**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 09 Ekim 2018

**Toplantı Sayısı :** 277

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 20187/4974**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“10TL hediye! Hemen Vodafone Yanımda uygulamasından 25TL ve üzeri yükleme yapın, haftalık 10TL hediye kazanın! Son gün 27/01/018”* şeklinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler**: Firma tarafından 28.12.2017 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajda *“10TL hediye! Hemen Vodafone Yanımda uygulamasından 25TL ve üzeri yükleme yapın, haftalık 10TL hediye kazanın! http:/vftr.co/liratopup. Son gün 27/01/2018!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 28.12.2017 tarihinde firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajda; “*10TL hediye! Hemen Vodafone Yanımda uygulamasından 25TL ve üzeri yükleme yapın, haftalık 10TL hediye kazanın.http://vftr.co/liratopup. Son gün 27/01/2018”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bunun üzerine Ferhat YÜKSEL isimli tüketicinin Vodafone Yanımda uygulamasından hattına 30TL yüklediği ancak 1 hafta geçerli 10TL hediyenin yüklenmediği, dolayısıyla firma tarafından kısa mesajla düzenlenen söz konusu kampanyanın gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin hediye vaadiyle 25TL ve üzeri yükleme/harcama yapmasına teşvik edildiği, bu sebeple söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

**2)**

**Dosya No: 2018/54**

**Şikayet Edilen:** **Dijibulut Dijital İletişim Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Dijibu Yeni Yıla özel kampanya 6 ay sizden 6 ay bizden”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Yeni yıla özel kampanya 6 ay sizden 6 ay bizden"* başlıklı reklamlarda; *“DijiTV Sınırsız IPTV Şifreli Kanalları. Sınırsız İzleyin. Önkoşul Sözleşme yok. Hem de istediğiniz yerden 198TL 99TL. İster evde ister ofiste istersen otobüste sevdiğin kanallar artık şifresiz. Tüm lig kanalları şifresiz+sınırsız. +18 yetişkin kanalları şifresiz+sınırsız. Belgesel kanalları şifresiz+sınırsız. Haber kanalları şifresiz+sınırsız. Müzik kanalları şifresiz+sınırsız. Gündelik yaşantınızda hele de çalışıyorsanız herşeyi planına uydurmak zor. Ama artık dert etmeyin DigiBu üyesiyseniz dışarıda bile olsanız tuttuğunuz takımın maçlarını bilgisayarınızda, cep telefonunuzdan anında kesintisiz olarak izleyebileceksiniz. Sinema Haber Belgesel ve Daha Birçok 4000 den fazla kanalı doya doya izleyin.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Anılan firma hakkında [www.sikayetvar.com](http://www.sikayetvar.com) adresli internet sitesinde muhtelif tüketiciler tarafından birçok şikayet yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Yeni yıla özel kampanya 6 ay sizden 6 ay bizden”* başlıklı reklamlarda; bahsi geçen 4000 kanalın doya doya izlenmesinin mümkün olmadığı gibi vaat edilen birçok kanalın hiç açılmadığı/çalışmadığı, özellikle maç yayınlarının verilmediği, sürekli donma sorunu yaşandığı, tüketicilerin hizmetten vaat edildiği gibi faydalanamadığı, diğer taraftan birçok tüketicide kabloyla birlikte gönderilen şifre girildiği halde bağlantının kurulamadığı, IP TV yayınına ilişkin ispat niteliğinde bilgi, belge talep edildiği halde gönderilmediği, söz konusu hizmetin kesintisiz-sınırsız verildiği iddiasının ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, böylece birçok tüketiciden yılda 99TL ücret alınıp karşılığında hizmet sunulmayarak haksız kazanç elde edildiği,

Ayrıca, firma tarafından her ne kadar vaat edilen hizmetler eksik biçimde tüketicilere sunulmuş olsa dahi ilgili platformların yüksek ücretler ödeyerek sözleşme karşılığı satın aldığı lig maçları, spor, film kanalları gibi yayınların IP TV hizmeti kapsamında sunulmasının yasal olmadığı, yayın hakkını elinde bulunduran digital tv platformları ile firma arasında bir sözleşme olmadan bahsi geçen lig maçlarının, film kanallarının yayınlanmasının 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, 11, 13, 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 **Dijibulut Dijital İletişim Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **69.086.-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2018/1675**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2018

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

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin *“Bugüne özel bir kampanya. Bu kampanyayı bayiden alırsanız 45TL, biz 19TL’ye veriyoruz. Siz iptalle uğraşmıyorsunuz; ödemeleri de sizin adınıza 200TL’ye kadar olan kısmını biz yapıyoruz. 24 ay taahhüt dilerseniz 3 ay içinde beğenmezseniz iptal edebilirsiniz.”* şeklinde vaatler ile üye yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma bayisi tarafından Sinan YÜCEL isimli tüketicinin (GSM: 542 5201333) aranarak D-Smart tarafından yeni bir kampanya yapıldığı bilgisi verildiği, kampanyayı kabul edip tüketicinin D-Smart’a geçmesi halinde Digitürk tarafından yansıtılacak tüm taahhüt bedellerinin firma tarafından ödeneceğinin söylendiği, bunun üzerine tüketicinin D-Smart’a geçiş yaptığı, hatta sözleşmesinde de tüm taahhüt borçlarının ödenmesi durumunda kabul ettiğini bir kez daha belirterek imza attığı halde firma tarafından taahhüt borçlarının ödenmediği, dolayısıyla tüketiciye verilen vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketicinin herhangi bir bedel ödemeyeceği düşüncesiyle abonelik işlemini gerçekleştirdiği, böyle bir vaat verilmeseydi üye olmayacağı bilindiği için salt bayi tarafından abonelik işlemi gerçekleştirebilmek adına tüketicinin yanıltıldığı ve Digitürk tarafından yansıtılan cayma bedelini ödemek zorunda bırakıldığı,

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, 7/5c, 9, 11,13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri 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.

**4)**

**Dosya No: 2018/1976**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2018

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

**Tespitler:** Adı geçen tüketicinin Superonline aboneliğinin Kasım 2018’e kadar devam ettiği, 13.02.2018 tarihinde başlattığı abonelik işlemi için firmanın Superonline ile ortak bir kampanya olmadığını öğrenmesinin akabinde 15.02.2018 tarihinde iptal talebinde bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ali KARAPINAR isimli tüketicinin (GSM: 0505 388 3210) 12.02.2018 tarihinde aranarak mevcut Superonline ADSL aboneliğinin sona erdiği bilgisi verildiği ve dilerse tüketiciye uygun D-Smart kampanyalarının olduğu belirterek 70TL'ye D-Smarttv-Superonline internet ortak paketinin tanıtımının yapıldığı, tüketici Superonline aboneliğinin devam ettiğini tekrar belirtmesi üzerine mevcut internet aboneliğinin taahhüdünün bittiği, ortak kampanyanın daha uygun olduğu, D-Smart ve internet için ayrı ayrı kuruluma geleceği bilgisinin verildiği, ancak Superonline firmasından internet için kuruluma gelinmediği, bunun üzerine tüketici Superonline'ı aradığında 9 ay daha taahhüdünün devam ettiği bilgisini öğrendiği, dolayısıyla firma tarafından tüketicinin taahhüdü bitmediği halde bittiği söylenerek tüketicinin yanlış bilgilendirmek suretiyle yanıltıldığı, firmanın Superonline ile ortak kampanyası olduğu bilgisi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Superonline ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

Nitekim 13.02.2018 tarihinde firma tarafından başlatılan abonelik işlemi için tüketicinin Superonline ile ortak bir kampanya olmadığını öğrenmesinin akabinde 15.02.2018 tarihinde iptal talebinde bulunduğu, salt bu durum dahi tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığının ispatı olduğu,

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,

Ayrıca firma tarafından tüketiciye kampanya tanıtımının yapıldığı ilk telefon görüşmesi talep edildiği halde gönderilmemiş olması sebebiyle telefon aracılığıyla yapılan bu tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri 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.

**5)**

**Dosya No: 2018/1985**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2018

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketici ile yapılan telefon görüşmelerinin ses kaydı gönderilmemiştir. Ancak, adı geçen tüketicinin abonelik sözleşmesinde Spor Paketi bilgisinin yer aldığı, dolayısıyla sözleşmede tüm kanalların sadece 2 aylığına açık olduğu, ilk 3 ay içinde caymak isterse 120TL kurulum bedeli ödeneceği ve Digitürk firmasına ilişkin cayma bedelinin de tüketici tarafından ödeneceği, ayrıca paketin fiyatının da 19TL değil 24TL olduğu bilgilerinin yer aldığı, bunun üzerine tüketicinin 19.01.2018 tarihinde başlatılan aboneliğini 13.02.2018 tarihinde iptal talebinde bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Digitürk abonesi Mehmet DOĞRU isimli tüketicinin (GSM: 0531 276 1406) 15.01.2018 tarihinde firma çağrı merkezinden arandığı söylenerek yapılan konuşmanın kalite standartları gereği kayıt altına alındığı bilgisi verilerek o güne özel bir kampanya tanıtımının yapıldığı, *" 12 sinema kanalı, 16 belgesel kanalı, çocuk kanalları, spor kanallarının dahil olduğu bu pakette kanalların 24 ay boyunca açık olduğu, ilk 3 ay içindee memnun kalmazsa tüketiciden herhangi bir ücret talep edilmeden ( iç kurulum ve aktivasyon ücreti dahil) cayma hakkının olduğu, Digitürk firmasına olan cayma bedelinin de firmaları tarafından karşılanacağı ve bu paketin 19TL ücretinin olduğu*" bilgilerinin verildiği, bunun üzerine tüketicinin teklifi kabul etmesi üzerine 19.01.2018 tarihinde yine firma tarafından kurulum için 1 saat içinde evinize geleceğiz şeklinde arandığı, evde tüketicinin kendisi bulunmadığı, babası olduğu için sözleşmede babasının imzasının bulunduğu ama adı geçen tüketiciden Whatsapp üzerinden kimlik fotoğrafı istendiği, böylece tüketicinin apar topar üye yapıldığı,

Ancak tanıtımı yapılan kampanyaya ilişkin bilgilerin gerçeği yansıtmadığı, yapılan abonelik sözleşmesinde Spor Paketi bilgisinin yer aldığı, dolayısıyla tüm kanalların sadece 2 aylığına açık olduğu, ilk 3 ay içinde caymak isterse 120TL kurulum bedeli ödeneceği ve Digitürk firmasına ilişkin cayma bedelinin de tüketici tarafından ödeneceği, ayrıca paketin fiyatının da 19TL değil 24TL olduğu bilgilerini öğrendiği, bunun üzerine tüketicinin 19.01.2018 tarihinde başlatılan aboneliğini vaat edilen hizmetlerin sunulmadığı gerekçesiyle 13.02.2018 tarihinde iptal talebinde bulunduğu, salt bu durum dahi tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığının ispatı olduğu,

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,

Diğer taraftan, tüketiciye "bugüne özel kampanya" şeklinde sunulan tanıtımların yer aldığı ilk telefon görüşmesinin ses kaydı firmadan talep edildiği halde gönderilmediği, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri 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.

**6)**

**Dosya No: 2018/2077**

**Şikayet Edilen:** **Turkuaz Digital İetişim Reklam Organizasyon Dan. Eğ. İnş. ve San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2018

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

**Tespitler:** Firma temsilcilerinin tüketicileri Superonline, Ttnet, Millenicom firmaları adına yetkili çözüm ortağı, bayiisi, temsilcisi, dağıtım merkezi gibi unvanlar kullanmak suretiyle arandığı, tüketicilerin ikamet ettiği evin adresini vermek suretiyle “*bulunduğunuz bölgede x firmasından daha/gayet kaliteli hizmet satın alabileceğinizi görüntülemekteyim*” şeklinde o firmaya ait yeni kampanya tanıtımlarının yapıldığı, tüketicilerin halihazırda devam eden aboneliklerine yansıtılacak cayma bedeli/ taahhüt cezası gibi unsurlardan bahsedilmediği veya tüketicilere *“x firmasının taahhüt cezasını y firması karşılıyor, faturada indirim yapılıyor*” şeklinde abone yapmak için vaatler sunulduğum tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif tüketicilerin 0850 560 0478, 0850 560 2648 numaralı telefon hatları üzerinden internet kampanya tanıtımları için Superonline, Ttnet firmaları adına yetkili çözüm ortağı, bayiisi, temsilcisi, dağıtım merkezi gibi unvanlar kullanmak suretiyle arandığı, tüketicilere mevcut internet sözleşmelerinin bittiği/ bitmek üzere olduğu gerekçeleriyle yeni sözleşme yapılması gerektiği aksi takdirde yüksek ücret ödeneceği şeklinde bilgi verildiği, böylece tüketicilerin yanıltılarak mevcut sözleşmelerinin sonlandırıldığı, tüketicilerin yaşadıkları bölgede başka firmadan daha kaliteli hizmet satın alabileceği vaadiyle hızlıca yeni kampanya tanıtımlarının yapıldığı, tüketicilerin halihazırda devam eden aboneliğini sonlandırması halinde cayma bedeli, taahhüt cezası ödeyeceğine ilişkin herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı böylece mevcut internet sözleşmelerini taahhüt bitmeden sonlandırmış olmaları sebebiyle tüketicilerin cayma bedeli ödemek zorunda bırakıldığı veya tüketicinin devam eden taahhütlü internet aboneliği olduğunu belirtmesi üzerine "*x firmasından daha kaliteli kesintisiz hizmet" " 120tl'ye kadar olan cezayı x firması karşılıyor"* şeklinde gerçeği yansıtmayan vaatler ile tüketicilerin yeni üyeliklerinin başlatıldığı, bu durumu fark edip üyeliği sonlandırmak isteyen tüketicilerin ise yeni kampanyadan çıkmak için tekrar cayma bedelini ödemesi gerektiği şeklinde bilgi verildiği,

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, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Turkuaz Digital İletişim Reklam Org. Dan. Eğ. İnş. ve San. Tic. Ltd. Şti.** 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.

**7)**

**Dosya No: 2018/2219**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2017

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketici ile yapılan telefon görüşmelerinin ses kaydı gönderilmemiştir. Ancak, adı geçen tüketicinin mevcut taahhütlü Ttnet aboneliğini taahhüt süresi dolmadan sonlandırdığı gerekçesiyle 148tl cayma bedeli yansıtıldığı ve tüketicinin bu faturayı ödediği, bu durum neticesinde de firmaya abonelik iptali için talepte bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar** Duvan ÖZDEMİR isimli tüketicinin (GSM: 542 550 2755) Eylül 2017'de firma bayiisi tarafından aranarak Ttnet müşteri temsilcisi şeklinde tanıtmak suretiyle ayda 50TL ödediği mevcut Ttnet aboneliğinin taahhüt süresinin dolduğu, aynı paketin 76TL'ye güncelleneceği bilgisi verildiği, bunun üzerine tüketici fiyatın yüksek olduğunu belirtince Ttnet ile anlaşmalı D-Smart kampanyası (TV+İnternet 66TL) tanıtımının yapıldığı, böylece tüketicinin mevcut internet aboneliğinin taahhüt süresi dolmadan sonlandırıldığı ancak adı geçen tüketici Ttne çağrı merkezini arayarak mevcut aboneliğinin Aralık 2017 tarihinde sona ereceği ve firma ile herhangi anlaşmalı kampanyanın olmadığı bilgisini öğrendiği, dolayısıyla anılan firma tarafından tüketicinin taahhüdü bitmediği halde bittiği söylenerek tüketicinin yanıltıldığı, bunun üzerine tüketiciye Ttnet firması tarafından 148TL cayma bedeli faturası yansıtıldığı, ardından müşteri temsilcisini arayıp durumu belirttiğinde *" siz ödeyin, faturanızı gönderin, biz her ay faturanızdan düşelim*" şeklinde bir teklifte bulunulduğu, böylece 44TL olan internet faturasının her ay 5TL düşerek 39TL olacağı, TV'nin ise 15TL olacağı şeklinde 27.11.2017 tarihinde MT Ece Hanım ile telefonda sözleşme yapıldığı, bunun üzerine Aralık ayında yine yüksek fatura geldiği, Ocak ayında düzeltileceği bilgisinin verildiği, Şubat ayında internet faturasının gelmediği fakat Mart ayında iki ayın birden 97TL şeklinde vaat edilen tutardan yüksek bir meblağ ödemek zorunda bırakıldığı, bunun üzerine tüketicinin 15.03.2018 tarihinde aboneliğin iptali için firmaya fax gönderdiği, vaat edilen tutardan verilmediği halde firma tarafından cayma bedeli talep edildiği, tüketiciyi oyalama taktiğiyle Ttnet'e 148TL tutarında cayma bedeli ödemek zorunda bırakıldığı, ayrıca firmanın Ttnet ile kampanyası olduğu bilgisi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

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,

Diğer taraftan, tüketiciye mevcut sözleşmesinin bittiği bilgisi verilerek yeni kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesinin ve daha sonra 27.11.2017 tarihinde tüketiciye faturada indirim teklifinin sunulduğu telefon görüşmesinin ses kayıtları firmadan talep edildiği halde gönderilmediği, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.034.-TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2018/2436**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2018

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye söz konusu Ttnet- D-Smart ortak kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesinin ses kaydı gönderilmemiş olup salt D-Smart dizi-film paketinin tanıtıldığı 35TL ödeme yapacağı bilgisinin verildiği tüketicinin abonelik işlemine “onay” verdiği telefon görüşmesinin ses kaydı gönderilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: TTNET abonesi Mehmet Emin ARPACIK isimli tüketicinin (GSM: 544 668 1724) firma bayiisi tarafından 01.02.2018 tarihinde aranarak kendini Ttnet müşteri temsilcisi şeklinde tanıttığı, ayda 60TL ödediği mevcut Ttnet aboneliğinin taahhüt süresinin dolduğu, evde internet aboneliğinin yenilenmesi gerektiği söylenerek aynı fiyata Ttnet ile anlaşmalı D-Smart kampanyası (60TL ortak paket 35TL D-Smart- 25TL Ttnet ) tanıtımının yapıldığı, bu faturaların ayrı geleceği ve hiçbir zaman 60TL'yi aşmayacağının vurgulandığı telefon görüşmesinin ardından tüketicinin teklifi kabul ettiği, ancak Ttnet evde internet faturasının başlı başına yine 60TL gelmesi üzerine tüketici Ttnet'i arayarak yeni üye olduğu kampanya gereği 25TL gelmesi gerektiğini söyleyince D-Smart ile ortak bir kampanya olmadığı bilgisinin verildiği, bunun üzerine firmayı arayıp isteği dışında dizi paketine üye yapılması gerekçesiyle aboneliğin iptalini talep edince ise cayma bedeli yansıtılacağı bilgisinin verildiği, dolayısıyla firma tarafından tüketicinin mevcut internet paketine ilişkin taahhüdü bitmediği halde bittiği söylenerek tüketicinin yanıltıldığı, mevcutta 60TL internet paketini ödemeye devam ederken ayrıca firmaya abone olduğu, firmanın Ttnet ile kampanyası olduğu şeklinde yanlış/yanıltıcı bilgi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

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,

Diğer taraftan, tüketiciye "Ttnet-D-Smart ortak kampanyası" şeklinde sunulan tanıtımların yer aldığı ilk telefon görüşmesinin ses kaydı firmadan talep edildiği halde gönderilmediği, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11,13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.907.-TL (Altıbindokuyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2018/2450**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2018

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye söz konusu Ttnet- D-Smart ortak kampanya teklifinin sunulduğu telefon görüşmelerinin ses kaydı gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar**: TTNET abonesi Abdülkadir AKDOĞAN isimli tüketicinin (GSM: 542 550 2755) firma bayiisi tarafından aranarak kendini Ttnet müşteri temsilcisi şeklinde tanıttığı, ayda 60TL ödediği mevcut Ttnet aboneliğinin taahhüt süresinin dolduğu, aynı paketin 79TL'ye güncelleneceği bilgisi verildiği, bunun üzerine tüketici fiyatın yüksek olduğunu belirtince Ttnet ile anlaşmalı D-Smart kampanyası (100GB AKN-24 Mbps hız) tanıtımının yapıldığı, bunun üzerine firmaya ait İskenderun'daki D-Smart bayisi tarafından 07.02.2018 tarihinde tüketicinin evine gidilerek başvuru evraklarının imzalatılarak kurulum için ayrıca gelineceği bilgisi verildiği, böylece tüketicinin mevcut internet aboneliğinin taahhüt süresi dolmadan sonlandırıldığı ancak Ttnet'i arayarak aboneliğinin 22.08.2018 tarihinde sona ereceği ve firma ile herhangi anlaşmalı bir paketin olmadığı bilgisini öğrendiği, dolayısıyla firma tarafından tüketicinin taahhüdü bitmediği halde bittiği söylenerek tüketicinin yanıltıldığı, böylece tüketicinin Ttnet firmasına taahhüt cezası ödemek zorunda bırakıldığı, ayrıca firmanın Ttnet ile kampanyası olduğu bilgisi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

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,

Diğer taraftan, tüketiciye "Ttnet-D-Smart ortak kampanyası" şeklinde sunulan tanıtımların yer aldığı ilk telefon görüşmesinin ses kaydı firmadan talep edildiği halde gönderilmediği, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.907.-TL (Altıbindokuyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 20187/2692**

**Şikayet Edilen:** **TÜRKSAT A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turksatkablo.com.tr](http://www.turksatkablo.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “Engelsiz Tarife” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [https://www.turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler- Engelsiz- Tarife,116](https://www.turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler-Engelsiz-Tarife,116) adresli internet sitesinde "AKN'li Ekosınırsız Tarifeler" başlığı altında yer alan *" 24 Mbps'ye kadar 250GB AKN'li engelsiz indirimiyle %50 ayda 39,99TL*" şeklinde tanıtımı yapıldığı, "İndirim, indirimsiz, engelsiz, maksimum ücret" şeklinde farklı fiyatlandırmalara yer verildiği, "*Tarifelere %18 oranında KDV ve %7,5 oranında ÖİV dahildir."*  şeklinde fiyatlara vergilerin dahil olduğu belirtildiği ancak tüketiciye bayide söz edilen ek ücretlere ilişkin https://www. turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler- Engelsiz- Tarife,116 adresli internet sayfasında yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kenan GÜMÜŞ isimli tüketici (GSM: 0553 241 9675) ile firmaya ait 126 nolu çağrı merkezi temsilcisi arasında yapılan 07.06.2018 tarihli telefon görüşmesinde tüketiciye internet abonelik işlemleri için bayiye gidilmesi gerektiği şeklinde bilgi verildiği ancak tüketici bayiye gittiğinde abonelik işlemlerinin telefon yoluyla da yapılabildiğinin söylendiği, dolayısıyla müşteri temsilcisi tarafından yanlış/eksik bilgi verilerek yanıltıldığı,

Diğer taraftan, [https://www.turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler- Engelsiz- Tarife,116](https://www.turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler-Engelsiz-Tarife,116) adresli internet sitesinde "AKN'li Ekosınırsız Tarifeler" başlığı altında yer alan *" 24 Mbps'ye kadar 250GB AKN'li engelsiz indirimiyle %50 ayda 39,99TL*" şeklinde tanıtımı yapıldığı, "İndirim, indirimsiz, engelsiz, maksimum ücret" şeklinde farklı fiyatlandırmalara yer verildiği, böylece tüketicilerin dilediği hız ve kotada seçtiği tarifeleri tabloda engelsiz indirimiyle belirtilen fiyatlardan satın alabileceği şeklinde bir algı oluşturulduğu, ancak engelsiz indirimiyle 39,99TL'ye gelen tarifeye adı geçen tüketici abone olmak istediği halde baz fiyat 39,99TL'den üye olunamadığı, söz konusu internet sitesinde "*Tarifelere %18 oranında KDV ve %7,5 oranında ÖİV dahildir."*  şeklinde fiyatlara vergilerin dahil olduğu belirtildiği halde tüketicilerden ek ücret talep edildiği, böylece internet sitesinde belirtilen fiyatlardan üyelik işlemlerinin gerçekleştirilmediği, tüketiciye bayide söz edilen ek ücretlere ilişkin [https://www.turksatkablo.com.tr/i nternet-Tarifeler- Engelsiz- Tarife,116](https://www.turksatkablo.com.tr/internet-Tarifeler-Engelsiz-Tarife,116) adresli internet sayfasında yer verilmediği, dolayısıyla internet sitesinde yazan fiyatlardan tarifelere abone olunamadığı, tüketicilerin eksik ve yanlış bilgilendirildiği, böylece söz konusu tanıtımların tüketicilerin yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**11)**

**Dosya No: 2018/2864**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Karaman İsmetpaşa Caddesi üzerinden bulunan Türk Telekom bayii vitrininde yer alan "*Türk Telekom dan kaçırılmayacak fırsat*" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler**: Firmaya ait bayii vitrininde Temmuz 2017 tarihinde yer alan "*Türk Telekom'dan kaçırılmayacak fırsat"* başlıklı reklamlarda *" Faturalı ve faturasızda 1000DK+1000SMS 2GB- 18TL, 4GB-24TL, 6GB-29TL, 8GB-34TL, 10GB-39TL"*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Karaman ili İsmetpaşa Caddesi üzerinde bulunana Ulusel İletişim isimli bayii vitrininde yer alan "*Türk Telekom'dan kaçırılmayacak fırsat"* başlıklı reklamlarda *" Faturalı ve faturasızda 1000DK+1000SMS 2GB- 18TL, 4GB-24TL, 6GB-29TL, 8GB-34TL, 10GB-39TL"*  şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak kampanyadan faydalanmak isteyen tüketiciye bayideki çalışan tarafından söz konusu kampanyanın numarasını yeni taşıyanlar ve yeni hat alanlar için geçerli olduğu bilgisi verildiği, fakat kampanyadan faydalanmak için gerekli bu önemli bilgiye bayii vitrininde yer alan söz konusu tanıtım materyalinde yer verilmediği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve eksik bilgilendirici 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, 7/5-ç, 13, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**12)**

**Dosya No: 2018/3801**

**Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon AŞ**’ye ait *“ Süper Lig Kredi Kartına özel ayda 89TL”* başlıklı reklamlarhakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine*** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2018/4722**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma yetkilisi/bayisi tarafından telefon aracılığıyla yapılan internet hizmetine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2017

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

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye Ttnet-D-Smart ortak kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesinin ses kaydı gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ttnet abonesi Hacı Ali DİŞKAYA isimli tüketicinin (GSM: 532 235 8616, Abone No: 7010643635) firma bayisi tarafından aranarak tüketicinin mevcut Ttnet aboneliğinin taahhüt süresinin dolduğu bilgisinin verildiği ve tüketiciye dilerse ücretsiz D-Smart paket üyeliğiyle birlikte yeni Ttnet aboneliğinin eskisinden daha uygun fiyatlı olduğu şeklinde D-Smart-Ttnet ortak kampanya tanıtımının yapıldığı, böylece tüketicinin mevcut internet aboneliğinin taahhüt süresi dolmadan sonlandırıldığı dolayısıyla firma tarafından tüketicinin taahhüdü bitmediği halde bittiği söylenerek tüketicinin yanıltıldığı, bunun üzerine tüketiciye Ttnet firması tarafından cayma bedeli faturası yansıtıldığı, ardından müşteri temsilcisini arayıp durumu belirttiğinde ise "s*iz ödeyin, faturanızı gönderin, biz yarısını faturanızdan düşelim"* şeklinde bir teklifte bulunulduğu, ancak tüketicinin bu ceza tutarının ödeyemediği ve icraya verildiği, dolayısıyla tüketicinin mağdur edildiği, bu durum neticesinde yeni başlatılan firmaya ait aboneliği iptal ettirmek istediğinde ise cayma bedelinin yansıtılacağının bilgisi verildiği, böylece firmanın Ttnet ile kampanyası olduğu bilgisi verilerek firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet'in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

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,

Diğer taraftan, tüketiciye mevcut sözleşmesinin bittiği bilgisi verilerek D-Smart- Ttnet ortak kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesinin ve daha sonra tüketiciye faturada indirim teklifinin sunulduğu telefon görüşmesinin ses kayıtları firmadan talep edildiği halde gönderilmediği, dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 13, 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 **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.034.-TL (Altıbinotuzdört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**14)**

**Dosya No: 2017/3803**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Halk TV isimli televizyon kanalında yayınlanan *“Tuğba Özay’la Canda Sağlık”* isimli programda örtülü reklam yapıldığı iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Halk TV” logolu televizyon kanalında 20.07.2017 tarihinde yayınlanan; Tuğba ÖZAY’ın sunuculuğunu yaptığı ve Zeynep DEMİREL isimli estetisyen olduğu belirtilen bir kişinin de konuk olarak katıldığı “*Tuğba Özay’la Canda Sağlık”* isimli programda;

“*Tuğba Özay: “… Termal zayıflama nedir? Zeynep Demirel: Tabii. Öncellikle şunu belirtmek istiyorum; kilo zaten sadece bizim ülkemizde olan bir problem değil yani 2011 yılından itibaren Dünya Sağlık Örgütü obeziteyi, dünyanın vebası ilan etti ve bu problem ülkemizde de çok yaygın. Uzmanlarımızın, doktorlarımızın yapmış olduğu araştırmalar sonucunda şu an Türkiye’de ve Avrupa’da zayıflamada gelinen son noktalardan bir tanesi son teknolojiyle üretilmiş olan ender sistemlerden bir tanesi olan termal zayıflamayı izleyenlerimizle bugün paylaşacağız. Bizler kilo aldığımızda ne yazık ki orantılı bir şekilde kilo almıyoruz… Bizler yanlış yaptığımız uygulamalarda bölgesel yağı atamıyoruz. Önemli olan burada termal zayıflamayı her gün ara vermeden düzenli olarak uygulamak… Çünkü termal zayıflama krem formatındadır. Bizim vücudumuzdaki yağlar derinin hemen altında olduğu için deri emilimi sayesinde direkt yağa nüfuz ederek içerisindeki l-carnitin, lecitin, kafein, l-arginin gibi çok güçlü yağ yakıcılar uyguladığımız bölgedeki yağın yakılımını sağlar ve biz bu yağı idrar ve dışkı yoluyla vücuttan atarız. Ayda da 4 kilo ile 8 kilo arasında bir kilo kaybı oluyor ve az önce belirmiş olduğum gibi biz hiçbir şekilde vücudumuzdan su ve kas kaybetmediğimiz için direkt yağı attığımız için termal zayıflama bizim vücudumuzu bir heykeltıraş edasıyla şekillendiriyor…*

*Tülay Hanım: …(Arka ekrana yansıtılmış kilolu bir fotoğrafını kastederek) Orada sanırım 134’ü gösteriyordu baskül… Şu anda 70 kilo 60 gramım… 6-6,5 ay içerisinde tamamen termal zayıflama sayesinde, altını çizmek istiyorum… Bu kadar diyet uyguladım, bu kadar saçma sapan magazinsel şeylerin peşinde koştum ve hiçbirinden sonuç alamadım. Ne kaybedeceksin ki dedim. Artı ekonomik olarak da çok uygundu. Zeynep Hanım beni telefonsa bilgilendirdiler. Daha sonra kendi evimde fazlalık gördüğüm bölgelere, bunlar da klasik kadınız, karın ve kol bölgesinde fındık büyüklüğünde uyguladım. Birdenbire daha dördüncü günün sonunda, bir hafta dediler ama ben tabii çok kilolu olduğum için bir bedenden fazla inceldiğimi gördüm. Bu tabii beni çok mutlu etti, iyice bir tabii alev aldım, ateş aldım, hemen yeni termal zayıflama ürünleri sipariş ettim ve daha yoğun bir şekilde uygulamaya başladım. Sadece bol bol suyumu içtim. 20 dakika – yarım saat yürüdüm. Onun dışında yaptığım hiçbir şey yoktu. Sadece terziye gidip tık tık daralttım etekleri pantolonları…*

*Zeynep Demirel: Şimdi termal zayıflama krem formatında bir uygulama diyoruz. Herhangi bir yan etkisi yok. Tamamen vücudumuzun fizyolojisiyle uyumlu. Doğal yağ yakıcı bileşenlerinden oluşmaktadır. Klinik çalışmaları tamamlamış bir uygulamadır. Termal zayıflama programın başından da belirtmiş olduğum gibi son teknolojiyle üretilmiş olan sistemlerden biri olduğu için kişinin ihtiyacı olan her türlü probleme cevap verebiliyor yani içerisindeki yağ yakmaya yardımcı bileşenlerin yansıra vücudumuzun sıkılaşıp toparlanması için vitaminler, mineraller bulunmaktadır. Bununla beraber vücudumuzdaki çatlakların %72 oranında gideren… Bulunmaktadır… Termal zayıflamayı kişi herhangi bir güzellik salonuna, merkeze, kliniğe bağımlı kalmadan kendi evinde, kendi hijyeninde uygulayabiliyor. Herhangi bir üst yaş sınırımız yok. Yapmamız gereken tek şey sadece 2 dakikamızı ayırıp yüzümüz hariç, vücudumuzun hangi bölgesinde yağ depolanması varsa bu bölgelere birer fındık büyüklüğünde el kremi sürer gibi uyguluyoruz. Bununla birlikte uyguladığımız gün içerisinde mutlaka ve mutlaka 8-10 bardak su içilmesini tavsiye ediyoruz. Çünkü bizim termal zayıflamayla uygulamış olduğumuz yöntem tamamen doğal, vücudumuza, sağlığımıza dost bir uygulama ve biz bu uygulamada vücudumuzda yakmış olduğumuz yağları yine doğal bir şekilde idrar ve dışkı yoluyla vücuttan atıyoruz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yukarıda bahsi geçen diyaloglara benzer konuşmalarla devam eden program içinde ürünü kullanarak zayıflamış olduğunu iddia eden diğer kişilerle de telefon bağlantıları yapıldığı, ayrıca program içinde saat 16.24 ve 16.44 itibariyle sunucu Tuğba Özay’ın *“Evet değerli izleyicilerimiz Halk TV ekranlarında Tuğba Özay ‘la Canda Sağlık Programı az sonra kaldığı yerden devam edecek. Şimdi kısa bir ara”* anonsunu takiben reklam cingılı ile reklama yer verildiği, söz konusu reklamlarda ise ekranda sağ üst köşede *“TANICI REKLAM”* ibaresi ve altyazıda *“Bilgi Hattı:0216 517 87 87-www.goldtermal.com-Türkye fiyatı 99 TL – Avrupa fiyatı 69 Euro – 1 alana 1 bedava Gold Termal”* yazıları eşliğinde reklamı sunan kişi, elinde program içinde atıfta bulunulan kremlerle ilgili olarak: *“Merhaba sevgili izleyiciler termal zayıflama yöntemiyle kolaylıkla, zahmetsiz şekilde zayıflamanıza yardımcı, kilo vermenize yardımcı, sıkılaşmanıza yardımcı Gold Termal sadece ve sadece 99 TL’ye sizlerin oluyor. Evet, yanlış duymadınız bir değil iki adet Gold Termal sadece ve sadece 99 TL sizlerin oluyor. Kapıda nakit ister kredi kartıyla ödeme imkânıyla üstelik kargo ücreti ödemeksizin. Türkiye için sipariş hattımız 0216 517 87 87. Yurtdışından sipariş vermek isteyenler seyircilerimiz yine bir değil iki adet Gold Termal sadece 69 Euro’ya sizlerin oluyor. Evet, yanlış duymadınız bir değil iki adet Gol Termal sadece ve sadece 69 Euro’ya sizlerin oluyor. Kapıda nakit ister kredi kartıyla ödeme imkânıyla üstelik kargo ücreti ödemeksizin. Yurtdışı için sipariş hattımız 00 90 216 517 87 87. Termal zayıflama yöntemiyle günden güne zayıflamanıza, incelmenize, sıkılaşmanıza yardımcı olacak Gold Termal Türkiye için bir değil iki adet olarak sadece ve sadece 99 TL’ye, yurtdışından sahip olmak isteyen seyircilerimiz için yine bir değil iki adet Gold Termal sadece ve sadece 69 Euro ‘ya sizlerin oluyor üstelik ister nakit ister kredi kartıyla kapınızda ödeme imkânıyla ve bir de kargo ücreti ödemeksizin. Bu kampanyayı bu muhteşem kampanyayı kaçırmak istemiyorsanız hemen sipariş hatlarımızı arayın ve bir değil iki adet Gold Termale hemen şimdi sahip olun termal zayıflama yöntemiyle Gold Termalle zayıflamanıza yardımcı olun destek olun.”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, program esnasında “Uzmanlara Sorularınız İçin: 0 216 709 30 60” ifadesi ile ekrana yansıtılan ve yönlendirme yapılan telefon numarasının, program arasında verilen açık reklamda tanıtımı yapılan [www.goldtermal.com](http://www.goldtermal.com) adresli internet sitesinde yer alan numara ile aynı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu programın reklam verilen anına kadar “termal zayıflama” ya da “krem” olarak bahsedilmek suretiyle detaylı biçimde tanıtımı yapılan söz konusu kremin ismi zikredilmese de program arasında girilen reklam kuşağının ardından isminin ve markasının ne olduğunun tüketiciler tarafından anlaşılmasının sağlandığı, program esnasında verilen tüm detaylı bilgilerin amacının, tüketicileri reklamda belirtilen “Gold Termal” isimli ürüne yönlendirmek olduğunun görüldüğü, bu sonucu destekleyen en önemli unsurun ise, program esnasında ekranın altında “Uzmanlara Sorularınız İçin: 0216 709 30 60” şeklinde belirtilen telefon numarasının, program arasında verilen reklamda belirtilen [www.goldtermal.com](http://www.goldtermal.com) adresli internet sitesinde yer alan telefon numarası ile aynı olduğu, tüm bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde, program akışı içerisinde yer alan ifadelerin, her ne kadar ürün adına yer verilmese de, tüketicileri daha sonra reklamda tanıtımı yapılan “Gold Termal” isimli ürüne yönlendirdiği, dolayısıyla programda “Gold Termal” isimli kremin örtülü reklamının yapıldığı, bu nedenle söz konusu programın anılan tarihteki yayınının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Halk Radyo ve Televizyon Yayıncılık 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** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2018/171**

**Şikayet Edilen: C Görsel Yayınlar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bloomberg HT logolu televizyon kanalında yayınlanan ana haber bülteninde Baby Goat firması kurucu ortağı Eser MUMCULAR ile gerçekleştirilen söyleşi

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: 08.12.2017 tarihinde saat 19:42’de Bloomberg HT logolu televizyon kanalında yayınlanan ana haber bülteninde Baby Goat firması kurucu ortağı Eser MUMCULAR ile gerçekleştirilen söyleşide;

*“Sunucu: Önce sonda söyleyeceğimizi ilk başta söyleyelim. Bir yanlış anlaşılmaya mahal vermemek için. En sağlıklı gıda bebekler için, çocuklar için tabi ki anne sütü.(…)Şimdi bebek mamasını konuşacağız Türkiye’de. Türkiye’de bebek maması üretimi son derece kısıtlı ve zor koşullarda yapılabiliyor. Hatta yerli bebek maması neredeyse üretilmiyor desek yeridir. Sadece şimdi birazdan sizinle tanıştıracağım konuğumuz oturup karar vermişler üç arkadaş ve Türkiye’de ilk ve daha önce denenmeyen, uluslararası camiada da çok fazla geçerliliği olan bir ürünü piyasaya sürmüşler ve keçi sütünden bebek maması üretmeye karar vermişler. Keçi sütünden üretilen bebek maması diğerine göre yani inek sütünden üretilene göre daha sağlıklı, daha kolay hazmediliyor ve bebeklerin bağırsak sistemleriyle son derece uyumlu. Bu üretim şu anda yapılabiliyor, üstelik şekersiz bir mama üretiliyor. Dünyada ilk kez şekersiz, keçi sütünden. (…)Baby Goat kurucu ortağı Eser Mumcular bizimle birlikte. (…)Üç arkadaş kafa kafaya verdiniz, dediniz ki biz bir şey yapalım ve herkesin yaptığı bir şey olmasın diye giriştiniz, nereden başladınız, fikir nereden çıktı?*

*Eser Mumcular: Fikir şöyle çıktı, biz üç ortak uzun yıllar yurtdışında çalıştık. (…)Araştırma yaparken bize hayvancılık ve tarım çok stratejik geldi. (…)Ortaklarımdan ikisi benden biraz daha önce yurda dönmüşlerdi ve zaten keçi yetiştiriciliğine başlamışlardı.(…) Yaptığımız araştırmalarda Türkiye’de bebek maması üretilmediğini ve dolayısıyla yurtdışından ithal edildiğini gördükten sonra bu bize çok cazip geldi, her şeyden önce çocuklarımızın beslenmesi anlamında yine çok stratejik bir ürün olarak gördük. Bununla ilgili çalışmalara başladık. Üniversitelerimizden destekler aldık. Yaklaşık 5 yıl süren ARGE çalışması sonucunda İsviçre ırkı keçilerinden bebek maması ürettik, 5 yılın devamında ARGE çalışmalarımız devam ederken bir taraftan da fabrikamızın inşaatını yaptık. Tabi ki Türkiye piyasasına baktığımızda aylık 2 milyon kutu mama çok büyük bir rakam ve dünya devleri var. Biz bunun %10’una talip olduk aslında baştan ve dolayısıyla şu anki kapasitemiz aylık 200 bin kutu civarında.. Ancak ürünümüz 2016 Temmuz’da piyasaya çıktıktan sonra gördük ki hedef aslında daha büyük olabilir çünkü yurtiçinden olduğu kadar yurtdışından da çok büyük bir talepler ve istekler geldi. Nedeni; bizim dünyada çok büyük pazardan pay alan ürünlerin inek sütünden yapılan mamalar olmasıydı. Keçi sütünün kendine has özellikleri nedeniyle ve Türkiye’de üretilmemesi artı dünyada da 4-5 taneden fazla firma tarafından üretilmediğini gördüğümüzde bu alanda yatırım yapmanın ve bebek maması üretmenin çok doğru olduğunu düşünüyoruz.*

*Sunucu: Beklenen soru geldi, ben soracaktım izleyici soruyor. Eser Ay, diyor ki; (…)Ürünlerinde glikoz, früktoz şurubu ya da pancar şekeri kullanılıyor mu? Kullanılıyorsa ne oranda kullanıyorlar?*

*Eser Mumcular: Göğsümüzü gere gere söyleyelim. Bizim ürünümüz bir sürü ilki de beraberinde getiriyor. Bunlardan bir tanesi Türkiye’nin ilk ve tek maması olması. Bunun dışında içerisinde şeker olmayan, ilave katkı olmayan, çocuklara alışkanlık yapacak tatlandırıcıların olmayan dünyadaki tek mama olması ve içerisinde GDO barındırmıyor. Hiçbir şekilde bebeklere zarar verebilecek ürünlerin hiçbir tanesi yok, oranları sıfır.*

*Sunucu: Bir de keçileri kendi yetiştirdiğiniz yonca ile besliyorsunuz yani organik olmayan ve kendi kontrolünüzün dışında olan herhangi bir ürünü de hayvanlarınıza yedirmiyorsunuz.*

*Eser Mumcular: Biz buna temiz tarım diyebiliriz. İzmir’de bulunan çiftliğimizdeki hayvanların daha verimli olabilmesi için onların yaşayabilecekleri daha doğal bir ortama taşıdık. Bu hayvanları bütünüyle beslediğimiz ürünler de yine kendi otlaklarımızda yetiştirdiğimiz yoncalardan yapılıyor. Bu anlamda, tarladan raflara kadar geçen bütün süreci kontrol edebiliyoruz ve buna kefiliz ve dolayısıyla içerisinde hiçbir katkı yok. Son dönemde çokça bahsedilen Palm yağı konusu var, biz bunlardan tamamen arınmış bir şekilde ve çok net olarak zararlıdır denmese bile insanların aklına soru olarak takılabilecek konulardan uzak, çok temiz bir ürün ürettiğimize inanıyoruz zaten piyasaya çıktığımız günden beri ve yurtdışından gelen talepler de bizim bu haklılığımızı gösteriyor diye düşünüyoruz.*

*Sunucu: Söylediğiniz rakamlara baktım, Türkiye yılda 200 milyon dolar civarında bebek maması ithal ediyor ve içeride bir tane yerli üretici yok. Yerli bebek maması diye geçmişte aslında bildiğimiz şey pirinç unu (pirinç unu ve bir miktar sütten oluşan bir ürün) onun dışında Türkiye’de mama üretimi yapılmıyor. Neden mama üretimi yapmıyor Türkler ya da mama üretimi yapmak zor mu? Sizinki gibi şekersiz ve özellikleri olan bir mamadan vazgeçtim, geleneksel, konvansiyonel herhangi bir yabancı firmanın ürettiği bir mamayı neden yapmıyorlar? (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu yayının sektörel bir haber değeri taşıdığı, haberin içeriğinde Türkiye’de ilk kez bebek maması üretimi yapılmaya başlandığı ve bu mamanın nasıl üretildiği şeklinde genel mahiyetteki bilgilerin paylaşıldığı, ek olarak dünyadaki bebek maması üretim ve tüketimi oranları, bu alanda yatırım yapma kararının nasıl verildiği ve yatırım süreci gibi genel bilgilere verildiği; bu itibarla, söz konusu ifadelerin haberin içeriği ile uyumsuz, abartılı ve orantısız olmadığı; haber içerisinde örtülü reklam niteliği sayılabilecek unsurların bulunmadığı tespit edilmiş olupanılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**16)**

**Dosya No: 2017/2927**

**Şikayet Edilen: Altunbey Televizyon ve Radyo İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Abant TV” logolu televizyon kanalında 25.04.2017 tarihinde yayınlanan “Ozon Kremi” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Abant TV”* logolu televizyon kanalında 25.04.2017 tarihinde (12:10) yayınlanan reklamlarda “*Ozon Kremi*” isimli ürüne yönelik *“Artık diz ve eklem ağrılarına son verecek çok özel bir ürünle karşınızdayız... Duruş bozukluğundan kaynaklanan boyun ağrısı yaşıyorsanız? Boyun kireçlenmeniz varsa? Boyundaki disklerdeki sıvılar azalmışsa? Bunlardan dolayı ağrı çekiyorsanız? İşte Ozon Rahatlatıcı Masaj Kremi sayesinde ağrılarınız son bulacaktır..." şeklinde iddialı ve sağlık beyanı içeren açıklamaların yer aldığı, "1 Set Alana 1 Set Hediye, Romatizmal Ağrılarda, Bel-Boyun-Diz, Baş Ağrılarında, Eklem-Kulunç Ağrılarında Etkilidir. Tüm Ağrılarınız İçin Ozon Kremi 69 TL 0212 945 14 34**Ücretsiz Kargo”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 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 **Altunbey Televizyon ve Radyo İşletmeciliği Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2017/3216**

**Şikayet Edilen: Hüseyin Palalı Hp Radyo Tv Satış ve Pazarlama**

**Şikayet Edilen Reklam:** “TV 2000” logolu televizyon kanalında 08.05.2017 tarihinde(14:24) yayınlanan “İncir Çekirdeği Yağı, Çörekotu Yağı ve Zeytinyağı Karışımı” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“TV 2000”* logolu televizyon kanalında 08.05.2017 tarihinde(14:24) yayınlanan reklamlarda; *“Sunucu tarafından (...) Kardaşlarım, bunlardan fayda görmeyen yok. Kronik sinüzitim geçti bunlan, ister inanın, ister inanmayın. (...) Bu geldi, kullanmaya başladım, (...) bir sefer kullanmayla sinüzitim bitti. (...) Biz düzgünüz, bizim ürünlerimiz fayda veriyor; hilesiziz, şeffafız. (... )Biz doğruyuz, Allah yanımızda, samimiler arkamızda, biz doğruyuz. Buna hile katarsak çöker burası. (...) Evet, 3 tanesi 60 lira. Fayda görecen, bir üç daha alacaksın ya, 120 lira ödeyeceksin. (...) Gel sen birden 6 tane al, ben sana 100 lira isteyeyim senden, bir tane de 60 liralık çörek otu ağrı kesici krem hediye göndereyim. 10 Tane al, bu kremden 2 tane hediye göndereyim. 150 lira. Bak, 20 - 40 - 60. 3 tane alırsan şu 20 liraya gelmiş oluyor. (...) On tane alırsan 15 liraya gelmiş oluyor. 15 tane alırsan, 13.3' e gelmiş oluyor. (...) Sürümden kazansın patron; uydu kirası var, personel maaşı var, bina kirası var ya, kolay mı, Allah yardım etsin. (...) Damar tıkanıklığı riskini azaltır, astıma iyi gelir, bronşit, sinüzit, migren, şeker, kolesterol, tansiyon, aşırı kilo, kilo kaybı, zayıflık, mide rahatsızlıkları, ülser, reflü, mide yanması, hazımsızlık. (...) Böbrek rahatsızlığı, idrar yolları enfeksiyonu, prostat, kadın kardeşimin rahatsızlıkları, eklem ağrısı, kemik erimesi, kas erimesi, topuk dikeni. Al kullan. Fayda görmezsen içtiğin helal olsun, paranı geri al. (...) Fayda görmek için 6 tane almanızı tavsiye ediyorum. (...) Çocuğun olmuyor, tedavi mi görüyon kardaş? Eşin de kullansın, sen de kullan. Hücre yenileyici özelliği vardır. Doğurganlığı artırır, erkeklerde ve bayanlarda, isteksizliğe, soğukluğa son verir. Erkeklerdeki iktidarsızlıklara çözüm. Al, kullan, fayda görmüyorsan paranı geri al. İddialıyız: Hodri meydan! Al, bu bedava gönderdiğimi üç gün ayağına sür görüşelim. Koku gidiyor mu? (...) 6'lı, 10'lu, 15'li almanızı tavsiye ediyorum, çünkü krem hediye ediyorum. Fayda görmek için en az 6 tane almanı tavsiye ediyorum. (...) Şeker hastası, astım olanlar, acele et, ara. Bekleyerek derdine derman bulamazsın. Bir kere kullan, vazgeçemezsin.Fayda görenleri dinletiyorum size, bak, ekranda 0 (212) 925 20 55", "3'ü 1 Yerde, Şeker, Tansiyon, Kolesterol, Astım, Bronşit, İktidarsızlık, Kabızlık, Kemik Erimesi, Topuk Dikeni, Hücre Azlığı 59.90 TL, 3 Adet 3'ü 1 Yerde”* 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” veya “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği; “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu;

Dolayısıyla, her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden 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 Yönetmeliğinin 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, reklamveren **Hüseyin Palalı Hp Radyo Tv Satış ve Pazarlama** 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.

