TL ve ilk peşin fiyat 69,95 TL şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından yapılan açıklamalar neticesinde ispat külfeti açısından kesin bir kanaate ulaşılamayacağı anlaşılmış olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No: 2017/4038**

**Şikayet Edilen: Bambi Deri Mamulleri Ltd. Şti. (Park Afyon Avm)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firma tarafından satılan ayakkabılara ilişkin olarak kullanılan etiketler, ifadeler ve görseller ile tüketicilere yönelik uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket ve diğer

**Tespitler:** Ürünün etiketinde yeterli ve mevzuata uygun bilgilendirmenin yapılmadığı, Ticaret İl Müdürlüğü tarafından tesis edilen idari cezaların ödendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Esra ÇÖĞÜR TAŞ adlı tüketici tarafından 29.09.2017 tarihinde mağazadan alınan 0E02630031332 barkod numaralı Zenne ayakkabı isimli ürünün gerçek deri olarak satıldığı, tüketici tarafından eve geldiğinde anılan ürünün suni deri olduğunun fark edildiği, ayrıca ürünün etiketinde yeterli ve mevzuata uygun bilgilendirmenin yapılmadığı dolayısıyla bu durumun Tüketicinin Satın Alacağı Ayakkabıların Temel Unsurlarının Yapımında Kullanılan Malzemelerin Etiketlenmesine Dair Yönetmeliğin “Etiketin konuluş biçimi” başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; *“(1) Etiket, ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde baskı, yapıştırma, kabartma veya iliştirme suretiyle konulur.* *(2) Etiket, ek-1 ve ek-2’de belirtilen biçimde, ayakkabının üst yüzünün ve iç astar ve tabanının en az % 80'ini oluşturan malzeme ve dış taban hacminin en az % 80’ini oluşturan malzemeye dair bilgileri içerir. Ayakkabı yapımında kullanılan malzemelerden hiçbiri % 80 oranına ulaşmıyorsa, ayakkabıyı meydana getiren en yüksek orandaki iki malzemeye ilişkin bilgi etikette yer alır.* *(3) Ayakkabı yapımında kullanılan malzemelere ilişkin bilgiler, ayakkabıda yer alır. Üretici tarafından, bu bilgileri belirtmek için, ek-1 ve ek-2’de yer alan şekiller veya yazılı ifadeler kullanılır. (4) Etiket, görülebilir, güvenli şekilde iliştirilmiş, erişilebilir olmalıdır. Etiketin üzerindeki şekillerin boyutlarının içerikteki bilgilerin anlaşılmasını sağlayacak büyüklükte olması zorunludur. (5) Etiket tüketiciyi yanıltıcı olamaz. (6) Etikette, gerekli görüldüğü takdirde, bu Yönetmelikte öngörülen bilgilerin yanı sıra ek bilgiler de yer alabilir. Ancak, ek bilgileri taşımaması gerekçe gösterilerek ayakkabıların piyasaya arzı yasaklanamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildikleri değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 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 **Bambi Deri Mamulleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2017/4092**

**Şikayet Edilen: Umur Tekstil İnş. Gıda San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.e-minico.com](http://www.e-minico.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 23.05.2018 tarihli görünümünde anılan ürüne ilişkin olarak; “759 TL” ibaresinin yer aldığı, firmaya yöneltilen savunma yazısındaki “899 TL” ibaresine de itiraz edilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Hasan BALKAN” isimli tüketici tarafından 18.10.2017 tarihinde firmanıza ait internet sitesinde “Chicco next2me anne yanı beşik-fuchsia” isimli ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda söz konusu ürünün fiyatının 89 TL olduğu, tüketicinin ödeme yaparak sipariş verdiği, fakat daha sonra firma tarafından anılan ürünün fiyatının gerçekte 899 TL olduğunun ifade edilerek siparişin iptal edildiği, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla beraber tüketiciye yapılan para iadesinin anılan reklamların aykırılığını ortadan kaldırmayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**112)**

**Dosya No: 2017/4175**

**Şikayet Edilen: Yüksekdağ Gayrimenkul Yatırım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Evim Yüksekdağ” projesine ilişkin muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.05.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.evimyuksekdag.com/> adresli internet sitesinin 25.05.2018 tarihli görünümünde; *“Beylikdüzü’nün gerçek aile projesi…”* şeklinde ifadelere,

Youtube adresli internet sitesinde yayınlanan video görsellerinde; *“Beylikdüzü’nün artık gerçek bir aile projesi var…297 bin TL’den başlayan fiyatlarla…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan projenin konum itibariyle ve resmi kayıtlara göre Beylikdüzü’nde değil Esenyurt ilçesinde yer aldığı dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı, yanlış yönlendirildiği ve diğer benzer firmalar açısından haksız rekabete sebep olunduğu,

Diğer taraftan *“…297 bin TL’den başlayan fiyatlarla…”* ifadesinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nde yer alan *“…Konut veya tatil amaçlı taşınmaza ilişkin reklamlarda fiyata yer verilmesi halinde ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının da gösterilmesi zorunludur.”* hükmünü ihlal ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 18, 27, 28, 29 ve

32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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