**18)**

**Dosya No: 2016/3545**

**Şikayet Edilen: Netpa Tüketim Ürünleri Pazarlama Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.plusnit.com.tr/> adresli internet sitesinin 20.12.2016 tarihli görünümlerinde ve ürün ambalajlarında yer alan ***“Plusnit Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey”***isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.plusnit.com.tr/> adresli internet sitesinin 20.12.2016 tarihli görünümlerinde ve ürün ambalajlarında yer alan “Plusnit Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Türkiye’nin (…) ilk ve tek bitlenmeye karşı koruyucu spreyi Plusnit, 24 saat boyunca bitlerin saça yaklaşmasını engelleyerek çocuk ve yetişkinleri bitlerden korur ve enfestasyonlarını önler. Biyolojik ve dermatolojik olarak test edilmiştir. (…) Etkinliği biyolojik olarak kanıtlanmış olan Plusnit Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey, suyla yıkanmadıkça veya aşırı terleme ile ilacın salınımına sebep olunmadıkça, 24 saat süresince bitlerin yaklaşmasına engel olur. Türkiye’de (…) ruhsatlı ilk ve tek ürün olan Plusnit Bit Kovucu Sprey’in formülasyonu Avrupa Birliği Biyosidal yönetmeliğine göre düzenlenmiş ve etkinlik testleri dört farklı üniversitede yapılmıştır. (…)“Türkiye’de Sağlık Bakanlığı onaylı.”* ifadelerine, “Plusnit Bit Tedavi Spreyi + Büyüteçli Metal Tarak” başlığı altında; *“Plusnit Sprey, etkisini böcek ilacı içerikli ya da zehir ihtiva eden ürünlerin aksine fiziksel yollarla gösterir. İçeriğindeki Dimetikon sayesinde bit ve sirkeleri çevresel olarak kaplar ve solunum yolları tıkaması ile 15 dakikada boğularak ölmelerini sağlar. Bu sebeple, bitlerin ürüne karşı direnç oluşturması engellenmiş olur. Daha önce ilaç içerikli ürünlere direnç oluşturmuş bitlerin tedavisi için de etkilidir. Hamile ve emziren annelerin kullanımına uygundur. Plusnit Büyüteçli Metal Tarak, Türkiye’de ilk ve tek! (Ürün görseli – Ambalaj’dan) Sık uygulamalı metal tarağı, tespit edilen bitlerin ayıklanmasını kolaylaştırır. (…) Plusnit Bit Spreyi, biyolojik ve dermatolojik olarak test edilmiştir. (…) Sağlık Bakanlığı Tıbbi Cihaz Yönetmeliği, Class II A sınıflandırmasına göre 2195 No.’lu akredite kuruluş tarafından CE sertifikasına sahiptir..”* ifadelerine ve “Plusnit Bit Tedavi Şampuanı + Büyüteçli Metal Tarak” başlığı altında; *“Plusnit Şampuan, etkisini böcek ilacı içerikli ya da zehir ihtiva eden ürünlerin aksine fiziksel yollarla gösterir. İçeriğindeki Dimetikon sayesinde bit ve sirkeleri çevresel olarak kaplar ve solunum yolları tıkaması ile 10 dakikada boğularak ölmelerini sağlar. Bu sebeple, bitlerin ürüne karşı direnç oluşturması engellenmiş olur. Daha önce ilaç içerikli ürünlere direnç oluşturmuş bitlerin tedavisi için de etkilidir. (…) Hamile ve emziren annelerin kullanımına uygundur. Plusnit Büyüteçli Metal Tarak, Türkiye’de ilk ve tek! (Ürün görseli – Ambalaj’dan) Sık uygulamalı metal tarağı, tespit edilen bitlerin ayıklanmasını kolaylaştırır. (…) Plusnit Bit Şampuanı, biyolojik ve dermatolojik olarak test edilmiştir. Sağlık Bakanlığı Tıbbi Cihaz Yönetmeliği, Class II A sınıflandırmasına göre 2195 No.’lu akredite kuruluş tarafından CE sertifikasına sahiptir*.*”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.plusnit.com.tr/> adresli internet sitesinin 20.12.2016 tarihli görünümlerinde ve ürün ambalajlarında yer alan “Plusnit Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) Plusnit, 24 saat boyunca bitlerin saça yaklaşmasını engelleyerek (…) Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey, suyla yıkanmadıkça veya aşırı terleme ile ilacın salınımına sebep olunmadıkça, 24 saat süresince bitlerin yaklaşmasına engel olur. (…) Plusnit Bit Kovucu Sprey’in etkinlik testleri dört farklı üniversitede yapılmıştır.”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, “Plusnit Bitlenmeye Karşı Koruyucu Sprey” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Türkiye’de Sağlık Bakanlığı onaylı.”* ifadesinin yer aldığı, ancak söz konusu ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince biyosidal ürün ruhsatı alınması zorunlu ürünlerden olduğu, bu bağlamda söz konusu ifadeler ile tanıtımı yapılan ürünün ilgili mevzuatı gereğince uyulması gereken yasal sürecin, diğer ürünlerden üstün olduğu algısı oluşturacak şekilde tanıtılmasının 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2018/2715**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Garnier Mineral”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin televizyon reklamlarına eklenen ***“Kadınların Tercihi:2017 Yılının En Yenilikçi Ürünü”*** ifadesi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Garnier Mineral” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Yeni Garnier Mineral. Temizliğin Nefes Aldıran Ferahlığı”* başlıklı reklamlarda *“Doğal ıslaklık emici mineral. 5 kat daha emici.\* (\*Talka göre 5 kat daha emici)”* ifadelerine ve *“Kadınların Tercihi:2017 Yılının En Yenilikçi Ürünü”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Garnier Mineral” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Yeni Garnier Mineral. Temizliğin Nefes Aldıran Ferahlığı”* başlıklı reklamlarda yer alan *“Kadınların Tercihi:2017 Yılının En Yenilikçi Ürünü”* ifadesinin bağımsız araştırma kuruluşu tarafından yapılan tüketici araştırması sonuçları ile desteklenmiş olduğu, diğer taraftan söz konusu reklamlarda yer alan *“Talk pudraya göre 5 kat daha emici..”* ifadesine ilişkin olarak Reklam Kurulu’nun 13.02.2018 tarih ve 269 sayılı toplantısında verilen durdurma cezasına ilişkin kararın gerekçesi doğrultusunda, reklamda yer alan söz konusu ifadenin *“Talka göre 5 kat daha emici…”* şeklinde değiştirilerek reklamlarda kullanıldığının tespit edildiği,

Açıklanan nedenlerle, söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No:** **2017/2055**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bioxcin.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** [www.bioxcin.com.tr](http://www.bioxcin.com.tr) adresli internet sitesinin Haziran 2017 tarihli görünümünde yer alan *“Bioxcin Kaş Kirpik Serumu”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğinde bulunan patentli tripeptidler ile yapılan çalışmalarda, Katılımcıların; %87’sinin kirpik uzunluğunda artış, %74’ünün kirpik kalınlığında artış görülmüştür. İçeriğindeki patentli tripeptid ile kaş ve kirpikleri besler, sağlıklı, yoğun ve canlı görünüm kazandırır. Sarmaşık bitkisi özü (phytosterol) ve biocomplex b11 ile kaş ve kirpiklerin güçlenmesini sağlar. Gliserin ve Pannthenol ile kaş ve kirpiği nemlendirir, kaş ve kirpik üzerinde bir film tabakası oluşturur ve dış etkenlere karşı korur. Klinik test sonuçları\* \* 30 kadında yapılan plasebo kontrollü çalışmanın, iki ve dört hafta ölçümlerine ait uzman değerlendirmesi ve sübjektif test sonuçlarıdır.”* şeklinde, bahse konu ürün ambalajlarında ise *“Kaş ve kirpikler fiziksel etkenler sebebiyle dökülebilmektedir. Sert biçimde gözleri ovuşturmak, makyaj temizleme sırasında uygulanan mekanik kuvvet, takma kirpikler ve kirpik permaları kullanmak, kirpiklerin yapısının bozulmasına ya da kaybedilmesine neden olabilmektedir. Epilasyon yöntemlerinin yanlış uygulanması sonucu kaşlarda kırılma, batık oluşumu ve seyrelme görülebilir. Gliserin ve Pannthenol ile kaş ve kirpiği nemlendirir, kaş ve kirpik üzerinde bir film tabakası oluşturur ve dış etkenlere karşı korur.… daha uzun, daha yoğun*. *Özel patentli içeriklere sahip formülü ile kaş ve kirpiklerin sağlıklı uzamasını destekler.*”ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bioxcin.com.tr](http://www.bioxcin.com.tr) adresli internet sitesinin Haziran 2017 tarihli görünümünde yer alan *“Bioxcin Kaş Kirpik Serumu”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğinde bulunan patentli tripeptidler ile yapılan çalışmalarda, katılımcıların;**%87’sinin kirpik uzunluğunda artış, %74’ünün kirpik kalınlığında artış görülmüştür.”* ifadelerine, bahse konu ürün ambalajlarında ise *“… daha uzun, daha yoğun.”*  ifadelerine yer verildiğiancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca [www.bioxcin.com.tr](http://www.bioxcin.com.tr) adresli internet sitesinin Haziran 2017 tarihli görünümünde yer alan *“Bioxcin Kaş Kirpik Serumu”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“İçeriğindeki patentli tripeptid ile kaş ve kirpikleri besler, sağlıklı, yoğun ve canlı görünüm kazandırır. Sarmaşık bitkisi özü (phytosterol) ve biocomplex b11 ile kaş ve kirpiklerin güçlenmesini sağlar. Gliserin ve Pannthenol ile kaş ve kirpiği nemlendirir, kaş ve kirpik üzerinde bir film tabakası oluşturur ve dış etkenlere karşı korur. Klinik test sonuçları\* \* 30 kadında yapılan plasebo kontrollü çalışmanın, iki ve dört hafta ölçümlerine ait uzman değerlendirmesi ve sübjektif test sonuçlarıdır.”* ifadelerine, bahse konu ürün ambalajlarında ise *“Özel patentli içeriklere sahip formülü ile kaş ve kirpiklerin sağlıklı uzamasını destekler.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Diğer taraftan *“Bioxcin Kaş Kirpik Serumu”*isimli ürün ambalajlarında; *“…takma kirpikler ve kirpik permaları kullanmak, kirpiklerin yapısının bozulmasına ya da kaybedilmesine neden olabilmektedir.”* ifadelerine yer verilerekdiğer kirpik ürünlerinin kötülendiği,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 10 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**21)**

**Dosya No:** **2017/3600**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "365" logosuyla yapan televizyon kanalında yayınlanan "Hemo Care Krem" isimli ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “365” logosuylayayın yapantelevizyon kanalında Haziran 2017 tarihinde; *“Hemo Care Krem”*isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; *“Hemoroid artık kabusunuz olmayacak. Ağrısız, acısız, ameliyatsız hemoroid sorununu yok eden yöntem şimdi Türkiye'de...(Ahmet Maranki) "Ben bu kestirmeye karşıyım. Kesmeden gelin şu kainat eczanesinde neler var. Kesme, 50 yıldır çıktı..." (İlacı kullanan kişi) "Yaklaşık bir senedir basur rahatsızlığı yaşıyorum. Doktorlar dedi bana, ameliyat. Korktum. Hangi türlü ilaç varsa kullandım ama geçmedi. Ama önüme bir şans çıktı. Bu gördüğünüz karşınızdaki krem, benim hayatımı kurtardı... Bundan önceki acıma vardı, yanma vardı, iltihap vardı. Şimdi çok güzel rahat oturuyorum ve çok memnunum. Herkese bunu tavsiye ederim. Bunu çıkarandan Allah razı olsun." (Dış Ses) "Hemoroid kremini kullanımında ilk bir ayda %30 iyileşme, ikinci ayda %70 iyileşme, üçüncü ayda ise tamamen yok olur. Hemoroid kremi neden bu kadar başarılı. Başarının ilk sebebi doğal bitkilerden oluşmasıdır...", "Hemo Care yenilendi. Ameliyatsız, ilaçsız Basura son. İade garantili. 1 Alana 1 Bedava. 2 krem+1 sprey. Sipariş Hattı: 0212 709 50 05 29.90 TL+Kargo Hemo Care satış rekoru kırıyor. Ürün iade garantili, %100 etkili”* ifadelerine,

Diğer taraftan, söz konusu televizyon reklamlarında; Ahmet Maranki ve İbrahim Saraçoğlu isimli şahıslara ait görüntü ve ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “365” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında Haziran 2017 tarihinde; *“Hemo Care Krem”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; *“Hemoroid… hemoroid sorununu yok eden yöntem… basur rahatsızlığı iltihap vardı. Hemoroid kremi Basura son… %100 etkili”* ifadelerine yer verildiğiancak 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 televizyon reklamlarında; Ahmet Maranki ve İbrahim Saraçoğlu isimli şahıslara ait görüntü ve ifadelerin izinsiz şekilde kullanıldığı ve söz konusu şahıslar tarafından verilen beyanların, reklamı yapılan kozmetik ürüne ilişkin olarak söylenildiği izlenimi yaratılarak, söz konusu kişilerin toplumda sağlamış olduğu itibardan haksız yararlanıldığı,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**22)**

**Dosya No:** **2017/3603**

**Şikayet Edilen: BSC Giyim Mağazacılık Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Vatan TV" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında *"Çörek Otu Özlü Cilt Kremi"* isimli ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Vatan TV” isimli televizyon kanalında; *“Çörek Otu Özlü Cilt Kremi”* isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Ağızınız açık kalacak diyebiliriz. 9 liradan, bakın 9 TL, evet 9 TL'den çörek otu cilt kreminiz sizlere, ayağınıza kadar, kapınıza kadar ulaştıracağız. Bunu neden yapıyoruz, bakın binlerce mesaj geliyor. Allah razı olsun, herkes o kadar memnun ki; yüzünde, vücudunda, kil, leke, akne, sivilce, sarı siyah lekeler, kahverengi lekeler vardır vücutta, canınızı sıkar, göz altı torbaları, göz altındaki morluklar, bu sivilceler vardır ve sivilceler, sivilcenin geride bıraktığı bir tahribat vardır cildinizde, bakın inanılmaz etkili, onun dışında genç yaşta oluşan yüzünüzdeki o kırışıklıklar var ya evet o kırışıklıklara, yara bere izleri, çizik izleri, kesik izleri, yara bere izleri çok derin olmamak kaydıyla, vücutta egzama, sedef, mantar lekeleri, ameliyat izleri, doğum lekeleri, bakın dikiş izlerinden tutun doğum çatlaklarına ve selülit varsa özellikle hanımefendilerde bakın selülit de varsa mutlaka kullanın. Allah razı olsun 20.000'den fazla izleyenimiz kullanmış. En ufak bir şikayet yok eve biz her zaman şunu söyledik. Ve biz her zaman şunu söyledik. Efendim alın kullanın, en ufak şikayetinizde bizi arayın, paranızı fazlasıyla size iade edelim. Ürünü falan da istemeyeceğiz, ürün de sizde kalsın... 0216 740 02 44”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar** Vatan TVlogosuyla yayın yapan televizyon kanalında Temmuz 2017 tarihinde *“Çörek Otu Özlü Cilt Kremi”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; *“…leke, akne, sivilce, sarı siyah lekeler, kahverengi lekeler vardır vücutta, canınızı sıkar, göz altı torbaları, göz altındaki morluklar, bu sivilceler vardır ve sivilceler, sivilcenin geride bıraktığı bir tahribat vardır cildinizde, bakın inanılmaz etkili, onun dışında genç yaşta oluşan yüzünüzdeki o kırışıklıklar var ya evet o kırışıklıklara, yara bere izleri, çizik izleri, kesik izleri, yara bere izleri çok derin olmamak kaydıyla, vücutta egzama, sedef, mantar lekeleri, ameliyat izleri, doğum lekeleri, bakın dikiş izlerinden tutun doğum çatlaklarına ve selülit varsa özellikle hanımefendilerde bakın selülit de varsa mutlaka kullanın.”* ifadelerine yer verildiğiancak 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,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **BSC Giyim Mağazacılık Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No:** **2017/3618**

**Şikayet Edilen: Erakman Medya Pazarlama Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sıla TV” isimli televizyon kanalında yayınlanan *“Tüy Dökücü Krem Q7”* isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Sıla TV” isimli televizyon kanalında Temmuz 2017 tarihinde yayınlanan *“Tüy Dökücü Krem Q7”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hanımlar müjde, beyler müjde. Sıradan tüy dökücüleri unutun. Ağdayı, jileti, unutun. Sıradan krem ya da spreylerle cildinizi yakmayın, tahriş etmeyin. Dilediğiniz bölgeye spreyle sıkın, bekleyin, suyla yıkayın. İşte mükemmel sonuç... Bay, bayan, genç, ihtiyar herkes bu ürünü güvenle kullanabilir. Hemen arayanlara tüy köklerinin beslenmesini yavaşlatarak tüylerin zayıflayıp zamanla yok olmasını sağlayan Q7 Tüy Seyreltici Krem hediye... Yaz kapıda, istenmeyen tüylerden kurtulmak için ağrılı, acılı, pahalı, tahriş eden, kötü kokan yöntemleri unutun.. Tüm tüy, kıl sorunlarınızı bitiriyoruz. İstenmeyen tüylere 5 dakikada son. Sipariş hattı 0216 235 05 95. 2 adet Q7 Tüy Dökücü Sprey+Tüy Seyreltici Krem sadece 29.90 TL.+ Kargo. Hassas ciltler için uygundur, cildi tahriş etmez, kötü kokmaz. Klinik testlerden başarıyla geçmiş Q7 Tüy Dökücü Sprey.****”***  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sıla TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında firmanıza ait *“Tüy Dökücü Krem Q7”* isimli ürüne ilişkin olarak Temmuz 2017 tarihinde yayınlanan reklamlarda*; “…tüylerin zayıflayıp zamanla yok olmasını sağlayan Q7 Tüy Seyreltici Krem …Tüm tüy, kıl sorunlarınızı bitiriyoruz. İstenmeyen tüylere 5 dakikada son*.” ifadelerine yer verildiğiancak 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,

Bununla birliktesöz konusu reklamlarda *“Hassas ciltler için uygundur, cildi tahriş etmez, kötü kokmaz. Klinik testlerden başarıyla geçmiş Q7 Tüy Dökücü Sprey...”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**24)**

**Dosya No:** **2018/1376**

**Şikayet Edilen: Cortex İlaç Kozmetik ve Sağlık Hizmetleri Dış. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cortexpharma.com](http://www.cortexpharma.com) adlı internet sitesindeki muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cortexpharma.com](http://www.cortexpharma.com) adresli internet sitesinde yer alan “Sensilis Ritual Care Reducer Purifiying Toner” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“*…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlaude lab Acnestil Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağlı, sivilceli ve akneye yatkın ciltlerin tedavisinde spesifik olarak kullanılan su bazlı kremdir. Keratolitik tabakayı eksfolye eden bu krem sebum dengelerken cildi sakinleştirir, matlaştırır ve kusurları azaltır. Hyaluronik asit, Pantenol ve Seramid’ler ile zenginleştirilmiş Acnelist Cream, nemlendirme ve anti-mikrobiyel özellikleri ile de ciltteki bakterinin çoğalmasını engeller. Keratolitik tabakayı eksfolye eden bu krem sebum dengelerken cildi sakinleştirir, matlaştırır ve kusurları azaltır. Hyaluronik asit, Pantenol ve Seramid’ler ile zenginleştirilmiş Acnelist Cream, nemlendirme ve anti-mikrobiyel özellikleri ile de ciltteki bakterinin çoğalmasını engeller.”* ifadelerine, “Sensilis Upgrade Chrono Lift Day Cream SPF20” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hücre DNA'sını koruyan genom teknolojisi sayesinde cilt yaşlanmasını önleyen günlük gündüz bakım kremi. Kırışıklıkları ve ince çizgileri cilde ilk uygulamadan itibaren pürüzsüzleştirir.* *Yüz ovalini sıkılaştırır, toparlar. Krizantem ekstratı ile kırmızı pirinç ve peptitler, DNA komplesi bileşenleri kolejen ve elastin sentezini uyarır, ekstra celluler matriksini canlandırır, progerin üretimini azaltır. Kullanıldıktan 15 dakika sonra ciltte %16 oranında firming (sıkılaşma), 28 günlük kullanımdan sonra %28 oranında sıkılaşma görülür. Kırışıklıkları ve ince çizgileri cilde ilk uygulamadan itibaren pürüzsüzleştirir.* *Yüz ovalini sıkılaştırır, toparlar.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Summum Rx Eyes” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göz çevresindeki yaşlanma belirtilerini önleyici ve yaşlanma izlerini onarıcı, göz çevresi cildi ile mükemmel uyumlu, yüksek konsantrasyonlu aktif içeriklere sahip bir göz çevresi kremidir. Morluk ve torbalanmaları minimize eder.”* ifadelerine, “Sensilis Etemalist Nourishing Revitalizing Elixir” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;*“...Hidrolipidik bariyeri yeniden yapılandırır...”* ifadelerine, “Sensilis Origin Pro Egf-5 Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Tüm cilt tipleri için epidemial büyüme hormonu içeren krem. 5 büyüme faktörü içeren özel bir formül sayesinde, cildin yenilenme kapasitesini, sıkılığını arttırarak yaşlanma karşıtı Anti-Aging bakım yapıp onaran 360 derece global bir bakımdır. Kozmetik yaşlanma karşıtı etki için  büyüme faktörlerinin kullanılması ciltte yenilenme ve sıkılık sağlar, yaşlanmanın belirtilerini önler. 5 büyüme faktörü içeren özel bir formül sayesinde, yaşlanma karşıtı Anti-Aging bakım yapıp onaran 360 derece global bir bakımdır. Kozmetik yaşlanma karşıtı etki için  büyüme faktörlerinin kullanılması”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Neoviderm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Onarıcı ve nemlendirici etkisiyle Neoviderm Cilt Emülsiyonu, cilt tahrişlerini yatıştırır ve cildin sağlıklı yapısının geri kazandırılmasına yardımcı olur. Hasarlı cilt dokusunu rahatlatır, sakinleştirir, kızarıklıkların giderilmesini sağlar. Koruyucu Asit Mantosunun yapılandırılmasını destekler. Kimyasal Peeling sonrası, yüzeysel yaralar, 1.ve 2. derece yanıklar ve güneş sonrası oluşabilecek yanıklar da önerilir. Radyoterapi tedavisi sonrasında dokunun onarılması için kullanımı uygundur.* *Dermatolojik olarak test edilmiştir. Paraben içermez.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Regenerum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kesikler, tahriş olmuş ciltler için epidemial dokunun onarılmasını destekleyen jeldir. Ayrıca minör dermatolojik, estetik ve tüm minör cerrahi operasyonlar sonrası da kullanımı uygundur. Cilt dokusunu yeniler ve korur. Hasarlı cilt dokusunu güçlendirerek, tüm enfeksiyonlara karşı korunmasını sağlar.”* ifadelerine*, “*Rilastil Cumlade Lab Difesa Sterile Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İntoleran ve reaktif ciltler için difesa steril krem, yatıştırıcı, pürüzsüzleştirici ve nemlendirici etkisi, hemotazı (damar bütünlüğüne bağlı olarak meydana gelen kaynamanın durdurulması) arttırır. Kaşıntı, kızarıklık ve toleransı düşük ciltlerde görülen diğer problemleri azaltır.”* ifadelerine, “Sensilis Ritual Care Pore Reducer Purifying” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.* *Normalden yağlıya eğilimli ve yağlı ciltler için arındırıcı ve bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir. Yağ salınımını dengeler. Gözenekleri minimize eder. Komedon oluşumunu ve istenmeyen parlamaları önler.* “…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.* *Normalden yağlıya eğilimli ve yağlı ciltler için arındırıcı ve bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.Gözenekleri minimize eder.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Mucus” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ağrılı cinsel ilişki esnasında nemlendirici ve kayganlaştırıcı etki gösterir. Ağrısız ve rahat bir şekilde ilişkiye girilmesine yardımcı olur. Menopoz, doğum sonrası kurulukları, kemoterapi, radyoterapi, diyaliz, diyabet gibi tedaviler esnasında gelişen kuruluklarda ilişkiye girerken önerilir.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Advance Hairloss Vials Women” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;*“Kadın tipi saç dökülmesini önlemeye yardımcı ampullerdir. Kuvvetli antioksidanlarla saçların ve saç derisinin bakımına yardımcı olur. Kadınların kullanımı için uygundur. Kadın tipi saç dökülmesini önlemeye yardımcı ampullerdir. Kuvvetli antioksidanlarla saçların ve saç derisinin bakımına yardımcı olur. Kadınların kullanımı için uygundur”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Advance Hairloss Shampoo” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesi tedavisine yardımcı bir şampuandır. Kuvvetli antioksidanlarla saçların ve kafa derisinin fizyolojik dengesinin yapılandırılmasına yardımcı olur. Lokal kan dolaşımını aktive ederek, hücre yenilenmesini tetikler ve düzenler.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Xeralaude 18” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özellikle diz/dirsek/topuk gibi hiperkeratoza eğilimli, nasırlaşmaya müsait bölgelerde aşırı kuruluk gözlemlendiğinde lokal olarak önerilen bir kremdir. %18 Laktik Asit oranıyla kalınlaşmış deriyi eksfolye ederken, cildi yoğun bir şekilde nemlendirir, tedaviyi desteklemek amacıyla önerilir.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Xeralaude 12” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hiperkeratoza eğilimi olan, aşırı kuruluk ve deride pullanma gözlemlenen ciltler için uygun nemlendirici bir vücut sütüdür. Sedef, egzama ve foliküler hiperkeratoz hastalarının tedavisine yardımcı olur. Cilt kuruluğunun hızlıca giderilerek, cildin nem tutabilme kapasitesinin arttırılmasını sağlar. Cilt kuruluğundan kaynaklanan kaşıntı ve pullanmayı giderir. Hiperkeratoza eğilimi olan, aşırı kuruluk ve deride pullanma gözlemlenen ciltler için uygun nemlendirici bir vücut sütüdür. Cilt kuruluğunun hızlıca giderilerek, cildin nem tutabilme kapasitesinin arttırılmasını sağlar. Cilt kuruluğundan kaynaklanan kaşıntı ve pullanmayı giderir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.cortexpharma.com](http://www.cortexpharma.com)adresli internet sitesinde yer alan“Sensilis Ritual Care Reducer Purifiying Toner”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlaude lab Acnestil Cream”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağlı, sivilceli ve akneye yatkın ciltlerin tedavisinde spesifik olarak kullanılan su bazlı kremdir. Keratolitik tabakayı eksfolye eden bu krem sebum dengelerken cildi sakinleştirir, matlaştırır ve kusurları azaltır. Hyaluronik asit, Pantenol ve Seramid’ler ile zenginleştirilmiş Acnelist Cream, nemlendirme ve anti-mikrobiyel özellikleri ile de ciltteki bakterinin çoğalmasını engeller.” ifadelerine,* “Sensilis Upgrade Chrono Lift Day Cream SPF20” *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Hücre DNA'sını koruyan genom teknolojisi sayesinde cilt yaşlanmasını önleyen günlük gündüz bakım kremi. Kırışıklıkları ve ince çizgileri cilde ilk uygulamadan itibaren pürüzsüzleştirir. Yüz ovalini sıkılaştırır, toparlar. Krizantem ekstratı ile kırmızı pirinç ve peptitler, DNA komplesi bileşenleri kolejen ve elastin sentezini uyarır, ekstra celluler matriksini canlandırır, progerin üretimini azaltır. Kullanıldıktan 15 dakika sonra ciltte %16 oranında firming (sıkılaşma), 28 günlük kullanımdan sonra %28 oranında sıkılaşma görülür.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Summum Rx Eyes”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göz çevresindeki yaşlanma belirtilerini önleyici ve yaşlanma izlerini onarıcı, …Morluk ve torbalanmaları minimize eder.”* ifadelerine, “Sensilis Etemalist Nourishing Revitalizing Elixir”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*;“...Hidrolipidik bariyeri yeniden yapılandırır...”* ifadelerine, “Sensilis Origin Pro Egf-5 Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Tüm cilt tipleri için epidemial büyüme hormonu içeren krem. cildin yenilenme kapasitesini, sıkılığını arttırarak …ciltte yenilenme ve sıkılık sağlar, yaşlanmanın belirtilerini önler.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Neoviderm”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“… cilt tahrişlerini yatıştırır ve cildin sağlıklı yapısının geri kazandırılmasına yardımcı olur. Hasarlı cilt dokusunu rahatlatır, sakinleştirir, kızarıklıkların giderilmesini sağlar. Koruyucu Asit Mantosunun yapılandırılmasını destekler. Kimyasal Peeling sonrası, yüzeysel yaralar, 1.ve 2. derece yanıklar ve güneş sonrası oluşabilecek yanıklar da önerilir. Radyoterapi tedavisi sonrasında dokunun onarılması için kullanımı uygundur..”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Regenerum”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kesikler, tahriş olmuş ciltler için epidemial dokunun onarılmasını destekleyen jeldir. Ayrıca minör dermatolojik, estetik ve tüm minör cerrahi operasyonlar sonrası da kullanımı uygundur. Cilt dokusunu yeniler ve korur. Hasarlı cilt dokusunu güçlendirerek, tüm enfeksiyonlara karşı korunmasını sağlar.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Difesa Sterile Cream”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İntoleran ve reaktif ciltler için difesa steril krem, yatıştırıcı, pürüzsüzleştirici ve nemlendirici etkisi, hemotazı (damar bütünlüğüne bağlı olarak meydana gelen kaynamanın durdurulması) arttırır. Kaşıntı, kızarıklık ve toleransı düşük ciltlerde görülen diğer problemleri azaltır.”* ifadelerine*,* “Sensilis Ritual Care Pore Reducer Purifying”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir. bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir. Yağ salınımını dengeler. Komedon oluşumunu önler.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Mucus”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ağrılı cinsel ilişki esnasında nemlendirici ve kayganlaştırıcı etki gösterir. Ağrısız ve rahat bir şekilde ilişkiye girilmesine yardımcı olur. Menopoz, doğum sonrası kurulukları, kemoterapi, radyoterapi, diyaliz, diyabet gibi tedaviler esnasında gelişen kuruluklarda ilişkiye girerken önerilir.”* ifadelerine, *“Rilastil Cumlade Lab Advance Hairloss Vials Women”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kadın tipi saç dökülmesini önlemeye yardımcı ampullerdir.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Advance Hairloss Shampoo”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesi tedavisine yardımcı bir şampuandır. Kuvvetli antioksidanlarla saçların ve kafa derisinin fizyolojik dengesinin yapılandırılmasına yardımcı olur. Lokal kan dolaşımını aktive ederek, hücre yenilenmesini tetikler ve düzenler.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlade Lab Xeralaude 18”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“hiperkeratoza eğilimli, nasırlaşmaya müsait bölgelerde aşırı kuruluk gözlemlendiğinde lokal olarak önerilen bir kremdir. %18 Laktik Asit oranıyla kalınlaşmış deriyi eksfolye ederken…, tedaviyi desteklemek amacıyla önerilir.”* ifadelerine,“Rilastil Cumlade Lab Xeralaude 12” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hiperkeratoza eğilimi olan, aşırı kuruluk ve deride pullanma gözlemlenen ciltler için uygun nemlendirici bir vücut sütüdür. Sedef, egzama ve foliküler hiperkeratoz hastalarının tedavisine yardımcı olur. Cilt kuruluğunun hızlıca giderilerek, cildin nem tutabilme kapasitesinin arttırılmasını sağlar. Cilt kuruluğundan kaynaklanan kaşıntı ve pullanmayı giderir.”* ifadelerine yer verildiğiancak 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,

Bununla birlikte [www.cortexpharma.com](http://www.cortexpharma.com) adresli internet sitesinde yer alan “Sensilis Ritual Care Reducer Purifiying Toner” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“*…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.”* ifadelerinin, “Rilastil Cumlaude lab Acnestil Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Keratolitik tabakayı eksfolye eden bu krem sebum dengelerken cildi sakinleştirir, matlaştırır ve kusurları azaltır. Hyaluronik asit, Pantenol ve Seramid’ler ile zenginleştirilmiş Acnelist Cream, nemlendirme ve anti-mikrobiyel özellikleri ile de ciltteki bakterinin çoğalmasını engeller.”* ifadelerinin, “Sensilis Upgrade Chrono Lift Day Cream SPF20” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yüz ovalini sıkılaştırır, toparlar.”* ifadelerinin, “Sensilis Origin Pro Egf-5 Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*5 büyüme faktörü içeren özel bir formül sayesinde, yaşlanma karşıtı Anti-Aging bakım yapıp onaran 360 derece global bir bakımdır. Kozmetik yaşlanma karşıtı etki için  büyüme faktörlerinin kullanılması”* ifadelerinin, “Rilastil Cumlade Lab Neoviderm” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Onarıcı ve nemlendirici etkisiyle Neoviderm Cilt Emülsiyonu, Dermatolojik olarak test edilmiştir. Paraben içermez.”* ifadelerinin, “Sensilis Ritual Care Pore Reducer Purifying” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.* *Normalden yağlıya eğilimli ve yağlı ciltler için arındırıcı ve bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir. Gözenekleri minimize eder.”* ifadelerinin, “Rilastil Cumlade Lab Advance Hairloss Vials Women” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen;*“Kadın tipi saç dökülmesini önlemeye yardımcı ampullerdir. Kuvvetli antioksidanlarla saçların ve saç derisinin bakımına yardımcı olur. Kadınların kullanımı için uygundur.”* ifadelerinin, “Rilastil Cumlade Lab Xeralaude 12” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Hiperkeratoza eğilimi olan, aşırı kuruluk ve deride pullanma gözlemlenen ciltler için uygun nemlendirici bir vücut sütüdür. Cilt kuruluğunun hızlıca giderilerek, cildin nem tutabilme kapasitesinin arttırılmasını sağlar. Cilt kuruluğundan kaynaklanan kaşıntı ve pullanmayı giderir.”* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde “Sensilis Ritual Care Reducer Purifiying Toner” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“*…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.”* ifadelerine, “Rilastil Cumlaude lab Acnestil Cream” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “…*anti-mikrobiyel özellikleri ile de ciltteki bakterinin çoğalmasını engeller”* ifadelerine,“Sensilis Ritual Care Pore Reducer Purifying” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “…*bakteri oluşumunu minimize etmeye yarayan toniktir.”* 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,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 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, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Cortex İlaç Kozmetik ve Sağlık Hizmetleri Dış. 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:** **2018/1377**

**Şikayet Edilen: Ayça KAHRAMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dplusk.com.tr](http://www.dplusk.com.tr) adlı internet sitesindeki *"Dplusk"* markalı muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dplusk.com.tr](http://www.dplusk.com.tr)adresli internet sitesinin Haziran 2018 tarihli görünümünde “Limon ve Kayısı Çekirdeği Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bilindiği üzere hem A vitamini hem de E vitamini cildin gençleşerek olması gereken sağlığına kavuşmasına yardımcı olmaktadır”* ifadelerine, “Üzüm Çekirdeği Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Üzüm çekirdeği yağının faydaları cilt kırışıklıklarım giderici.”* ifadelerine, “Yasemin ve Ayçiçek Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“E vitamini, özellikle cilt sağlığının iyileştirilmesi ve hücrelerin yenilenmesi ile doğrudan ilgilidir.”* ifadelerine, “Portakal ve Özel Yağ Karışımlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonları” ve “Portakal Yağlı Şampuan" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Portakal Yağı: Sivilce ve aknelere karşı etkilidir. Kokusu strese ve yorgunluğa iyi gelir. Yara ve yanıkların tedavisinde kullanılır. Hazım kolaylaştırır. Portakal yağı ile selülitli bölgelere masaj yapılarak selülitlerin azaltılması sağlanır. Shea Yağı: Egzama çeşitli alerjik durumlar, yanık ve kızarıklık gibi pek çok cilt problemi ile mücadele ediyor. Paraben ve parfüm içermez, temizleme özelliği yüksek, PH’ı cilde uyumlu.”* ifadelerine, “Tatlı Badem ve Gül Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Badem Yağı: Badem yağının saçları iyileştirici etkisi bulunur. Hatta saç köklerinde buluna hücreler ölü değilse dökülen saçları bile çıkartır. Tahriş olan cildi yatıştırır. Vücut kaşıntısını geçirir. Özellikle egzama ve sedef hastalarına önerilir. Gözaltındaki siyah halka problemini giderir. Yüzde oluşan kırışıklık, ince çizgileri giderir.”* ifadelerine, “Doğal Dudak Balmı” ve “Doğal Vücut Balmı” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Shea Yağı: Egzama çeşitli alerjik durumlar, yaıuk ve kızarıklık gibi pek çok cilt problemi ile mücadele ediyor.”, “Epilasyon işlemi sonrasında kızaran ve tahriş olan cildi yatıştırır. Güneş yanığı sonrasi ciltte oluşan ağrının ve kuruluğun giderilmesine yardımcı olur. Ciltte oluşan yaraların hızla iyileşmesini sağlar. Yaraların iyileşme süresinde oluşan kaşıntıyı azaltır ve yara bölgesini yumuşatır. “%100 Doğal Vücut Balmı. Koruyucu içermez.”* ifadelerine, “Doğal Saç Bakım Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Buğday Yağı: Buğday yağının cilde en büyük faydası cilt lekelerine çözümüdür. Özellikle güneş lekesi ve çil problemine kesin çözüm arıyorsanız buğday yağını tercih etmelisiniz. Bunun dışında buğday yağı cilde detoks etkisi yaptığında cilt sağlığı içinde bir o kadar önemlidir.* “*%100 Doğal Saç Bakım Yağı Koruyucu içermez”* ifadelerine,“Saç Ucu Bakım Emülsiyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Epilasyon işlemi sonrasında kızaran ve tahriş olan cildi yatıştırır. Güneş yanığı sonrası ciltte oluşan ağrının ve kuruluğun giderilmesine yardımcı olur. Ciltte oluşan yaraların hızla iyileşmesini sağlar. Yaraların iyileşme süresinde oluşan kaşıntıyı azaltır ve yara bölgesini yumuşatır. Egzama ve deri iltihabı gibi cilt hastalıklarının tedavisinde etkilidir.’'* ifadelerine,“Doğal Makyaj Temizleme Losyonu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“E vitamini, özellikle cilt sağlığının iyileştirilmesi ve hücrelerin yenilenmesi ile doğrudan ilgilidir. Yara izlerinizde azalma, yaralarınızın iyileşmesi ve cildinizde daha sağlıklı bir görünümü fark edebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dplusk.com.tr](http://www.dplusk.com.tr)adresli internet sitesinin Haziran 2018 tarihli görünümünde “Limon ve Kayısı Çekirdeği Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cildin gençleşerek olması gereken sağlığına kavuşmasına yardımcı olmaktadır”* ifadelerine, “Üzüm Çekirdeği Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cilt kırışıklıklarım giderici.”* ifadelerine, “Yasemin ve Ayçiçek Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cilt sağlığının iyileştirilmesi ve hücrelerin yenilenmesi ile doğrudan ilgilidir.”* ifadelerine, “Portakal ve Özel Yağ Karışımlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonları” ve “Portakal Yağlı Şampuan" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Sivilce ve aknelere karşı etkilidir. Kokusu strese ve yorgunluğa iyi gelir. Yara ve yanıkların tedavisinde kullanılır. Hazım kolaylaştırır. Portakal yağı ile selülitli bölgelere masaj yapılarak selülitlerin azaltılması sağlanır. Shea Yağı: Egzama çeşitli alerjik durumlar, yanık ve kızarıklık gibi pek çok cilt problemi ile mücadele ediyor.”* ifadelerine, “Tatlı Badem ve Gül Yağlı Doğal El Yüz ve Vücut Losyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Badem Yağı:Badem yağının saçları iyileştirici etkisi bulunur. Hatta saç köklerinde buluna hücreler ölü değilse dökülen saçları bile çıkartır. Tahriş olan cildi yatıştırır. Vücut kaşıntısını geçirir. Özellikle egzama ve sedef hastalarına önerilir. Gözaltındaki siyah halka problemini giderir. Yüzde oluşan kırışıklık, ince çizgileri giderir.”* ifadelerine, “Doğal Dudak Balmı” ve “Doğal Vücut Balmı” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Shea Yağı: Egzama çeşitli alerjik durumlar, yanık ve kızarıklık gibi pek çok cilt problemi ile mücadele ediyor.”, “Epilasyon işlemi sonrasında kızaran ve tahriş olan cildi yatıştırır. Güneş yanığı sonrası ciltte oluşan ağrının ve kuruluğun giderilmesine yardımcı olur. Ciltte oluşan yaraların hızla iyileşmesini sağlar. Yaraların iyileşme süresinde oluşan kaşıntıyı azaltır ve yara bölgesini yumuşatır.”* ifadelerine, “Doğal Saç Bakım Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Buğday Yağı: Buğday yağının cilde en büyük faydası cilt lekelerine çözümüdür. Özellikle güneş lekesi ve çil problemine kesin çözüm arıyorsanız buğday yağını tercih etmelisiniz.”* ifadelerine,“Saç Ucu Bakım Emülsiyonu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Epilasyon işlemi sonrasında kızaran ve tahriş olan cildi yatıştırır. Güneş yanığı sonrası ciltte oluşan ağrının ve kuruluğun giderilmesine yardımcı olur. Ciltte oluşan yaraların hızla iyileşmesini sağlar. Yaraların iyileşme süresinde oluşan kaşıntıyı azaltır ve yara bölgesini yumuşatır. Egzama ve deri iltihabı gibi cilt hastalıklarının tedavisinde etkilidir.’'* ifadelerine,“Doğal Makyaj Temizleme Losyonu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“E vitamini, özellikle cilt sağlığının iyileştirilmesi ve hücrelerin yenilenmesi ile doğrudan ilgilidir. Yara izlerinizde azalma, yaralarınızın iyileşmesi ve cildinizde daha sağlıklı bir görünümü fark edebilirsiniz.”* ifadelerineyer 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 ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**26)**

**Dosya No:** **2018/2729**

**Şikayet Edilen: Tan-Alize Kozmetik ve Temizlik Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde yer alan “Age Reversist Krem”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Derin kırışıklıkları anında dolduran ve kaz ayakları, gözaltı torbaları, alın kırışıklıkları, yüzdeki diğer çizgileri gerginleştiren bir krem ürünüdür. Sarkan cildi sıkılaştırır ve şekillendirir. Dr. C. Tuna Age Reversist Mucizevi Kremi’nin benzersiz formülü şu içerikten oluşur: • Plankton Ekstresi: Dermal fibroblast hücrelerinde Dr. C. Tuna Age Reversist Serum ürünü uygulandıktan sonra Kolajen I sentezinde %67\* artış gözlenmiştir. 15 dakika içinde kaz ayaklarında gözle görülür kırışıklık doldurucu etkisi görülmüştür. \* p < 0,001 Student T-Test, ürünün Kolajen I sentezine etkisi. Dünyaca kabul görmüş, bağımsız ve akredite laboratuvar tarafından test edilip onaylanmıştır. 75 kadın ile yapılan tüketici çalışmasında, 4 hafta sonunda ürünü kullananların: - %100’ü ince çizgilerin ve göz çevresi kırışıklıkların görünümünde azalma olduğunu - %95’i gözaltı şişliklerini giderdiği, gözaltı bölgesine hacim kazandırdığı - %96’sı ürünü kullanım sonrası gözenek görünümlerinin küçüldüğünü - %92’si sarkmış göz kapaklarını kaldırdığını ve ciltlerinde sıkılaşma sağladığını yorumlamıştır. UYARI: Sonuçlar kalıcı değildir. Tüm cilt tipleri için uygundur. Hassas ciltlerde Dermatolojik olarak test edilmiş ve onaylanmıştır.”* ifadelerine,“Dr. C. Tuna Paprika&Chili Balsam”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Baş, boyun ve omuz masajı özellikle baş ağrısı, uykusuzluk, gerginlik, sırt ve boyun ağrıları, tutulmalar gibi sorunların giderilmesinde etkilidir. Eklem bölgelerinde rahatlık verir.”* ifadelerine,“Eurofresh 7 Etkili Diş Macunu”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Diş beyazlatmaya, diş hassasiyetinin giderilmesinde, bakteri plağını önlemeye, diş minesinin korunmasına, tartar oluşumunu kontrol altına almaya yardımcı olur.”* ifadelerine,“Age Reversist Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ Görünür çizgileri ve derin kırışıklıkları azaltmaya yardımcı olur.”* ifadelerine*,* “Age Reversist Nemlendirici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çevresel etkilere karşı cilt bariyerini güçlendirirken kadifemsi ve pürüzsüz bir his bırakır.”* ifadelerine,“Age Reversist Göz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözaltı torbalarının, ince çizgi görünümünün ve kırışıklıkların azalmasına yardımcı olur.”* ifadelerine,“White Correct” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Problem: Ciltte renk düzensizliği ve lekelenme gibi problemler, güneşin zararlı ışınlarına fazla maruz kalmaktan meydana gelir. Güneşin zararlı uv ışınları, cilt metabolizmasını baskılayarak bağışıklık sistemini zayıflatır. Cilt kendini savunmak için melanin üretimini artırır. Melanin üretiminin fazlalaşması cildin kendini UV ışınlarına karşı koruması demektir, yine de fazla ve düzensiz melanin üretimi ciltte istenmeyen lekelenmelere neden olur. Çözüm: Fazla ve düzensiz melanin üretimi kontrol altına alınarak, koyu lekelerin oluşumu engellenebilir. Dr. C. Tuna White Corect Aydınlatıcı Seri Ürünleri içeriğindeki Alg Özü ile hücreler arası iletişimi engelleyerek melanin sentezini azaltır. Sonuç: Lekesiz ve aydınlık bir cilt\* \*p< 0,01 Student T-Test, Dr. C. Tuna White Correct Brigtening Cream ürününün melaninleşmiş epidermis hücresi üzerindeki pigmentasyon oranı etkisi. Dünyaca kabul görmüş bağımısz ve akredite laboratuvar tarafından test edilip onaylanmıştır.”* ifadelerine,“Eurofresh Beyazlatıcı Diş Macunu”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... plak ve tartarın önlenmesine, ferah bir nefes sağlamaya yardımcı olur.”* ifadelerine, “Little Kids Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çocuklar için özel geliştirilen bu diş macunu SLS ve florür içermeyen formülü ile dişlerin parlamasına, diş ve dişeti sağlığının korunmasına yardımcı olur.”* ifadelerine,“Nutriplus Omega-3 Balık Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hafıza, konsantrasyon ve bilişsel fonksiyonları kuvvetlendirir.”* ifadelerine, “Nutriplus Reishi Mushroom”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Anksiyete iyi gelir”*ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.farmasi.com.tr](http://www.farmasi.com.tr) adresli internet sitesinin Ağustos 2018 tarihli görünümünde yer alan“Age Reversist Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Derin kırışıklıkları anında dolduran ve kaz ayakları, gözaltı torbaları, alın kırışıklıkları, yüzdeki diğer çizgileri gerginleştiren bir krem ürünüdür. Sarkan cildi sıkılaştırır ve şekillendirir. Kolajen I sentezinde %67\* artış gözlenmiştir. 15 dakika içinde kaz ayaklarında gözle görülür kırışıklık doldurucu etkisi görülmüştür. gözaltı şişliklerini giderdiği, gözaltı bölgesine hacim kazandırdığı - sarkmış göz kapaklarını kaldırdığını ve ciltlerinde sıkılaşma sağladığını yorumlamıştır. UYARI: Sonuçlar kalıcı değildir.”* ifadelerine, “Dr. C. Tuna Paprika&Chili Balsam” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“baş ağrısı, uykusuzluk, sırt ve boyun ağrıları, tutulmalar gibi sorunların giderilmesinde etkilidir. Eklem bölgelerinde rahatlık verir.”* ifadelerine*, “*Eurofresh 7 Etkili Diş Macunu” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “…*diş hassasiyetinin giderilmesinde, bakteri plağını önlemeye, diş minesinin korunmasına, tartar oluşumunu kontrol altına almaya yardımcı olur*.” ifadelerine, “Age Reversist Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…kırışıklıkları azaltmaya yardımcı olur.”* ifadelerine, “Age Reversist Nemlendirici Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “Çevresel etkilere karşı *cilt bariyerini güçlendirirken* …ifadelerine, “Age Reversist Göz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözaltı torbalarının, ince çizgi görünümünün ve kırışıklıkların azalmasına yardımcı olur.”* ifadelerine, “White Correct” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Fazla ve düzensiz melanin üretimi kontrol altına alınarak, koyu lekelerin oluşumu engellenebilir. hücreler arası iletişimi engelleyerek melanin sentezini azaltır. Sonuç: Lekesiz ve aydınlık bir cilt\* \*p< 0,01 Student T-Test, Dr. C. Tuna White Correct Brigtening Cream ürününün melaninleşmiş epidermis hücresi üzerindeki pigmentasyon oranı etkisi.”* ifadelerineyer 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 ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan söz konusu internet sitesinde “Nutriplus Omega-3 Balık Yağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hafıza, konsantrasyon ve bilişsel fonksiyonları kuvvetlendirir.”* şeklinde,“Nutriplus Reishi Mushroom”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Anksiyete iyi gelir”* şeklinde 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;

Bunlara ek olarak, anılan internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerin ispatlanmadığı,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 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, 8 inci, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Tan-Alize Kozmetik ve Temizlik Ürünleri San. 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:** **2018/3191**

**Şikayet Edilen: Vadettin Yıldız**

**Şikayet Edilen Reklam:** Maya TV logolu televizyon kanalında yayınlanan *"Ço-Pırr"* isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** “Maya TV” isimli televizyon kanalında *“Ço-Pırr”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Enerji veriyor, afrodizyak etki yapıyor. Diğeri geciktirici sprey. Adı üstünde geciktirici. Erken boşalmayı önlüyor, ilişkinizin daha uzun süre, daha canlı, daha heyecanlı, daha mutlu, daha uzun geceler geçirmenizi sağlıyor. Üçüncü ürünümüz de yine erkekler için büyütücü tablet. Adamın hiçbir problemi yok güzel kardeşim. Adam iz bırakmak istiyor, adından sıkça söz ettirmek istiyor, farklı olmak istiyor anlayan anladı zannedersem. Şimdi biliyorsun bayanlar her zaman gününde olmuyor, bayanlar biraz daha soğuk davranıyor eşlerine bu yüzden biz de bayan istek arttırıcı damlayı yaptık ki ne damla. 0 212 925 51 03****”***  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *Maya TV logosuyla yayın yapan televizyon kanalında Ekim 2016 tarihinde şahsınıza ait “Ço-Pırr” isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; “… afrodizyak etki yapıyor…. geciktirici sprey. Erken boşalmayı önlüyor, …büyütücü tablet. İstek arttırıcı”* ifadelerine yer verildiğiancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

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

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**28)**

**Dosya No:** **2018/3272**

**Şikayet Edilen: Eve Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"En Hızlı Büyüyen Kozmetik Marketi Eve"* ifadelerinin yer aldığı ilan

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Firmaya ait *“Ortabayır Mahallesi Talatpaşa Cad. No:16/A Kağıthane/İSTANBUL”* adresli mağazanın vitrinindeki tanıtımlarda; *“En hızlı büyüyen kozmetik marketi Eve”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Ortabayır Mahallesi Talatpaşa Cad. No:16/A Kağıthane/İSTANBUL”* adresli mağazanın vitrinindeki tanıtımlarda yer verilen; *“En hızlı büyüyen kozmetik marketi Eve”* ifadesinin ispatına yönelik olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiayı ispatlamada yetersiz kaldığı,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Eve Mağazacılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**29)**

**Dosya No: 2017/2500**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.zenestetik.com](http://www.zenestetik.com), [www.facebook.com/zenestetik](http://www.facebook.com/zenestetik) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

Anasayfa’da “Hizmetlerimiz” başlığı altında “Lazer ve İğneli Epilasyon Hizmetleri” gibi doktor kontrolünde yapılması gereken lazer epilasyon işlemlerinin yapıldığı,

<https://www.facebook.com/zenestetik> ile <https://www.instagram.com/zenestetik/> adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.zenestetik.com](http://www.zenestetik.com), [www.facebook.com/zenestetik](http://www.facebook.com/zenestetik) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adlı sitelerde; Zen Estetik ve Güzellik Salonunda tabip tarafından gerçekleştirilmesi gereken işlemlere yönelik talep yaratıcı reklam yapılmak suretiyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ıncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. Maddesi

hükümlerine aykırı olduğu **,**

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

**30)**

**Dosya No: 2017/2540**

**Şikayet Edilen:** **Bd Güz. ve Sağ. Merk. Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/](http://www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/](http://www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/) adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde, kuruluşun “Beautyderm Güzellik ve Sağlık Merkezi” olarak isimlendirildiği ve ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca aynı sitede “Buz Lazer Epilasyon, Soprano Ice Lazer Epilasyon” gibi lazer epilasyon işlemlerine ve “Akne Tedavisi, Ayak Mantarı, Ayak Tırnak Batması” gibi çeşitli sağlık sorunlarına ilişkin tıbbi işlemlerin yapıldığı ve bunlara yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verilerek tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/](http://www.facebook.com/Beautyderm-Güzellik-ve-Sağlık-Merkezi-130657417077488/) adresli internet sitesinde tabip tarafından gerçekleştirilmesi gereken işlemlere yönelik talep yaratıcı reklam yapılmak suretiyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ıncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi

hükümlerine aykırı olduğu **,**

Buna göre, reklam veren **Bd Güz. ve Sağ. Merk. Tic. Ltd. Şti** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2017/2573**

**Şikayet Edilen:** **Lidya Estetik Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.lidyaestetik.net>, [www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444](http://www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444) ve [www.instagram.com/lidyaestetik](http://www.instagram.com/lidyaestetik) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.lidyaestetik.net> adresli internet sitesinin 29.12.2017 tarihli görünümünde,

“Hizmetlerimiz” başlığı altında *“Q-Swıtched Nd:Yag+Ktp Lazer, ULASE Platform Lazer*” gibi lazer epilasyon işlemleri ile *“Starvac Bölgesel Zayıflama”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı,

[www.instagram.com/lidyaestetik](http://www.instagram.com/lidyaestetik) ile[www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444](http://www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444) adresli internet sitesinin 29.12.2017 tarihli görünümünde; hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile tıbbi işlemlerin fiyatını belirten tanıtımların yapıldığı, aynı zamanda *“Lidya Estetik Kliniği”* ismiyle güzellik salonu olan kuruluşun tüketicilere klinik izlenimi verdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.lidyaestetik.net>, [www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444](http://www.facebook.com/Lidya-Estetik-Kliniği-167822633426444) ve [www.instagram.com/lidyaestetik](http://www.instagram.com/lidyaestetik) adresli internet sitelerinde tabip tarafından gerçekleştirilmesi gereken işlemlere yönelik talep yaratıcı reklam yapılmak suretiyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ıncı maddesi,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesi

hükümlerine aykırı olduğu **,**

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

**32)**

**Dosya No: 2017/1282**

**Şikayet Edilen: Este Forever Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hayat Hep İstediğiniz Yaşta”* ibareli broşürler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait *“Hayat Hep İstediğiniz Yaşta”* ibareli broşürlerde; *“Epilasyonda dev kampanya tüm vücut epilasyon Kısa bir süre için 899TL, Kavitasyon: Artık kilolarınızdan kurtulmak çok kolay. 749TL, 2 ila 5 beden incelme garantisi veriyoruz. Broşür ile gelen herkese 3 hizmetimizden biri hediyemizdir: …Kavitasyon ”* şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken kavitasyon ve lazer epilasyon gibi tıbbi işlemlere ilişkin ifadelere ve fiyat bilgisine yer verildiği ve kuruluşun isminin “Este Forever İzmir” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının 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 **Este Forever Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2017/3055**

**Cihan Medikal San. ve Tic. A.Ş.**’ye ait[www.elegancelens.com](http://www.elegancelens.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine***  karar verilmiştir.

**34) Dosya No: 2017/3058**

**Bausch & Lomb Sağlık ve Optik Ürünleri Tic. A.Ş.**’ye ait[www.bausch.com.tr](http://www.bausch.com.tr) ve [www.facebook.com/BauschLombTR](http://www.facebook.com/BauschLombTR) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine***  karar verilmiştir.

**35) Dosya No: 2017/3062**

**Zepa Kontaktlens San. ve Tic. Ltd. Şti.**’ne ait[www.zepalens.com](http://www.zepalens.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar hakkındaki dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ***ertelenmesine***  karar verilmiştir

**36)**

**Dosya No: 2017/4231**

**Şikayet Edilen: Seda POLAT (Estaderm Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.estadermlazerepilasyon.com](http://www.estadermlazerepilasyon.com) ve [www.facebook.com/estaderm lazerepilasyon](http://www.facebook.com/estaderm%20lazerepilasyon) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.estadermlazerepilasyon.com](http://www.estadermlazerepilasyon.com) adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

Anasayfada; *“İstenmeyen tüylerinizden kurtulun. Lazer epilasyon, akne ve leke tedavisi…”* “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Lazer Epilasyon Hizmeti: İstenmeyen tüyler kadınlar için sürekli problem haline gelmektedir. Koltuk altında, kollarda, bacaklarda, özel bölgede ve vücudun belirli yerlerinde koyu renkli olarak çıkan tüyler kötü bir görüntü verdikleri için kadınlara göre istenmeyen tüy olarak adlandırılmaktadır. Bu tüyler aynı zamanda kişileri fiziksel olarak da rahatsız ederler ve sıcak yaz aylarında daha çok terlemelerine neden olurlar. Bu sebepten dolayı da istenmeyen tüyler ile etkili biçimde mücadele etmek gerekir. Epilasyon işlemi geçici olarak bu tüylerden kurtulmaya çözüm olsa da kıl kökleri deri altında mevcudiyetini sürdürdükçe tüyler çıkmaya devam edecektir. Bu sebepten dolayı etkili bir mücadele yöntemi olan lazer epilasyon tüylerden sonsuza kadar kurtulmak için kullanılan bir yöntem olarak hayatımıza girmiştir. Lazer epilasyon ile tüylerin çıktığı kıl kökleri lazer ışın ile yakılmakta ve kıl kökü tekrar oluşmamakta dolayısı ile istenmeyen tüyler ortaya çıkmamaktadır. Bu işlem acısız ve hızlı yapılan bir işlemdir ve bizim güzellik merkezlerimizde de yapılmaktadır. İstanbul’da lazer epilasyon işlemleri. İstanbul lazer epilasyon yaptırmak isteyen kişiler en yakın zamanda merkezimizi ziyaret ederek yüksek kalitemizden ve uygun fiyatlarımızdan yararlanabilirler. Son teknoloji lazer epilasyon cihazları ile yapılan işlem vücudunuzun tüm bölgelerinde yer alan istenmeyen tüyler için uygulanabilir. İstenmeyen tüylerden kısa sürede kurtulmak için siz de İstanbul lazer epilasyon hizmeti veren firmamızı arayabilir ve sizin için uygun olan bir güne randevu alarak bu işleme başlayabilirsiniz. Lazer epilasyon seanslar ile yapılan bir işlemdir ve her seansta bir miktar kıl kökü yakılarak yok edilir. Bu durumdan dolayı da lazer epilasyon bölgede kıl yoğunluğu ne kadar fazla ise lazer epilasyon seansı da o kadar çok olmaktadır. Hizmetimizden Memnun Kalacaksınız. Vermiş olduğumuz lazer epilasyon hizmetimizden memnun kalmanız durumunda cilt bakım hizmetlerimizden de faydalanabilirsiniz. Bizlere ulaşmak için İstanbul lazer epilasyon yapan firmalar arasından adımızı ve web sitemizi bulmanız yeterli olacaktır. Web sitemizde adresimiz ve telefon numaramız kayıtlıdır ve aktif olarak telefonlarımız sizler randevu hizmeti vermektedir. İstanbul’da lazer epilasyon işlemi yaptırmak ve sağlığınızı riske atmamak için bizi tercih edebilirsiniz…”.* “Akne ve Leke Tedavisi” başlığı altında; *“Akne ve Leke Tedavisi - Estaderm Lazer Epilasyon. Cildinize Değer Verin. Kadınların en sık yaşadığı cilt problemlerinden birisi akneler ve yazın güneşten dolayı oluşumu daha da artan lekelerdir. En temiz ve bakımlı ciltte bile oluşan leke ve sivilceler hem görüntü olarak sizin güzelliğinizi bozmakta hem de ruhsal olarak kişileri etkilemekte ve kendilerini beğenmemesine sebep olmaktadır. Bu sebeple akne ve leke tedavisi için kişiler etkili önlemler almak durumundadır. Merkezimizde Tedavi Yapılmaktadır. Sizlere cilt bakımından lazer epilasyona kadar birçok konuda hizmet veren firmamız akne ve leke tedavisi için de modern yöntemler ve etkili uygulamalar ile hizmet vermektedir. Cilt tipine uygun olarak yapılan temizlik işlemleri ve her işlem için ayrı bir malzeme ile öncelikli olarak cildinizi bakım ve tedaviye hazırlıyoruz. Sonrasında ise cildin özelliklerinin korunması ile cildinizin öncelikli olarak savunma mekanizmasını güçlendiriyor ve uyguladığımız kürler ile tamamen bu sivilce ve lekelerden kurtulmanızı sağlıyoruz. Salonumuzda her cilt tipine uygun olarak akne ve leke tedavisi uygulanmaktadır. Akne tedavisi sadece yüzde değil vücudun tedaviye uygun olan bütün yerlerini kapsamaktadır. Leke tedavisi ise güneş nedeni ile ortaya çıkan lekelerin de kaybolması için genelde yaz sonunda yaptırılan bir uygulamadır. Bizlere Ulaşın. Siz de sunmuş olduğumuz bu hizmetlerden faydalanmak için bizlere web sitemiz üzerinde bulunan e mail adresleri ve telefon numarasından ulaşabilir ve işlemler ile ilgili görevli olan mevcut uzmanlarımızdan ayrıntılı şekilde bilgi alabilirsiniz.”,*

[www.facebook.com/estadermlazerepilasyon](http://www.facebook.com/estadermlazerepilasyon) adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “Yılbaşına özel fiyatlarla tüm vücut lazer epilasyon 699TL. İstenmeyen tüylerinizden *kurtulun…Örümcek Ağı estetiği ile yüz germe… Lazer epilasyon. Pürüzsüz güzelliğe kavuşun…”,*

şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere, fiyat bilgisine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği ve kuruluşun isminin“Estaderm Lazer Epilasyon & Güzellik Merkezi” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

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

Tüm bu durumların da;

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

**37)**

**Dosya No: 2017/4236**

**Şikayet Edilen: Helin Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/helinguzellikveestetik](http://www.facebook.com/helinguzellikveestetik) adresli internet sitesinin 25.04.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Botox, Dolgu… Tüm vücut epilasyon ~~1500TL~~ yerine 750TL Ütüleme sistemi Buz Başlık… Açılışa Özel Kampanya! Tüm Vücut Epilasyon 1500 TL Yerine 750 TL! Ütüleme Sistemi Buz Başlık… .”* şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken ve tıbbi bir işlemolan “Lazer Epilasyon” işlemineilişkin talep yaratıcı ifadelere, fiyat bilgisine yer verildiği ve kuruluşun isminin“Helin Güzellik Merkezi” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının 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 **Helin Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2017/4703**

**Şikayet Edilen: Özel Vip Polikliniği**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/VipPoliklinik](http://www.facebook.com/VipPoliklinik) ve [www.instagram.com/ vippoliklinik](http://www.instagram.com/%20vippoliklinik) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/VipPoliklinik](http://www.facebook.com/VipPoliklinik) adresli internet sitesinin 28.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Ameliyatsız burun estetiği. Burun dolgusu ile burun eğrilikleri tamamen giderilebilir veya hafifletile bilir .Burun uçu kaldırıla bilir .Burun asimetrileri düzeltilebilir. Burun kandı çentiklenmesi düzeltilebilir… Scarlet S Ameliyatsız Cilt Gençleştirme. Özel tasarlanmış mikro altın iğneler ile cilt altını (Epidermis ve Dermis) radyo frekans dalgalarının uyarması ile cildi**tedavi eder. Kadın/Erkek tüm yaş gruplarına, ve tüm cilt tiplerine uygulama her mevsimde yapılabilir. Genellikle tek seans olmakla beraber gerekli olduğu durumlarda2 veya 3 seans planlanabilir. 1 ay ara ile 3 seans uygulanır. Etkinliği ortalama 1 yıl sürer… Ultherapy ultrason yöntemi ile cilde uygulanan bir terapi yöntemidir. Cildin toparlanması, daha az esnek olması için tedavi edilecek katmana enerji verilir ve cildin gerilmesini sağlar. Ultherapy tedavisi yüz, göz çevresi, dekolte bölgesi, boyun gibi bölgelerde başarıyla uygulanabilmektedir. Bu yönetmle cildinize sağlık ve güzellik katabilirsiniz… GENÇ KALMANIN SIRRI PRP (Platelet Rich Plasma) Hücre Yenileme… PRP yöntemi kişinin kanının alındıktan sonra özel tüplerden geçirilir, trombositten zengin plazma kanı tedavi edilmek istenen bölgelere verilir, saç tedavisi uygulanacak hastada ise saç diplerine enjekte edilir. Trombositte bulunan growth ile dokunun en iyi tamiri yapması sağlanır, hasarlı dokular tamir edilir. Growth enjekte edilen bölgede hücreler aktifleşir ve bu bölgeye kök hücreler göç eder. Bölgede yeni hücrelerin varlığı ile kolajen sentezi artış gösterir ve doku iyileşmeye başlar. Hücre yenileme tedavisi saç dökülme, gençleştirme gibi tedavilerde kullanılır… ”*

[www.instagram.com/vippoliklinik](http://www.instagram.com/vippoliklinik) adresli internet sitesinin 28.04.2018 ve 30.04.2018 tarihli görünümünde;

*“Ameliyatsız burun estetiği.Burun dolgusu ile burun eğrilikleri tamamen giderilebilir veya hafifletile bilir .Burun uçu kaldırıla bilir .Burun asimetrileri düzeltilebilir.Burun kandı çentiklenmesi düzeltilebilir...* *Dünya da En Fazla Ödül Sahibi Uygulama Selülit Tedavisi ve Bölgesel İncelmede BTL Exilis Elite ile Saten Etkisi. Haftada 1 toplam 4 seans uygulama ile yaza hazırlanabilirsiniz. Selülit Gidermede Amerika Sağlık Örgütü FDA tarafından onayı olan sistem ile ikinci seanstan sonra gözle görülür sonuçlara ulaşabilirsiniz…”*

şeklindeki ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere ve kuru iğne tedavisine ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların 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-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 **ÖZEL VİP POLİKLİNİĞİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2018/251**

**Şikayet Edilen: Dt. Ali Ercüment SUCU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://ercumentsucu.com.tr> adresli internet sitesinin 27.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

Anasayfada; *“İmplantoloji nedir? Sizin menfaatiniz için gerekli olan değerli bir yatırımı temsil eder…”,* “İletişim” başlığı altında; *“Tedavi ücretlerimiz, kullanılan modern malzemeler,tam hijyenik bir muayenehane ortamı ve bilgi birikimimiz ile doğru orantılıdır…”* gibi ifadelereyer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların 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 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**40)**

**Dosya No: 2018/2053**

**Şikayet Edilen: Ersöz Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Ersöz Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ersozdis.com](http://www.ersozdis.com) adresli internet sitesinde ve söz konusu siteye ilişkin olarak [www.google.com.tr](http://www.google.com.tr) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2018, 04.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** -www.ersozdis.comadresli internet sitesinin 04.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

Anasayfada; *“Uzman Kadrosu ile Profesyonel Hizmet… 1975’ten beri önceliğimiz insan sağlığıdır…”,* “İMPLANT” başlığı altında; *“…Prof. Dr. Ertan ERSÖZ implant diş hekimliğinde son derece tecrübelidir. Kendisinin implant tedavilerinde 15 yılı aşkın deneyimi vardır ve en son güncel gelişmeleri günbegün yakından takip etmektedir. Kongrelere ve seminerlere katılarak yeni gelişen ürünler ve teknolojiler hakkında bilgi sahibi olmaktadır… İmplant Prof. Dr. Ertan ERSÖZ için bir tutkudur ve implant tedavileri hakkında bilgi edinmek isteyen her bireyi cesaretlendirmek için kendisiyle konuşmasını şiddetle tavsiye ederiz…”*

[www.ersozdis.com](http://www.ersozdis.com)adresli internet sitesine ilişkin olarak [www.google.com.tr](http://www.google.com.tr) adresli internet sitesinin 11.04.2018 tarihli görünümünde; *“Uzman kadromuz ile hizmetinizdeyiz…”*

şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu 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,

Tüm bu durumların da;

-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 **Ersöz Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Ersöz Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2018/2296**

**Şikayet Edilen: His Sağlık Tıbbi Cihazlar ve Ticaret Ltd. Şti. (Estegrande Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Gaziantep ilinde yayınlanan “Cemiyet” isimli dergide yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart – Nisan 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Gaziantep ilinde yayınlanan “Cemiyet” isimli derginin Mart ve Nisan 2018 tarihli sayılarında örnek olarak;

*“2017’nin İngiltere’de en iyi yüz estetiği uygulama cihazı seçilen ameliyatsız yüz germe. Altın iğne tedavisi… Cerrahi müdahale ve anestezi gerektirmeyen lazer teknolojisi ile vajinal sıkılaştırma, stres üriner, genitel vajinal düzeltme, inkontinand (idrar kaçırma). Çatlak tedavisi, popo kaldırma, göğüs toparlama, yanık ve ameliyat izi tedavisi… Yılın en iyi epilasyon cihazı ödülüne sahip diyot lazer sistemi, buz başlık ile epilasyon, prp, lazer ile kılcal damar ve ince varis tedavisi… Türkiye’nin kapsamlı ve son teknoloji cihaz parkurana sahip medikal estetik merkezi…”*, şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Este Grande Estetik” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının 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 söz 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 **His Sağlık Tıbbi Cihazlar ve Ticaret Ltd. Şti. (Estegrande Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2018/2567**

**Şikayet Edilen: Ayşegül ELİŞ (AN Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.anestetik.com](http://www.anestetik.com) adresli internet sitesinin 06.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Dövme Silme: Lazer ışığı = enerji. Koyu renkli bir kıyafetle güneş altında bir süre beklerseniz kıyafetin ve derinizin ısındığını fark edersiniz. Çünkü koyu renkli boyalar ışığı emerler ve ısıya dönüştürürler. Lazerde benzer bir prensiple çalışır. Koyu renkli boyar maddeler lazer ışığını emerek ısı, ses veya buharlaşma şeklinde doku yanıtına neden olurlar. Dövmeleri yok etmek amacıyla kullanılan lazer ışınları deri yüzeyini zarar vermeden geçerek deri içindeki koyu renkli dövme pigmentine ulaşır. Dövme pigmenti lazer ışığını emerek ışıktaki enerjiyi ses ve ısıya dönüştürür. Bu sayede deri içindeki büyük parçacıklar halinde bulunan pigment açığa çıkan enerji ile çevre dokuya zarar vermeden küçük parçacıklara ayrışır. Vücudun bağışıklık sistemi küçük parçacıklara ayrışmış dövme boyasını daha kolay emer ve yok eder.Lazerle Dövme Sildirme İşlemi Hakkında Sıkça Sorulan Sorular; Her dövme silinebilir mi? Her dövme genellikle yok edilebilir fakat her zaman değil. Dövme sildirme lazerleri en son teknolojiyle üretilmiştir. Deride bulunan birçok ana rengi lazerle silmek mümkün olmakla birlikte mor, pembe, sarı renklerin bazı tonları, ten rengi ve beyaz renkli dövmeler maalesef lazerle silinememektedir. Bundan dolayı ilerleyen zamanlarda dövme yaptırıp sildirmeyi düşünenler lazerle çıkması zor ve/veya imkansız olan renkleri seçmemeleri öneririz... Lazer Epilasyon: FDA ve CE onaylı Cynosure Alexandrite Lazer sistemi ve Candela Alexandrite Lazer sistemi merkezimizde kullanılmaktadır. Beyaz, kızıl veya çok açık tüylerde hiçbir lazer epilasyon sistemi sonuç vermemektedir. Böyle bir durumda uygulanacak tek yöntem ise iğneli epilasyondur. Lazer epilasyon uygulanacak bölge işlemden önce temizlenir. Bölgede ki uzun kıllar kısaltılır ve lazer uygulaması için uygun boya getirilir. Tüylerin cımbızla tutulabilecek uzunlukta olması işlemin uygulanabilmesi için yeterlidir. Sonrasında lazer epilasyon cihazını uygulama alanının rengine, tüylerin kalınlığına ve tüylerin rengine göre ayarlanır. Son olarak tüylenme olan bölge taranır. Bu işlem uygulanırken kullanılan lazer ışının dalga boyuna uygun olan gözlük kullanılmalıdır. Cildin üst tabakasını korumak için özel soğutucu sistemler kullanılması da oldukça faydalıdır. Lazer epilasyon ile ilgili bazı şeyler yanlış bilinmektedir: Lazer epilasyon sadece kadınlar için yapılan bir işlem değildir. Lazer epilasyon yalnızca yüz bölgesine uygulanmaz. Lazer epilasyon işlemi acılı değildir. Biten tüyler birkaç sene sonra tekrar çıkmamaktadır. Lazer epilasyon seanslarında tüy oranınız her defasında %15 – %20 arası azalır. Eğer istediğiniz sonuca en kısa sürede ulaşmak istiyorsanız lazer epilasyon seanslarına sürekli gitmelisiniz. ayrıca iyi bir sonuç alabilmek için seans zamanlarını geciktirmemelisiniz. Lazer nasıl etki gösterir? Selektif Foto-Termoliz yani ışık ısısıyla seçici tahrip adi verilen bir mekanizma üzerinden etki gösteren lazer, deriye atış yapıldığında, ışık milisaniyeler içinde deriden emilmeksizin geçer. Ancak kıl kökü ve kıl gövdesi tarafından emilerek kıl kökü içinde yüksek ısı meydana getirir ve kıl kökünün tahrip olmasına neden olur. Lazer vücuda hasar verir mi?* *Lazer, radyasyon gibi düşünülmektedir. Ancak lazer ile radyasyon arasında hiçbir ilişki yoktur. Lazerin sağlığa zarar vermesinden gereksiz yere korkulmaktadır. Lazer deriye uygulanma esnasında deri altındaki doku ve organlara herhangi bir şekilde etkide bulunmamaktadır. En azından buna dair hiçbir bulgu da gözlenmemiştir… Leke Tedavisi:**Pigmente Sorunların Tedavisinde Lazer Uygulamaları. Doğumsal veya edinsel birçok pigmente deri döküntüsü günümüzde lazerlerle tedavi edilmektedir. Pigment sorunlar başlıca 2 ana gurupta ele alınır; Doğumsal, ITO Nevüs, Cafe au Lait lekeleri (Sütlü kahve lekeleri),…Benin tıbbi ismi nevüstür. Nevüsler doğumsal (Konjenital) nevüsler ve edinsel nevüsler olmak üzere ikiye ayrılır. Nevüsler içinde bulunan hücrelere nevüs hücreleri denir. Nevüs hücreleri derinin boyar maddesi olan melanin isimli pigmentleri salgılar. Bu nedenle benler deride kahverengi, derin yerleşimli olanlar ise mavi-gri tonlarda görülürler. Pigment yok etmeye özgü lazerler yukarıda sayılan sorunları tedavi etmek amacıyla kullanılabilir. Fakat yukarıda sayılan benlerin ve lentigoların bir dermatolog tarafından değerlendirilmeden yok edilmemesi gereklidir. Dermatoloji uzmanları dermoskopi (yüzey mikroskopi) olarak isimlendirilen bir teknikle benlerin ve diğer lekelerin ayırdını yaptıktan sonra, arada risk taşıyan ben olup olmadığını değerlendirir ve uygun lazerler ile yok edilmesini sağlar. Q anahtarlı lazerler bu tür sorunların tedavisi için en ideal lazerler olup deride hasar bırakmadan temizlenme sağlarlar. Bu amaçla en çok kullanılan lazer sistemleri Q anahtarlı KTP, Nd-YAG ve Ruby lazerlerdir…”*

[www.instagram.com/anestetikpendik](http://www.instagram.com/anestetikpendik) adresli internet sitesinin 06.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Buz lazer epilasyon en çok şikayet edilen acı ve yanma hissine karşılık özel başlığı ile daha konforlu ve acısız epilasyon yapılmasını sağlamaktadır. Uygulama kolaylığı etkili çözümü sayesinde en fazla 6 seans kadar süreyle istenmeyen tüylerinizden tamamen kurtulabilirsiniz. Buz lazer vücudun tüm bölgelerine ve her cilt yapısına göre uygulanabilmektedir. Bu sebeple size kolaylık sağlayacak, geçici yöntemlerle zaman harcamanıza gerek kalmadan en kısa zamanda istenmeyen tüylerinizden kurtulabilirsiniz… Buz lazer, en etkili lazer epilasyon yöntemlerinden biridir. Acısız ve ağrısız epilasyonun yeni adresi olan buz lazer, soğutucu özelliği sayesinde diğer cihazlardan ayrılmaktadır. Gelişmiş teknolojisi sayesinde en küçük ve ince tüyleri de görerek tüylerden kurtulmanızı sağlamaktadır. Merkezimizde alexandrite lazer epilasyona alternatif olarak uygulanır. Dudak dolgusu çok ince bir iğneyle hyalüronik asit preparatı deriye enjekte edilir. Uygulama süresi: Ortalama 15 dakika sürer. Ağrı eşiği düşük kişilerde lokal anestezik kremlerin uygulanmasıyla oldukça konforlu bir şekilde işlem tamamlanır. Seans tekrarı: Genellikle art arda 2 seans olarak uygulanır, ilk kez yapılıyorsa 2 veya 3 hafta sonra tamamlayıcı bir seans daha gerekebilir. Sonuç: Uygulamadan hemen sonra etki gösterir. Uygulama sonrası 1 yıla kadar kalıcı olur ve bu sürenin sonunda tekrarlamak gerekir… botox, dövme silme, burun dolgusu, küçük dokunuşlarla kusursuz görünebilirsiniz…”*

şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği ve kuruluşun isminin “An Estetik & Güzellik” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının 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 söz 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 **Ayşegül ELİŞ (AN Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2018/2581**

**Şikayet Edilen: Dt. Hasan Ömer KUTAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://omerkutay.com/> adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** - <https://omerkutay.com/> adresli internet sitesinin 07.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

Anasayfada; *“İmplant protezlerde bugüne kadar kliniğimizde sağlanan başarı alt çenede %99, üst çenede %97… Hastalarımız bu yöntemle hiçbir zaman dişsiz beklemek zorunda kalmazlar. Aynı gün sabit dişlerle hayatlarına devam ederler. Diş Hekimi Prof. Dr. Ömer Kutay implant center isimli kliniğinde implant hastalarına dişsizlik süresini kısaltmada en büyük avantaj olan bir günde implant tedavisi ile büyük kolaylıklar sağlıyor...”,* gibi ifadelere“İmplant Yorumları Arşivleri” başlığı altında; *“Ece Uslu – İmplant yorumları Ece Uslu – İmplant yorumları; Kanal tedavimdeki sorunlar yaklaşık iki sene boyunca devam etti ve beni çok yormuştu. Bu sebeple yeni bir hekim arayışına girmiştim. Bir arkadaşımızın tavsiyesi üzerine Prof. Dr. Ömer Kutay’ın kliniğine geldim. Geldiğimden bu yana hem dişlerimi kurtardım hem de dişçi koltuğu fobimi yenmiş oldum. Sevgili Ömer bey ve ekibinin güler yüzü ve sıcak kanlılığı sayesinde artık sıkıntı duymadan, dişlerimin kontrolünde düzenli olarak, aksatmadan muayene ettiriyorum. Dişçi koltuğundan korkmak ta neymiş?!... Oktay Yılmaz – İmplant yorumları Oktay Yılmaz – İmplant yorumları; implant tecrübesini anlatıyor. Gençlik yaşlarımdan beri dişlerimle ilgili hep sıkıntılarım oldu. Diş eti çekilmeleri neticesinde yaklaşık 10 sene önce yaptırmış olduğum üst çene kaplamalarımı tutan kökler de artık görevini yerine getiremeyip de tehlike çanları ciddi ciddi çalmaya başlayınca çare bulmak için birçok diş hekimimizin kapısını çaldım. Oktay Yılmaz, üst çene de komple ve alt çene de ise kısmi implant uygulamaları için görüştüğüm, uygulanacak tedavi yöntemi ve süreci hakkında bilgi aldığım hiç bir klinikten maalesef tatmin olmadım. Ta ki Prof.Dr. Ömer Kutay‘ı internette bulup hemen muayene için ilk randevumu alana kadar. Ömer Kutay ve değerli ekibinin 3-4 saatlik bir sürede üst çeneme koydukları 7 implant ve sinüs yükseltme operasyonu sonrasında geçici dişlerimin takılıp 1 saat sonrasında yemek yiyor olabilmek gerçekten inanılmazdı. Çoğu kişide inanmadı zaten. ? Bu operasyondan 2-3 ay sonra alt çenemi de elden geçiren ve bugün sabit dişlerimle bana güzel ve güvenli bir gülümsemeyi bağışlayan hocamıza ve ekibine yürekten teşekkür ediyorum. Oktay Yılmaz…”* gibi **hasta** yorumlarına, “Diş Beyazlatma” ve “Tüm Ağız İmplant Protez” gibi başlıklar altında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların talep yaratıcı, 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 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Dt. Hasan Ömer KUTAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2018/2880**

**Şikayet Edilen: Çebi Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Dr. Alp ASLAN Cerrahi Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.estecerrahi.com.tr](http://www.estecerrahi.com.tr) ve [www.instagram.com/estecerrahi/](http://www.instagram.com/estecerrahi/) adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** - [www.estecerrahi.com.tr](http://www.estecerrahi.com.tr) adresli internet sitesinin 20.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

Anasayfada; *“Maximum Saç Kökü,* *Maximum Doğallık, FUE Yöntemi ile Saç Ekimi…* *Uzman Ekip,* *Estetik bir Dokunuş ve mutlu bir gülümseme, …daha iyi NEFES, daha derin KOKU, daha doğal BURUN…, Bir plastik cerrahın* *en büyük arzusu insanların aynaya daha mutlu bakmasını sağlamaktır… Günümüzde baktığımızda dış görünüşün hayatımızda önemli bir yeri vardır. Kişiler sadece ruhsal olarak değil dış görünüşü bakımından da kendilerini kötü hissedebilmektedir. Estetik cerrahi, kişide hoşuna gitmeyen bir bölgesine yeniden şekil vererek kişinin yeni görünümüne ve kendisine olan güvenine kavuşmasını sağlamaktadır. Estetik cerrahi operasyonları konusunda kişi kendisi karar vermektedir. Bu aşamada ise estetik cerrahla birlikte sorunu nasıl çözebilecekleri ve hangi tedavinin daha uygun olabileceğine karar verirler… Hızlı bir şekilde gelişen ve değişen hayatta insanlar genç ve canlı görünüşe daha çok önem vermektedir. Daha genç ve daha canlı bir görünüm için kişiler ameliyatsız tedaviler için başvurularda bulunmaktadır. Bu doğrultuda tedaviler her geçen gün popülerlik kazanmaktadır. Eğer ki bu tedavileri profesyonel ve güvenilir ellerde yaptırırsanız güzel sonuçlar alabilirsiniz. Este Cerrahi olarak, hücre yenileyen ve gençleştiren bu yöntemler ile kişilere yüzün doğallığını bozmadan ve daha genç ve canlı bir görünüm kazandırmayı hedeflemektedir… Gülüş Tasarımı. Eğer sizlerde gülüşünüzden memnun değilseniz, bilgisayar destekli programlarla işlem öncesinde de nasıl bir işlem yapılacağını görebileceksiniz. Bu tedavi öncesinde kişinin fotoğrafları çekilerek dijital ortama aktarılır. Sonrasında da programlar yardımı ile nasıl bir gülüş tasarımı olacağı görülebilir…”* gibi ifadelere, “*Hastalarımızdan… Süper Hocamızın ve ekibinin ellerine sağlık Nurettin Güvercin… Saç ekiminde çok iyi ana saçından bile fark edemeyecek kadar iyidir birde misafirperverdir hocamız herkese tercih ederim Mehmet Koyuncu…”* şeklindeki hasta yorumlarına, “Dudak Estetiği” başlığı altında; “*…eski yıllardan beri diri ve dolgun dudaklar güzelliğin, çekiciliğin ve gençliğin göstergesi olarak kabul edilmiştir. Dudak estetiği dudakların daha güzel görünmesi için yapılan estetik girişimleri kapsar. Dudakların kalın ve dolgun olması gençliğin göstergesi iken, incelmiş ve kenarlarında kırışıklıklar olan dudaklar yaşlılığın ifadesi olabilir. Dudak pembe kısımlarının ince olması bazen genetik olarak doğuştan ortaya çıkar, bazen de yaşlanmaya bağlı olarak dokuların incelmesi sonucunda oluşabilir. Genellikle dudak yaşlanması yüz yaşlanmasına paralel olarak ilerlemektedir. Dudakların görünümünde çene yapısı, burun ve dişler önemli yer tutar. Dudakların yerleşimi dışında dudağın boyu, genişliği, alt ve üst dudak kalınlıkları, gülme durumunda dişlerin ne kadar görüldüğü de operasyon planı açısından önemlidir. Alt dudak, üst dudaktan daha dolgun olmalı, gülerken diş etleri görünmemelidir. Dudaklar, burun ucundan çene ucuna çizilen hayali çizginin gerisinde kalmalıdır. Bu hattın önünde yer alan abartılı dudaklar estetik bir görüntü vermeyecektir. Dudak estetiği, dudakları genetik olarak ince olanlar, dudakları zamanla yaşlanmaya bağlı doku kaybı sonucu incelenler, dudakları normal görünümde olup da daha kalın ve dolgun dudaklarla daha genç, daha güzel ve daha çekici olmak isteyenlere uygulanmaktadır…”* ifadelerine ve “Göz Kapağı Estetiği” gibi başlıklar altında kuru iğne tedavisine ilişkin görüntülere yer verildiği,

[www.instagram.com/estecerrahi](http://www.instagram.com/estecerrahi) adresli internet sitesinin 20.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

*“Dudak dolgusu ile güzel ve biçimli dudaklar…* *Daha dolgun, daha diri, daha çekici, estetik olarak daha güzel göğüsler elde etmek için, meme büyütme ameliyatı yapılabilir… Jinekomasti Tedavisi ile saklama derdine son! High Definition Liposuction (yağ alma) tekniği ile herhangi bir kesi yapmadan, sadece birkaç milimetrelik delikler kullanılarak içerideki yağ ve meme dokusu tamamen çıkarıldığı gibi, özellikle düzenli spor yapan insanlarda göğüs kaslarını tamamen ön plana çıkarıp, kasların oluşturduğu ışık, gölge ve yansımalarla kişilerin özgüvenlerini tekrar kazandırabiliyoruz… H100 Aşısı ile kırışıklıklara veda edin… Vücudumuzda çeşitli nedenlerden dolayı aşırı yağlanmalar görülebilir. Bu yağlanmalardan kurtulmak içinse cerrahi bakımdan Liposuction en iyi sonuç veren yöntemlerdendir…”* ifadelerine, “*Benim adım Mahmud Masoud İsveç'te yaşayan Filistinli. Saç ekimi ameliyatı için Dr. Alp Aslan'a geldim. Arkadaşım bana bu kliniği tavsiye etti çünkü sonuçları mükemmel. Kasım 2017'de ameliyat oldum. Bu klinikte ameliyat olduğum için çok mutluyum çünkü zaten çok güvenilir ve çok deneyimli bir ekip ve iyi bir resepsiyona sahip olduğunu biliniyor. Böylece, güvenli ve iyi ellerde hissettim. Tabii ki, klinik hakkında çok fazla konuşmam gerekmiyor, deneyimim ve saç sonucum en büyük kanıt. Bu 6 aylık bir sonuçtur. Onunla son derece mutluyum. Beni tanıyan arkadaşlarım sonuçtan çok şaşkın ve değişime inanamıyorlar. Tanimadiklarim ise saç ekimi yaptığımı anlayamıyorlar. Bana %100 doğal görünmesine ne kadar şaşırdığını söyluyorlar! Onun için, Dr. Alp Aslan'a büyük bir teşekkür borcum var, tüm ekibine ve kardeş Zara'ya çok teşekkür ederim, bana her şeyi tercüme eden ve tüm prosedür boyunca bana yardımcı olan tercüman. Çok güvenilir olan Doktor Aslan'a tekrar teşekkür ederim…”* şeklinde hasta yorumlarına ve toplumu endişeye sevk edici biçimde tıbbi işlem uygulama görüntülerine, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların talep yaratıcı, kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve diğer hekimler ve sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla söz 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 **Çebi Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Dr. Alp ASLAN Cerrahi Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2018/2891**

**Şikayet Edilen: Estepolte Sağlık Hizmetleri ve Kozmetik Tic. A.Ş. (Estepolte Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.estepolte.com](http://www.estepolte.com) ve [www.instagram.com/estepolte](http://www.instagram.com/estepolte) adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.estepolte.comadresli internet sitesinin 20.09.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

“Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Kadınların en sık kullandıkları estetik operasyon olan epilasyon, temelinde istenmeyen tüylerin yok edilmesi için uygulanan yöntemlere denir. Teknolojinin gelişmesiyle sağlık sektöründeki birçok alanda olduğu gibi epilasyon teknikleri de çok daha kolay uygulanabilen bir operasyon halini aldı. Klasik yöntemler olan, ağda ve traş gibi uygulamalar ile istenmeyen tüy sorununa kalıcı çözümler üretilemezken lazer epilasyon ile daha kapsamlı bir çözüm sağlanabiliyor.*

*Lazer epilasyon teknolojileri sayesinde daha kısa sürede, en az ağrı ve sıfır denebilecek kadar yan etkiyle vücudun birçok bölgesindeki istenmeyen tüylerden kurtulmak mümkün. Lazer teknolojisi yardımıyla cildin en üst tabakası hiç zarar görmezken sadece kıl kökleri tahrip edilmesi sağlanır. Ağda başta olmak üzere birçok klasik yöntemin aksine lazer epilasyon uygulamalarında kıl köklerinin etrafındaki dokularda herhangi bir hasar oluşmaz. Tahrip edilen kıl kökleri sayesinde lazer epilasyon uygulanan bölgedeki istenmeyen tüylerden acı çekmeden kısa süre içerisinde kurtulabilirsiniz. 18 yaşından büyük herkese uygulanabilir.*

*Diğer epilasyon tekniklerine göre bir diğer önemli fark ise lazer epilasyon sonrası, uygulama yapılan kişiye duş almama, denize girmeme gibi kısıtlamalar uygulanmaz. Lazer epilasyon, 18 yaşından sonra her yaşta uygulanabilen bir yöntemdir.*

*Lazer epilasyon için kullanılan cihazlara bağlı olarak birçok farklı teknik ve uygulama şekli bulunur. Üsküdar Estepolte Estetik ve Güzellik Merkezi uzman kadrosu ve son teknoloji cihazları ile lazer epilasyon yöntemlerinde en etkin ve başarılı uygulamaları ile misafirlerine hizmet vermektedir.*

*Lazer epilasyon uygulamaları zararlı mıdır?Lazer epilasyon uygulamalarının tıp literatürüne geçen herhangi bir olumsuz etkisi yoktur. Tüm dünyada geçerli olan ve kabul görmüş Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) onayı bulunan lazer epilasyon yöntemlerindeki lazer ışınlarının herhangi bir mutasyonel etkisine rastlanamamıştır.*

*FDA ve Sağlık Bakanlığı başta olmak üzere, dünya genelinde üniversiteler, bağımsız denetim kuruluşlarınca yapılan testlerde doğru uygulanan lazer epilasyon tedavilerinin insan vücuduna bir zarar vermesi mümkün değildir. Bu yöntemlerde kullanılan lazer ışınları radyoaktif özellik taşımazlar. Uygulama hatası ya da lazer ışınlarına fazla maruz kalınması nedeniyle geçici ve yüzeysel yanıklar oluşabilir. Bu tür sorunlarla karşılaşmamak için tecrübeli ve gerekli onaylardan geçmiş, uzman personel çalıştıran güzellik merkezlerinden hizmet almak yeterlidir…”* gibi,

[www.instagram.com/estepolte/](http://www.instagram.com/estepolte/) adresli internet sitesinin 20.09.2018 tarihli görünümünde; “Lazer Epilasyon” şeklinde doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan “Lazer epilasyon” işlemine ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği ve kuruluşun isminin “Estepolte Esthetic” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının 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 ve tanıtımlarda yer alan “Kliniğimiz” ibaresiyle sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; lazer epilasyon işleminin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, 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 **Estepolte Sağlık Hizmetleri ve Kozmetik Tic. A.Ş. (Estepolte 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: 2017/2548**

**Şikayet Edilen: Dr. Ali Murat SONEL (Balıkesir Atatürk Devlet Hastanesi Plastik Cerrahi Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.alimuratsonel.com](http://www.alimuratsonel.com) adresli internet sitesi ile [www.doktortakvimi.com](http://www.doktortakvimi.com) adresli internet sitesinde şahsa ait profilde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.alimuratsonel.com> adresli internet sitesinin 06.04.2018 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *“…Migren cerrahisi, minimal invazif ve minimal travmatik koşullarda gerçekleştirilmektedir. Bunun ne anlama geldiğini açıklayacak olursak, çok küçük kesilerden yapılan ve etkisi büyük bir ameliyattır. Migren ameliyatı ilaçlar gibi yan etkisi olmayan anatomi ve/veya fizyoloji ile uyumlu bir ameliyattır, benim açımdan 2000’li yılların en önemli keşiflerinden bir tanesidir. Bu konuda dev adımlar atılmaktadır… Migren ameliyatı sayesinde migren hastalarına hayat eski kalitesini geri vermek kaybettiği yılları geri kazandırmak 21. Yüzyılda mümkün hale gelmiştir. Migren ameliyatlarının en büyük avantajı çok küçük kesilerden yapıldığından hızlı iyileşme sağlamasıdır. Örneğin şakak ve alın migreni saç içinden endoskopik kamera ile yapılabilir. Aynı şekilde alın migreni üst göz kapağı kıvrımında da yapılabilir ve bu bölge için %90’lara varan başarı oranları bildirmektedir…”*,

-“Botoks Uygulaması” başlığı altında; *“…Bu etkisinden dolayı kırışıklıkların kaybolmasından son derece faydalı bulduğum ilaçlardandır…uzun zamandır güvenli bir biçimde kullanılmaktadır…Bu etkileri azaltmak, yani kırışıklıklardan kendinizi kurtarmak ve güzel bir görünüme kavuşmak istiyorsanız botox yaptırarak ruhunuz gibi yüzünüzü de gençleştirebilirsiniz…deneyimli bir doktor…Bu sayede pürüzsüz bir yüzünüz olabilir…”* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

-“Göz Kapağı Estetiği” başlığı altında; *“…Göz kapaklarındaki kırışıklıkların giderilmesinde de bilinen en etkili işlemdir…Estetik göz kapağı ameliyatı ile daha genç bir görünüme sahip olabilirsiniz. Estetik göz kapağı ameliyatı sonrasında, iyileşme sürecinin kısa ve zorlu olmaması, sonucun çok çarpıcı olarak kişiyi 10 ila 15 sene öncesine kadar götürmesi açısından oldukça sık yapılan ve tercih edilen estetik ameliyattır…son derece düşük bir ihtimal olan körlük…Göz kapağı ameliyatı hakkında daha fazla bilgi ve fiyatları için benimle iletişime geçebilirsiniz.”* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

-“Estetik Burun Ameliyatı” başlığı altında; hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

-“Migren Ameliyatı” başlığı altında; *“…Amerika’nın en önde gelen plastik cerrahlarından Dr. Bahman Guyuron’un geliştirmiş olduğu endoskopik cerrahi tedavisi ile migren hastaları yüzde 90 oranında iyileşme sağlanmış. Guyuron’un uyguladığı teknik ülkemizde de aralarında benim de yer aldığım hekimler tarafından uygulanıyor…komplikasyonlar olma olasılığı çok düşüktür…Alınan sonuçlar %90’larda olsa da…”*,

-“Migren Ameliyatı ile ilgili sık sorulan sorular” başlığı altında; *“…işlemin başarısı açısından çok önemlidir…en iyi sonuçlar vermektedir...”*,

-“Ense Migreni Ameliyatı Önemli” başlığı altında; *“…Enseden başlayan migrenin tedavisi ameliyat ile oldukça yüksek başarı göstermektedir…”*,

-“Şakak Migren Sebebi” başlığı altında; *“…Bu durumlarda tedavimiz son derece basit olup damarı bir bütün olarak çıkartmaktayız.”* ifadeleri ile,

-*“Yamuk Burunların Ameliyatı Zor Mudur?, Burun Kıkırdağında Pencere Açmak, Ense Migreni Ameliyatı Önemli, Şakak Migren Sebebi, Migren Ameliyatı Nasıl Yapılır, Migren Ağrısı Nedir?”* başlıkları altında yer alan fotoğraf ve videolarda tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

<www.doktortakvimi.com> adresli internet sitesinin 06.04.2018 tarihli görünümünde şahsa ait profilde örnek olarak;

-“Hasta/Danışan Görüşleri” başlığı altında; *“…10 numara 5 yıldız bir doktordur. Daha iyisini bulamazsınız. Yaptığı işi temiz yapar, hastasıyla çok iyi ilgilenir. Kendisine sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum…Merhaba ben de burun ameliyatı oldum çok rahat ağrısız süreç geçirdim. Doktoruma çok teşekkür ederim…Yaklaşık on senedir baş ağrılarıyla savaşıyorum son iki senedir dayanılmaz bir hal almıştı neredeyse üç dört günde bir tutuyordu derken internette yaptığım bir araştırma sonucu doktorum Ali Murat Sonel hocamı buldum ona güvendim ve bundan iki ay önce ameliyat oldum iki aydır hiç atak yaşamadım çok şükür rabbim sizi karşıma çıkardığı için çok mutluyum teşekkür ederim hocam…20 yıldır migren hastayım. Her gün baş ağrısı çekiyordum. Doktor Ali Murat Sonel tarafından migren ameliyatı oldum. Migren ataklarım geçti. Doktor Ali Murat Sonel Allah razı olsun. Çok teşekkürler…”* gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür, onay ve tavsiye ifadelerine yer verildiği,

-“Hasta, Danışan Soruları” başlığı altında; *“…Babamın şekerden dolayı sağ ayak parmakları kesildi fakat ameliyat yaraları geçmedi ve ilerledi bunun için sizinle görüşmek istiyoruz hocam: Bunun için muayeneye gelmeniz yeterlidir sağlıkça kalın…Merhabalar erkek tipi saç dökülmem var ve saçlarım baya azaldı kel olma yolunda ilerliyorum prp ile saçları geri kazanabilir miyim? PRP’nin olumlu etkileri üzerinde çok sayıda çalışma yapılmıştır. Herkes fayda görmese de büyük bir kısmı fayda gördüğünü söylüyor yapmış olduğumuz hastalarımızdan...”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitelerinde 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, bu durumun da;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**47)**

**Dosya No: 2017/4685**

**Şikayet Edilen: Özel İnci Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel İnci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinin 09.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Özel İnci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“…Implantta Yıl Sonu İndirimi. İsviçre patentli implantımız porseleni dahil 500£ yerine sadece 1800tl’dir. 31.12.2017 gününe kadar geçerlidir…Günümüzde diş implantları, tartışmasız olarak doğal dişlere en iyi alternatiftir. Doğru teşhis, yeterli bilgi, tecrübe ve ekipmanla uygulandığında diş İmplantı, hasta ve hekim açısından başarılı sonuçlar verebilen bir tedavi şeklidir…Siz dilediğiniz gibi gülümseyince biz de mutlu oluyoruz. Porselen çalışmamız…Sen gülerken dişlerinde gülsün. İNCİ gibi dişlerinizle daima gülümseyin…Sağlıklı gülüşler,inci gibi dişler…Zirkonyum çalışmamız, sağlıklı gülüşler. Gülüşlerim inci...İşte değişim…Beyazlatma tedavimiz. Kaç ton açıldı bilemedim…”* gibi ifadeler ile sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlemek ve fiyat bilgilerine yer vermek suretiyle faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; diğer taraftan, *“…Güleryüz, uygun fiyat, kalitenin tesadüf olmadığının en canlı örneğidir…”* gibi ifadeler ile kuruluşa yönelik övgü ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler 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, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 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 **Özel İnci Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel İnci 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.

**48)**

**Dosya No: 2017/4694**

**Şikayet Edilen: Onep Estetik Turizm Tic. Ltd. Şti. (Özel M-Onep Estetik Polikliniği)**

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “M-Onep” kullanıcı isimli sayfanın 08.03.2018 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; “*…Türkiye’nin en geniş ameliyatsız estetik uygulama yelpazesine sahip m-Onep’lerde; tümü Amerikan FDA ve CE onaylı teknolojik lazer ve cihazlarla, dermatolog doktorlar yönetimindeki uzaman kadro ile ameliyatsız güzelliğin ve estetiğin son teknikleri uygulanmaktadır…M-Onep Klinikleri’nde, en çok talep gören dolgu uygulaması, 8 Mart’a özel fırsatlarla sizi bekliyor.5-10 Mart haftasında gözaltı ışık dolgularında nakitte %20, kredi kartında ise %15 indirim uygulanacak. Aydınlanmış, dinlenmiş, ışıltılı bakışlar için bu özel fırsatı kaçırmayın. 8 Mart’a özel güzellikler…Cilt problemleriniz ve lekelerinizden cildinizi IPL ile yenileyerek kurutulun…Lazer epilasyon yaptırmak isteyen kişiler işlemin acısız olmasına önem veriyor. M-Onep’de kullandığımız cihazların en sevilen özelliği jelsiz ve acısız olarak tüyleri yok etmesidir. Etkisi ve güvenilirliği klinik çalışmalarla kanıtlanmış ‘Altın standart’ lara sahip, benzersiz desire teknolojisi oluşturulmuş ve işlem sırasında beyine giden acı sinyallerini bloke ederek epilasyonu acısız hale getirmiş sistemlerimiz tüm vücut bölgelerine uygulanabilmektedir. Sistemlerimizin başarısı FDA onayı ile kanıtlanmıştır… Sevgililer gününe özeli ışıltı ve nem dolgusuna arkadaşınız ile gelin, bu uygulamadan %20 indirimli yararlanın, tek başına gelenlerde, işlem aynı tarihler içinde %10 indirimle uygulanacaktır…Co2 fonksiyonel lazer; akne ve yara izleri, geniş gözenekler ve leke problemlerinde oldukça etkili bir uygulamadır…Cildinizin zamanla azalan volümünü geri kazandırmak ve sağlıklı, doğal görünümlü bir cilde kavuşmak için SOMON DNA AŞISI(Pi Sistem) hakkında bizden bilgi alın; info@m-onep.com. Yanak boşlukları, çene bölgesi ve etrafı, üst yanak, elmacık kemikleri etrafındaki bölgeler, el üstü, boyun ve dekolte bölgesi dahil tüm yüze güvenle uygulanabilen SOMON DNA AŞISI…Etiler ve Nişantaşı’nda bulunan M-Onep’lerde tümü Amerikan FDA ve CE onaylı teknolojik lazer ve cihazlarla, dermatolog doktorlar yönetimindeki uzman kadro ile ameliyatsız güzelliğin ve estetiğin güvenliği ve faydası onanmış işlemler uygulanmaktadır…FDA onaylı Fraxel Lazer sayesinde kollajen doku tamir ediliyor ve cilt yenileniyor, yüzdeki ince kırışıklıklar düzeliyor, cilt lekelerinin önemli bir kısmı yok edilirken, aynı zamanda yüzdeki porlar sıkılaşarak cilt pürüzsüz bir hale geliyor. Bu yeni cihazda ağrı da minimale inmiş durumda, ağrı eşiği düşük olan kişilere uyuşturma yapılarak daha konforlu bir işlem sağlanabiliyor…tüm vücut bölgelerinde uygulanabilen, FDA onaylı, acısız, etkisi ve güvenilirliği klinik çalışmalarla kanıtlanmış lazer epilasyon çözümlerimiz için bizimle iletişime geçin…Yepyeni, lekesiz bir cilt istemez misiniz? Lazerle cilt yenileme işlemi ile daha güzel bir cilde kavuşmak için hemen arayın, İhtiyacınıza göre 1-3 seansta yapılan uygulama sonrasında tamamen yenilenmiş ve parlak bir cilde kavuşacaksınız…ışıldayan, genç ve elastikiyeti düzenlenmiş bir cilt için, hyaluronik asit içerikli dolgular muhteşem sonuç veriyor…Bölgesel yağlardan kurtulmak için geliştirilmiş üstün teknoloji uygulamalarımız ile daha iyi hissedilen ve deniz mevsiminin tadına daha fazla çıkarın…Estetik ve güzellik ile ilgili ihtiyaçlarınız için yanınızdayız. Bizimle iletişime geçin…FDA onayına sahip lazer epilasyon programlarımız ile yazı çok daha rahat geçireceksiniz. Detaylı bilgi ve randevu için bizimle iletişime geçin…Türkiye’nin en geniş uygulama yelpazesine sahip M-Onep Estetik ve Güzellik Merkezleri’nden antiaging, botoks ve dolgu işlemleriniz için randevu alın. Daha genç bir görünüme güvende kavuşun…*” gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin kampanyalar düzenlediği,

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitesinde kuruluşun isminin “*M-Onep Estetik ve Güzellik Merkezi*” olarak nitelendirilerek, kuruluş türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitesinde, kuruluş ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

-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, 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 **Onep Estetik Turizm Tic. Ltd. Şti. (Özel M-Onep Estetik Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2017/4713**

**Şikayet Edilen: Viva Sağlık Gıda Turizm İnşaat İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel DRM Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*dermaline\_lazer*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; “*…Her şeyi geride bırakın. Gözaltındaki yorgun ifadeyi ortadan kaldırıp, tam tersi parlak, ışıltılı ve dinç bir görünüme kavuşmak artık imkansız değil! Hadi ışığımızla göz kamaştıralım…Ağrısız acısız sizde deneyin!...botoks uygulamaları, yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini hafifletmek ya da ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan, kolay ve güvenilir bir yöntemdir. Botoks enjeksiyonları, özellikle alın bölgesindeki ve kaş arasındaki çizgiler, göz kenarında meydana gelen kazayağı denilen ince çizgiler ve boyunda yaşla beraber belirginleşen dikey çizgileri hafifletmekte altın standarttır. Mimiklere bağlı oluşan tüm çizgilerde etkili olan botoks, formülün ince iğnelerle kaslara enjekte edilmesi ile yapılan, basit bir işlemdir…İşte Sürpriz! Artık sadece cildinizi değil tüm vücudunuzu yaza hazırlıyoruz! Portakal kabuğu görünümündeki selülitlere ve moralinizi bozan bölgesel fazlalıklara veda etmeye hazır mısınız? Bu yaz sıkı, fit, ışıl ışıl bir vücut ve cilt ile tatile yollayacağız sizi, hadi başlayalım, gözler üzerinde olacak…Dudak dolgusu estetik acıdan hoş bir görüntü elde edilmesini sağlarken aynı zamanda genç bir görüntüye sahip olunmasın da sağlamaktadır. Sadece saatler içinde etkisini gösteren ve son derece kısa sürede iyileşen bu tedavi özellikle kadınlar tarafından ilgi görmektedir…terlemeye son, botoks ile terleme tedavisi sayesinde, sadece 10 dklık bir uygulama ile terlemeden kurtulmak ve uygulama sonrasında hemen normal yaşama geri dönmek mümkün olmaktdır…dolgun dudaklar! Hayal değil! Dudak dolgusu, hem yapısal olarak ince dudaklara daha dolgun bir görünüm vermekte hem de yıllarla birlikte incelen dudaklara eski hacimlerini geri kazandırmakta tercih edilen güvenli bir işlemdir…Lazer epilasyon ile istenmeyen tüylerinizden güvenle kurtulun, rahatlığın tadını doya doya çıkarın!...Şimdi tüm bakışlar üzerinizde! Botoks, kırışıklık tedavisi alanında en yüksek seviyede olumlu sonuç veren bir uygulama şekli olup, en doğal ve verimli sonuçları almak mümkün…H-100aşısı ile kabuğundan çıkma zamanı! H-100 Aşısı; derinin nem kapasitesinin artmasına, sarkan/deforme olan bölgelerin sıkılaşmasına ve kırışıklıkların giderilmesine yardımcı olan başarılı bir uygulamadır…Lazer epilasyon ile kontrol sende! Lazer Epilasyon, istenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yoludur. Siz de lazer epilasyon ile tüylerinizden rahatlıkla kurutulabilir, kontrolü tamamen elinize alabilirsiniz!...Kırışıklıklara dur de! Yüzümüzdeki bizi rahatsız eden yaşlılık çizgileri ve kırışıklardan ameliyatsız kurtulmanın en kolay yöntemi olan botoks ile siz de zamanın etkilerinden kolaylıkla kurtulabilirsiniz…Dudak dolgusu ile doğallıktan ödün vermeden hacimlenin!...Rahatlığın yeni hali:Lazer Epilasyon! Lazer epilasyon ile istenmeyen tüylerinizden güvenle kurtulun, rahatlığın tadını doya doya çıkarın!...”* gibi ifadeler ile,

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*Dermaline-DRM Polikliniği*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; “*…gözaltındaki yorgun ifadeyi ortadan kaldırıp, tam tersi parlak, ışıltılı ve dinç bir görünüme kavuşmak artık imkansız değil! Hadi ışığımızla göz kamaştıralım. Her şeyi geride bırakın…Botoks uygulamaları, yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini hafifletmek ya da ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan, kolay ve güvenilir bir yöntemdir. Botoks enjeksiyonları, özellikle alın bölgesindeki ve kaş arasındaki çizgiler, göz kenarlarında meydana gelen kazayağı denilen ince çizgiler ve boyunda yaşla beraber belirginleşen dikey çizgileri hafifletmekte altın standarttır. Mimiklere bağlı oluşan tüm çizgilerde etkili olan botoks, formülün ince iğnelerle kaslara enjekte edilmesi ile yapılan, basit bir işlemdir. Ağrısız acısız siz de deneyin…Gözler üzerinizde olacak. İşte Sürpriz! Artık sadece cildinizi değil tüm vücudunuzu yaza hazırlıyoruz! Portakal kabuğu görünümündeki selülitlere ve moralinizi bozan bölgesel fazlalıklara veda etmeye hazır mısınız? Bu yaz sıkı, fit, ışıl ışıl bir vücut ve cilt ile tatile yollayacağız sizi, hadi başlayalım…Dudak dolgusu estetik açıdan hoş bir görüntü sağlarken aynı zamanda genç bir görüntüye sahip olunmasını da sağlamaktadır. Sadece saatler içinde etkisini gösteren ve son derece kısa sürede iyileşen bu tedavi özellikle kadınlar tarafından ilgi görmektedir…Botoks ile terleme tedavisi sayesinde, sadece 10 dklık bir uygulama ile bir uygulama ile terlemeden kurtulmak ve uygulama sonrasında hemen normal yaşama geri dönmek mümkün olmaktadır. Terlemeye son…İstenmeyen tüylerin giderilmesinde en etkili ve en konforlu yöntem lazer epilasyon…Dolgun dudaklar hayal değil, dudak dolgusu hem yapısal olarak ince dudaklara daha dolgun bir görünüm vermekte hem de yıllara birlikte incelen dudaklara eski hacimlerini geri kazandırmakta tercih edilen güvenli bir işlemdir…botoks kırışıklık tedavisi alanında en yüksek seviyede olumlu sonuç veren bir uygulama şekli olup en doğal ve verimli sonuçları almak mümkün olmaktadır…H-100 aşısı derinin nem kapasitesinin artmasına sarkan deforme olan bölgelerin sıkılaşmasına ve kırışıklıkların giderilmesine yardımcı olan başarılı bir uygulamadır, H-100 aşısı ile kabuğunuzdan çıkma zamanı…Velashape III kadınların vücut fazlalıklarıyla ilgili hoşnutsuz olmalarına neden olan problemli bölgelerin tedavisi için kullanılan mükemmel bir yöntemdir, Velashape III kullanımı kolay eve kapanmayı gerektirmeyen, konforlu, derinlemesine etkili, gelişmiş klinik protokolleri ile etkili sonuç veren, tekrarlanabilir vücut şekillendirme tedavisi sunarak bölgesel fazlalıklarınızdan kurtulmanıza yardımcı olur…daha çekici dudaklara sahip olmanın yüze daha genç bir görümnüm vermenin en etkili yolu dudak dolgusu ile sağlanmaktadır, dudak dolgusu hem yapısal olarak ince dudaklara daha dolgun bir görünüm vermekte hem de yıllarla birlikte incelen dudaklara eski hacimlerini geri kazandırmakta tercih edilen güvenli bir işlemdir…lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmak için kadınlar tarafından sıklıkla tercih edilen bir yöntemdir, çevre dokulara zarar vermeden kıl köküne direk etki ederek tüylerinizden güvenle kurtulmanıza yardımcı olan son teknoloji bir yöntemdir… Lazer epilasyon ile kontrol sende! Lazer Epilasyon, istenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en hızlı ve en sağlıklı yoludur. Siz de lazer epilasyon ile tüylerinizden rahatlıkla kurutulabilir, kontrolü tamamen elinize alabilirsiniz!...lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en sağlıklı ve en hızlı yöntemidir, cildinize ipeksi bir dokunuşla etki eden lazer epilasyonun konforunu keşfetmeye ve istenmeyen tüylerinizden kurtulmaya hazır olun…dudak dolgusu ile doğallıktan ödün vermeden hacimlenin, dudak dolgusu estetik açıdan hoş bir görüntü elde etmenizi aynı zamanda genç ve dolgun bir görüntüye sahip olmanızı sağlar… Kırışıklıklara dur de! Yüzümüzdeki bizi rahatsız eden yaşlılık çizgileri ve kırışıklardan ameliyatsız kurtulmanın en kolay yöntemi olan botoks ile siz de zamanın etkilerinden kolaylıkla kurtulabilirsiniz…hızlı, kalıcı, acısız güzellik için tek yapmanız gereken lazer epilasyon…diğer peeling yöntemlerinden ayıran en büyük özelliği çok hassas ve hasarlı ciltlerde de güvenle uygulanabilmesidir, güzelliğiniz pumpkin peeling ile tamam…saç için gerekli olan eksiklerin giderilmesine dayanan saç mezoterapisi işlemi sonrasında saçlarda daha parlak ve hacimli bir görüntü oluşmaktadır, hem kadına hem de erkeğe güven içinde uygulanana bu yöntemin uygulaması da oldukça rahat ve kolaydır…saç derisine ince uçlu enjektörler ile uygulanan etkin bir tedavi yöntemidir, sonuçları yüz güldürücüdür…vücudun değişik bölgeleri için uygulanan prp tedavisi ile deri hızla kendini yenileyerek parlak bir görünüme sahip olmaktadır, tedavi derinin kendini yenilenmesinde son derece faydalıdır, iyileşmesi, uzun süren ve deride kalıcı sıkıntılara yol açacak yaraların kontrol altına alınmasında da bu tedavi kullanılmaktadır…lazer epilasyon en kısa sürede, en az ağrı ve yan etkiyle vücuttaki istenmeyen tüyleri güvenli ve kalıcı bir şekilde yok ederek cildinizde saten etkisi meydana getirir, cildinizde saten etkisi…yüz bölgesine uygulanan botoks işlemi ile zamanla meydana gelen kırışıklıklar ve sarkmaların önüne geçilerek başarılı sonuçlar elde edilir, zaman geçsin siz gençleşin…*”gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitesinde, kuruluş ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

-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 **Viva Sağlık Gıda Turizm İnşaat İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel DRM Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2017/4721**

**Şikayet Edilen: Olgumed Sağlık Hizm. Optik Tıbbi Aletler Elektr. Tur. San ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Olgumed Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.olgumed.com> adresli internet sitesinin 23.03.2018 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“…merhaba. Cildiniz iş ve sosyal hayatınızdan cinselliğe kadar yaşamın tüm aşamalarında kimliğiniz gibidir.Ona iyi bakmak özgüveninizi ve çekiciliğinizi arttırır.Bakımınız için doğru ve güzel olan her şeyi yapma konusunda danışmanınız ve hekiminiz olarak 12 yıldır yanınızdayım olmaya da devam edeceğim…Fransiyonel lazer ile cildinizde oluşan problemlerden 2-3 dakika ile 30 dakika arasında kurtulabileceğinizi biliyor musunuz?...Şimdi lazer epilasyon zamanı.Dünya standartlarında en iyi lazer epilasyon ödülü almış FDA onaylı cihazlar dermatoloji uzman doktoru kontrolünde lazer epilasyon şimdi size en uygun şartlarda...kök hücre:Hastanın kendi hücrelerinden elde edilen, zamanın etkilerini geriye çeviren Otolo Fibroblast Hücresel Tedavi yöntemidir…”* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Aquaxly” başlığı altında; *“…vücutla barışık sıvı bir çözeltidir…erkeklerde göğüs sarkmalarının yok edilmesi için mükemmel bir çözümdür…tedavi tamamen ağrısızdır…aqualyxi inanılmaz hızlı ve kesin bir tedavi şekli yapar ayrıca güvenilirliği diğer yöntemlere göre farkını ortaya koyar…Aqualxy Diğer uygulamalardan Farkı Nedir?Diğer birçok bölgesel zayıflama tedavilerinin aksine, Aquaxly tam CE,FDA onayına sahip olan tek yağ eritme yöntemidir…doğal ve güvenli olarak vücuttan atılır. Standart Lipoliz enjeksiyonundan farklı uygulanan Aqualyx tedavi yöntemi ile bölgesel yağlardan tamamı ile kurtulmak mümkün. Aqualyx enjeksiyonu çok özel bir teknik ile…Neredeyse ağrısız, risksiz ve hızlı biçimde gerçekleştirilen bu uygulama…”*,

-“Fraksiyonel Lazer” başlığı altında; *“…çok hızlı bir şekilde ciltteki…Bu izlerin en aza indirilmesinde son yıllarda franksiyonel lazerleri kullanmaktayız…son yıllarda sıkça ve başarıyla kullandığımız bir yöntem olmuştur…Bu konuda hekimlerimizden detaylı bilgi almaktan çekinmemelisiniz.Alacağınız doğru bilgiler tedavi sonundaki memnuniyetinizi arttıracaktır…franksiyonel lazerler en iyi seçeneklerden biri olarak son yıllarda yerini almıştır… franksiyonel lazerler başarıyla kullanılmaktadır…”*,

-“Gençlik Aşısı” başlığı altında; *“…Ciltte doku yenilemesi sağlayan çoğunlukla cerrahi operasyonlardan çekinenlerin tercih ettiği bir uygulama olup, cilt altına kolaylıkla yerleşerek…doğal bir görüntü veren bir uygulamadır…cilt altında kolaylıkla yerleşerek zamanla…Sonuçta natürel bir görüntü elde edilmektedir…ideal bir uygulamadır…diğer dolgulardan farklı olarak organik bir üründür.Sık tercih edilme sebebi de budur.Bu formülü içeren tek ürün; piyasada idea firmasının bioexpander gençlik aşısıdır…Lazer esaslı birçok tedavi yöntemi oluşmuş sorunların etkisini hafifletmek içindir.Henüz bu sorunlar oluşmadan yaşlanma sürecini geciktirmek içinse IAL sistem ve daha ileri bir versiyonu olan Bio Expander’den yararlanabilirsiniz.25’li yaşlardan itibaren cilde nem, parlaklık kazandıran sarkmaları önleyen hücreler azalır.Bunları kırışıklık ve çökmeler görülmeden yerine koyarsak yaşlanma sürecini yavaşlatmış oluruz.Gençlik aşısı (Bio Expander) bu amaca hizmet eden en son yeniliklerden biridir…”*,

-“Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…Polikliniğimiz T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlı olup leke tedavi uygulamaları dermatoloji uzman doktorumuz tarafından yapılmaktadır.15 senedir sizlere hizmet veren güzellik polikliniğimizde, sadece Amerikan sağlık teşkilatı ve CE onaylı sistemlerle hizmet verilmektedir…hastayı bu tedaviler konusunda çok iyi bilgilendirmekteyiz.Bu değerlendirme ve muayene sürecinden ekstra bir ücret talep etmemekteyiz…Sağlık Bakanlığı tarafınca ruhsatlı olmayan, bir doktoru bünyesinde bulundurmayan, bir sorununuz olduğunda muhatap bulamayacağınız ve sonrasında tedavi olabileceğinize inancınızı zayıflatacak yerlerden hizmet alarak sağlığınızı riske atmayınız…15 yıldır tek misyonumuz; sizlerin problemlerini dinleyip güncel ve modern bir çözüm stratejisi geliştirmek, cildinizi ve gözünüzdeki parıltıyı çevrenizin fark etmesini sağlamak ve güveninizi kazanmanıza yardımcı olmaktır.Tedavide en sık kullandığımız yöntemler…lazerle leke tedavisi genelde ağrılı bir yöntem değildir. Tedavinin daha konforlu olmasını sağlamak için…Çiller ve kahverengi yaşlılık lekeleri genelde başarılı bir şekilde tedavi edilirken, daha derin lekeler ve komplike lezyonlar tedaviye dirençli olabilmektir…Pek çok leke tipi lazerle leke tedavisi ile tamamen kaybolabilir veya nereye bakacağınızı bildiğiniz için sadece sizin fark edebileceğiniz belli belirsiz bir iz haline gelir.Hafif bir makyajla çok rahat kapatılabilir…Enfeksiyon oluşması antibiyotikli kremlerle kolayca önlenebilir…Lekelerim kesin geçer mi? Lekeler doğuştan olmadıkları takdirde daha kolay geçebilirler, genelde lekelerde başarı oranı lekenin derinliğine göre %70- %100 arasında değişir…Süre ve tedavi başarı şansı…Tedavi sürecince sosyal hayatım etkilenecek mi? Sosyal hayatınız hiçbir şekilde etkilenmez, kolaylıkla işe girebilirsiniz.(merkezde uyguladığımız yöntemler için geçerli)…”*,

-“Prp” başlığı altında; *“…iyileşmeyen yara tedavilerinde başarıyla kullanılıyor…Avantajları ve yan etkileri var mı? PRP uygulamasında, kişinin kendi kanından ayrıştırılan plateletlerin kullanılması ve bu işlemlerin steril şartlarda yapılması en önemli avantaj. Enfeksiyon ve alerji riskinin yok denecek kadar az olması sebebiyle son derece güvenilir bir yöntem. Bugüne kadar bilinen bir yan etkisi yok…İlk uygulama sonrası ciltte sağlıklı bir parlaklık ve ışıltı görülüyor…”*,

-“Ph Formula Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…optimum cilt yenilemesi sağlanmaktadır…maksimum etkinliği muhafaza ederken yüksek asit konsantrasyonları kullanımından kaynaklanabilecek olumsuz olumsuz etkileri tersine çevirmektedir…üstün antiinflamatuar…cilt zarına muntazam şekilde nüfuz etmesini kolaylaştırdığı anlamına gelir…iltihaplanmanın en aza indirilmesinde yardımcı olur. Bu benzersiz özellik asit çözeltilerinin maksimum konsantrasyonlarda kullanımına imkan verir…cilt yenileme süreci için son derece önemlidir…sonuç olarak cilt yüzeyinde daha az travma ve tahriş meydana gelirken…”*,

-“Somon Tedavisi Pi System” başlığı altında; *“…Cilt yenilemede klinik olarak kanıtlanmış, yepyeni ve üstün bir yaklaşım sunan protokoldür…Pürüzsüz, sağlıklı görünen ve daha aydınlık bir cilde sahip olan kişi yepyeni bir ışıltı kazanır…Pi Sytem, cildin ihtiyacını karşılayan çözümler sunulmaktadır…”*,

-“Silhouette Soft Gençlik İpi” başlığı altında; *“…Anında, doğal ve uzun süreli sonuçlar…Bugün doktorunuza SilhouetteSoft’un tüm sizin için ne yapabileceğiniz sorun…cilt sarkmalarına karşı şuanda mevcut en etkili yöntemdir…cilde bir yenilik ve gençleştirme getirir…bileşenleri doğal ve tamamen emilebilirdir…Silhouette Soft (Gençlik İpi ) tedavisi ile yüzünüzdeki kırışıklıklardan ve sarkmalardan kurtulabilirsiniz, yanaklarınız daha hacimli görünebilir ve kaşlarınız doğal bir biçimde kaldırılabilir…Silhouette (Gençlik İpi) ile, Görünüşünüz herhangi bir doku kaybı ve tahrip olmadan yumuşak bir şekilde tekrar tanımlanır:insizyon (kesi)yok…Doktorunuz tarafından yapılan 30 dakikalık tedavi ile doğal sonuçlar alırsınız…Tedaviden sonra iş hayatına ve sosyal hayata hemen geri dönebilrsiniz…Silhouette Soft ( Gençlik İpi ) güveniliridir…SihouetteSoft Süturlar, Michigan, Amerika’da geliştirlmiş yüksek kalite, konili askı süturu olarak 7 yıllık deneyimi geride bırakmıştır.2014 yılında, uygulanan ip teknikleri arasında en iyi ip unvanını almıştır.2015 yılında ise Amerika’nın en ciddi inceleme kurumu olan FDA (FoodandDrugAdministration) onayını alarak güvenilirliği kanıtlanmıştır…Cilt sarkması etkilerini gidermek için kanıtlanmış yeni bir tedavi yöntemidir. Özellikle orta ve alt yüz problemlerinde kullanılan en iyi yöntemdir…ve kaş kaldırmada eşitli tekniklerle kolayca ve kesi olmadan uygulanabilir…kullanılan bu materyaller sertifikalıdır ve yıllarca cerrahide kullanılmaktadır…Silhoutte Soft ( Gençlik İpi ) güvenli midir? Tüm Silhouette ürünleri Michigan, Amerika’da üretilmekte ve çok sıkı sağlık kontrolünden geçmektedir. Silhouette Soft (Gençlik İpi) hacim kaybına karşı etkili, natüral bir materyaldir…ve hasta sonuçları hemen fark eder, etkisi uzun ömürlüdür…daha kalıcı sonuçlar elde edilir…diğer kozmetik tedavilerle birlikte mükemmel bir tamamlayıcıdır…Tedaviden hemen sonra sonuç alınır ve etkisi uzun ömürlüdür. Hyalüronik asit ve botulünyum toksin gibi diğer kozmetik tedavilerle birlikte mükemmel bir tamamlayıcıdır…Tedaviden hemen sonra normal aktivitenize dönebilirsiniz…30 dakikalık bir tedavidir, sonuçlar en başından itibaren natüreldir. Görünüşünüzü rahatlamış ve yüzünüzü tazelenmiş hissedeceksiniz. bu işlem gençleştirme sağlayacak aynı zamanda da yüz ifadenize canlılık getirecektir. Silhouette Soft (Gençlik İpi ) yüz hatlarını iyileştirir ve hacim kazandırarak daha genç bir görünüm sağlar…”*,

- “Kök Hücre Fiobrocell Gençlik Aşısı Hücrelerinizde” başlığı altında; *“…Neden FibroCell? FibroCell, zamanı geriye çeviren bir hücresel tedavi yöntemidir…alerji riski minimumdur…Avantajları Nelerdir? Toksik değildir, Kalıcı uzun ve etkilidir, Karsinojenik değildir, Teratojenik değildir, Alerjik değildir, Hayvansal hastalık oluşturma riski yoktur, Yeterince eslastiktir, Enjekte edildiği yerden başka yerlere kaymaz, Herkeste aynı etkilidir, Güvenlidir…tam donanımlı laboratuara gönderilir…Diğer yöntemlerden farkları nelerdir? Dolgu malzemeleri özellikle cilt kırışıklıklarında kısa vadede geçici bir dolgunluk sağlarken, otolog fibroblast enjeksiyonu bir tedavi yöntemi olarak cilt kırışıklıklarının yok edilmesinde etkili fakat dolgu malzemelerine nazaran daha uzun vadede etki gösteren bir yöntemdir. Otolog fibroblast hücre tedavisi uygulaması dolgu malzemeleri ile karıştırılmamalıdır. Operasyon gerektirmeksizin bu teknik yüzdeki çevresel defektlerde kalıcı iyileşme gösteren, güvenilir şekilde kullanılan ve neredeyse %0 alerjik reaksiyon gösteren bir yöntemdir…”*,

-“Nd-Yag Lazer” başlığı altında; *“…Koyu ten rengindeki kişilerde bile güvenle kullanılabilir…Yaz aylarında rahatlıkla epilasyonda kullanılır…hastanın memnuniyetini arttırmaktadır…sırtta en başarılı lazerler oldukları literatürde de belirtilmektedir…Diğer cihaz çeşitlerine göre dalga boyu en derine inen lazer cihazlarıdır. Zencilerde dahi gönül rahatlığı ile kullanılabilen lazer epilasyon cihazıdır…alanında en başarılı lazer epilasyon cihazlarıdır. En güzel yanı ise…cihaz gönül rahatlığı ile yaz aylarında da kullanılabilen bir cihazdır…ND YAG Özellikleri Lazer Epilasyon Cihazı Diğer Cihazlardan Daha Mı Etkili? Muhtemelen evet. Bugüne dek kullanılan tüm lazerlerde bulunan açık tene uyum sağlama ve etki etme özelliği bakımından diğer cihazlardan ayrıla bu cihaz; koyu ten grubuna hitap eden en etkili cihazdır…en ince tüy yapılarında dahi kalıcı çözüm olmaktadır…”*,

-“Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“…15 senedir sizlere hizmet veren güzellik polikliniğimizde sadece Amerikan Sağlık Teşkilatı ve CE Onaylı Lazer Epilasyon Sistemleriyle hizmet verilmektedir…Merkezimizde FDA ve CE onaylı…lazere çok iyi yanıt verirler ve çok daha başarı sonuçlar alınabilir…tatmin edici sonuçlar almak mümkün olmaktadır…”*,

-“Soğuk Lipoliz” başlığı altında; *“…Soğuk Lipoz ile Yağlara 1 Seansta Veda Edin…Yaz mevsimine girmeden önce fazla kilolardan ve yağlardan kurtulmak isteyenler hızlı, ağrısız ve kalıcı çözümler arıyor. Soğuk Lipoz, liposuction gibi agresif geleneksel tedavi yöntemlerinden çekinenlere alternatif; kolay ve etkili bir yöntem…Ağrısız, acısız, zahmetsiz ve sadece 1 seanslık işlemdir…daha da önemlisi yağları kalıcı olarak yok etmektir…Bu yöntem, yoğun ve kalıcı lokal yağ depolarına azaltarak vücudu şekillendiren liposuction gibi çok agresif geleneksel tedavi yöntemlerinden çekinen kişiler için iyi bir alternatiftir…”*,

-“Botox ve Dolgu” başlığı altında; *“BOTOX ile kırışıklıklarınızdan kurtulun, daha genç ve canlı bir ifadeye sahip olun. Botox enjeksiyonu, yüz görünümünde yenileme, gençleştirme düşünen hastalarda, etkisi geçici olmakla birlikte etkili ve güvenli bir tedavi şeklidir…koruyucu amaçlı Botox uygulamaları, etkili bir önlem olabilir…dinlenmiş, gençleşmiş bir görünüme kavuşur. Otuz yıldır tıbbın diğer alanlarında güvenle kullanılmaktadır…Yan etkisi olmayan, basit, güvenilir ve bir kahve molası kadar kısa süren bir uygulamadır. Uygulamadan hemen sonra kişi aktif yaşantısına dönebilir. Aşağıdaki düşüncelere sahipseniz BOTOX kullanma vakti gelmiştir…BOTOXdinamik kırışıklıkları etkin bir şekilde giderirken, kremler sadece yüzeysel ince çizgilerde kullanılmalıdır… BOTOXgüvenli midir? Evet. BOTOX70’ten fazla ülkede onaylı, 2 binin üzerinde bilimsel çalışma yapılmış bir ilaçtır. 20 yılı aşkındır kullanılmaktadır. Her yıl milyonlarca kişi BOTOXuygulamalarını güvenle tercih etmektedir. BOTOXpahalı bir uygulama mıdır? Hayır. Düşünüldüğü kadar değil. Piyasada satılan ithal kremlerle veya 4-6 aylık kuaför masrafı ile karşılaştırıldığında önceden bütçelenebilir rakamlardadır… Yüzünüzde dinlenmiş, olumlu ve aydınlık bir ifade olduğunu fark edecek ama siz söylemedikçe anlamayacaklardır… BOTOXömür boyu uygulanabilir mi? Evet…Konusunda deneyimli bir doktor, doğru doz ve uygulama tekniği ile hastanın beklentileri doğrultusunda istenmeyen kırışıklıkları tedavi ederken yüzdeki kişisel ifadeyi korur. Yan etkisi var mıdır? Bilinçli ve tecrübeli ellerde yan etkisi çok azdır…Her ne olursa olsun BOTOX’un yan etkisi geçicidir, uygulama alanı ile sınırlıdır. Uzun dönem güvenliliği kanıtlanmış mıdır? BOTOX’un Carruthers tarafından, 9 yıla varan uygulamalarda ilk uzun dönem güvenlik çalışması yapılmıştır ve tamamen güvenli bulunmuştur…rahat cerrahi olmayan bir uygulamadır…göz kenarı çizgileri BOTOXtedavisine son derece iyi cevap vermektedir…günlük hayata hemen geri dönülebilir…Kimler BOTOXile kırışıklık tedavisi için uygundur?18-65 yaş aralığı içerisindeyseniz ve olabilecek en iyi şekilde görünmek istiyorsanız BOTOXsizin için uygundur…terleme tedavisinde BOTOXbaşarı ile kullanılmaktadır…Estetik amaçlı olarak kullanımı için FDA onayı var mıdır? Kaş arasındaki kırışıklıkların tedavisi amacıyla15 Nisan 2002′de FDA onayını alan ilk ve tek Botulinum Toksin Tip A grubu ilaçtır. BOTOXSağlık Bakanlığı’ndan onaylı bir ilaç mıdır? Evet...Kaş arası kırışıklıkların tedavisinde ülkemizde Sağlık Bakanlığı tarafından onaylı ilk ve tek nörotoksin kompleksi BOTOX’tur. BOTOX’un bu kullanımı AB ülkelerinde yetkili kurumların yanında ABD’de FDA tarafından onaylanmış durumdadır…tiklerden kırışıklı tedavisine kadar pek çok alanda güvenle kullanılır…En doğal sonucu almak hastanın tam olarak isteğini algılamak, muayenede en doğru yapılması gerekende netleşmek, hasta ile gelinebilecek en doğru noktayı iyi ifade edebilmek, en sağlıklı yöntem ve ürünü deneyimli bir şekilde uygulamakla mümkün…”*,

-“Ultra-Skin” başlığı altında; *“…Uygulama ağrısız, kişinin sosyal yaşamını etkilemeyen bir tedavi yöntemidir…Uygulamanın ardından kişi günlük aktivitelerine hemen dönebilir…Ultra Skin ile cilt gençleştirme güvenli bir yöntem midir? Ultrason enerjisi tıpta 50 yılı aşkın süredir güvenle kullanılmaktadır…sonuçlar uzun süre kalıcılık taşımaktadır. Sizde fokuslu ultrason uygulaması ile sadece 1 saat içinde gençliğinize kavuşabilirsiniz…”*gibi ifadeler ile,

<www.instagram.com> adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “*olgumedpoliklinik*” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“…somon DNA cildiniz gençleşir…Cilt yenilemede klinik olarak kanıtlanmış, yepyeni ve üstün bir yaklaşım sunan protokoldur…Ulthera ile daha sıkı bir cilt, daha genç bir görünüm! Ultherapy yüz germe operasyonlarına 60 dakikada ameliyatsız çözüm sunuyoruz. Polikliniğimize gelerek daha detaylı bilgi alabilirsiniz…Ciltte doku yenilemesi sağlayan çoğunlukla cerrahi operasyonlardan çekinenlerin tercih ettiği bir uygulama olup, cilt altına kolaylıkla yerleşerek deforme olan dokuları destekleyen, hacim kazandıran, doğal bir görüntü veren bir uygulamadır. Yüz seklinin dengeli volümetrik yapılandırılmasında bir yenilik olan Bio Expander; cilt altında kolaylıkla yerleşerek zamanla deforme olan…yoğun istek üzerine ultraherapy- saten yüz germe kampanyamız uzatılmıştır…Koltuk altı lazer epilasyonda 1 seans bizden…Epilasyon'da hafta sonuna özel kampanyamızdan yararlanın. Yaza hazırlanın. Sizde vücudunuz da kalıcı ve gözle görülebilir sonuçlar elde etmek istiyorsanız Bir kahve içmeye bekleriz…Saçlarınız bir Film Şeridi gibi gözlerinizin önünden akıp gidiyor mu. Saç Mezoterapisi ile dur diyebilirsiniz. Şimdi fiyat isteyin…Bölgesel zayıflama - incelmede de yeni çözüm. Soğuk lipoliz uygulamalar sonuçları, etkinliği ve acısız olması sebebiyle Türkiye’de de hızla yaygınlaşmaktadır. Az seans sayısı ile de dikkat çeken soğuk lipoliz uygulamaları, yaza hazırlık için en iyi seçenek olarak müşterilerinize sunulabilir…Kesin tedavi sonucu*  
*İspatlanmış Teknoloji 2 başlığı aynı anda kullanma Tedavi zamanından tasarruf…8 Mart’a Özel Dev Kampanya…Fraksiyonel lazer ile lekelerinizden kurtulun. Son teknoloji MCL-30 Asclepion marka (Alman) Fraksiyonel lazer 2940 nm erbiyum ile çözüme kavuşun…dudak dolgusu daha dolgun…Dudak dolgusu ile daha çekici dudaklara kavuşabilir, yüzünüze gençliğinizin dokunuşunu katabilirsiniz. Bunun en pratik yolu hyoluronik asit bazlı dolgu maddeleridir. Dolgu uygulamaları, hem yapısal olarak ince dudaklara daha dolgun bir görünüm vermekte, hem de yıllarla birlikte incelen dudaklara eski hacimlerini geri kazanmakta etkili yöntemdir. Sizlerde etkili ve dolgun bir dudak yapısına sahip olmak istiyorsanız iletişime geçiniz…Uzman ekibimizin cildinize uygun tedavi yöntemi ile istenmeyen şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz…Soğuk Lipoliz tedavi yöntemi ile vücudunuzda ki bölgesel yağlanmadan kurtulun. Soğuk Lipoliz cihaz teknolojilerinde en üst sıralar da yer alan ithal Coolshape cihazı bölgesel incelme sorunu başta olmak üzere birçok estetik kaygıya son vermektedir…Ama tabi bir de doğal durması şart. Bunun için başarılı dermatologların ve gelişmiş teknolojinin de etkisiyle ortaya muhteşem sonuçlar çıkmakta. Elmacık kemiği dolgusu ise son zamanlarda en gelişmiş ve kadınlar arasında en çok tercih edilen uygulamalardan birisi. Çökmüş elmacık kemiklerinde ve yaşla birlikte hacim kaybetmiş yanaklarda elmacık kemiği dolgusu tam bir hayat kurtarıcıdır…aynı zamanda da daha canlı ve genç bir görünüm kazanmış olursunuz…cilt yüzeyini etkiler ve çok hızlı olarak yenileme sağlar…Selülit sandığınız kadar büyük bir sorun değil…Bu kadar saçınızın döküldüğünü düşünüyorsanız uzman doktorlarımızın size önereceği tedavi yöntemleri için kliniğimize bir kahve içmeye bekleriz…Botoks ile daha genç ve daha canlı bir ifade…Botoks ile daha canlı, daha genç bir görünüm elde etmek ister misin? Uzman doktorlarımızın size uygun tedavi yöntemleri ile daha çekici bir görünüme kavuşmanız hayal değil! Dilerseniz bir KAHVE eşliğinde ÜCRETSİZ muayene fırsatını kaçırmayın! …14 Şubat Sevgililer Günü Özel Çekilişine Hazır mısın?Birbirinden farklı sürpriz hediyelerin yer alacağı çekiliş de kazananlardan biride sen ol!...dudak büzmeye son…Dudak dolgusu ile daha çekici dudaklara kavuşabilir. yüzünüze gençliğinizin dokunuşunu katabilirsiniz. Bunun en pratik yolu hyaluronik asit bazlı dolgu maddeleridir. Dolgu uygulamaları, hem yapısal olarak ince dudaklara daha dolgun bir görünüm vermekte, hem de yıllarla birlikte incelen dudaklara eski hacimlerini geri kazanmakta en etkili yöntemdir…Yazın Plajlarda kusursuz ve çekici bir görünüme sahip olmaya Hazır mısın? Lazer Epilasyon tedavisi ile vücudunuzda ki istenmeyen kıllardan kurtulabilir, daha çekici bir görünüme sahip olabilirsiniz. Bu yaz Plajlar da çekici bir görünüm ile dikkat çekmeye ne dersin?...Cilt yapınıza uygun tedavi yöntemleri için uzman doktorlarımızla bir kahve içmeye bekliyoruz…Uzman ekibimizin cildinize uygun tedavi yöntemi ile istenmeyen şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz…”* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca, kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlemek suretiyle faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitelerinde 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, tüm bu durumların da;

-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, 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 **Olgumed Sağlık Hizm. Optik Tıbbi Aletler Elektr. Tur. San ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Olgumed Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2017/4726**

**Şikayet Edilen: Can Medikal Hizmetleri A.Ş. (Özel Lifemed Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.lifemed.com.tr](http://www.lifemed.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 kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.03.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.lifemed.com.tr> adresli sitenin 22.03.2018 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“…Lifemed; günümüzün gelişmiş teknolojisini uzman doktor kadrosu ile birleştirerek kaliteli hizmeti kendisine amaç edinmiştir.*  
*Lifemed Tıp Merkezi; tıp bilimindeki gelişmeleri yakından takip eden, sahip olduğu yüksek teknoloji ve uzman kadrosuyla Poliklinik Muayene Hizmetleri, Onkoloji ve Kemoterapi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Ağız ve Diş Sağlığı, Estetik Birimi, İleri Görüntüleme ve Tanı Hizmetleri ile Laboratuvar Tetkiklerini bir arada bulacağınız, hastalarına yüksek kalite standartlarında hizmet sunan bir sağlık merkezidir…tanı ve tedavi yöntemleri günümüz teknolojisindeki ileri imkanlar kullanılarak bilimsel bir yaklaşımla ve modern yöntemlerle yapılmaktadır…Diyet paketlerimiz ile bedeninizi yaza hazırlayın…”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“…Lifemed; günümüzün gelişmiş teknolojisini uzman doktor kadrosu ile birleştirerek kaliteli hizmeti kendisine amaç edinmiştir. Lifemed Tıp Merkezi; tıp bilimindeki gelişmeleri yakından takip eden, sahip olduğu yüksek teknoloji ve uzman kadrosuyla Poliklinik Muayene Hizmetleri, Onkoloji ve Kemoterapi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Ağız ve Diş Sağlığı, Estetik Birimi, İleri Görüntüleme ve Tanı Hizmetleri ile Laboratuvar Tetkiklerini bir arada bulacağınız, hastalarına yüksek kalite standartlarında hizmet sunan bir sağlık merkezidir…tanı ve tedavi yöntemleri günümüz teknolojisindeki ileri imkanlar kullanılarak bilimsel bir yaklaşımla ve modern yöntemlerle yapılmaktadır…”*,

-“Ağız ve Diş Cerrahisi” başlığı altında; *“…Diş implantlarını seçen birçok hasta, sabit köprüleri veya çıkarılabilir protezleri olanlara göre çok daha rahat ve güvenli bir yaşam sürdürdüklerini belirtmektedir. Protezler hastaları çoğunlukla olduklarından daha yaşlı hissettirir ve gösterirler; kaydıklarında ve tırkırdadıklarında sosyal ortamlarda utandırırlar ve günlük rahat yemek yeme zevkini kısıtlarlar. Hastalar, diş implantları sayesinde elde ettikleri faydaları sayarken implantların, oturmayan protezlerin yarattığı günlük sıkıntı ve rahatsızlığı ortadan kaldırdığını söylemektedir. İmplantlar aynı zamanda kullanıcılarının protez kullananların karşı karşıya kaldığı kısıtlamaları yaşamadan sağlıklı ve zengin beslenmesine olanak vermektedir.İnsanlar, yenilenmiş bir özgüven hissi ile aile ve arkadaşlarla paylaşılan aktif bir yaşam tarzının heyecanının ve iş arkadaşları ile düzgün ve rahat konuşma şansını yeniden keşfederler. Tüm bu nedenlerden dolayı, diş implantı uygulanan insanlar sıklıkla daha iyi hissettiklerini, daha iyi göründüklerini, daha iyi yaşadıklarını ifade etmektedir…Diş implantları modern bilim ve teknolojinin, birçok disiplini kapsayan takım yaklaşımı dahil en üstün niteliklerini birleştirir. Başarılı bir implant…sizin için bir diş implantı çözümü vardır…çocuklar dışında her yaştan insanın tercih ettiği bir çözümdür…”*,

-“Diş Beyazlatma” başlığı altında; *“…klinikte hekim tarafından lazer ile aktive edilerek çok daha hızlı bir sonuç elde edilebilir…”*,

-“Kanal Tedavisi” başlığı altında; *“…Diş tedavisinde kullanılan teknolojinin ulaştığı son noktada …kanal tedavisi diş kökü tedavisinde halen %90’a varan oranlarda olumlu sonuçlar veren bir tedavi yöntemidir…”*,

-“Oral Diagnoz Radyoloji” başlığı altında; *“…Geliştirilmiş yüksek frekans jeneratörü (140kHz) sayesinde hastaların maruz kaldığı radyasyon miktarında diğer sistemlere göre en az %30 azalma sağlanmaktadır…vermiş olduğu net bilgiler sebebi ile hata oluşma riskini minimuma çekerek, diş hekimine büyük oranda kolaylık sağlar ve normal dental grafiler ile elde edilemeyecek görüntülere ulaşmamızı sağlar…”*,

-“Periodontoloji” başlığı altında; *“…doğal ve sağlıklı bir gülüş için…yeni teknolojilerle kolayca tedavi edilebilmektedir…”*,

-“HRestoratif Diş Tedavisi” başlığı altında; *“…Dişlerdeki madde kaybının boyutuna göre maksimum estetik ve dayanım için porselen dolgular (inlay-onlay) da uygulanabilmektedir…Eski yıllarda çekilen dişler günümüz teknolojileriyle çok rahat endodontik olarak tedavi edilerek ağızda tutulmaktadır.”*,

-“Kişiye Özel Diyet Programı” başlığı altında; *“…eski sağlığınıza kavuşmanızda kısa sürede başarı sağlayacak bir diyet programını iyi ve başarılı bir diyetisyen kontrolünde uygulayarak yaşam standardınızı ve sağlık seviyenizi siz de yükseltebilirsiniz…”*,

-“Check Up” başlığı altında; *“…Özel Lifemed Tıp Merkezi’nde alacağınız Check –Up hizmeti ile olası bir rahatsızlığı erken süreçte teşhis edebilirsiniz…yarınlara sağlıkla bakabilme amacıyla her hastamıza özel olarak verdiğimiz bu hizmet, sizi ve sevdiklerinizi koruyacak kapsamlı incelemeleri içermektedir…”*,

-“ Check Up Hakkında Bilinmesi Gerekenler” başlığı altında; *“…Hastalıklara erken teşhis konmasında oldukça önemli bir konumda yer alan check-up işlemi, bu zamana kadar birçok kişinin hayatını kurtarmış ve hastalıklardan kısa zaman içerisinde kurutulmasına olanak sağlamıştır…kolay bir şekilde ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır…oldukça önemli bir konumda yer alan uygulamadır…Erken teşhis edilen hastalıkların tedavi süreçlerinin de kolay ve ekonomik olduğunu hatırlatmakta fayda var…Check-up yaptırmanın en önemli avantajı…Ayrıca hiç beklenmeyen bir anda istenmeyen bir hastalıkla karşı karşıya kalmak bazen maliyeti yüksek tedavilerin meydana gelmesine neden olabilmektedir. Ancak check-up yaptıran bir kişi, ilerleyen zamanlarda karşılaşacağı bu hastalığa en başından çözüm getirebilmekte ve hastalığın ortaya çıkmasını engelleyebilmektedir. İdeal fiyatlarda bir check-up programından kaçmamak, daha sonra ortaya çıkacak külfetli tedavi süreçleri konusunda ekonomik açıdan birçok kişinin avantajına olmaktadır…”*,

-“Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları” başlığı altında; *“…Acil tıbbi durumlarda ise acil servisimiz çocuklarımıza yeterli müdahalede bulunmak üzere; eğitim almış personele ve gelişmiş tıbbi donanıma sahiptir…Her alandaki geniş laboratuvar olanakları; uzman kadrosunun desteğiyle en yeni bilgi ve modern teknolojiyi bir araya getiren merkezimiz, butik poliklinik özelliği ile de hastane fobisi olan çocuklarımız için rahat, keyifli bir ortam sunmaktadır…”*,

-“Böbrek Hastalıkları” başlığı altında; *“…hastalığın daha kolay bir şekilde tedavi edilebilmesi sağlanmaktadır…”*,

-“Estetik Kliniği/Dermatoloji” başlığı altında; *“…Hijyen standartlarına uygun kliniğimizde, uzman kadromuzun bu alandaki tecrübesi ve son teknolojiye sahip cihazlarımızla gerçekleştirilen tüm işlemler sağlığınıza ve kişisel bakımınıza değer kazandırmaktadır…”*,

-“Kriyoterapi” başlığı altında; *“…Kriyoterapi, çoğunlukla anestezi gerektirmeksizin uygulanabilir; ağrısız, pratik ve ekonomik bir tedavidir. Ağır yan etkileri yoktur ve kozmetik kaygılar uyandırmaz…siğil problemleri için pratik bir çözümdür…son derece etkili ve pratik bir tedavidir…”*,

-“Elektrokoterizasyon” başlığı altında; *“…çabuk iyileşmek için son derece önemlidir…kısa zamanda etkin sonuçlar alabilmek mümkündür…et benlerinin daha sonrada çıkmaması için kesin ve kalıcı bir şekilde ortadan kaldırma işlemine ihtiyaç olmaktadır…”*,

-“Harmony Xl Pro” başlığı altında; *“…leke tedavisinde yaygın olarak tercih edilen Harmony XP Pro Lifemed Dermatoloji Kliniğinde!...damar hasarında gözle görülür ölçüde azalma meydana gelir…hasta günlük yaşantısına kolaylıkla devam edebilmektedir.”* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

-“Hı-Fu” başlığı altında; *“…etkili sonuç almak mümkündür…yöntem ile rahatlıkla gençleşebilir…şakak gibi bölgelere rahatlıkla uygulanabilmektedir…üç ayın sonunda maksimum etki ortay çıkar…sonuçlar uzun süre kalıcılık taşımaktadır.”*,

-“Kılcal Damar Tedavisi” başlığı altında; *“…yüzeysel damarların tedavisi başarılı olmaktadır…Lazer ile damar tedavisi skleroterapi uygulamasını iğne korkusu nedeni ile düzelmeyen damarların tedavisinde uygulanabilen etkili, güvenli bir tedavi yöntemidir.”*,

-“Lazer Epilasyon (Alexandrite Lazer)” başlığı altında; *“…Lazer epilasyonun faydaları nelerdir?...Ağrısız bir yöntemdir. Kolaylıkla uyum sağlanabilir…oldukça etkilidir…Zaman kazanmanız ve kendinize vakit ayırmanız açısından önemlidir…kısa sürede hızlı sonuçlar almanızı sağlar…”*,

-“Dermapen” başlığı altında; *“…hissedilen acının minimum seviyede tutulması ve ürün emisyonunu arttırarak etkili sonuçlar elde edilmesi amaçlanır…”*,

-“Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“…daha etkili sonuç elde etmek mümkün olmaktadır…”*,

-“Dolgu” başlığı altında; *“…Daha genç ve daha kusursuz görüntü sağlayabilmek için uzun yıllardır bir çok yeni yöntem ve malzeme geliştirilmiştir. Ekonomik olmaları, yan etkilerinin minimal olması sebebiyle son yıllarda dolgu maddelerinin kullanımı giderek artmıştır…İdeal bir dolgu maddesinin özellikleri…Günümüzde bu şartlara en uygun dolgu maddeleridir…”*,

-“Velasmooth” başlığı altında; *“…Velasmooth, selülit ve bölgesel kilo problemlerine yönelik ameliyatsız, acısız, etkin ve uzun süreli sonuçlar sunan FDI onaylı bir cihazdır. Selüliti en etkili biçimde tedavi eden ilk medikal cihaz unvanına sahiptir…FDI’dan Class 2 onaylı devrim niteliğinde medikal bir cihazdır…pürüzsüz daha canlı (sıkı) ve gergin görünüme kavuşur…”*,

-“Saç Simülasyonu” başlığı altında; *“…oldukça başarılı bir kamuflaj yöntemidir…bu sayede topiklerden kurtulabilirsiniz…yaşamınıza daha gür saçlarla devam edebilirsiniz…”*,

-“Saç Dolgusu” başlığı altında; *“…bazı tıbbi yöntem ve uygulamalar sayesinde artık tedavi edilebilir bir sorun hakine geldi…saç dolgusu yöntemi saç dökülmesinde etkin sonuç veren yöntemler arasında en etkili olanlardanadır…saç dolgusu yöntemi ile ömrünüzün sonuna kadar istediğiniz parlaklıkta ve canlılıkta saçlara kavuşabilirsiniz. Saç dolgu yönteminin önemli avantajları arasında gösterdiği uzun uzun süreli etkinin…saç dökülmelerinin önüne geçmede çok etkili olan yüzde yüze yakın tıbbi yöntemlerdendir.”*,

-“Terleme Tedavisi” başlığı altında; *“…Hastada işlevsel bozukluklara sebep olamaz, güvenilirdir…Hiperhidrozis için kesin ve etkili bir çözümdür…güvenilir bir yöntemdir…güvenli ve kolay uygulanan tedavilerle, aşırı terleme sorunuyla başa çıkmak mümkündür…”*,

-“Saç Hastalıkları” başlığı altında; *“…saç hastalıkları, sağlıklı ve konforlu bir yaşam sürmek için tedavi edilmelidir…çoğu saç hastalıklarında sorunun kesin tedavisi mümkündür…sorunun ortadan kalkması için etkili çözümler bulunmasına yardımcı olur…”*,

-“Drx 9000” başlığı altında; *“…fıtık tedavisi başarılı bir şekilde merkezimizde yürütülmektedir…DRX Combo Başarılı Bir Tedavi Midir? DRX 9000 combonun başarı oranı %95’e yakındır. Tedavinin başarısı başlarda daha düşükken ilerleyen süreçlerde artar. Tedavi protokolüne uymak başarıyı arttırır…”*,

-“Kıl Dönmesi” başlığı altında; *“…Cerrahi müdahale ile sorun çözülmektedir…Doktorun tecrübesi bu hastalığın tedavi edilmesinde çok önemlidir…Kıl dönmesi sorununun kesin çözümü sadece ameliyat ile mümkün olmaktadır. Mikro Sinüsektomi yöntemi ile yapılan ameliyatlarda başarı oranı daha yüksek olmaktadır…”*,

-“Kasık Fıtıkları” başlığı altında; *“…kapalı yöntemle yapılan femoral fıtık ameliyatı sayesinde kadınlar diğer iki tür fıtığı görmekten de kurtulmuş olmaktadırlar…”*,

-“Göz Tansiyonu” başlığı altında; *“…Ameliyatın başarı oranı yüzde 80-90 arası değişmektedir…”*,

-“Excimer Lazer” başlığı altında; *“…en çok tercih edilen refraktif cerrahi yöntemi olan Excimer Lazer ile gözlük kullanımı ortadan kalkmaktadır. Özellikle kontakt lens ve gözlük kullanımına bağlı problemler için tavsiye edilen excimer lazer tedavisinin bir çok avantajı bulunmaktadır…Hastanın tedavi sonrası iyileşme süresi diğer yöntemlerin aksine daha hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir…”*,

-“Katarak” başlığı altında; *“…Modern tıbbın ilerlemesi sayesinde artık katarakt ameliyatları ağrısız bir şekilde yapılabilmektedir…Bu konuda dikkat edilmesi gereken hekimin tecrübeli ve alanında uzman olmasıdır…merceğin kaliteli olması ameliyatın başarılı geçmesini çok etkilemektedir…Katarakt ameliyatının başarı oranı nedir? Görmenin artışı görme derecesine bağlı. Hastanın ameliyat öncesi görmesi çok düşükse, örneğin %10’a düşmüşse hasta ertesi gün çok mutlu oluyor çünkü görmesi %60-70’lere kadar çıkıyor.”*,

-“Kontakt Lensler” başlığı altında; *“Görme bozukluklarının ortadan kaldırılmasında ve gözlerde daha estetik bir görünüm sağlanmasında kullanılmakta olan kontakt lensler…En büyük avantajlarından birisi gözlüğe göre çok daha rahat bir kullanım sağlamasıdır…kontakt lenslerin üretiminde bugün çok daha gelişmiş teknikler ve malzemeler kullanılmaktadır…kullanım rahatlığı açısından…Kontakt Lensin Avantajları: Gözlüğe göre çok daha rahattır ve daha geniş görüş alanı verir. Doğal görünümü engellemez. Renkli lens seçenekleri daha estetik bir görünüm sağlayabilir. Spor ve dans gibi hareketli aktivitelerde rahatlık sağlar. Teleskop ya da fotoğraf makinesi kullanımında rahatlık sağlar. Gözlüğe göre daha iyi bir görüntü kalitesi verir.”*,

-“Şaşılık” başlığı altında; *“…Bu yöntemlerden en çok tercih edilen ve en kolay olanı gözlük kullanımıdır… Genel anestezi ile kolayca yapılabilen bir ameliyattır.”*,

-“Trifokal Lensler” başlığı altında; *“…trifokal lensler gözlük kullanımı ihtiyacını sıfıra indirmektedir…bu lensler pek çok kolaylık sağlamaktadır…gündelik hayatı kolaylaştırmaktadır…”*,

-“İleri Görüntüleme ve Tanı” başlığı altında; *“…Türkiye’de ilk defa kullanılan cihazlar ve uzman ekibimizle en ileri tanı tekniklerini hizmetimize sunmaktayız…yüksek hassasiyetle…tedavi planlama alanında geliştirdiğimiz teknik cihazları olmak üzere, hastanın kısa sürede düşük radyasyon miktarı, net görüntü, minimum ağrı ve konfor ile kısa sürede sonuç elde edebilmesini olanaklı hale getirmekteyiz…geliştirilmiş cihazlarımızla ileri laboratuvar yöntemlerinin sağladığı destek sayesinde tedavinin kısa zamanda başlayabilmesi adına siz hastalarımıza doğrudan hizmet sunmaktayız…kesin sonuçlar vermektedir.”*,

-“Eforlu EKG” başlığı altında; *“…Bu testin invazif olmayışı, komplikasyon riskinin düşüklüğü, dinamik, kolay uygulanabilir ve tekrarlanabilir olması gibi avantajları egzersiz testinin klinik kardiyolojide en çok uygulanan testler arasında yer almasına neden olmuştur. Güvenirliği % 70-80 dolayındadır…”*,

-“Miyokard Perfüzyon Sintigrafisi” başlığı altında; *“…MPS Güvenli Bir İşlem Midir?...Ancak miyokard perfüzyon işlemi korkulacak yan etkilerin bulunmadığı bir yöntemdir…sorunları erken teşhis etme konusunda önemli bir konumda yer alan miyokard perfüzyon sintigrafisi, oldukça güvenli bir işlem olmaktadır. Miyokard perfüzyon sintigrafisinin ne kadar güvenli olduğunu sizlere bir örnekle açıklayabiliriz. İşlem sırasında vücuda verilen radyasyon oranı basit bir röntgen filminde kalınan radyasyon oranı kadardır. Bu nedenle işlem öncesinde rahat olabilir ve istediğimiz gibi sintigrafi işlemi yaptırabiliriz. Diğer yandan miyokard perfüzyon sintigrafisi sırasında vücuda verilen radyoaktif maddenin bu özelliği kısa zaman içerisinde kaybedeceğini söylemek istiyoruz. Ayrıca radyoaktif özelliği yitiren ilaç vücuttan doğal yollar ile dışarı atılmaktadır. Bu yüzden radyoaktif ilacın vücudunuzda yer edeceğini ve size zarar vereceğini kesinlikle aklınızdan çıkarmanızı tavsiye ediyoruz. Yukarıda da bahsetmiş olduğumuz gibi miyokard perfüzyon sintigrafisi oldukça güvenli bir işlemdir…kalp sorunlarını teşhis etme konusunda yararlandığı en etkili yöntemlerden biri olmaktadır. Siz de bu konuda rahat olun ve doktor kontrolü altında sintigrafi işleminizi sorunsuz bir şekilde yaptırın…en etkili yöntemlerinden biri olmaktadır…problemler kolayca ortaya çıkarılmaktadır. Miyokard perfüzyon sintigrafisi oldukça güvenli bir işlemdir…oldukça başarılı sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Tıpta gelişen teknolojinin son ürünlerinden biri olarak karşımıza çıkan miyokard perfüzyon sintigrafisi…Bu nedenle güvenli bir işlem olduğunu ve birçok kişi tarafından sorunsuz bir şekilde yaptırıldığını söylemek mümkünüdür.”*,

-“Ekokardiyografi” başlığı altında; *“…riski çok azdır… Hamile bayanlarda da rahatlıkla uygulanır, anne ve bebek için hiçbir risk yoktur.”*,

-“NaF (Kemik PET)” başlığı altında; *“…kemik görüntülemede etkin olarak sonuç veren…çok daha iyi, güvenilir ve doğru sonuçlar vermektedir...”*,

-“Ga-68 Peptid PET/CT” başlığı altında; *“…oldukça etkili ve seçkin bir görüntüleme yöntemidir… çığır açan bir gelişmedir…”*,

-“SPECT/CT HD (Sintigrafik Tetkikler)” başlığı altında; *“…bu sayede pek çok hastalığın erken tanısının zahmetsizce, hastayı yormadan, daha kısa sürede ve günümüz teknolojisi sayesinde yüksek hassasiyetle korunmasın sağlayan görüntüleme yöntemleridir. Lifemed Tıp Merkezi, bünyesinde dünyada sayılı merkezde bulunan son teknolojiye sahip SPECT/CT HD cihazını kullanarak hizmet vermektedir. Nükleer tıp merkezimizde tüm rutin sintigrafik incelemeler, Lifemed felsefesinin hasta memnuniyeti odaklı vizyonu ışığında en üst düzey sağlık hizmeti sağlamak sorumluluğu ve bilincinde gerçekleştirilmektedir…Standart bir CT (bilgisayarlı tomografi) cihazına oranla…Ergonomik yatağı sayesinde geniş alanda, konforlu çekim sağlar…diğer yöntemlere göre daha kolay ve noninvaziv olarak yapılabilen, hastanın kolaylıkla tolere edebildiği yöntemlerdir…”*,

-“Datscan” başlığı altında; *“…IOUFLUPANE tetkiki dünyada sayılı merkezde bulunan, ileri teknolojiye sahip çift dedektörlü SPECT/CT cihazımızda yapılmaktadır.”*,

-“PET/MR Füzyon” başlığı altında; *“…son teknoloji ürünü bir modalitedir…lezyonların klinik yorumlaması daha yüksek hassasiyetle yapılabilmektedir.”*,

-“Dijital Röntgen” başlığı altında; *“…Dijital Röntgenin Avantajları Nelerdir?...Dijital röntgenin avantajları: Film banyo işlemi yoktur. İşlem süresi kısadır. Maliyeti düşüktür. Alınan radyasyon miktarı eski sistemlere göre daha azdır. Doz hatasına bağlı tekrar çekimler minimum düzeydedir. Görüntü kalitesi daha iyidir ve kontrast ayarı bilgisayar sayesinde istendiği gibi yapılabilmektedir.”*,

-“X-Mind Trıum” başlığı altında; *“Panoramik röntgen ve tomografi çekiminde 3D görüntüleme teknolojisi; X-* *Mind Trıum Lifemed Tıp Merkezi’nde! ... Implant tedavisinde hastalarımıza pek çok kolaylık sağlıyor.”*,

-“Tomosentez Mamografi + CESM Upgraded-3D Dijital” başlığı altında; *“…Tomosentezin Mamografiye Göre Avantajları Nelerdir? Özellikle genç ve/veya fibrokistik meme yapısı olan kadınlarda mamografide kanser, yoğun meme yapısı tarafından saklanabilir. Tomosentez, 3 boyutlu bir inceleme yöntemi olduğu için bu sorun ortadan kalkar, meme dokusu daha net görüntülenir ve hasta geri çağırma oranları azalır. Böylece hekimin meme kanserini yakalama oranı artar. Standart mamografi incelenmesi sırasından uygulanan baskı, bazı kadınlar için mamografiden kaçınacak düzeyde sıkıntı yaratır. Tomosentez çekiminde ise memeye daha az baskı uygulanır, bu da hasta konforunu arttırır. Klasik mamografide tek görüntü elde edilirken tomosentez dijital mamografide memenin büyüklüğüne göre yaklaşık 60-80 adet görüntü elde edilir. Bu özellik kanser tanısını koymayı kolaylaştırırken ortaya çıkabilecek hataları da engeller. Dijital tomosentez mamografi, özellikle yoğun meme dokusu bulunan kadınlarda erken tanının yapılabilmesi ve gereksiz biyopsi işlemlerinin önlenmesi açısından oldukça önemli bir yöntemdir. Tomosentezin Radyasyon Dozu Nedir? Kliniğimizde mevcut olan dijital tomosentez cihazının radyasyon dozu standart mamografi cihazının radyasyon dozuna eşittir…Dijital Mamografinin Avantajları Nelerdir?...Dijital mamografinin klasik mamografiye göre en büyük avantajı radyasyon oranını %30’a varan oranda düşürmesidir…Klasik mamografiye kıyasla meme daha az sıkıştırılır, bu yüzden işlem hasta için daha rahat geçer. Meme kanserinin erken dönemlerindeki en küçük bulguları bile kolaylıkla algılar, bu yüzden erken teşhiste tartışılmaz bir üstünlüğe sahiptir…Tomosentez Nedir? Avantajları Nelerdir?...Tomosentezin Mamografiye göre avantajları nelerdir? Özellikle genç ve/veya fibrokistik meme yapısı olan kadınlarda mamografide kanser yoğun meme parankimi tarafından saklanabilir. Tomosentez 3 boyutlu bir inceleme yöntemi olduğu için bu sorun ortadan kalkar, meme dokusu superpozisyonu azalır, meme kanseri yakalama oranları artar. Ayrıca standart mamografi incelemesi sırasında uygulanan baskı bazı kadınlar için mamografiden kaçınacak düzeyde sıkıntı yaratır. Tomosentez çekiminde ise memeye daha az baskı uygulanır, bu da hasta konforunu arttırır...gereksiz biyopsi ve ameliyat oranı azalır…dijital mamografinin yerini alması yolunda ciddi umutlar vaat etmektedir…”*,

-“Stereotaksik Vakum Yardımlı Meme Biyopsisi” başlığı altında; *“…Mamografi rehberliğinde stereotaksik vakum yardımlı meme biyopsisi açık (cerrahi) biyopsi ile karşılaştırıldığında daha az invaziv, daha hızlı ve daha ucuz bir yöntemdir. İyileşme ve günlük hayata dönme süresi oldukça hızlıdır…kullanılan en gelişmiş ve en seçkin doku örnekleme tekniğidir.”*,

-“Spektroskopi MR” başlığı altında; *“…MR ile elde edilen görüntüler sayesinde tümör tanısını koymak son derece kolaylaşmıştır. Kanıtlanmış herhangi bir zararı bulunmayan MRS son teknoloji bir tanı yöntemi olup görüntü alma sırasında hasta herhangi bir acı veya rahatsızlık hissetmez.”*,

-“Koroner BT Anjiyografi (128 Slice)” başlığı altında; *“…etkili bir yöntemdir… sonuçlar kısa sürede teslim edilmektedir.”*,

-“Sporcu Ayak Bakımı” başlığı altında; *“…Acısız ve ağrısız tedavi için...”*,

-“Medikal Ayak Bakımı” başlığı altında; *“…sosyal hayattaki rahatlığınızı mümkün kılar…gibi ayrıcalıklı bir hizmet farkını sizlere sunmaktadır…sağlıklı ve parlak bir görünüm alacaktır.”*,

-“Medikal El Bakımı” başlığı altında; *“…medikal el bakımı ile ortadan kaldırabilirsiniz…tırnaklarınız sağlığına kavuşurken estetik bir görünüm kazanacaktır.”*,

-“Terleyen ve Kokan Ayak Tedavisi” başlığı altında; *“…uygulanacak bakım süreciyle sorun ortadan kaldırılmaktadır.”*,

-“Diyabetik Ayak Bakımı” başlığı altında; *“…Merkezimizde diyabetik hastaların bakımları kesici makas, pens ve sivri uçlu frezler kullanılmadan özel cihazlar ve nemlendiricilerle, bir uzman tarafından yapılmaktadır…ayak sorunları düzelme göstererek ortadan kaldırılmaktadır.*”,

-“Özlü Nasır Tedavisi” başlığı altında; *“…merkezimizde yapılan bakımla bu problemi ortadan kaldırabilirsiniz…”*,

-“Nasır Tedavisi” başlığı altında; *“…günlük hayatı zorlaştıran nasırların tedavisi hijyen kuralları çerçevesinde ağrısız ve acısız olarak hastalara sunulmaktadır. Nasırın tamamen ortadan kaldırıldığı ve ileriye dönük nasr oluşumunu engelleyici malzemelerin kullanıldığı bu bakım süreciyle siz de tüm ayak problemlerinizi kısa sürede yaşamınızdan uzaklaştırabilirsiniz…”*,

-“Çatlak Topuk Tedavisi” başlığı altında; *“…modern cihazlarla bakım yapılmaktadır. Bu sayede ilk muayeneden itibaren pürüzsüz bir topuğa sahip olabilmektesiniz…”*,

-“Batık Tırnak Tedavisi” başlığı altında; *“…günümüz modern teknikleri ve teknoloji sistemiyle…Kişiye hiçbir acı vermeyen, ayak parmağındaki acıyı kısa sürede ortadan kaldıran, ameliyat, iğne ve tırnak çekilme gibi süreçler olmaksızın rahatlık sağlayan 3TO tel sisteminde enfeksiyonlu bölge yeniden sağlıklı bir görünüme kavuşturulmaktadır…”*,

-“Ortopedi ve Travmatoloji” başlığı altında; *“…bazen çok basit yöntemlerle tedavi edilebilir...”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan;

-“Kadınlar Günü Check Up Paketi” başlığı altında; *“…Dünya Kadınlar Günü’ne özel avantajlı check up paketleri…07Mart-31 Mart tarihleri arasında geçerli Kadınlar Günü’ne özel check up paketleri Lifemed’te…”*,

-“Kışa Özel İndirim Fırsatı” başlığı altında; *“Lifemed Dermatoloji Kliniği’nde seanslarda %15, paketlerde %20 indirim fırsatı. Seçim sizden, indirim bizden*”,

-“Cilt Bakımı” başlığı altında; *“…Ocak ayı sonuna kadar Forlled kraliyet cilt bakımında %50 indirim…Cilt bakımları için sağlık merkezimizi tercih ediniz.”*,

-“Zayıflatan Diyet Fırsatları” başlığı altında; *“…Ücretsiz vücut analizi, kişiye özel zayıflama yöntem ve programları ile paket indirimleri! Diyet egzersiz ve zayıflama cihazları ile aç kalmadan kısa ve etkili sonuçlar almak için sizleri beslenme ve diyet polikliniğimize davet ediyoruz…Lifemed beslenme ve diyet polikliniğinde 3, 6 ve 12 aylık diyet paketlerinde %15 indirim fırsatını kaçırmayın!”* ifadeleri ile sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlemek suretiyle faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı,

<www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşunuza ait “Lifemed Tıp Merkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“…mesleğini seven, deneyimli, güler yüzlü kadromuz ile sunarak toplumun yaşam kalitesini arttırmaya katkıda bulunmaktır…Lifemed Tıp Merkezi; tıp bilimindeki gelişmeleri yakından takip eden, sahip olduğu yüksek teknoloji ve uzman kadrosuyla Poliklinik Muayene Hizmetleri, Onkoloji ve Kemoterapi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Ağız ve Diş Sağlığı, Estetik Birimi, İleri Görüntüleme ve Tanı Hizmetleri ile Laboratuvar Tekniklerini bir arada bulacağınız, hastalara yüksek kalite standartlarında hizmet sunan bir sağlık merkezidir...Kadın sağlığı Check- Up paketimiz ile sağlığını düşünen tüm kadınlarımızı tıp merkezimize bekliyoruz!...Diyet Paketlerinde Kampanya! Bedeninizi Yaza Hazırlayın! Ücretsiz Vücut Analizi.3, 6 ve 12 Aylık Diyet Paketlerinde %15 İndirim! Bedeninizi yaza hazırlayın! Ücretsiz vücut analizi, Diyet paketlerinde %15 indirim, Kişiye özel programlar…bir çok alanda son teknoloji cihaz ve inceleme teknikleri ile hizmet vermekteyiz…Kadınlar Günü’ne özel avantajlı Check – Up paketi kampanyalarımız devam ediyor…Dermatoloji kliniğimizde kışa özel seans indirimlerimiz devam ediyor!...LifeMed’ te kışa özel gülümseten fırsatlar…Seasnlarda %15 paketlerde %20 indirim…Güzel bir gülüş için neye ihtiyaç olduğunu biliyorsunuz…Ağız ve diş sağlığı polikliniklerimizde diş beyazlatma hizmetimizle tüm hastalarımızı sağlıklı bir gülüş ve sıcacık bir gülümsemeyle buluşturuyoruz…Alexandrite lazer ile birkaç seansta kıl köklerinde etkili sonuç için Lifemed Tıp Merkezi Dermatoloji Kliniği’nde yeriniz hazır. Alexandrite lazer ile tüylere kalıcı çözüm…Özellikle kış aylarında görülen tırnak mantarı ve batık tırnak gibi ayak hastalıklarının; Ağrısız, acısız, Hap, ilaç kullanmadan, Uzman deneyimi ve tecrübesi. Ağrısız, acısız, hap ilaç kullanmadan, uzman deneyimi ve tecrübesi…”* gibi ifadelere yer verildiği; ayrıca, kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlemek suretiyle faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı,

<www.instagram.com> adresli sosyal paylaşım sitesinin 22.03.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Lifemed Tıp Merkezi” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *“…Kadın sağlığı Check-Up paketimiz ile sağlığını düşünen tüm kadınlarımızı tıp merkezimize bekliyoruz!...Saygı ve güler yüzlü hizmetle yaşlı hastalarımızın daima yanlarındayız…Diyet paketlerinde Kampanya! Bedeninizi yaza hazırlayın! Ücretsiz vücut analizi, 3, 6 ve 12 Aylık Diyet Paketlerinde %15 indirim!...birçok alanda son teknoloji cihaz ve inceleme teknikleri ile hizmet vermekteyiz…Kadınlar Günü’ne özel avantajlı check up paketleri lifemed’te…Lifemed’te kışa özel gülümseten fırsatlar…Seanslarda %15 paketlerde %20 indirim!...Lifemed dermatoloji kliniğinde kışa özel seanslarda indirimlerimiz devam ediyor…Botoks ile cildinizin yaşlılık belirtilerini ortadan kaldırmak ister misiniz? Uygulamanın avantajları…Sivilcelerin etkili tedavisi için tercih ettiğimiz Quanta Youlaser MT ile…bir çok alanda başarılı sonuç…”* gibi ifadelere yer verildiği; ayrıca, kuruluşun sunduğu hizmetlere ilişkin olarak kampanyalar düzenlemek suretiyle faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadeler 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, bu durumun da;

-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, 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 **Can Medikal Hizmetleri A.Ş. (Özel Lifemed Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

**52)**

**Dosya No: 2017/4217**

**Şikayet Edilen:** **Gültaç Günay TÜRK (Gültaç Beauty Club Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/Güzellik-1-699238643526376/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/Güzellik-1-699238643526376/> adresli internet sitesinin 30.04.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi bir işleme yönelik tanıtımlara 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 **Gültaç Günay TÜRK (Gültaç Beauty Clıb Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**53)**

**Dosya No: 2018/1185**

### Şikayet Edilen: La Bellezza Güzellik Salonu

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/labellazza06/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/labellazza06/> adresli internet sitesinin 19.10.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; sunulan hizmetler arasında; “Lazer epilasyon, leke ve sivilce tedavisi” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun “La Bellezza Centra Estetica”, “La Bellezza Güzellik”, “Estetik ve güzellik merkezi” ve “Estetik Cerrah” gibi unvanlarla isimlendirildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**54)**

**Dosya No: 2018/1201**

### Şikayet Edilen: Ankara Erkek Lazer Epilasyon Güzellik Salonu

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/ErkekLazerEpilasyonMerkezi/>adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Ankara'nın ''1'' Numaralı Erkek Lazer Epilasyon Merkezinden Şok Kampanya… Son Teknoloji Buz Başlık Acısız Lazer Epilasyon… Yanak ➕ Göğüs ➕ Koltuk Altı = 250 TL… Koltuk Altı↪50 TL ➖ Yanak↪30 TL ➖ Ense↪50 TL…* *Hizmeti Uzmanından Alınız…”* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, Kuruluşun *Ankara Erkek Lazer Epilasyon Merkezi”* olarak isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna

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

**55)**

**Dosya No: 2018/1471**

### Şikayet Edilen: Aybike (Selay) Estetik Güzellik Salonu

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.aybikeestetik.com/> adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Saçlarınız artık korkulu rüyanız olmasın! Buradayız…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Lazer epilasyon kampanyası… %50 İndirim… 8 Taksit imkanı… 800 Tl’den başlayan fiyatlarla…”* gibi ifadelere yer verilerek tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi de verilerek kampanyaların düzenlendiği ve tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, “*Saç mezoterapisi*” işlemine ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon, saç ekimi, saç mezoterapisi, leke tedavisi, PRP”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun *“Aybike Estetik, Selay Estetik, Estetik Beauty”* 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 Aybike (Selay) Estetik Güzellik Salonu hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2018/1640**

### Şikayet Edilen: Ayşegül Özdemir Kaş Tasarım ve Güzellik Salonu

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.aysegulozdemirguzellik.com> adresli internet sitesinin 20.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“13 Yıllık tecrübe… Bütün müşterilerimiz Ayşegül Özdemir Güzellik Merkezi güvencesi altındadır. Hazır mısınız? Etkili ve acısız… Lazer epilasyon denildiğinde ilk akla gelen isim!…”*,*“Botox cildin kendisini yenileyememesi sonucu yaşlanan ciltte, kırışıklıklar, düşük kaş, terleme gibi rahatsızlıklarda anında sonuç alınan, uygulaması pratik ve bir süre sonra da etkisini kaybedebilen kolay bir çözüm uygulamasıdır… PRP (Platelet Rich Plasma), en doğal gençleşme yollarından biri. Güneş ışınları, sigara kullanımı, gebelik, stresli yaşam ve beslenme düzeninin dengesizliği gibi birçok etken sebebiyle yıpranan cildimiz PRP tedavisi sayesinde kaybettiği yapıları geri kazanıyor. Çok çeşitli vücut alanlarında kullanılabildiği gibi hastanın kendi kanı kullanılarak yapılan bir tedavi olduğu için tamamıyla doğal; tamir mekanizmaları uyaran, kullanışlı bir tedavi metodudur…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Çatlak tedavisi, lazer epilasyon, botoks, kimyasal peeling, yüz ve dudak dolgusu, dövme sildirme, sivilce ve akne tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşun *“Ayşegül Özdemir Kaş Tasarım ve Güzellik Merkezi”* şekillerinde 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 Ayşegül Özdemir Kaş Tasarım ve Güzellik Salonu hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2018/2618**

### Şikayet Edilen: Murat MERDİBAN (Rana Güzellik Salonu)

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://vanranaguzellikmerkezi.com> adresli internet sitesi ve kuruluşa ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** <http://vanranaguzellikmerkezi.com>adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Doğu ve Güneydoğu Anadolu’nun en kapsamlı, donanımlı, güzellik ve estetik merkezi… Saç ekim güzellik merkezi, diş hekimliği, estetik medikal optik eczacılık…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon, botoks, saç prp’si, kimyasal peeling, leke tedavisi, cilt mezo tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, *“Lazer epilasyon, saç PRP’si, leke tedavisi”* gibi başlıklar altında tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği, kuruluşunuzun *“Van Rana Güzellik Merkezi”* ve *“Rana Plastik Estetik Cerrahi Sağlık Merkezi”* olarak isimlendirildiği, diğer taraftan, kuruluşunuza ait broşürlerde; *“Van’da bir ilk… Steril bir ortamda hacamat & sülük merkezi… Rana Plastik Estetik Cerrahi Sağlık Merkezi… Yüzünüzü güldüren merkez… Uzman haccam Mehmet BADAK…”* gibi ifadelerle Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan sülük, hacamat gibi uygulamaların tanıtımlarının yapıldığı *ve* kuruluşun *“Rana Plastik Estetik Cerrahi Sağlık Merkezi”* olarak isimlendirildiği, “*Rana saç ekim merkezi… Bir devrim… Gold (fue) tekniği… Son iz bırakmadan… Acısız ağrısız saç… 10.000’den fazla saç ekim referansıyla hizmet vermeye devam ediyoruz…”* gibi ifadelerle tıbbi bir işlem olan saç ekim işlemine yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesi ve broşürlerde 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,

- 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,

- 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 Murat MERDİBAN (Rana Güzellik Salonu) 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: 2018/2890**

### Şikayet Edilen: Mars Beauty By Nature Güzellik Salonu

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/marsbeautybynature/> adresli internet sitesinin 26.07.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Buz Başlık Lazer sistemiyle ilgili sıkça sorulan bazı soruları cevapladık. Ücretsiz görüşme ve bilgi almak için; 0(216) 340 16 99… 0(505) 929 21 57”, “Buz Başlık Lazer hangi durumlarda kullanılabilir? Çiller, Yaşlılık lekeleri, Güneş lekeleri, Doğum lekeleri, Seboroik keratoz, Yüzde ve bacaklarda ince damarlanmalar… Ücretsiz görüşme ve bilgi almak için;0(216) 340 16 99…”,* *“Buz başlık lazer konforu!”, “Buz başlıklı lazerin konforunu yaşayın...”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Lazer epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, kuruluşunuzun *“Mars Beauty By Nature”* 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 Mars Beauty By Nature Güzellik Salonu hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2018/2959**

### Şikayet Edilen: My Clinica Güzellik Salonu

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2018 ve 09.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.myclinicaguzellik.com> adresli internet sitesinin 08.08.2018 ve 09.08.2018 tarihli görünümlerinde örnek olarak; kuruluşun *“My Clinica”* olarak isimlendirildiği, “*Cilt bakımı*” başlığı altında; “*Kırışıklık Tedavi Yöntemleri… Kırışıklıklar, yaşın ilerlemesi ile cildin orta katmanı olan dermiste kollagen liflerinin sentezinin azalması ve kalitesinin bozulması sonucu oluşur. Zayıflayan cilt yapısı, mimik kaslarının hareketleriyle de kırışıklık oluşumu artar. Ne yazık ki yaşlılık belirtilerinden kaçış yok Çocuklukta ve ilk gençlikte dikkatimizi çekmeyen çizgiler, kırışıklıklar belli bir yaştan sonra daha çok gözümüze çarpıyor, sinirimizi bozuyor. Ancak şunu da belirtmek gerekiyor ki kırışıklıkların sorumlusu sadece ilerleyen yaş değil. Bazı kişilerde ilk kırışıklıklar henüz 20'li yaşların başında görülmeye başlarken, bazıları ise 30'larında bile imrenilecek kadar pürüzsüz ve gergin bir cilde, hatta göz çevresine sahip oluyorlar… My Clinica Olarak Amacımız; Kırışıklık tedavisi olarak bilinen tedavide sağlıklı bir cilde ya da görünüme sahip olmak isteyenlere bilimsel uygulamalar kapsamında ve herhangi bir zarar vermeden yardımcı olarak istediklerine ulaşmalarını sağlamaktır. Teknolojik gelişmeler yakından takip edilerek, son sistem cihazların güvenirliliklerinin en üst düzeyde olmasına özellikle dikkat ediliyor. Kliniğimizde kişinin sorunu tespit edilip ve gerekli incelemelerden sonra, kişinin ekonomik durumu da göz önünde bulundurularak uygulama yöntemleri önerilmektedir… Cilt Lekeleri Tedavisi… Çeşitli uygulamalar ile derinin üst tabakası olan epidermis katmanının soyularak uzaklaştırılmasına cilt soyma işlemleri denir. Bu uygulamaların en sık kullanıldığı durumlar cilt lekeleridir. Amacı; hasarlı cilt tabakası soyularak, alttan hasar görmemiş derinin gelmesini sağlayıp, cildin daha sağlıklı, daha canlı, daha düzgün daha gergin görünüme ulaşmasını sağlamaktır…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında “*Tırnak batığı danışmanlığı, kırışıklık tedavisi, leke tedavisi*” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, <https://www.facebook.com/aydanercayan/> adresli internet sitesinin 08.08.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Burun estetiği 5 dakikada acısız ve ağrısız…”* gibi ifadelere yer verildiği, sunulan hizmetler arasında; *“Dudak dolgusu, burun estetiği”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, kuruluşunuzun “*Myclinica Güzellik&Estetik merkezi*” şekillerinde 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 My Clinica Güzellik Salonu hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2018/2961**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/caddedental/?rc=p> ve <https://www.instagram.com/caddedental/?hl=tr> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/caddedental/?rc=p> adresli internet sitesinin 08.08.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; *“İmplant tedavisi artık çok kolay… 6 dakika sürüyor ağrı sızı yaşamıyorsunuz. Kendi ana dişiniz konforunu ve estetiğini oluşturmak da bizim işimiz…”,“ Mükemmel selfie'lerin sırrı bembeyaz dişlerde saklı" Emax Lamine (yaprak porselen) ile çok kısa sürede daha beyaz gülüşlere sahip olabilirsiniz. Siz de web sitemiz, telefon numaralarımız ya da sosyal medya hesaplarımız aracılığı ile randevunuzu alabilir, ücretsiz muayene ve film sonrası işlemlerinizi yaptırabilirsiniz…”*gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, <https://www.instagram.com/caddedental/?hl=tr> adresli internet sitesinin 08.08.2018 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Mükemmel bir gülüşe sahip olmak çok kolay! Bunun yanı sıra tüm diş tedavilerinizi İzmir’in seçkin diş kliniğinde alanında uzman hekimlerimize güvenle yaptırabilirsiniz. İletişim:0232 336 7079… GSM:0532 746 9218…*” gibi ifadelere yer verildiği, tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, diğer taraftan, kuruluşun mesul müdürü Soner ARIKAN’a ait sosyal medya hesabında botoks gibi yetkisi dahilinde bulunmayan tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde 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 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 **Saca Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 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.

**GIDA**

**61)**

**Dosya No: 2017/1994**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Kanal T” logolu televizyon kanalında 25.01.2017 tarihinde Gökçek ile Sağlıklı Yaşam isimli programda yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Kanal T”* logolu televizyon kanalında 25.01.2017 tarihinde yayınlanan Gökçek ile Sağlıklı Yaşam isimli programda *“... Yaşlanmayı durduramazsınız ama yavaşlatırsınız. Kitre, bu gördüğümüz Geven bitkisinin kökü açılır, kökünden bir çizik açılır. Ordan akan sıvı bir enzimdir. Telomeraz enzimi. Bu enzim ordan akar. Vatandaş bunu toplar ve satar... Kitre bir çok yerde, bir çok ilaçta nerdeyse %90'a varan oranda kitre kullanılmış. Bunun sebebi ne diye bir araştırma yaptık ki hücre yenileyici, gençleştirici..kırışıklıkları önleyici vs.vs. çok özellikleri var.. Bitkinin kökünden akan bu reçine şeklindeki bu madde %100 saf, temiz, arı, duru telomeraz enzimi. Biz onu geliştirdik geliştirdik şöyle bir formül oluşturduk. Sıkıyorsunuz çok az bir şey ellerinize, yüzünüze sürebilirsiniz.. Hiç bir kimyasal içermez. Artı içerisinde doğal antibiyotik var, clordioksit ve bazı başka. Yani aynı zamanda ciltte egzama, sedef, akne, sivilce vs varsa onları da iyileştirir. Çünkü hücre yenileyici, tamir edici, anti aging, anti oksidan..."..Kanserli hücre neden ölmüyor. Çünkü kanserli hücredeki telemor hiç eksilmiyor.. Çünkü orda kanserli hücre çok yoğun oranda telemoral enzimi üretiyor...Kanserli hücredeki telemoral enzimi frenlenirse kanserli hücre, tümör içi çöker, yok olur gider kendi kendine....Her türlü kanser hastası iyileşebilir...Ne kadar erken müdahale edilirse o kadar iyidir. Bu gördüğümüz zerdeçal kansere karşı çok etkili. Harward Üniversitesi Tıp fakültesinde yapılan klinik araştırmasında gurmar diye bir bitki var.Gurmarın birleşiminde cinnamic asit var. Cinnamic asit pankreastaki beta hücrelerini canlandırıyor...Bu Gurmar ne yapıyor, beta hücresini canlandırıyor. tekrar insülin salgılayabilir hale geliyor. Harward Üniversitesi Tıp Fakültesi 108 bitkiyi incelemiş. Yani diyabete karşı, şeker hastalığına karşı etkili olan bitkileri ve bunların içerisinde Hindistanda yetişen gurmar, cinnamic asitin latincesi, bunun içindeki etken maddenin şekere karşı etkili olduğunu belgelemiş, Bunun destilasyonunda elde edilen ekstraktını hastalar üzerinde denemiş..ve hastaları tedavi etmiş.. O günden bu güne kadar artık dünyada diyabete karşı en çok kullanılan bir üründür bu, Gurmar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca aynı programın devamında (16:42) SBC, Sarı Kantaron ve Geven Jel isimli ürünlere yönelik *“… Ben iksir gönderdim ona. İksir "Zübeyir Bey".. Dedim iksir kullan. Bu sarımsaklı ben sarımsaklı kullanamam. İksir iç te bütün damarlar açılır. Kısa sürede düzelir. SBC..kullan bakalım ne olacak dedim. Kullandı, 3 gün sonra beni arıyor. Artık rahat uyuyorum geceleri uyanmıyorum......Sarı Kantaron, şu otu, bu da ekstraktından elde edilen kapsulü. … Sarı Kantaron depresyona karşı üzüntü, sıkıntı, anksiyete, panik atağa karşı kullanılır. … Bir de ne oluyor adamın cınselliği bitiyor... (Cinsel rahatzızlığı olan bir kişiden bahsediyor) Doktoruna gittin mi? gittim. Ne dedi doktorun. Doktor demiş ki bana danışmadın ki ne yapayım...Panik yok dedim..Çoban çökerten var...Tribulus denen latincesi. Sarı Kantaron, Tribulus, iksir Aloe Vera Jel kullandı, kullandı. Yavaş yavaş kendine geldi, normalleşti..."Geven Jel. Yani şu kitreden elde edilen jele Geven Jel denir, Tremor Jel. Bu ne yapıyor, hücre yeniliyor...Özellikle bayanlardaki yüzdeki ayaklardaki kırışıklıklara yıpranmalara karşı, hücre yenileyici Geven Jel.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu programda Kitre, Zerdeçal ve Gurmar isimli ürünlerin örtülü bir biçimde reklamının yapıldığı ve 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, 22/1, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **T Film Yay. Yap. ve Prod. Hiz. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070 -TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2017/3115**

**Şikayet Edilen: Melpaş Medya Filmcilik Prodüksiyon Reklam ve Tanıtım Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sıhhat TV” logolu televizyon kanalında 01.12.2016-02.12.2016 tarih aralığında yayınlanan “Kibarlı” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2017-09.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

.

**Tespitler:** *“Sıhhat TV”* logolu televizyon kanalında 01.12.2016-02.12.2016 tarih aralığında yayınlanan reklamlarda “*Kibarlı*” isimli ürüne yönelik *“Alt Ses:…Daha güzel, daha mutlu, daha huzurlu, daha zinde bir hayat için; Değişmeye hazır mısınız? Her gün binlerce insan bu değişimin çağrısına kulak veriyor ve Kibarlı uzman ürün danışmanlarından, kendileri için en doğru Kibarlı ürünü ile kendine bir iyilik yapıyor.” Sunucu; Cavit ERDOĞAN: “iyi günler sevgili izleyiciler, Kibarlı ürünlerini kullanmış… Daha huzurlu bir hayata adım atmış izleyicilerimizi ekranlara getirmeye devam ediyoruz… Kendilerine mikrofon uzatalım, hayatlarında nasıl değişiklikler olmuş bizlere anlatsınlar.”… Erkek Kullanıcı 1: “20 sene 30 sene oldu buraya geleli. Emekliyim, yaşımda ilerledi. Anadolu’daki bu yaş yetmiş iş bitmiş sözüne katılmıyorum. Çünkü hayat çok önemli, ben daima mücadele ediyorum. Gerekeni yapıyorum. Gençleştim tabi. Elhamdülillah altmış, yetmiş yaşına yaklaştım. Ben daima kendimi otuz, kırk yaşında hissediyorum. Huzur, dinçleşme ve hayata bağlanma ve yaşama bunları daha iyi hissediyorum… Evvel Allah, sonra o ‘Kibarlı Panax’a borçluyum. Birçok bitkisellerini kullandım, çokta faydasını gördüm. Dostlarıma ve kardeşlerime tavsiye ediyorum…” Erkek Kullanıcı 2: “Eskişehir Kimya mezunum. Kimya mühendisiyim. Tekstil sektöründe işe başladım. 20 sene çalıştıktan sonra 2006’da emekli oldum… Halı sahada top oynarken resmen performansımın arttığını gördüm. Koşarken 10 dakikada bir su molası veriyordum. Şimdi su içmeden 1 saat top oynuyoruz. 1 saati bitirebiliyorum. Kibarlı Panax’ı kullanarak benim yaşam enerjim arttı. Bu sayede bunu herkese tavsiye ediyorum.” Erkek Kullanıcı 3: “6 yıl önce Kibarlı ürünleri ile tanıştım. Bizler Tekirdağlıyız hayatı dolu dolu yaşamayı seviyoruz… Kibarlı ürünlerini kullanıyorum. Daha mutlu, daha zindeyim.” Erkek Kullanıcı 4: “Çok düzenli içerseniz daha çok faydasını göreceğinizi zannediyorum. Ben konunun uzmanı değilim. Sadece kullanıcıyım. Kullanıcı olduğum içinde, kendi üzerimde yaptığı etkilerden bahsediyorum… Panax’ın saçınızın telinden, ayak başparmağınıza kadar, içmeye başladıktan bir hafta sonra faydasını görmeye başlayacaksınız.” Bayan Kullanıcı 1: “…Beni dinleyen vatandaşlarımıza, kardeşlerimize tercih ederim. Her yerden de iyi. Parasına bakmasın, Kibarlıdan alsınlar. Ben bir başka yerden aldım, verdiğime acıdım. 3 tanesini 90 dediler aldım… Tövbe ettim bir daha almadım.” Kibarlı doğal sağlık Ürünleri, 0 212 598 00 33* [*www.kibarli.net*](http://www.kibarli.net)*”* 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, reklamveren **Melpaş Medya Filmcilik Prodüksiyon Reklam ve Tanıtım Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625 -TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2017/3150**

**Şikayet Edilen: Şamil Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “World Beauty Channel” logolu televizyon kanalında 21.05.2017 tarihinde yayınlanan “Dr. Ciaalis” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “World Beauty Channel” logolu televizyon kanalında 21.05.2017 tarihinde (23:30) yayınlanan reklamlarda “Dr. Ciaalis” isimli ürüne *“..Şimdi ben ürünü bir kez daha hatırlatayım, duymayanlar için Erkeklerdeki bütün cinsel performans sorunlarını kalıcı olarak ortadan kaldırır. Bir aylık kullanım için 60 kapsüllük bir ürün gönderiyoruz size tamamen bitkiseldir bu arada. Yan etkisi yoktur bitkisel olduğu için yani kalp hastası olabilirsiniz, şeker hastası olabilirsiniz, tansiyon hastası olabilirsin hangi rahatsızlığın olursa olsun tamamen bitkisel olduğu için dilediğin gibi kullanabilirsin ..., yayını boyunca iç çamaşırlarıyla erotik pozlar veren modeller eşliğinde ekranda; "60 kapsül, Dr. Ciaalis, Performans Arttırır, %100 Kalıcı Etki Ve Çözüm, … Orjinal Ürün 39.90 TL + Kargo, Bugüne Özel, Bu Fırsatı Kaçırma, Türkiye ve Azerbaycan siparişi için "0 0212 700 18 41, 012 599 11 91”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda bilimsel olarak ispata muhtaç endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı, 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, reklamveren **Şamil Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **12.070 -TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2017/3159**

**Şikayet Edilen: Süper FM 100 Prodüksiyon Radyo TV Yayıncılık ve Rek. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yıldız Rize TV” logolu televizyon kanalında 06.01.2017 tarihinde (07:57) yayınlanan “Prostat Seti” isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Yıldız Rize TV”* logolu televizyon kanalında 06.01.2017 tarihinde (07:57) yayınlanan reklamlarda “*Prostat Seti*” isimli ürüne yönelik *“Geceleri sık sık idrara çıkıyorsanız, ani idrar yapma isteği oluşuyorsa, idrarı yapmaya başlarken zorlanıyorsanız, ağrı veya yanma sorunu yaşıyorsanız, mesanenizin hiçbir zaman tam boşalmadığını hissediyorsanız, veya kaçırma sorunu sizde de varsa, idrar akışının zayıf olması sorunu ile karşılaştıysanız, tuvalete sık gitme sebebiyle uykusuzluk yaşıyorsanız, cinsel hayatında sorunlar yaşamaya başladıysanız, sandalyeye oturduğunuz bir pinpon topuna oturmuş gibi ağrı yaşıyorsanız bu belirtiler prostatın belirtileridir. Sizde de bu belirtiler varsa idrarla ilgili sorunlarınız için yaşam şeklinizi değiştiriyorsanız, prostat acısını ve sızısını yaşamak istemiyorsanız, bu sorunlara ağrısız, ameliyatsız çözüm bulmak ister misiniz? Şimdi size yan etkisi olmayan, tamamen doğal bitkilerden üretilmiş muhteşem bir setle tanıştıralım. Prostatı hayatınızdan çıkarmak ister misiniz? O zaman hemen bitkisel prostat setini alın ve kullanın. Prostat problemine, prostatit rahatsızlığına, gece sık tuvalete çıkmaya, prostat büyümesine son. Prostat seti çok basit şekilde bu sorunlara çözüm bulmanızı yardımcı olur. Setin kullanımı çok basittir: İçerisindeki bitkisel prostat macunu, yakıotu çayı ve bitkisel prostat kapsülündün sabah akşam birer kez kullanın, bu dertlerinizden kurtulun. Evet. Prostatan ameliyatsız kurtulmak artık mümkün. Uzmanlarımız tarafından hazırlanmış, bir çok hastamız tarafından kullanılalarak geçerliliğini kanıtladığı prostat setiyle, ameliyatsız, ağrısız bir şekilde prostat probleminizi veda edebilirsiniz.””“Prostata Son 120TL” , “Prostat Seti 69.90 TL Kargo KDV Dahil” “Sınırlı Sayıda, Kalan 50 Adet”, “Prostat'a Ameliyatsiz Çözüm Bulundu !!! ve Sipariş Hattı 0216 224 25 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, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Süper FM 100 Prodüksiyon Radyo TV Yayıncılık ve Rek. 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.

**65)**

**Dosya No: 2017/104**

**Şikayet Edilen:** **Hasad Organik**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hasadorganik.com](http://www.hasadorganik.com) adlı sitede yer alan muhtelif ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hasadorganik.com](http://www.hasadorganik.com) adresli internet sitesinin 26.12.2016 tarihli görünümünde, *“Armut Sızması, idrar söktürücüdür. Böbreklerin düzenli çalışmasına yardımcı olur. Ayrıca böbreklerin kum ve taşlarını dökmesini sağlar. Yüksek tansiyonu düşürüp kanı temizler. Nar Ekşisi, Tansiyonumuzu olumlu bir şekilde düzenler. Kalbimizi korur düzenli çalışmasına destek olur. Enfeksiyona karşı vücut direncini arttırır. Kekik, içeriğindeki maddelerle vücutta hücre koruma sistemlerini geliştirmesiyle antioksidan, kanser oluşumunu engellemesiyle antikanserojen (…) özellikler taşımaktadır. Kuru üzüm hoşafı, adet kanını söktürür, vereme ve basura iyi gelmekte, öksürüğü kesmekte, kireçlenmeyi önlemektedir Elma sirkesi, uzun süreli kullanımı eklem ve kemiklerdeki sertlik ve sıkıntılara son verir(….).”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hasadorganik.com](http://www.hasadorganik.com) adlı sitede yer alan muhtelif ürüne yönelik, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

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

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

- Mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “ 5, 8, 9, 13 üncü maddeleri,

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

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

**66)**

**Dosya No: 2018/25**

**Şikayet Edilen:** **Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://bkmexpress.com.tr/kampanya/kuzeysu/> adresli internet sitesinde yer alan **“Kuzeysu”** isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://bkmexpress.com.tr/kampanya/kuzeysu/> adresli sitenin 01.01.2018tarihli görünümünde yer alan *“Getir”* markalı *“Kuzeyden Damacana Su”* adlı ürüne yönelik reklamlarda ana mesaj olarak *“Getir'den ilk 3 Kuzeyden damacana su hediye! Sonraki Siparişleriniz ise %30 indirimli!”* şeklinde ifadeye yer verilerek tüketicilerin ilk 3 ürün siparişinin herhangi bir koşul olmadan ücretsiz verileceği algısı yaratılmasına rağmen bu ilk 3 ürün için, minimum 20 tl değerinde alışveriş yapıldıktan sonra indirimin tanımlanacağı bilgisinin tüketicilerin rahatlıkla algılayabileceği bir şekilde verilmemesinden ötürü tüketicilerin anılan kampanyadan faydalanamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://bkmexpress.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan “Kuzeysu” isimli ürüne yönelik, mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu **,**

Buna göre, reklam veren **Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2018/149**

**Şikayet Edilen:** **Kibarlı Pazarlama Day. Tük. Mal. Rek. Kırt. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Meltem TV ve Mesaj TV isimli televizyon kanallarında yayınlanan ticari iletişim yayınında "Panax" adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18, 21,22.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 21,22.11.2017 tarihlerinde 16.07, 16:15 ve 17:26 saatlerinde Meltem TV’de ve 18.09.2017 tarihinde saat 11:57’de Mesaj TV’de yayınlanan programlarda; *“Bitkisel gıda takviyelerinin lider ismi Kibarlı gururla sunar. Uzakdoğu’da her şeye fayda sağlayan anlamına gelen adeta sihirli bir kelime. Kibarlı Panax'ta içeriğindeki özel bitki ekstraktları ve özel formülüyle yıllardır milyonların hayatını değiştiren bir ürün oldu. İşte Kibarlı Panax'ın içindeki hayat parçacıkları. Uzakdoğu"nun geleneksel tıbbında binlerce yıldır kullanılan, dünyanın en gözde bitkisi Panax Ginseng. Marifeti ve faydalarıyla ünü son yıllarda giderek artan Çoban Çökerten ve tüm dünyada tam 5 bin yıldır kullanılan temel gıda maddelerinden biriyken bir anda bitkisel destek formüllerinin gündemine oturan Yulaf. Bitkisel gıda takviyelerinin lider ismi Kibarlı, işte bu 3 önemli bitkinin ekstraktını çok özel bir formül ile bir araya getirip halkımızın hizmetine sundu. Tam 5 yıldır kullanan herkes, yaşadığı değişikliklerle bu üründen memnun kaldı, Panax'ı eşine dostuna tavsiye etti. Kapten kalbe yol alan Kibarlı ve Panax ailesi bir çığ gibi büyüdü büyüdü, ünü tüm dünyayı sardı. Panax şimdi Avrupa"dan Türk dünyasına Rusya'dan Amerika'ya dünyanın dört bir yanında insanlığın hizmetinde. Avrupa, Kibarlı ürünlerine, OTC yani Güvenli Gıda Takviyesi onayı verdi. Almanya Bilim Komisyonu, Kibarlı Panax'ı reçetesiz satılabilen Güvenli Gıda Takviyesi olarak onayladı ve Sağlık Beyanıyla satışına izin verdi. Oluşturduğu memnuniyetle kullanan herkesin kalbinde taht kuran Kibarlı Panax adeta ülkemizin dünyadaki gururu oldu. Kibarlı Panax sizin için dünyanın en kaliteli ekstraktları kullanılarak Türkiye'nin en modern tesislerinden birinde el değmeden üretiliyor. Panax başta olmak üzere Kibarlı ürünlerinde kullanılan bitkilerin tamamı Gıda ve Tarım Bakanlığının insan sağlığına hiçbir zararı olmadığını onayladığı Pozitif Bitki Listesinde yer almaktadır. Gönül rahatlığı ile diyoruz ki Kibarlı ve Kibarlı ürünleri %100 güvenlidir. Evet Kibarlı milyonlarca yıldır tüm canlılara hayat veren bitkileri, geleneksel bilgilerin ışığında modern teknoloji ile insanlığın hizmetine sunmaya devam ediyor. Ülkemiz ve tüm dünyada binlerce insan, hayata PANAX başta olmak üzere Kibarlı ürünleri ile artık daha güzel ve mutlu bakıyor. Kibarlı Panax başta olmak üzere ürünlerimizi kullanan milyonlarca insana en kalbi teşekkürlerimizi ediyoruz. Kibarlı Doğal Sağlık Ürünleri. %100 güvenli, %100 bitkisel, %100 doğal. 7 gün 24 saat danışma hattımızı arayarak ürünlerimiz hakkında bilgi alabilir, önerilerinizi bizimle paylaşabilirsiniz. Şikayetlerden uzak, mutlu ve dinç bir yaşam için siz de geç kalmadan Kibarlı ile tanışın, rahat ve huzurlu bir hayat sürün. Danışma ve sipariş için 0 212 580 92 72 www.kibarlı.net”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 21,22.11.2017 tarihlerinde 16.07, 16:15 ve 17:26 saatlerinde Meltem TV’de ve 18.09.2017 tarihinde saat 11:57’de Mesaj TV’de yayınlanan programlarda “Panax” adlı ürüne yönelik mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

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

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

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “ 5, 8, 9, 13 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğu **,**

Buna göre, reklam veren **Kibarlı Pazarlama Day. Tük. Mal. Rek. Kırt. Ltd. Şti.** adlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2016/857**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Cistus Antivirüs Pastil isimli ürüne yönelik [www.cistusantiviruspastil.com.tr](http://www.cistusantiviruspastil.com.tr) isimli internet sitesi, broşür ve televizyon reklamlarında yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet, broşür ve ambalaj

**Tespitler:** 2016 yılında muhtelif tarihlerde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, *“Toplu taşıma araçları, okullar ve kapalı alanlarda milyonlarca insana grip virüsü bulaşıyor. Cistus Antivirüs Pastil virüs ve bakterilere karşı doğal bir bariyer oluşturmaya yardımcı olur. … Ağızda kalkan oluşturarak gribe karşı doğal bir koruma sağlamaya yardımcı olur. Gripten Korkma Cistus Antivirüs Pastil yanında.”* şeklinde,

[www.cistusantiviruspastil.com.tr](http://www.cistusantiviruspastil.com.tr) isimli internet sitesinin 23.05.2016 tarihli görünümünde; *“Gripten Korkma, Cistus Antivirüs Pastil Yanında! Neden Cistus Antivirüs Pastil? 1. Gribi önleyen antiviral etkili pastildir. 2. Antiviral ve antibakteriyel etkinlik gösterir. 3. 6 saat koruma sağlar. 4. Sistemik dolaşıma katılmaz. 5. Bildirilmiş yan etkisi yoktur. 6. Hastalık sırasında boğaz kaşıntısını ve kuru öksürüğü hafifletir. Uzmanların Grip ile mücadeleyle ile ilgili önerileri: Cistus Antivirus Pastil erken antiviral tedaviyi sağlayarak, gribi önler, antibiyotik kullanımını azaltır. Etkinliği klinik çalışmalarla ispatlanmıştır. 6 saat koruma sağlayarak, sizi gripten korur. Sıkça Sorulan Sorular: Cistus Antivirüs sadece gripten korunmak için mi kullanılır?* *Üst solunum yolu enfeksiyonlarından korunmanın yanı sıra hastalığın iyileşmesine yardımcı olmak ve şikayetleri azaltmak için kullanılır. Kronik kalp hastaları Cistus Antivirüs kullanabilir mi?* *Kronik kalp hastaları dahil, 65 yaş üzeri bireyler, bağışıklık sistemi düşük olanlar, kronik solunum yolu hastalığı olanlar gibi risk grupları kullanabilir. Dünyanın birçok ülkesinde güvenle kullanılıyor! Cistus Dünyanın bir çok ülkesinde kullanılmaktadır. Amerika ve İngiltere, Almanya başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde güvenle kullanılıyor. Cistus Antivirus Pastil'in etkisi ve güvenli kullanımı, yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır. Cistus Antivirus ağız ve farenkste mekanik bir savunma tabakası oluşturarak, gribi önler.”* şeklinde

Söz konusu ürünün tanıtıldığı broşürde, “ *Bir pastil Gribi Önleyebilir Mi? Cistus Antivirus gribi önleyen ilk ve tek pastil. Cistus Antivirus gribe karşı etkili ilk ve tek pastildir. Etkisi ve güvenli kullanımı yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından gribe karşı korumada önerilmektedir. Cistus Antivirus gribe karşı nasıl etkilidir? Pastil formundaki Cistus Antivirus, içeriğindeki cistus sayesinde ağız ve boğazda oluşturduğu koruma tabakası ile doğal bir savunma mekanizması sağlar-değiştirdiler. Bu koruma tabakası virüslerin vücudunuzda çoğalmasını engelleyerek gribin ortaya çıkmasını ve ilerlemesinin önüne geçer. Aynı zamanda Cistus Antivirus boğazdaki ağrıyı ve kuru öksürüğü iyileştirir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) Cistus Hakkında Ne Söylüyor? Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2010 yılındaki bildirgesinde, cistusun viral enfeksiyonların iyileşmesinde etkili olduğu ve çok güvenilir bir yan etki profili sunduğu açıklanmıştır. Cistus Antivirus nasıl kullanılır? Kapalı yaşam alanları grip bulaşma riskinin yüksek olduğu ortamlarda alanlara girmeden önce kullanmak korunmanızı sağlar. Hastalık Esnasında: Hastalık sırasında boğazdaki kaşıntı, ağrı ve kuru öksürüğü hafifletir. İsteğe göre günde 6 pastile kadar emilerek ya da çiğneyerek güvenle kullanılabilir. Cistus Antivirüs sadece gripten korunmak için mi kullanılır? Üst solunum yolu enfeksiyonlarından korunmanın yanı sıra hastalığın iyileşmesine yardımcı olmak ve şikayetleri azaltmak için kullanılır. Cistus Antivirus; erken antiviral tedavi sağlar. İnfluenzaya bağlı ağır hastalık, ölüm riskini azaltır. Antibiyotik kullanımını azaltır. Viral yayım miktarı ve süresini azaltır. Semptomların süresi ve şiddetini azaltır. İnfluenza komplikasyonlarını antiviral tedaviyle azaltır.”* şeklinde ve ürün ambalajında da *“Gribe Karşı”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Cistus Antivirüs Pastil” isimli ürünün reklam ve tanıtımlarının yer aldığı televizyon kanalları, internet sitesi, ürüne ait broşür ve ambalajlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılması dolayısıyla mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan ifadelere yer verilerek, tüketicilerde söz konusu pastilin kullanımı ile grip hastalığına yakalandıktan sonra da bu hastalığın tedavi edileceği izlenimi uyandırıldığı, oysa ürünün kullanma talimatında da yer aldığı üzere, Cistus creticus ekstresi fiziksel bir savunma mekanizması oluşturarak, virüs ve bakterilerin insan vücudundaki hücrelere girmesini ve çoğalmasını önlediği, bir başka ifadeyle adı geçen ürünün, grip hastalığına yakalanma ihtimalini azaltan bir ürün olup, bünyede oluşan grip hastalığını tedavi edici farmakolojik bir etkiye sahip olmadığı, dolayısıyla, Tıbbi Cihaz Yönetmeliğinin Üçüncü maddesinin (o) bendinde yapılan “Tıbbi cihaz” tanımının dışına çıkıldığı;

Ayrıca, ürün tanıtımlarında kullanılan *“Cistus Antivirus gribi önleyen ilk ve tek pastil. Gribi önleyen antiviral etkili pastildir. Hastalık sırasında boğaz kaşıntısını ve kuru öksürüğü hafifletir/iyileştirir. Gribi önler, antibiyotik kullanımını azaltır. Üst solunum yolu enfeksiyonlarından korunmanın yanı sıra hastalığın iyileşmesine yardımcı olmak ve şikayetleri azaltmak için kullanılır…”* şeklindeki iddiaların doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile ispatlanamadığı,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

**-** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 16/5, 18/6 ve 19/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Generica İlaç San. ve Tic. A.Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde **232.508-TL (İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2017/2571**

**Şikayet Edilen:** **Ned Dayanıklı Tüketim Malları İth. İhr. Dış Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Vizyon Türk isimli televizyon kanalında yer alan Mucizevi Stevia Şeker Otuadıyla, *“Şekerden yarım saat içinde kurtulmak istiyorsan, 0 216 490 00 90 nolu numarayı arayın”* şeklindeki reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 2017 yılı Haziran ayında Vizyon Türk isimli televizyon kanalında "Mucizevi Stevia Şeker Otu" isimli ürüne yönelik, *“Şekerden yarım saat içinde kurtulmak istiyorsan, 0 216 490 00 90 nolu numarayı arayın”* şeklinde ki reklam ve tanıtımlarda *“T.C devletinin Tarım bakanlığından onaylı, Avrupa müktesebat programı ile ilgili olarak geliştirilen teknolojisi hatta yüzlerce yıldır Avrupa’nın gizlediği, yaklaşık 52 yıldır da Türkiye’de gizlenmiş olan bir bitkiden bahsediyorum… Şimdi bu nedir efendim? Şekerden 250 ve 300 kat daha üstün bir maddeden bahsediyorum. Yani bir yere siz 300 tane şeker kullanacaksanız şayet, onun yerine burda 1 tane, o da ne demektir 1 çay kaşığı, âdete vurmuş olduğumuz zaman…” Stüdyoda bulunan Ahmet Bey, mikrofonu alıyor ve şunları söylüyor “Hocam öncelikle İsmail hocama, Kadriye Saran’a ve Ali Saran’a teşekkür etmek istiyorum. Allah onlardan bin bin razı olsun… Ben 20 yıllık şeker hastasıyım, bundan 2 yıla gelesiye kadar sürekli insülin insülin insülin kullanıyordum, ama ayağım 1 hafta patlamasa kesinlikle 2. Hafta bir yanından patlardı. Sonra 10 gün hastaneye. Allah’a şükür Stevia otuyla, İsmail abi, Kadriye Saran ve Ali Saran beni tanıştırdı, ondan sonra steviya, perhizime dikkat ederekten, Stevia otuna da devam ettim, Allaha binlerce şükür, bütün şeker hastalığım rölantide şu anda. Şekerimi ölçüyorum şu anda tok karnına 150 den yukarı çıkmıyor…”Stüdyodaki İsmail Bey “Ahmet ağa şeker hastalığı irsi olduğu için ablanda da şeker hastalığı varmış, önümüzdeki programlara onu da getireceğim ama önce sen şimdi onuda bi anlat. Ablam bu steviya tozuyla tanıştı, bana gönderdiniz ben de ona verdim, ablamın sizlere etmiş olduğu dua, direk cennetliksiniz… Komşuları ablamı bildiği için, görünce inanamıyorlar, başta vizyontürk olmak üzere Allah hepsinden razı olsun dedi, İsmail Bey: bu ablamız düğünlere gittiğinde herkes ellerine bakıyormuş, sonra şaşırmışlar. Kemal: 59 liralık ürünü aldığınız zaman, size aylarca yetiyor. Siz ilk gün kan analizi yaptırdığınızda farkı zaten göreceksiniz. Türkiye Cumhuriyeti Tarım Bakanlığının izni olan, devlet destekli üretilen, yüzlerce yıldır bizden gizlenen bir ürünü sizlere öneriyorum vebali günahı da sizin boynunuza, alıp almamakta serbestsiniz. Stevia bitkisini öneriyorum, imkânınız varsa evinizde bahçenizde üretin, hiçbir yerden satın almanıza da gerek yoktur. İsmail: Kullanmadan önce, şekerinizi ölçün, kullandıktan 1 saat sonra yine ölçün, Mersinli İsmail boşuna mı yemin ediyormuş, gerçek doğru muymuş, yanlış mıymış siz karar verin. Ahmet: Herkes rahatlıkla kullanabilir, ben kullandım, bu otu bize ulaştıranlardan Vizyon Türk başta olmak üzere Allah razı olsun diyorum. Kemal: Size yüz yılın mucizesini söylüyorum, yanında kitabımı da gönderiyorum…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu reklamda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyelerinin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken “Şeker Hastalığının” anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Ayrıca, “*Türkiye Cumhuriyeti Tarım Bakanlığının izni olan, devlet destekli üretilen, yüzlerce yıldır bizden gizlenen bir ürünü sizlere öneriyorum…”* ifadesine yer verilerek sanki söz konusu ürünün etkinliği ile ilgili olarak anılan Bakanlıkça test ve araştırma yapıldığı ve onaylandığı gibi bir izlenim yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, oysa Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan alınmış ya da alınacak ruhsat/izin/belgeler doğru olsa bile bu tür belgelerin yalnızca üretim ya da ithal izni işlemlerine yönelik olup, söz konusu ürünlerin, bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediğinin bilinmesi gerektiği*,*

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Ned Dayanıklı Tüketim Malları İth. İhr. Dış Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **dâhilinde** **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2017/3039**

**Şikayet Edilen:** **A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.watsons.com.tr adresli internet sitesinin 18.09.2017 tarihli görünümünde; *“Aksu Vital Harnup Tozu 200 Gr: Çocuklarda kemik gelişimine yardımcı olur. Ayrıca çocukların bedensel ve zihinsel gelişimini olumlu etkiler. Akciğer rahatsızlıklarında, astım ve bronşit tedavisinde faydalıdır. Wabi-Sabi Co-Q10 40 Yumuşak Kapsül 500 mg: Metabolik sendroma destek. Antioksidan. Antidiyabetik ve antihipertansif. Wabi-Sabi D3 Vitamini 40 Yumuşak Kapsül 500 mg: Çocuklarda raşitizm (kemik gelişim bozukluğu), erişkinlerde ise osteomalazi (kemik yumuşaması) tedavisine destek. Osteoporoz (kemik erimesi), osteoartrit, kalça kırığı, kas zayıflığı, multipl skleroz (MS) ve sedef hastalığı tedavisine destek. Depresyon ve anksiyete (endişe, kaygı hali) bozuklukları tedavisine destek. Sekonder hiperparatiroidizm tedavisine destek. Antitüberküloz ve antiinflamatuvar özellik. Nöroprotektif (sinir koruyucu) etkileri ile Alzheimer hastalığında tedaviye yardımcı. Astıma ve hırıltılı solunuma karşı koruyucu. Diyabet (şeker) hastalarında tedaviye destek. Antiaterosklerotik (damar sertliğine karşı) ve kardiyoprotektif (kalbi koruyucu) etki. Antiviral ve antibakteriyel etkinlik. Antioksidan etkinlik ve bağışıklık sistemini güçlendirme. Wabi-Sabi Anason Yağı 40 Yumuşak Kapsül 300 mg: Hazımsızlık, şişkinlik ve gaz şikayetlerinde yardımcıdır. Öksürük şikayetlerinde ekspektoran etkilidir. Wabi-Sabi A vitamini Yumuşak Kapsül: Gece körlüğü, kseroftalmi tedavisine ve görme fonksiyonunun iyileştirilmesine destek. Tat ve koku alma fonksiyon bozukluklarının tedavisine destek. MS (Multiple Skleroz), akne, menoraji (aşırı adet görme) ve psoriazis (sedef) semptom ve hastalıkların tedavisine yardımcı. Hematopoiezis (kan yapımı), üreme, büyüme, beyin ve kemik gelişimine destek. Kızamık, diyare (ishal), bazı cilt hastalıkları ve enfeksiyonlara karşı direnci artırma. Okul çağı çocuklarında obezite, hipertrigliseridemi (kanda trigliserit yüksekliği) ve metabolik sendrom tedavisine destek. Antioksidan etkinlik ve bağışıklık sistemini güçlendirme. Shiffa Home Ginseng: Yorgunluk, bitkinlik, konsantrasyon kaybı gibi durumlarda, iyileşme dönemlerinde mental ve fiziksel kapasitenin arttırılmasında, anti- stres etki ile vücutta stresin azalmasına yardımcı olur. Afrodizyak olarak tercih edilen ginseng cinsel fonksiyon bozukluklarında, kan basıncının dengelenmesinde, spor sonrası yorgunluğun giderilmesine yardımcıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirmeye ve enfeksiyonlara karşı vücudu güçlendirmeye destek olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu 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, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler 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 her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a,

5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2017/3245**

**Şikayet Edilen:** **Malatya Yöresel Pazar Gıda İnş. Kuy. Bas. Yay. İl. San. ve Tic. Ltd. Şti**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kayisiiste.com](http://www.kayisiiste.com) adresli internet sitesinin 08.08.2017 tarihli görünümünde; *“Alıç Sirkesi: Kalp ve damar hastalıklarının tedavisi ve korunması amacıyla kullanılan ve tüm dünyada kabul görmüş olan alıç meyvesi, düzenli kullanılması durumunda sağlık açısından olağanüstü faydalarını görebilirsiniz. Kalp ritim bozukluğu tedavisinde, sinirsel ve strese dayalı kalp çarpıntısı, kalp yetmezliği... Kalp krizi sonrasında yaşanan yüksek kan basıncını önleyici etki sağlar. Kudret Narlı Bitkisel Karışımlı Macun: Birçok rahatsızlığın tedavisinde alternatif olarak kullanılabilecek, vücut için son derece faydalı bir üründür. Rahim ve vajinada oluşan yaralar için faydalıdır. Egzama ve sedef gibi cilt hastalıklarına karşı kullanılabilir. Karaciğer fonksiyonlarını düzenleyici etkisi vardır… Ballı Zencefilli Bitkisel Karışımlı Macun: Kan akışını hızlandırıcı özelliğe sahiptir. Titreme, terleme ve yüksek ateşe karşı iyi gelir. Mide için faydalı bir üründür… Kolon kanseri üzerinde etkili olduğu yapılan araştırmalar sonucu kanıtlanmıştır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu 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 söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler 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 her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a,

5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Malatya Yöresel Pazar Gıda İnş. Kuy. Bas. Yay. İl. San. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2017/3251**

**Şikayet Edilen:** **Şifa Market Ena Bitkisel Ürünler San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sifamarket.com](http://www.sifamarket.com) adlı internet sitesinde satışı yapılan "Yeşilex çakşır köklü bitkisel kapsül" isimli ürüne ait ambalajının üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** [www.sifamarket.com](http://www.sifamarket.com) isimli internet sitesinin 11.07.2018 tarihli görünümünde “Yeşilex Çakşır Köklü Karışık Bitkisel Kapsül” isimli gıda takviyesi tanıtımlarında “*Üretimi sadece şirketimiz tarafından yapılmaktadır*.” ifadesine yer verildiği; söz konusu ürünün ambalajında da üretimi o firma tarafından gerçekleştirilmemesine rağmen “*Üretici Firma Adı/Adresi: Beyazlar Gıda Teks. Kuy. Ve Day. Tük. Mal. Şti. San Tic. Ltd.”* şeklinde belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu durumda ürünlerin üreticisinin ve sitenin sahibinin Beyazlar Gıda olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin aldatıldığı ve bahsi geçen firmanın ticari itibarından faydalanılarak haksız rekabete yol açıldığı,

Dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Şifa Market Ena Bitkisel Ürünler San. Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2017/3259**

**Şikayet Edilen:** **Harman Ticaret İsmail Evlüce**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.07.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bilgeaktar.com.tr adresli internet sitesinin 31.07.2017 tarihli görünümünde; *“Rezene: bakteri öldürücü, balgam ve idrar söktürücü, iştah açıcı, sindirim kolaylaştırıcı, kramp çözücü… Apse, bronşit, cinsel güçsüzlük, göz kızarıklığı ve yorgunluğu, öksürük ses kısıklığı, ishal, yağlanma ve yorgunlukta kullanılır… Melisa: Yatıştırıcı, midevi, gaz söktürücü, terletici ve antiseptik etkilere sahiptir. Astım, baş dönmesi, böcek sokması, hamilelik, iştahsızlık, kalp çarpıntısı, kansızlık, karaciğer, kulak çınlaması, metabolizma güçlendirici… depresyon ve sakinleştirici olarak kullanılır. Nane Yağı: Mide bulantısını keser. Hazmı kolaylaştırır. Gaz söktürücüdür. Sinirleri güçlendirir. Barsak solucanlarını temizler…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu 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 söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler 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,

Ddolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**74)**

**Dosya No: 2018/1828**

**Şikayet Edilen:** **Oraks İlaç Ve Kimya San. Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://orzax.com> adresli internet sitesinde yer alan eklem kemik sağlığı serisi, Bağışıklık Sistemi Serisi, Sindirim Sağlığı Serisi gibi kategori isimleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://orzax.com> adresli internet sitesinin 24.07.2018 tarihli görünümünde muhtelif gıda takviyesi ürünlerin *“Çocuk Gelişimi Serisi, Eklem Kemik Sağlığı Serisi, Bağışıklık Sistemi Serisi, Solunum Sistemi Desteği, Saç Sağlığı Serisi, Kadın Sağlığı Serisi, Sindirim Sağlığı Serisi”* şeklinde sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirilerek kategorilere ayrıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu internet sitesinde ürünlerin sınıflandırılması yapılırken sağlık beyanına yer verildiği, böylece her bir kategori başlığı altında yer alan ürünlerin insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu tanıtımlardabelirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil,“beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün”veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Oraks İlaç Ve Kimya San. Tic. A. Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2017/4828**

**Şikayet Edilen: Ned Dayanıklı Tüketim Malları İthalat İhracat Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Vizyontürk” logolu televizyon kanalında yayınlanan “Organik, Helal Sertifikalı Bal” ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Vizyontürk” logolu televizyon kanalında 17.10.2017 tarihinde saat 09:17’de yayınlanan tele-alışveriş reklamlarında;

Ekranda yayın boyunca yer alan durağan yazıda; *“Herkes Ekran Başına, Kaçıranlar İçin Muhteşem Kampanya. 0 216 490 00 90. 6 kutu petek bal, 3 kavanoz süzme bal 99 TL, Organik Helal Sertifikalı, Orijinal Bal, Orijinal Türk Malı, Gerçek Bal Türk Balı, Helal Sertifikalı Tek Bal”* şeklinde,

Sunucu şahıs tarafından yapılan tanıtımlarda ise;

*“Sunucu: Yaklaşık bir hafta oldu ya da olmadı herhalde. Bir kampanya düzenlendi. İnsanlar hala inanamıyor. Akşama kadar televizyon kanalımızın telefonları susmuyor. Çağrı merkezi susmuyor. 6 kutu petek bal, yanında 3 kavanoz süzme bal üstelik organik. Evet, organik, orjinal bal. 99 lira deyince ortalık karıştı arkadaşlar... Nasıl olur, biz nasıl alırız gibi birçok sorular geliyor. Şimdi sorunun direk muhatabı Adana’dan İbrahim amcayı bağlayacağız. Bakalım gerçekten ne var bu işin içinde, kendisinden bizzat duyacağız... İzleyicilerimiz inanamıyor işin gerçeği. 6 kutu petek bal yanında 3 kavanoz süzme bal 99 lira diyoruz. Ne var bu işin içinde yani. İnsanlar inanmakta zorlanıyor.*

*İbrahim Bey: Güzel yeğenim bu işin içerisinde Allah'ın rahmetinden başka hiç bir şey yok. İnsanların anlamamaları, inanmamaları normal. Bugün gidiyor markete bir tane kavanozuna 30 lira 40 lira para istiyorlar. Ama Allah sizden razı olsun. Geçen hafta biz sizi davet ettik Adana’ya geldiniz kovanlarımızı gezdiniz. Arıcılarımızla tanıştınız. Fabrikamızı ziyaret ettiniz. Nasıl hangi ortamlarda bu balı işlediğimizi, dolumunu yaptığımızı gördünüz kardeşim. Şimdi insanlar zannediyor ki balın kilosu 100 milyon 150 milyon. Öyle bir şey yok... Biz bu coğrafyada dünyanın en güzel ballarını en organik ballarını üretiyoruz ama bir türlü kendi soframıza maalesef orijinal fiyatından getiremiyorduk... Bu sahte ballardan, yurt dışından gelen kaçak ballardan ya da 2-3 tane hokkabazın çıkıp da insanların sağlığıyla oynadığı, mısır şurubuyla, glikoz şurubuyla yaptıkları ballar yüzünden biz arıcılar olarak artık canımızdan bezdik...*

*Sunucu: Şunu düşünüyor insanlar. Niye bu kadar ucuz. Acaba bu bal sahte mi? Ne diyorsun bu işe?*

*İbrahim Bey: Bizim Adana Yüreğir’deki fabrikamıza gelsinler. Kapımız herkese açık. Biz Türkiye'de ilklerin fabrikasıyız. Türkiye'nin ilk İSO 9001 belgesine sahip tek bal fabrikası bizim. Onun dışında şu anda Türkiye’de bizden başka hiç kimsede yok istedikleri yerden araştırabilirler. Helal gıda sertifikası var. Yani bu sertifikayı öyle herkes alamaz. Arının kursağından geçmemiş hiç bir bala da kimse bu sertifikayı vermez. O yüzden bizim alnımız ak. Biz malımızın da, balımızın da, sözümüzün de arkasındayız. Biz dedik ki insanlardaki bu algıyı ortadan kaldıracağız. Bal herkesin yemesi gereken bir gıdadır... Bu balı gönül rahatlığıyla tüketebilmeleri için 6 kutu petek bal 3 kavanoz da süzme bal kendi tesisimizde İSO 9001 belgeli tesisimizde dolumunu yaptığımız balları Türkiye'nin her yerine ulaştıracağız.*

*Sunucu: Evet sevgili izleyiciler duyuyorsunuz... Bu bal sahte mi? Cevabını duydunuz helal sertifikasına sahip tek balı alıyorsunuz ve TSE belgeli İSO 9001 belgesine sahip. Böyle bir belge. Zaten ekranda da gösteriyor arkadaşlarımız.*

*İbrahim Bey: ...Arasınlar siparişini versinler. Adamın aklında soru işareti mi var... Kutuyu açtın mı? Ya daha bir lokma ağzına sürmeden Türkiye'nin her yerinde laboratuvarlar var kardeşim. Gitsinler laboratuvardan analizini yaptırsınlar. Eğer bu balda %100 organik olmama durumu olursa bak balın, bilmeyenler vardır herkese söylüyorum. Bal 98 tane testten geçiyor. Eğer 97 sinden geçsin bir tane testten kalsın beni mahkemeye versinler, beni assınlar ben bu kadar açık ve net konuşuyorum, Diyorum ki bak 98 testin bir tanesinden kalırsa içinde bir gram katkı maddesi çıkarsa beni taşlayarak öldürün kardeşim...*

*Sunucu: Helal sertifikası nedir niye verdiler bu sertifikayı size?*

*İbrahim Bey: Yetkililer geliyorlar balı 98 türlü analizden geçiriyorlar. Bunlardan bir tanesinden bile kalsa içinde hile var sen burada hile yapmışsın bu haram diyor kardeşim. İşin açığı bu. Ama biz helal sertifikamızla kutumuzun üstünde istedikleri yerden sorgulayabilirler, belgemiz de kutunun üstünde var. Herkes gönül rahatlığıyla çoluğuna çocuğuna, torununa tombalağına herkese yedirebilir kardeşim bizim alnımız ak. 6 kutu petek bal, 3 kavanoz süzme bal 99 lira kurban olduğum.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bal isimli ürünün Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nde; *“Bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı Apismellifera tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürünü”* şeklinde tanımlandığı, bu itibarla, mevzuata uygun olarak üretilen tüm balların, doğal, saf ve katkısız olmasına karşın, inceleme konusu tanıtımlarda *“Orijinal Bal, %100 Organik, Orijinal Türk Malı, Gerçek Bal Türk Balı”* şeklinde ifadelere yer verilmesinin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesinde yer alan “*Gıda hakkında bilgilendirme, özellikle* (…)*Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak yanıltıcı biçimde olamaz*” hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Organik Helal Sertifikalı, Helal Sertifikalı Tek Bal(…)Üstelik organik. Evet, organik, orjinal bal. (…)İSO 9001 belgeli tesisimizde dolumunu yaptığımız balları(…)”* şeklinde ifadeler ile anılan ürününorganik ürün sertifikası ve helal sertifikasına sahip olduğu ve İSO 9001 belgeli bir tesiste üretildiği algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak söz konusu iddiaların ispatlanamadığıdeğerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

-Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmeliğin 29/5 maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Ned Dayanıklı Tüketim Malları İthalat İhracat Dış Tic. Ltd. Şti.**

hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2018/527**

**Şikayet Edilen: Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Enterogermina Probiyotik Takviye Edici Gıda”* adlı ürün broşürü

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler**: Firmaya ait broşürde; *“Enterogermina Sindirim Sisteminde Denge. Gaz&Şişkinlik. Kabızlık. İshal”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu broşürün tüketicilere yönelik olmadığı ve saha çalışanları tarafından sağlık profesyonellerine yapılan bilgilendirmelerde kullanıldığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***  karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2018/1207**

**Şikayet Edilen: Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Show Tv logolu televizyon kanalında yayınlanan “Little Caesars’dan gerçek pizza” sloganlı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.02.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Show Tv logolu televizyon kanalında 09.02.2018 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Little Caesars’dan gerçek pizza özleyenlere her sabah taptaze yoğurulan hamuru, sezon mahsulü domates sosu ve gerçek mozerella peyniriyle sucuk karışık pizza sadece 14 lira.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda kullanılan *“gerçek pizza özleyenlere”* ve *“gerçek mozerella peyniriyle”* ifadeleri ile rakip pizza üreticilerinin ürün ve hammaddelerinin Little Caesars kalitesinde olmadığı yönünde bir izlenim oluşturulduğu, böylelikle anılan tanıtımlarınbenzer ürünler arasında ayrıcalık yaratma ve diğer ürünleri kötüleme suretiyle haksız rekabete neden olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” başlıklı 4. kısmının “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55/1 maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**78)**

**Dosya No: 2018/1544**

**Şikayet Edilen: Üç İlke Kozmetik Optik İnşaat Gıda İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gittigidiyor.com/bebek-beslenme/bebek-mamasi?satici= bebekvesaglik](http://www.gittigidiyor.com/bebek-beslenme/bebek-mamasi?satici=%20bebekvesaglik) adresli internet sayfasında *“bebekvesaglik”* kullanıcı adı ile satışa sunulan bebek formüllerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2018, 25.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.gittigidiyor.com/bebek-beslenme/bebek-mamasi?satici=bebekvesaglik](http://www.gittigidiyor.com/bebek-beslenme/bebek-mamasi?satici=bebekvesaglik) adresli internet sayfasının 04.09.2018 ve 25.09.2018 tarihli görünümlerinde yer alan “Bebek maması”kategorisi altında satışa sunulan *“Golden Goat 1”* ve *“Evolvia 1”* markalı bebek formüllerinin tanıtımına yönelik olarak herhangi bir açıklama veya bilgiye yer verilmediği, bununla birlikte, anılan ürünlerin üçlü paket şeklinde veya ücretsiz kargo ile satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sayfasında yer alan “Bebek maması”kategorisi altında satışa sunulan *“Golden Goat 1”* ve *“Evolvia 1”* markalı bebek formüllerinin tanıtımına yönelik olarak herhangi bir açıklama veya bilgiye yer verilmediği, ayrıca anılan ürünlerin üçlü paket şeklinde veya ücretsiz kargo ile satışa sunulmasının Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin 12/k maddesinde tanımlanan *“bebek formüllerinin satışını teşvik edici, direkt olarak tüketiciye yönelik ikna edici özel görseller, indirim kuponları, ödüller, özel satışlar, zararına ve bağlı satışlar gibi herhangi diğer promosyonlar”* kapsamında değerlendirilemeyeceği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***  karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2018/1625**

**Şikayet Edilen: Ümit Turizm İhr. İth. İnş. Taah. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Etbaz Restaurant)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Siz hiç ayı eti yediniz mi?”*sloganlı billboardlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler**: Firmaya ait billboardlarda; *“Siz hiç ayı eti yediniz mi? Biz de yemedik. Ama kuzundana ve oğlakta şehrin en iyisiyiz!”* şeklinde ifadelere ve ayı görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir husus bulunmadığı anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***  karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2018/2066**

**Şikayet Edilen: Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “Ozmo Yumurta Kafalar”** isimli ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2018-11.05.2018, 08.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: Muhtelif televizyon kanallarında 13.04.2018-11.05.2018 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait [https://www.youtube.com/channel/UCUw-ZM7eK78WMO nfTJnGTGA](https://www.youtube.com/channel/UCUw-ZM7eK78WMO%20nfTJnGTGA) adresli internet sayfasının 08.08.2018 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda; *“Şimdi çok önemli bir haber için sıkılmaya ara veriyoruz. Neymiş acaba? Dünyada ilk defa içi oyuncaklı içi suratlı Ozmo Yumurta Kafalar. %100 gerçek çikolatası ve yenilenen tadıyla şimdi çok daha lezzetli. Koruyucu içermez. Renklendirici içermez. %100 gerçek çikolata”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“%100 gerçek çikolata”* ifadesi ile anılan ürün içeriğinin sütlü çikolata, beyaz çikolata ve bitter çikolatadan ibaret olduğu hususunda tüketicilerin bilgilendirildiği ve söz konusu ifadenin diğer firmalar aleyhine kötüleyici bir etki yaratmadığı değerlendirilerek, söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***  karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2018/3153**

**Şikayet Edilen: Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve firmaya ait afişlerdeyer alan “Sezar Et Döner” isimli ürün reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.04.2018-08.06.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, afiş

**Tespitler**: Muhtelif televizyon kanallarında 17.04.2018- 08.06.2018 tarihleri arasında yayınlanan reklamlar ile firmanıza ait afişlerde; kırmız et görseliyle birlikte *“%100 Et Döner”* ifadelerine yer tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda kırmızı et görseliyle birlikte *“%100 Et Döner”* ifadelerine yer verilmesinin, TGK Et ve Et Ürünleri Tebliği’nin 15/1 maddesinin k bendinde yer alan*“Ürün etiketlerinde marka dahil olmak üzere ‘%100’, ‘%100 Dana eti’ ya da ‘%100 göğüs eti’ gibi ifadeler/logolar kullanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliğinin 15/1-k maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**82)**

**Dosya No: 2018/3170**

**Şikayet Edilen: Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Türkiye nin Çikolata Fabrikası*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2017-01.06.2018, 08.08.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: Muhtelif televizyon kanallarında 14.11.2017-01.06.2018 tarihleri arasında yayınlanan ve firmaya ait [https://www.youtube.com/channel/UCUw-ZM7eK78WMO nfTJnGTGA](https://www.youtube.com/channel/UCUw-ZM7eK78WMO%20nfTJnGTGA) adresli internet sayfasının 08.08.2018 tarihli görünümünde yer alan reklam ve belgesel videolarında;

*“Türkiye’nin çikolata fabrikası. En sevilen ve en çok tercih edilen çikolatalarıyla bayramları şölene çeviren Türkiye’nin çikolata fabrikası Şölen bayrama hazır.”,*

*“Türkiye’den Dünya’ya en çok çikolata ihraç eden Türkiye’nin Çikolata Fabrikası Şölen”*,

*“Türkiye’nin çikolata fabrikası (…)Her gün tonlarca çikolata üreten bu tesis tam 17 futbol sahası büyüklüğünde bir teknoloji harikası. (…)Sıradan bir tesiste bu neredeyse imkansız. Ancak bu rüya fabrikada Şölen’e özel tasarlanmış robot ve makinelerle mümkün. Fabrika Endüstri 4.0 standartlarına göre tasarlanmış gerçek bir lezzet üssü. (…)Şu an biz dünya standartlarında en yüksek teknolojiyi kullanıyoruz. (…)Yaratılan tatlar Belçika’dan Maldivler’e ve Amerika’ya kadar dünyanın dört bir yanındaki 100’e yakın ülkeye gönderiliyor. 1989’da kurulan Şölen çikolata ihracatında lider konuma kadar yükseldi.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda firmanın Türkiye’de yerli sermaye ile üretim yapan bir çikolata fabrikası olduğu mesajının verildiği ve anılan tanıtımların diğer firmalar aleyhine kötüleyici bir etki yaratmadığı, diğer taraftan anılan tanıtımlarda yer alan “*En sevilen ve en çok tercih edilen”* ve *“Dünya’ya en çok çikolata ihraç eden”* iddialarının ispatlandığı anlaşılmış olup, söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına***  karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2017/3559**

**Şikayet Edilen:** **Aslı Gıda Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *“HEKİMOĞLU Limon ve Sarımsak Kürü, şeker yok, tuz yok hiçbir katkı maddesi yok, 25 gün boyunca gün ışığı görmeden karanlık ortamda bekletilmiştir, %100 Lamas Limonu, %100 Taşköprü Sarımsağı, Limon ve Sarımsak karışımından oluşan bu kür bilinen en eski şifa kaynaklarından biridir. HEKİMOĞLU şifalı ürünler üreticisi olarak sizler için en iyi Limon ve Sarımsak kürünü tıpkı evinizde yaptığınız gibi ürettik. Üstelik en etkili limonları en güçlü sarımsakları bir araya getirerek. Bilindik limonlardan daha etkili bir yağ yakıcı ve enerji verici özelliğe sahiptir…”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde; *“HEKİMOĞLU Limon ve Sarımsak Kürü, şeker yok, tuz yok hiçbir katkı maddesi yok, 25 gün boyunca gün ışığı görmeden karanlık ortamda bekletilmiştir, %100 Lamas Limonu, %100 Taşköprü Sarımsağı, Limon ve Sarımsak karışımından oluşan bu kür bilinen en eski şifa kaynaklarından biridir. HEKİMOĞLU şifalı ürünler üreticisi olarak sizler için en iyi Limon ve Sarımsak kürünü tıpkı evinizde yaptığınız gibi ürettik. Üstelik en etkili limonları en güçlü sarımsakları bir araya getirerek. Bilindik limonlardan daha etkili bir yağ yakıcı ve enerji verici özelliğe sahiptir…”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**84)**

**Dosya No: 2017/4149**

**Şikayet Edilen:** **Hüseyin KÖMÜRCÜOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *“Akciğer detoksu resmi satış sitesi, tamamen doğal karışımdır, 64 TL, kampanyalı fiyatı ile mutlaka sipariş veriniz … sizler için özel olarak tamamen doğal içerik kullanılarak formülize edilen bu ürünü tekli ve çoklu adetli kampanyalar ile sizlerin kullanımına sunmuş bulunmaktayız … bitkisel gıda takviyesidir, ilaç kesinlikle değildir …”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde; *“Akciğer detoksu resmi satış sitesi, tamamen doğal karışımdır, 64 TL, kampanyalı fiyatı ile mutlaka sipariş veriniz … sizler için özel olarak tamamen doğal içerik kullanılarak formülize edilen bu ürünü tekli ve çoklu adetli kampanyalar ile sizlerin kullanımına sunmuş bulunmaktayız … bitkisel gıda takviyesidir, ilaç kesinlikle değildir …”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**85)**

**Dosya No: 2017/4841**

**Şikayet Edilen:** **İstanbul Dolunay Radyo TV. Yay. ve Reklamcılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“4 Eylül”* logolu televizyon kanalında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.10.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu televizyon kanalında; *“şu an ekranlarda çay görüyorum, bu çay ne çayı sevgili izleyenler, Rize’ye kadar gittik ve bir mekanda çayımızı içtik ve şunu söyledik, İdris Abi senin çayın hakikaten çok çok güzel ve özel bir çay … biz size şöyle özel bir şey yapacağız şimdi. 5 paket çay vereceğiz 20 liradan. 20-40-60-80-100. Ama şöyle bir şey yapacağız, hattımızı düşürmeyi başaran ilk yüz kişiye 5 PAKET ÇAYI BEDAVA VERECEĞİZ. Evet yanlış duymadınız. 5 paket siz alıyorsunuz, 5 paket çay biz gönderiyoruz, 10 paket çay size 99 TL’ye geliyor. 0212 945 01 71. Şu an kampanya başladı, biz size Doğu Karadeniz’in o eşsiz çay bahçelerinden biz size ilk sürüm mayıs çayını sunuyoruz. Şunun altını da çizerek söylemek istiyorum. Ya bize bu çayı almanın için bir neden söyleyebilir misin?, biz direk fabrikadan size sunuyoruz, çay paketlendiği zaman bir depolama süreci var o depolanma sürecinde rutubetlenmiş mi bilmiyoruz, havayla teması var mı bilmiyoruz, suyla herhangi bir teması olmuş mu onu da bilmiyoruz, hani oradan oraya taşındığı için çay ne oluyor toz oluyor, daha sonra demlediğiniz zaman ne oluyor kıymetli izleyiciler bir koku oluyor veyahut da o çayda bir bulanıklık oluyor biz size fırından gönderiyoruz … bakın ISO 2200 belgesi var, UKAŞ belgesi var, ISO 9001 belgesi var ve hasıp belgesi var, Şurada görüyorsunuz bakanlık onayları var, hepsini görüyorsunuz, şurada kalite belgesi var … 5 paket siz alıyorsunuz 5 paket biz size hediye olarak gönderiyoruz, şuan bizi bekleyen izleyicilerimiz ısrarla arayın belki bundan sonra bu kampanyayı bulamazsınız, belki depolarımızdaki ürünler bitecek … bakın yine söylüyorum 0212 945 01 71 numaralı hattımızı düşürmeyi başaran 100 kişi dedik, 5 kişi kalmış …”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda televizyon kanalında; *“şu an ekranlarda çay görüyorum, bu çay ne çayı sevgili izleyenler, Rize’ye kadar gittik ve bir mekanda çayımızı içtik ve şunu söyledik, İdris Abi senin çayın hakikaten çok çok güzel ve özel bir çay … biz size şöyle özel bir şey yapacağız şimdi. 5 paket çay vereceğiz 20 liradan. 20-40-60-80-100. Ama şöyle bir şey yapacağız, hattımızı düşürmeyi başaran ilk yüz kişiye 5 PAKET ÇAYI BEDAVA VERECEĞİZ. Evet yanlış duymadınız. 5 paket siz alıyorsunuz, 5 paket çay biz gönderiyoruz, 10 paket çay size 99 TL’ye geliyor. 0212 945 01 71. Şu an kampanya başladı, biz size Doğu Karadeniz’in o eşsiz çay bahçelerinden biz size ilk sürüm mayıs çayını sunuyoruz. Şunun altını da çizerek söylemek istiyorum. Ya bize bu çayı almanın için bir neden söyleyebilir misin?, biz direk fabrikadan size sunuyoruz, çay paketlendiği zaman bir depolama süreci var o depolanma sürecinde rutubetlenmiş mi bilmiyoruz, havayla teması var mı bilmiyoruz, suyla herhangi bir teması olmuş mu onu da bilmiyoruz, hani oradan oraya taşındığı için çay ne oluyor toz oluyor, daha sonra demlediğiniz zaman ne oluyor kıymetli izleyiciler bir koku oluyor veyahut da o çayda bir bulanıklık oluyor biz size fırından gönderiyoruz … bakın ISO 2200 belgesi var, UKAŞ belgesi var, ISO 9001 belgesi var ve hasıp belgesi var, Şurada görüyorsunuz bakanlık onayları var, hepsini görüyorsunuz, şurada kalite belgesi var … 5 paket siz alıyorsunuz 5 paket biz size hediye olarak gönderiyoruz, şuan bizi bekleyen izleyicilerimiz ısrarla arayın belki bundan sonra bu kampanyayı bulamazsınız, belki depolarımızdaki ürünler bitecek … bakın yine söylüyorum 0212 945 01 71 numaralı hattımızı düşürmeyi başaran 100 kişi dedik, 5 kişi kalmış …”* şeklindeki ifadelerle tanıtılan çayın özel niteliklere sahip olduğunun beyan edilerek tüketicilerin aldatıldığı aynı zamanda söz konusu kampanyanın sadece o an geçerli olduğunun iddia edildiği fakat programın farklı saatlerde farklı televizyon kanallarında yayınlanmaya devam ettiği, gerçek dışı olarak “*son, çok az kaldı, ilk kez*” gibi ifadeler ile tüketicilerin ürünleri satın almaya teşvik edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 inciı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **İstanbul Dolunay Radyo TV. Yay. ve Reklamcılık A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **12.070** **TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2018/286**

**Şikayet Edilen:** **Avrupa Döner**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.avrupadoner.com](http://www.avrupadoner.com) adresliinternet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; “*Tombik döner + şişe kola + tatlı 5 TL*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde; “*Tombik döner + şişe kola + tatlı 5 TL*” tanıtımlara yer verildiği fakat tüketiciler tarafından sipariş verildiğinde tüketicilere farklı fiyatlar sunulduğu bu sebeple internet sitesinde yer alan fiyatların tüketicileri yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**87)**

**Dosya No: 2018/409**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“SPRITE sarı kapaklarında BOŞ YOK”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2017 – 30.11.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş,Televizyon, Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu afişlerde; *“SPRITE sarı kapaklarının altında BOŞ YOK promosyonun kurallarının tümünü, promosyonlu sarı renk kapaklı Sprıte 2,5 L PET etiketlerinin arkasından, promosyona katılan satış noktalarından Coca-Cola İletişim Merkezi’nin 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı hatlarından ve* [*www.coca-cola.com.tr’den*](http://www.coca-cola.com.tr'den) *öğrenebilirsiniz. Bu promosyon 15 Eylül 2017 – 31 Aralık 2017 tarihleri arasında ve T.C. sınırları içerisinde geçerlidir. Bu promosyon uygulama gereği M.P.İ izni kapsamı dışında olup Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenmektedir. promosyondan yararlanan herkes bu kuralları kabul etmiş sayılır.”* ifadelerinin yer aldığı, ürün ambalajları üzerindeki tanıtımlarda da aynı yönde ifadelerin kullanıldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Sprıte Kapaklarında BOŞ YOK! 2.5 L Sarı Sprıte Kapaklarında BOŞ YOK! 2.5 L veya 1 l Fanta Hediye!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 15.09.2017-31.01.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen “*Sprıte Kapaklarında BOŞ YOK!*” başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin 2,5 Litrelik Sprite kapaklarından her birinde 1 veya 2,5 Litre Fanta Pet çeşitlerinden birini kazanma şansı bulunduğu ve kampanyaya katılımın süpermarket, hipermarket, market, bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kapakları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri,

Bu doğrultuda, inceleme konusu promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında, *“Sprıte Kapaklarında BOŞ YOK! 2.5 L Sarı Sprıte Kapaklarında BOŞ YOK! 2.5 L veya 1 l Fanta Hediye!”* sesli ifadelerinin yanında, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olacağı bilgisinin ana vaadin istisnası biçiminde dahi tüketicilere sunulmamasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar” başlıklı 15. maddesinin, *“(1) Mal veya hizmetlere yönelik çekiliş, yarışma ve promosyon gibi pazarlama tekniklerini kullanmak suretiyle yapılan reklamlarda aşağıdaki hususlara uyulması zorunludur: a) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerle birlikte karşılıksız olarak verilen mal veya hizmetlerin ya da ikramiyelerin taahhüt edilenden farklı olmaması ve tüketicilerde oluşturulan makul beklenti düzeyini karşılaması gerekir. (…) c) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması veya belli sayıda kupon, etiket, kapak ve benzeri unsurların biriktirilmesi suretiyle piyango, ikramiye çekilişi ya da bir yarışmaya katılma hakkı veren pazarlama tekniklerinin duyurulması halinde; promosyon süresinin başlangıç ve bitiş tarihi, ikramiye çekiliş sonuçlarının duyuruluş şekli, malın teslimi ile hizmetin yerine getirilme tarihi ve koşulları açıklanır.”* hükmüne ve ayrıca reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu; kaldı ki, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olduğu bilgisine anılan televizyon reklamlarında yer verilse bile bu bilgilendirmenin yeterli olmadığı, çünkü söz konusu reklamda tüketicilerin kampanyaya katılan satış noktalarını ve bu satış noktalarının isim/adreslerini nereden öğrenebilecekleri hususunda bir yönlendirme yapılmadığından ortalama bir tüketicinin hangi satış noktalarının kampanyaya dahil olduğu hususunda bilgi sahibi olamayacağı, bu bağlamda, tüketicilerin eksik bilgilendirme yoluyla yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **241.413 TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2018/418**

**Şikayet Edilen:** **TAB Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Burger Kıng Ara Gelsin”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, İnsert, Televizyon, Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu insertlerde; “*etçiyiz biz ister ara gelsin ister tıkla gelsin ARBY’S yensin, kampanya 31 Mart 2018 tarihine kadar sadece* [*www.yemeksepeti.com*](http://www.yemeksepeti.com)*, Ara Gelsin, Adana bölgesi için Flyuu uygulamasında,* [*www.tıklagelsin.com*](http://www.tıklagelsin.com) *ve Tıklagelsin mobil uygulamalarında geçerlidir. Görselde yer alan ürün servis değil reklam amaçlıdır… En hesaplı lezzet kapınızda Ara gelsin 0850 297 87 82 Tıkla Gelsin* [*www.tiklagelsin.com*](http://www.tiklagelsin.com) *…*” televizyon reklamlarında ise; “*Şefin tavsiyesi ben Chris bugün indirimli burger yiyeceğiz* *yemek sepetini açıyoruz yanına kolası patatesi siparişi veriyoruz… her gün on binlerce promosyon yemek sepetinde … hemen indir söyle* …” şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ve firma tarafından yapılan açıklamalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2018/419**

**Şikayet Edilen:** **Hasan ESİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *“HEKİMOĞLU Limon ve Sarımsak Kürü, şeker yok, tuz yok hiçbir katkı maddesi yok, 25 gün boyunca gün ışığı görmeden karanlık ortamda bekletilmiştir, %100 Lamas Limonu, %100 Taşköprü Sarımsağı, Limon ve Sarımsak karışımından oluşan bu kür bilinen en eski şifa kaynaklarından biridir. HEKİMOĞLU şifalı ürünler üreticisi olarak sizler için en iyi Limon ve Sarımsak kürünü tıpkı evinizde yaptığınız gibi ürettik. Üstelik en etkili limonları en güçlü sarımsakları bir araya getirerek. Bilindik limonlardan daha etkili bir yağ yakıcı ve enerji verici özelliğe sahiptir…”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde; *“Alıç sirkesi faydaları nelerdir? Vücudumuzdaki damarların genişlemesini sağlayarak daha fazla oksijen ve kan dolaşımına yardımcı olur. Bu da olası kalp rahatsızlıklarını önlemeye ve yüksek kan basıncını dengelemeye fayda sağlar. Bununla birlikte kanın dolaşımın iyileşmesi, beyin fonksiyonları için de oldukça yararlıdır. Beyin belleğini güçlendirir. Böbrek hastalıklarında tedavi edici özelliğe sahiptir. Şeker hastalığı tedavisi amaçlı kullanır. Tansiyon dengeleyici görevi görür. İçeriğinde yüksek oranda antioksidan bulundurur Şeker hastalığı tedavisi amaçlı kullanılır. Panik atak hastalığına karşı kullanılır. Mide sağlığı için güçlendirici etkiye sahiptir. Kolesterol düşürme özelliğine sahiptir. İdrar sökücü ve spazmları giderici etkisi vardır. Yağ yakıcı özelliği sayesinde zayıflama amaçlı kullanılabilir. Kalpteki ritim bozukluklarının giderilmesi ve kalp kaslarının kuvvetlenmesi için kullanılır. Andız pekmezinin faydaları, Yaralara ve çıban oluşmuş bölgelere sürüldüğünde çabuk etkisini gösterir. Alerji ve alerjiye bağlı olan cilt hastalıklarında tedavi edicidir. Andız pekmezi düzenli şekilde tüketildiğinde saç dökülmelerini önler. Sedef ve egzama rahatsızlıklarında tedavi amaçlı kullanılır. Her gün düzenli kullanıldığında kalp damarlarını ve kalbi korur. Böbreklerde taş oluşmasını engellerken var olan taşlann düşmesine yardımcı olur, Sistis rahatsızlığını önler ve idra r yollarını temizler. Kânın temizlenmesini sağlar. Karaciğerin korunmasına yardımcıdır. Bacakların rahatlamasını sağlayan pekmez romatizma ağrılarını hafifletir. Toksinlerin atılımını sağlar ve tekrar oluşmasını önler. Enginarlı çay, safra akışını arttırır, siroz tedavisinde yardımcı olarak kullanılır, kan şekerini düşürür, ishale iyi gelir,balen çörek otu yağı kapsülü, Bağışıklık sistemini güçlendirir. T-hücrelerin sayısında ve aktivesinde artış sağlar. Gebelik dönemindeki komplikasyonları azaltır. Soluk borusunu genişletip kramp gidericidir. Ayrıca öksürüğü hafifletir. İltihap giderici, ağn dindirici ve idrar söktürücüdür. Düzenli devam edilirse kan şekerini düşürür. Bu nedenler şeker hastalan için ideal kapsüller arasında yer alır. Kalp ve tansiyon hastalıklarının riskini azaltır. Damarları güçlendirir. Hücre yenilenmesinde önemli rol oynar. Hücrelerin yenilenmesinde etkilidir. Bileşiminde bulunan selen mineralinden ötürü vücuttaki zehirli maddeleri atılmasına yardımcı olur. Mikrop, virüs ve mantarlara karşı öldürücü tesire sahiptir. Yaraların çabuk iyileşmesini sağlar. Hormon sistemini ve ruh halini sağlamlaştırır. Çocuklarda Özellikle sinir ve deri hastalıkları ile astım ve alerjiye iyi gelir. Hazım zorluğu ve mide şişkinliklerine eskiden beri kullanılmaktadır. Basura İyi gelir. Cinsel isteksizlik ve kısırlıkta fayda sağlar. Bağırsakların düzenli çalışmasını sağlar. Cildi parlaklaştırır. Düzgün bir cilt parlak saç ve gözlere sebep olur. Sarımsak yağı faydaları, Saçların dökülmesini önler ve saçları besleyerek parlaklık verir, Damar sertliğine iyi gelir ve kalbe kuvvet verir Dökülen kaştan gürleştirir, Böbrek taşı oluşumunu engeller ve mesanedeki taşların atılmasını sağlar, Kolesterole iyi gelir. Deve dikeninin yararları, Dolaşım faaliyetlerini düzenler. Karaciğer hücrelerinin yenilenmesinde önemli rol oynar. Karaciğer hastalıklarına bağlı tedavilerde kullanılır. Kabızlığa iyi gelir, Sindirim sistemini kuvvetlendirir. Vücut direncini arttırır. Tohumları safra salgılatır. Safra Kesesi hastalıklarının tedavisinde kullanılır…”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**90)**

**Dosya No: 2018/1216**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu broşürlerde; *“Persant Pelargonium Sidoides Kökü Ekstresi Sıvı Takviye Edici” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “%100 doğal, sağlığın doğal hali, neden persant ?, çünkü içeriğindeki polifenollerin, virüslere karşı güçlü sitoprotektif etkisi vardır, çünkü 3900’ü çocuk olmak üzere 9000’den fazla hasta üzerinde yapılmış, güçlü çalışmaları mevcuttur, çünkü son derece güvenlidir, yan etki insidansı milyonda 0,53 olarak sapatanmıştır, 1 – 4 yaş arası günde 3 kez ½ ölçek”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu broşürlerde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, aynı zamandaTürk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği gereği 2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemeyip ve piyasaya arz edilemeyeceğin açıkça belirtilmesine rağmen söz konusu broşürlerde *“1 – 4 yaş arası günde 3 kez ½ ölçek”* şeklinde ifadelere yer verilerek mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Nuitfourpharma İlaç ve Sağlık Ürünleri Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **6.907 TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2018/2116**

**Şikayet Edilen:** **Fritolay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Tebrikler 1 adet lipton ice tea kazandınız 200 ml.”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2017 – 31.01.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş,Televizyon, Kupon, Broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu broşürlerde; *“Milyonlarca Lipton İce Tea 200 ml ve Roco Lira, paketten çıkan kuponlarla bedava, içinde Tetra Pak Karton kutu 200 ml Lipton Ice Tea veya Rocco Lira kuponu bulunan ve tavsiye edilen satış fiyatı 1 TL ve 0,50 TL olan Lay’s, Ruffles ve Doritos; 1 TL olan Cheetos paketlerinin içinden çıkabilecek kuponu, 1 Eylül 2017 – 31 Ocak 2018 tarihleri arasında kampanyaya katılan hipermarket ve süpermarket harici anlaşmalı satış noktalarına götürerek kuponda yer alan tutar karşılığında belirli ürünleri alabilirsiniz. Ayrıntılı bilgi tytz.com sitesindedir. Anlaşmalı satış noktaları ve kampanya ile ilgili sorularınız için Tüketici Hattı: : 0800 291 10 11/  0 216 651 54 54”* şeklinde,

Anılan promosyon kampanyasına ait “*LIPTON”* a aitkuponda *“Bu kuponu kampanyaya katılan bir satış noktasına teslim ederek 1 adet bedava Tetra Pak Karton kutu 200 ml Lipton Ice Tea hediyenizi alabilirsiniz. Kampanya, 1 Eylül 2017 – 31 Ocak 2018 tarihleri arasında, hipermarket ve süpermarket harici, kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Karekodu silinmiş, bozulmuş yani okutulamaz şekilde olan kuponlar geçersizdir. Bu kullanım sonunda para üstü verilmez, hediye ürünün nakit karşılığı talep edilemez. Frito Lay, kampanyayı dilediğinde durdurma, sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapabilme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgiye tytz.com web sitesinden erişebilirsiniz. Tüketici hattı: (0 800) 291 10 11 / (0 216) 651 54 54 Bu kupon 36 aylıktan küçük çocuklar için uygun değildir.”* ve *“ROCCO”* a ait kuponda *“Dikkat! Ambalajı yırtılan kuponlar geçersizdir. Bu kampanya, 1 Eylül 2017 – 31 Ocak 2018 tarihleri arasındadır. Kupon üzerindeki TL (KDV dâhil) karşılığını, süpermarket ve hipermarket harici kampanyaya katılan satış noktalarında sadece kampanya katılım koşullarında belirtilen şekilde kullanarak teslim alabilirsiniz. Rocco Para kuponları birleştirilerek kupon üzerindeki TL karşılığı (KDV Dâhil) tutarında istenilen Rocco ürünü edinilebilir. Bu kullanım sonunda para üstü verilmez. Kampanyaya katılan satış noktasının, Rocco ürünü için serbestçe belirlediği satış fiyatı üzerinden Rocco Para karşılığı Rocco ürünü alınabilecektir. Karekodu silinmiş, bozulmuş yani okutulamaz şekilde olan kuponlar geçersizdir.*

*Hediye ürünün nakit karşılığı talep edilemez Ayrıntılı bilgiye tytz.com web sitesinden erişebilirsiniz. Tüketici hattı:(0 800) 291 10 11 / (0 216) 651 54 54”* şeklinde,

Anılan promosyon kampanyasına ait afişlerde; “*Kampanya 01.09.2017 – 31.01.2018 tarihleri arasında, tavsiye edilen satış fiyatı 0,50 TL ve 1 TL olan Lay’s, Ruffles, Doritos ve Cheetos ürünlerinden çıkabilecek olan Lipton Ice Tea 200ml ve Rocco Lira kuponları için geçerli olacaktır. 31.01.2018 tarihinden sonra getirilen Lipton Ice Tea 200ml ve Rocco Lira kuponları geçersizdir. Ambalajı yırtılan, Karekodu silinmiş veya bozulmuş olan kuponlar geçersizdir. Paketlerden çıkabilecek olan kuponlar Lipton Ice Tea 200 ml veya 0,25 Rocco Lira kuponları olacaktır. Katılımcılar paket içerisinden çıkabilecek olan Lipton Ice Tea 200ml ve Rocco Lira kuponlarının üzerinde yazan miktar karşılığını (KDV dahil) süpermarket ve hipermarket harici kampanyaya katılan satış noktalarında, aşağıda belirtilen şekilde kullanabilirler. Lipton Ice Tea 200ml ve Rocco Lira kuponları para yerine geçmez, nakit olarak kullanılamaz, karşılığı nakit olarak talep edilemez. Her Lipton Ice Tea 200ml kuponunun karşılığında 1 adet bedava Lipton Ice Tea Tetra Pak karton kutu 200 ml verilir. Birleştirilen Rocco Lira TL (KDV Dahil) tutarında istenilen Rocco ürünü alınabilir. Kullanım sonunda para üstü verilmez. Kampanyaya katılan satış noktasının, serbestçe belirlediği satış fiyatı üzerinden Rocco Lira karşılığı Rocco alınabilecektir. Promosyonun gerçek piyasa değeri tercih edilecek promosyona göre değişebilecektir. Frito Lay çalışanları, taşeronları, sözleşmeliler, distribütörleri ve bu kampanyanın hazırlanması ile iştigal eden tasarımcılar, reklamcılar kampanyaya katılamaz. Katılıp kazansalar dahi kendilerine ödül verilmez. Kampanya tüketicilere yöneliktir. Kampanya şartlarının kötüye kullanılması veya kampanya hediyelerinin ticaretinin yapılması yasaktır. Herhangi bir şüpheli durumda Frito Lay promosyon vermeme hakkını saklı tutar. Frito Lay, kampanya süresince kampanya koşullarını değiştirme, kampanyayı durdurma ve sona erdirme hakkına sahiptir. Kampanyadaki değişiklikler www.tytz.com’dan duyurulacaktır. Kampanya kapsamında ortaya çıkan her türlü uyuşmazlıkta, Frito Lay’in kampanya ve kampanya uygulama kayıtları esas alınacaktır. Kampanyaya katılan herkes yukarıdaki koşulları kabul etmiş sayılır. Tüketici Hattı: 0800 291 10 11 / 0216 651 54 54 Frito-Lay Gıda San. Ve Tic. A.Ş.*

*Tekfen Tower Büyükdere Cad. No:209 D:2, 34394 4. Levent Şişli Istanbul/Türkiye Adresimiz referansımızdır.”* ifadelerinin yer aldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Cheetosta 2 eğlence birden cheetosun yanında oh be dedirten Lipton ice tea şimdi cheetos paketlerinde milyonlarca lipton ice tea seni bekliyor, harçlıklar cepte kalıyor hadi eğlence başlasın”* altyazıda “*kampanyalı paketlerden çıkabilecek olan Roco Lira veya Lipton İce Tea 200 ml. Kuponlar 31.01.2018 tarihine kadar kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Ayrıntılı bilgi* [*tyzt.com.tr*](http://www.tyzt.com.tr) *de ve kampanyalı paketlerdeki şeritlerin arkasındadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 01.09.2017 – 31.01.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen *“Tebrikler 1 adet Lipton ice Tea kazandınız 200 ml.”* başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin Cheetos Cips paketlerinden çıkan kuponlar ile 200 ml. Lipton Ice Tea kazanma şansı bulunduğu fakat kampanyaya katılımın market, bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kuponları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kuponları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri, ilgili mecralarda yer alan müşteri hatlarının aranmasına rağmen muhatap bulunamadığı bu bağlamda tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Fritolay Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **241.413 TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2018/2117**

**Şikayet Edilen:** **Ledapharma İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"“Plusspan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda”* isimli ürüne ilişkin ambalajda ve [www.ledapharma.com](http://www.ledapharma.com) adresli internet sitesinde ilgili ürüne ilişkinyer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu ürüne ait ambalajda; *“Plusspan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda, şeker ve tatlandırıcı içerir, ilaç değildir, saklama koşulları, 25 derecenin altındaki sıcaklıkta ve ambalajı içinde saklayınız, tavsiye edilen alım dozunu aşmayın takviye edici gıdalar normal besinlerin yerine geçemez, çocukların ulaşamayacağı yerde saklayınız … ”* şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme ve firma tarafından yapılan açıklamalar doğrultusunda bahsi geçen ambalaj ve internet sitesinde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2018/2118**

**Şikayet Edilen:** **Edis Pharma İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.05.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.edispharma.com.tr](http://www.edispharma.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Fitospan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda”*öksürüyorsan fitospan, doğal öksürük şurubu, hastalıklara karşı koruyucu ya da tedavi edici etkileri olduğu düşünülen bitkilerin ya da bitki kısımlarının hastalıklarda kullanılmasına fitoterapi adı verilir. Kullanılan bitkinin etkili olduğu düşüncesi geleneksel tedavi yöntemlerine dayandırılır. Bitki ham haliyle ya da çeşitli işlemlerden geçirilerek tedavi amacıyla kullanılır tam olarak geleneksel bitkisel fitoterapi amaç edinilerek kullanılan bitkilerin Almanya sağlık bakanlığı komisyon monografına uygunluğu gözetilerek oluşturulup GMP koşullarında ilaç fabrikasında özel atmosfer altında üretilmiştir, nesilden nesile güvenilir ve doğal çözüm, özel atmosfer altında üretilmiştir, fitospan kullanım alanları, kuru öksürük, balgamlı öksürük, alerjik öksürük, mevsimsel öksürük, sigaraya bağlı öksürük, üst solunum yolları, enfeksiyonlarına bağlı öksürük, ÖKSÜRÜYORSAN FİTOSPAN … ”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, [www.edispharma.com.tr](http://www.edispharma.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan *“Fitospan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlardaendikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**94)**

**Dosya No: 2018/2217**

**Şikayet Edilen:** **Fritolay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Çıtır para ve on binlerce hepsi burada hediye çeki”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2017 – 15.06.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Kupon, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu kupon ve afişlerde; “*Kampanya 16.12.2017 – 15.06.2018 tarihleri arasında www.hepsiburada.com web sitesinde tek seferlik alışverişlerde geçerlidir. www.hepsibuarada.com sipariş ekranında yer alan çek/promosyon kodu yer alanına kampanya kodunu girip kullan tuşuna basarak KDV dahil 75 TL hediye çekini kullanabilirsiniz. Bu kupon altın ürünleri TL kartı, TL yükleme ürünleri ve satıcısı hepsiburada.com olmayan ürünlerde geçerli değildir. 75 TL tutarınızı geçen alışverişlerde ek ödeme yapmak suretiyle hediye çekinizi kullanabilirsiniz, bu kampanya sadece banka kampanyaları ile birleştirilebilir, bu kupon kargo bedelini kapsamaz. Kargo bedeli tüketici tarafından ödenir. Tarihi geçen kuponlar yeniden aktif olmayacaktır. Hediye çekleri paraya çevrilmez, kullanım sonunda para verilemez ve bölünerek kullanılmaz, kampanyayı düzenleyen kuruluşlar kampanya koşullarında değişiklik yapma ve istediği zaman kampanyayı sonlandırma hakkını saklı tutar, olası durumda yeni koşullar www.hepsiburada.com veya www.tytz.com da duyurulacaktır.*” Şeklinde,

Anılan tanıtımların yayınlandığı televizyon reklamlarında ise; “*kuponunu kap hediyeni seç, eğlenmeye başla, şimdi Cheetos paketlerinde on binlerce hepsi burada hediye çeki seni bekliyor ve tabi milyonlarca çıtır para da öyle çıtır çıtır kazan çıtır çıtır harca*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ve firma tarafından yapılan açıklamalar doğrultusunda bahsi geçen reklam mecralarında yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2018/2696**

**Şikayet Edilen:** **Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ramazan ayı her 2,5 litrelik Pepsi, Yedigün, Fruko kapağına 1 litre bedava”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş,Televizyon, Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda ilgili kampanyaya ilişkin afişlerde; *“Kampanya 1 Mayıs – 30 Haziran tarihleri arasında her kapakta 1 L Pepsi veya Yedigün Hediye yazılı altın renkli kapaklı ve kampanya etiketli 2.5 Litre Pepsi, Yedigün ve Fruko ürünlerinde geçelidir. Kampanyalı altın kapağı kampanyaya katılan anlaşmalı perakende satış noktalarına götürerek istediğiniz bir adet 1L Pepsi Max, Pepsi Twist Yedigün Portakal ve Mandalina hediye alabilirisiniz. Kampanya süpermarketlerde, hipermarketlerde ve zincir marketlerde geçerli değildir. Kapakların kaybedilmesi veya 30 Haziran 2018’dan sonra iletilmesi durumunda hediye kazanılamaz. Pepsi Cola sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanyaya katılan herkes detayları* [*www.pepsi.com.tr*](http://www.pepsi.com.tr) *adresinde verilen kampanya koşullarını kabul etmiş sayılır. Kampanya danışma hattı 0850 261 70 00”* ifadelerinin yer aldığı, ürün ambalajları üzerindeki tanıtımlarda da aynı yönde ifadelerin kullanıldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Türkiye yok böyle kampanya tüm 2.5 litrelerden 1 litre Pepsi bedava muhteşem Pepsi tadını denemeyen kalmasın diye 2 kapakta değil her kapakta Pepsi”* sesli ifadelerinin yanı sıra, ana vaadin istisnası (alt yazı) şeklinde, “*kampanya 30.06.2018 tarihine kadar geçerlidir. Detaylar için www.pepsi.com.tr’yi ziyaret ediniz. Fiziksel olarak her gün mümkün olduğunca aktif olunmalı gün içinde 2 saatten daha uzun süre hareketsiz kalınmamalıdır*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 01.05.2017-30.06.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen *“Ramazan ayı her 2,5 litrelik Pepsi, Yedigün, Fruko kapağına 1 litre bedava”* başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin 2,5 Litrelik Pepsi, Yedigün ve Frukokapaklarından her birinde 1 Litre Pepsi kazanma şansı bulunduğu ve kampanyaya katılımın bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kapakları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri,

Bu doğrultuda, inceleme konusu promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında, “*Türkiye’de yok böyle kampanya tüm 2.5 litrelerden 1 litre Pepsi bedava muhteşem Pepsi tadını denemeyen kalmasın diye 2 kapakta değil her kapakta Pepsi”* sesli ifadelerinin yanında, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olacağı bilgisinin ana vaadin istisnası biçiminde dahi tüketicilere sunulmamasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar” başlıklı 15. maddesinin, *“(1) Mal veya hizmetlere yönelik çekiliş, yarışma ve promosyon gibi pazarlama tekniklerini kullanmak suretiyle yapılan reklamlarda aşağıdaki hususlara uyulması zorunludur: a) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerle birlikte karşılıksız olarak verilen mal veya hizmetlerin ya da ikramiyelerin taahhüt edilenden farklı olmaması ve tüketicilerde oluşturulan makul beklenti düzeyini karşılaması gerekir. (…) c) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması veya belli sayıda kupon, etiket, kapak ve benzeri unsurların biriktirilmesi suretiyle piyango, ikramiye çekilişi ya da bir yarışmaya katılma hakkı veren pazarlama tekniklerinin duyurulması halinde; promosyon süresinin başlangıç ve bitiş tarihi, ikramiye çekiliş sonuçlarının duyuruluş şekli, malın teslimi ile hizmetin yerine getirilme tarihi ve koşulları açıklanır.”* hükmüne ve ayrıca reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu; kaldı ki, kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olduğu bilgisine anılan televizyon reklamlarında yer verilse bile bu bilgilendirmenin yeterli olmadığı, çünkü söz konusu reklamda tüketicilerin kampanyaya katılan satış noktalarını ve bu satış noktalarının isim/adreslerini nereden öğrenebilecekleri hususunda bir yönlendirme yapılmadığından ortalama bir tüketicinin hangi satış noktalarının kampanyaya dahil olduğu hususunda bilgi sahibi olamayacağı, bu bağlamda, tüketicilerin eksik bilgilendirme yoluyla yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **276.345 TL (İkiyüzyetmişaltıbinüçyüzkırkbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2018/2739**

**Şikayet Edilen:** **Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“RUFFLES hediye BOŞ YOK, her kapakta Ruffles hediye”*başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş,Televizyon, Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu afişlerde; *“Kampanya 1 Aralık 2017 – 31 Mart 2018 tarihleri arasında her kapakta Ruffles hediye yazılı mor kapakta ve kampanya etiketli 2.5 Litre Pepsi, Yedigün ve Fruko ürünlerinde geçelidir. Kampanyalı mor kapağı kampanyaya katılan anlaşmalı perakende satış noktalarına götürerek tavsiye satış fiyatı 2 TL olan 1 adet Ruffles Originals ürününüzü alabilirsiniz. Anlaşmalı perakende satış nokta bilgiler için kampanya danışma hattından bilgi alınabilir. Kampanya süpermarketlerde, hipermarketlerde ve zincir marketlerde geçerli değildir. Kapakların kaybedilmesi veya 30 Mart 2018’dan sonra iletilmesi durumunda hediye kazanılamaz. Pepsi Cola sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanyaya katılan herkes detayları* [*www.pepsi.com.tr*](http://www.pepsi.com.tr) *adresinde verilen kampanya koşullarını kabul etmiş sayılır. Kampanya danışma hattı 0850 261 70 00”* ifadelerinin yer aldığı, ürün ambalajları üzerindeki tanıtımlarda da aynı yönde ifadelerin kullanıldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Futbolu doyasıya yaşa diye Pepsi, Yedigün ve Fruko’dan Ruffles hediye Pepsi, Yedigün ve Fruko 2.5 Litre mor kapaklarından birini getir her kapakta Ruffles hediye BOŞ YOK”* sesli ifadelerinin yanı sıra, ana vaadin istisnası (alt yazı) şeklinde, “*31.03.2018’a kadar kampanyaya katılan satış noktalarında 2.5 Litre Pepsi, Yedigün ve Fruko’larındaki her mor kapağa Ruffles Originals (tavsiye fiyatı 2 TL) hediye*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 01.11.2017-30.04.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen *“RUFFLES hediye BOŞ YOK, her kapakta Ruffles hediye”* başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin 2,5 Litrelik Pepsi, Yedigün ve Fruko morkapaklarından her birinde tavsiye edilen satış fiyatı 2 TL olan Ruffles kazanma şansı bulunduğu ve kampanyaya katılımın bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kapakları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri bu sebeple ilgili kampanyaya ilişkin yer alan tanıtımların reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu; diğer taraftan kampanyanın katılımcı satış noktalarında geçerli olduğu bilgisine anılan televizyon reklamlarında yer verilmesine rağmen bu bilgilendirmenin yeterli olmadığı, çünkü söz konusu reklamda tüketicilerin kampanyaya katılan satış noktalarını ve bu satış noktalarının isim/adreslerini nereden öğrenebilecekleri hususunda bir yönlendirme yapılmadığından ortalama bir tüketicinin hangi satış noktalarının kampanyaya dahil olduğu hususunda bilgi sahibi olamayacağı, bu bağlamda, tüketicilerin eksik bilgilendirme yoluyla yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**97)**

**Dosya No: 2018/2740**

**Şikayet Edilen:** **Fritolay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Şeklini bul yükle, 300.000 TL’den payına düşeni kazan”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2018 – 23.06.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

.

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda anılan tanıtımların yayınlandığı televizyon reklamlarında; “*size biricik aşkımdan bahsedeceğim dede yadigarı arabam aynısını cheetosta buldum baba bunu cheetos müzesine yüklersen 20 bin lira verirler söyleyim, yeni cheetos kıtır şeklini bul yükle 300.000 liradan payını düşeni kazanma şansını yakala* … ” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ve firma tarafından yapılan açıklamalar doğrultusunda bahsi geçen reklam mecralarında yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2018/2744**

**Şikayet Edilen:** **Montero Gıda San. ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"* Brodil Herbal” isimli ürüne ilişkin yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu broşür ve [www.toksozgrup.com.tr](http://www.toksozgrup.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Montero Gıda, grubun ilk OTC\* markası Brodil Herbal'ı 2017 yılında Türk Tıbbının hizmetine sundu. Brodil Herbal; benzersiz patentli\*\* formülasyonuyla grip, soğuk algınlığı ve öksürük tedavisine destek, salgın dönemlerinde immün sistem güçlendirmeye yardımcı sıvı takviye edici gıdadır. %100 doğal etken maddeler içerir: propolis, Afrika sardunyası, meyan kökü, zencefil, ekinezya, karamuk, Panax Ginseng %1 O çam balı ile tatlandırılmıştır,* “*Brodil Herbal*” isimli ürüne ilişkin tanıtım yapılan broşürde “*Brodil Herbal içerdiği %100 doğal etken maddeler ile çocuk ve yetişkinlerin grip, soğuk algınlığı ve öksürükten korunma' 13 ve tedavisini destekler.**Öksürük burun tıkanıklığı Ses kısıklığı boğaz ağrısı hapşırma ateş Burun akıntısı ağrı halsizlik yorgunluk, grip bal gibi geçer, grip, soğuk algınlığı ve öksürükten korunma ve tedaviye destek, %100 doğal etken maddeler”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda broşürlerde ve [www.toksozgrup.com.tr](http://www.toksozgrup.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Montero Gıda, grubun ilk OTC\* markası Brodil Herbal'ı 2017 yılında Türk Tıbbının hizmetine sundu. Brodil Herbal; benzersiz patentli\*\* formülasyonuyla grip, soğuk algınlığı ve öksürük tedavisine destek, salgın dönemlerinde immün sistem güçlendirmeye yardımcı sıvı takviye edici gıdadır. %100 doğal etken maddeler içerir: propolis, Afrika sardunyası, meyan kökü, zencefil, ekinezya, karamuk, Panax Ginseng %1 O çam balı ile tatlandırılmıştır,* “*Brodil Herbal*” isimli ürüne ilişkin tanıtım yapılan broşürde “*Brodil Herbal içerdiği %100 doğal etken maddeler ile çocuk ve yetişkinlerin grip, soğuk algınlığı ve öksürükten korunma' 13 ve tedavisini destekler.**Öksürük burun tıkanıklığı Ses kısıklığı boğaz ağrısı hapşırma ateş Burun akıntısı ağrı halsizlik yorgunluk, grip bal gibi geçer, grip, soğuk algınlığı ve öksürükten korunma ve tedaviye destek, %100 doğal etken maddeler””* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi/gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5 inci maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanun’un 24 üncü maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8,9 ve 13 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**99)**

**Dosya No: 2018/2873**

**Şikayet Edilen:** **Coca-Cola Meşrubat Paz. Dan. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“2 altın kapak getirene istediği 1 L hediye”* başlıklı kampanya kapsamında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2018 – 15.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş,Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu afişlerde; *“2 altın kapak getirene istediği 1 L hediye promosyonuna dahil olan PET 2.5 L Coca-Cola orijinal tat, Coca-Cola şekersiz, Fanta ve Sprite ürünlerinin altın renkli ve içinde 2 kapak getirene 1 l hediye yazılı kapaklardan 2 tanesini promosyona katılmayı kabul etmiş ve PET 1 L hediye ürün dağıtımı yapmakta olan bir satış noktasına teslim ederek hediyeniz olan PET 1L Coca-Cola orijinal, Coca-Cola şekersiz, Coca-Cola Light, Fanta Portakal, Sprite, Cappy Limonata Fue Tea Şeftali Fue Tea Limon Fue Tea Karpuz Ve Fue Tea Mango Ananas ürünlerinden herbirini alabilirsiniz. Süpermarket ve hipermarket formatındaki satış noktaları bu kampanyaya katılmamaktadır. Promosyon kurallarının tümünü promosyonlu şişe etiketlerinin arkasından promosyona katılmayı kabul etmiş satış noktalarından, Coca-Cola İletişim Merkezi’nin 444 30 40 veya 0850 201 30 40 numaralı telefon hatlarından ve* [*www.coca-cola.com.tr’den*](http://www.coca-cola.com.tr'den) *öğrenebilirsiniz. Promosyondan yararlanmak isteyen herkes bu kuralları kabul etmiş sayılır. Bu promosyon 1 Mayıs 2018 ve 15 Temmuz 2018 tarihleri arasında T.C. sınırları içerisinde geçerlidir. Bu promosyon uygulama gereği M.P.I. izni kapsamı dışında olup, Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından düzenlenmektedir.”* ifadelerinin yer aldığı,

Anılan promosyon kampanyasına ait televizyon reklamında ise, *“Bu ramazanda gönlümüzce paylaşalım diye beklenen Coca-Cola kampanyası geri dönüyor. 2.5 litrelik Coca-Cola lardaki 2 altın renkli kapağı getirene Coca-Cola Fanta Sprite Cappy Limonata Fue Tea’lerden istediği biri hediye*” sesli ifadelerinin yanı sıra ana vaadin istisnası (alt yazı) şeklinde, “*Kampanya 1 Mayıs ve 15 Temmuz 2018 tarihleri arasında T.C. sınırları içerisinde geçerlidir. Kampanyaya katılım satış noktasının inisiyatifinde olup katılan noktaların bilgisine ve kampanya detaylarına 0850 201 30 40‘tan ulaşılabilir. Kampanyaya Fuse Tea küp küp dahil değildir. Fiziksel olarak her gün mümkün olduğunca aktif olunmalı gün içinde 2 saatten daha uzun süre hareketsiz kalınmamalıdır*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 01.05.2018 – 15.07.2018 tarihleri arasında firma tarafından düzenlenen *“2 altın kapak getirene istediği 1 L hediye”* başlıklı promosyon kampanyası kapsamında, tüketicilerin 2,5 Litrelik Coca-Cola’lardaki 2 altınkapağı getirene Coca-Cola, Fanta, Sprite, Cappy Limonata, Fuse Tea’lerden istediği birini kazanma şansı bulunduğu ve kampanyaya katılımın bakkal ve büfe gibi bağımsız işletmelerin kendi takdirlerine bırakıldığı, diğer taraftan, tüketicilerin kampanyadan faydalanabilmesinin tek koşulunun hediyeli kapakları kampanyaya katılmayı taahhüt etmiş satış noktalarına teslim etmeleri olduğu, bununla birlikte, Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikayetlerinden, tüketicilerin hediyeli kapakları satış noktalarına teslim ettikleri halde hediye ürünü temin edemedikleri, satış noktalarının hediye ürünü tüketicilere vermedikleri bu sebeple ilgili kampanyaya ilişkin yer alan tanıtımların reklam mevzuatının doğruluk, dürüstlük ve ekonomik ve sosyal sorumluluk yükümlülüklerine atıf yapan hükümlerine açıkça aykırı olduğu bu bağlamda, tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 27 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Coca-Cola Meşrubat Paz. Dan. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **276.345 TL (İkiyüzyetmişaltıbinüçyüzkırkbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**100)**

**Dosya No: 2016/1325**

**Şikayet Edilen: Topkapı Yayıncılık Prod. Paz. ve Rek. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nokia 225 Cep Telefonu” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 16.05.2016 tarihinde “Akıllı TV” isimli televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda; *“Orijinal Nokia 225 cep telefonu… 400 TL’den aşağı hiçbir yerde bulamazsınız… Bulursanız biz size hediye edelim… Msn, Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp özellikleriyle… Nokia 2016 yılında efsane bir geri dönüşle karşımızda… Bakın tekrar ediyorum orijinal Nokia’dır… Yan sanayi ya da Çin Malı değildir… Son 2 aydır her yerde görüyorsunuz, haberlerde dahi görüyorsunuz, Dünyada çığır açan dünyayı kasıp kavuran Nokia’nın 2016’da muhteşem geri dönüşünün simgesi olan telefon… Göreceksiniz, mağazalarda gecelerden kuyruğa giren insanları göreceksiniz… Bu telefonu 299 TL’ye aldım deyin yine inanamayacaklar…”* şeklinde ifadelere, ekran altında “*Bugüne özel 79 TL + Kargo*” ibaresine yer verildiği ancak reklamda dış ses tarafından telefonun fiyatının 299 TL olduğunun belirtildiği, ekran altında “Replica 225” ibaresine yer verildiği, ayrıca reklam altyazısında büyük harf düzeni kullanıldığı hususları, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda yer verilen ifadelerin abartılı ve gerçeği yansıtmayan ifadeler olarak değerlendirildiği, firma tarafından tüketicilere gönderilen telefonların reklamda belirtilenden farklı marka olduğu, orijinal Nokia marka olmadığı, Whatsapp uygulamasını çalıştıramadığı, reklamda belirtilen diğer özelliklere sahip olmadığı, fiyat olarak ekran altında “Bugüne özel 79 TL + Kargo” ibaresine yer verildiği ancak reklamda dış ses tarafından telefonun fiyatının 299 TL olduğunun belirtildiği, böylelikle fiyat konusunda kafa karışıklığı yaratıldığı, ayrıca ekranda yer alan fiyatın geçerliliği ile ilgili süre sınırı olduğu halde ürünün stok miktarının belirtilmediği, ürünün modelinin orijinal Nokia 225 olduğunun ve yan sanayi ya da Çin Malı olmadığının belirtilmesine rağmen ekran altında “Replica 225” ibaresine yer verildiği, böylelikle ürünün orijinal Nokia 225 olduğu şeklinde algı yaratıldığı ancak ürünün orijinal olmadığı ve tüketicilere orijinal olmayan farklı marka ve modeller gönderildiği, reklamda yer alan tüm iddiaların ispatlanması gerektiği ancak ispatlayıcı herhangi bir bilgi ya da belge sunulamadığı, ayrıca reklam altyazısında mevzuat gereği küçük harf düzeni kullanılması gerekirken büyük harf düzeni kullanıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı nitelikte olduğu, 6502 sayılı Kanunun 61/7 maddesi uyarınca mecra kuruluşlarının anılan madde hükmüne uymakla yükümlü olduğu ancak bu yükümlülüğe uyulmadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a, 7/5/ç, 9/1, 11/1, 12/2, 13/1, 13/5, 13/9, 19/3 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Topkapı Yayıncılık Prod. Paz. ve Rek. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.625,00 TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**101)**

**Dosya No: 2018/5064**

**Şikayet Edilen: Evkur Alışveriş Merkezleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.evkur.com.tr](http://www.evkur.com.tr) adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“24 Aya Varan Taksitlerle”* ibareli reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2018-23.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** [www.evkur.com.tr](http://www.evkur.com.tr) adresli internet sitesinde 24 aya varan taksit imkanlarıyla satışı gerçekleştirilen, beyaz eşya, cep telefonu, notebook, mobilya, küçük ev aletleri gibi muhtelif ürünlere ilişkin şikayet edilen firmaya ait muhtelif ürünlerin 24 aya varan taksitlerle satışının gerçekleştirildiğinin belirtildiği;

“Show TV” ve “Kanal D” logolu televizyon kanallarında yayınlanan reklamların on saniye süreli iki farklı versiyonunda, *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder. Maphre Zor Gün Sigortası 30 Kasım 2018’e kadar geçerli olup ayrıntılı bilgi* [*www.evkur.com.tr’de*](http://www.evkur.com.tr'de) *yer almaktadır.”* ve *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder.”* şeklinde; dört saniye süren versiyonunda ise *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder.”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Show TV” ve “Kanal D” logolu televizyon kanalları ile [www.evkur.com.tr](http://www.evkur.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda muhtelif ürünlerin 24 aya varan taksitlerle satışının gerçekleştirildiğinin belirtildiği;

Ancak, şikayet edilen firma tarafından, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’ndan kuruluş izni alarak bir grup şirketi olan Evkur Finansman A.Ş.’nin kurulduğu; bu şirket aracılığıyla bağlı kredi şeklinde tüketici finansman kredisi kullandırmak suretiyle satış yapıldığı ve bu hususun söz konusu reklamlarda belirtildiği; buna göre, tüketicilerin, Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile düzenlenen taksit sayılarıyla alışveriş yapabildiği ya da Evkur Finansman A.Ş. aracılığıyla bağlı kredi şeklinde alışveriş yapabildiği;

Diğer taraftan, “Show TV” ve “Kanal D” logolu televizyon kanallarında yayınlanan reklamların on saniye süreli iki farklı versiyonunda, *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder. Maphre Zor Gün Sigortası 30 Kasım 2018’e kadar geçerli olup ayrıntılı bilgi* [*www.evkur.com.tr’de*](http://www.evkur.com.tr'de) *yer almaktadır.”* ve *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder.”* şeklinde; dört saniye süren versiyonunda ise *“Evkur Finansman A.Ş.’nin vereceği tüketici kredisi müşterinin adres, kimlik ve mali durum araştırması sonucu onay vermesi halinde sözleşme hüküm ifade eder.”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği; ancak; söz konusu metinlerin, hızının ve ekranda kalma süresinin uygun olmaması nedeniyle okunabilir olmadığı;

Bu nedenle, televizyon mecrasında yayınlan söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 18, 19, 20 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**TÜTÜN VE ALKOL**

**102)**

**Dosya No: 2018/2373**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ramazan’da evlere bereket sofralara lezzet”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, pleksi

**Tespitler:** Kampanya görsellerinde *“Ramazan’da evlere bereket sofralara lezzet”* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan açıklamalar sonucunda söz konusu ifadelerin 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TURİZM**

**103)**

**Dosya No: 2017/522**

**Şikayet Edilen: Sındırgı Çaygören Termal Tur. Otel. İşl. Gıda Yat. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Laguna Thermal Resort & Spa”isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.lagunathermal.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ile anılan tesise ilişkin devremülk satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sındırgı Çaygören Termal Tur. Otel. İşl. Gıda Yat. ve Paz. A.Ş.’ye ait *“Laguna Thermal Resort & Spa”* isimlitesisin tanıtımına yönelik olarak www.lagunathermal.com adresli internet sitesinin 08.05.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“İKİ AYRI EŞSİZ ŞİFA KAYNAĞI; Laguna Thermal Resort & Spa Tatil köyünde iki ayrı bölgeden gelen termal suları ile şifa dağıtıyor. Laguna Thermal Resort & Spa Tatil köyünde yer alan suların romatizmal hastalıklar, eklem sinir ağrıları, sinir ağrısı, sinir zedelenmesi, hareket sisteminin ağırlıklı hastalıkları, kadın hastalıkları ve ağrılı bazı batın hastalıklarına şifa dağıtmaktadır. Termal su, çıkış kaynağında 93-98 derece arası sıcaklığa sahiptir. Zengin radyoaktiviteli, yüksek debili, Selenyumlu ve P53 geni üzerindeki etkisi ile dünyadaki diğer termal ve ılıca sularından kendini ayıran şifalı suları Laguna Thermal Resort & Spa Tatil Köyü sizleri, (…) Sındırgı’nın sakin ama bir o kadar da muhteşem doğasıyla kucaklıyor. Güler yüzlü ve deneyimli personeli ile kaliteli hizmet anlayışını esas alan termal kür ve fizik tedavi merkezinde 8 uzman doktor, bir çok fizyoterapist, hidroterapist ve özel rehabilitasyon uzmanları ile şifa dağıtmaktadır.” , “Su Özellikleri; LAGUNA THERMAL RESORT & SPA Tatil Köyü’nde 2 ayrı bölgeden gelen termal sular kullanılacaktır. Hisaralan Bölgesi kaynak suları florür sodyum bikarbonatlı termal su, kendi halinde akışkan olup debisi 176,26 lt/sn dir. Banyo şeklinde kullanımda hareket sisteminin ağırlıklı hastalıkları, kadın hastalıkları ve ağrılı bazı batın hastalıklarını tedavi edici özelliktedir. Romatizmal hastalıklar, siyatik (eklem siniri ağrısı), nevralji (sinir ağrısı) ve nevrite (sinir zedelenmesi) suyun şifa olduğu hastalıklar arasındadır. Suyun çıkış ısısı ise 93-98°C arasındadır. Ilıca bölgesinden gelen, kaynak suları radyoaktif özelliğe sahip toprak kalevili bikarbonatlı olup Akratotermal su grubundadır. Gut hastalıklarına, böbrek taşı rahatsızlıklarına, cilt ve mide hastalıklarına, özellikle sedef, mantar, yara, uyuz ve egzamaya iyi gelmekte, dejeneratif eklem hastalıklarını tedavi etmektedir. En önemli özelliği ise insan cildinin yaşlanması ve buruşmasını kontrol eden bir gen olarak tespit edilen P53 geni üzerinde dünyadaki en etkili sulardan bir tanesidir. Suyun çıkış ısısı 33-38°C arasındadır. Son yıllarda yapılan araştırmalarla insan geninin haritası çıkarılmış, hangi genin vücuttaki hangi fonksiyonu kontrol ettiği saptanmıştır. Bilim adamları tarafından bulunan P53 geni, cildin yaşlanmasını ve buruşmasını kontrol eden bir gen olarak tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucu Ilıca bölgemizdeki suda bulunan Radon gazı miktarının P53 geni üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Zengin radyoaktiviteli, yüksek debili, Selenyumlu ve P53 geni üzerindeki etkisi ile dünyadaki diğer termal ve ılıca sularından kendini ayıran şifalı suları LAGUNA THERMAL RESORT & SPA Tatil Köyü sizleri, (…) Sındırgı’nın sakin ama bir o kadar da muhteşem doğasıyla kucaklıyor. Davetimiz, eşsiz özelliklerdeki Termal sağlık, güzellik ve doğayı seven, bedenine şifa, güzelliğine sağlık katmak isteyen herkes içindir. Bunun için doğanın size sunduğu en saf haliyle şifa veren termal suyu LAGUNA THERMAL RESORT & SPA Tatil Köyü’nde keşfedin.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumunca yapılan incelemeler sonucunda, *“Laguna Thermal Resort & Spa”* isimli tesis adına Balıkesir Valiliğince Kaplıca Tesisi İşletme İzni düzenlenmediği,

Ayrıca söz konusu termal suyun Sağlık Bakanlığınca belirlenen endikasyonu ile www.lagunathermal.com adresli internet sitesinde termal suyun endikasyonuna yönelik olarak yayınlanan *“İKİ AYRI EŞSİZ ŞİFA KAYNAĞI”* başlıklı ifadelerin birebir uyuşmadığının görüldüğü, diğer taraftan inceleme konusu www.lagunathermal.com adresli internet sitesinin 08.05.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, *“LAGUNA THERMAL RESORT & SPA Tatil Köyü” , “5 Yıldızlı 220 oda kapasiteli Termal Otelimiz”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan inceleme sonucunda, söz konusu tesise ait 18.06.2014 tarih ve 15334 no’lu Turizm Kompleksi Turizm Yatırımı Belgesinin 02.08.2016 tarih ve 71490862-140015 sayılı Makam Oluru ile iptal edildiğinin belirlendiği, dolayısıyla söz konusu tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgesinin bulunmadığı tarihlerde *“Tatil Köyü”* ve *“5 Yıldızlı Termal Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumunca yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu firmaya ait *“Laguna Thermal Resort & Spa”* isimli tesis adına Balıkesir Valiliğince Kaplıca Tesisi İşletme İzni düzenlenmediği hususunun tespit edildiği, ayrıca söz konusu termal suyun Sağlık Bakanlığınca belirlenen endikasyonu ile www.lagunathermal.com adresli internet sitesinde termal suyun endikasyonuna yönelik olarak yayınlanan *“İKİ AYRI EŞSİZ ŞİFA KAYNAĞI”* başlıklı ifadelerin birebir uyuşmadığının görüldüğü, dolayısıyla *“Laguna Thermal Resort & Spa”* isimli tesisin Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda Valilikten işletme izni bulunmamasına karşın, inceleme konusu reklamlarda *“Termal Tesis”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan termal suyun endikasyonuna ilişkin olarak gerçeği yansıtmayan, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, inceleme konusu www.lagunathermal.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“LAGUNA THERMAL RESORT & SPA Tatil Köyü” , “5 Yıldızlı 220 oda kapasiteli Termal Otelimiz”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak adı geçen tesisle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan inceleme sonucunda, söz konusu tesise ait 18.06.2014 tarih ve 15334 no’lu Turizm Kompleksi Turizm Yatırımı Belgesinin 02.08.2016 tarih ve 71490862-140015 sayılı Makam Oluru ile iptal edildiği hususunun tespit edildiği, dolayısıyla anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgesinin bulunmadığı tarihlerde, *“Tatil Köyü”* ve *“5 Yıldızlı Termal Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuata aykırı, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu;

Öte yandan, Bakanlığımıza yapılan muhtelif tüketici başvurularına ilişkin olarak; başvuru sahibi tüketicilerin anılan firmaya ait hediye tatil kampanyası kapsamında düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve söz konusu tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla *“Laguna Thermal Resort & Spa”* isimli tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, dolayısıyla söz konusu firma tarafından tüketicileri aldatıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 29 uncu maddeleri,

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Sındırgı Çaygören Termal Tur. Otel. İşl. Gıda Yat. ve Paz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **60.353.TL (Altmışbinüçyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamlar ile ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2017/2253**

**Şikayet Edilen: Hotelus Royal**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hotelus Royal”*isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.hotelusroyal.com.tr ve www.tatil.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Hotelus Royal”* isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 13.01.2015 tarih ve 5912 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine karşın, www.hotelusroyal.com.tr ve www.tatil.com adresli internet sitelerinin 27.11.2017 tarihli görünümlerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Hotelus Royal”* isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 13.01.2015 tarih ve 5912 sayılı Makam Oluru ile iptal edilmesine karşın, www.hotelusroyal.com.tr ve www.tatil.com adresli internet sitelerinin 27.11.2017 tarihli görünümlerinde *“4 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**105)**

**Dosya No: 2017/2424**

**Şikayet Edilen:** [www.enmodaotel.com](http://www.enmodaotel.com)adresli internet sitesi

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Green Peace Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.enmodaotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Green Peace Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.enmodaotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Otel Bilgisi, Green Peace Hotel Alanya sizleri Türk misafirperverliğini ve konforu yaşamaya davet ediyor. Siz de, her şeyin sizler için düşünüldüğü huzurlu, rahat ve mükemmel bir tatil geçirmek istiyorsanız doğru yerdesiniz… Green Peace Hotel… Otel Özellikleri, 980 m3 su kapasiteli olimpik ölçülere yakın bir havuz, çocuk ve bebek havuzları, jakuzi, zengin bir açık büfenin yer aldığı restoran, havuz bar, TV odası, jeneratör, 2 adet asansör, özel plaj Green Peace Hotel’de sizlerin hizmetinize sunulmuştur. 10.000 m2 büyüklüğünde bakımlı ve bazı evcil hayvanları içinde barındıran şiir gibi bir bahçe sizleri beklemektedir. Bakımlı bahçede yer satrancı, masa tenisi, dart ve çocuk bahçesi yer almaktadır. Plaj voleybolu, Türk hamamı/sauna, su sporları mevcuttur. Ayrıca deneyimli animasyon ekibimiyle gece gündüz eğlence imkanı Green Peace Hotel tarafından hizmetinize sunulmaktadır. Akşam animasyonlarında Türk gecesi, folklör ekipleri, dansöz ve sürpriz showlar ise sizleri beklemektedir. Konsept; Herşey Dahil Olarak Hizmet Vermektedir.” , “Oda Özellikleri, Green Peace Hotel'de 85 oda bulunmaktadır. Odalar deniz, havuz, bahçe ve dağ manzaralıdır. Yerleri seramik döşeli bütün odalarda balkon, WC ve duş/küvet, saç kurutma makinesi, merkezi split soğutma, müzik yayını, telefon, TV ve kasa mevcuttur. Yakın Merkezler Green Peace Hotel Alanya; en yakın yerleşim birimi Mahmutlar merkezine 500 m, Alanya merkezine 9 km (merkeze sürekli dolmuşla ulaşım imkanı vardır), Antalya havalimanına ise 139 km uzaklıktadır. Otelin denize uzaklığı sıfır olup, bahçeden plaja özel alt geçit mevcuttur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bertur A.Ş. unvanlı firmaya ait *“Green Peace Hotel”* isimli tesisin tanıtımına ve satışına yönelik olarak www.enmodaotel.com adresli internet sitesi ile Bertur A.Ş. arasında herhangi bir sözleşme imzalanmamış olmasına ve bahsi geçen tesise ilişkin olarak tüketicilere tanıtım ve satış yapılmaması hususunda söz konusu internet sitesinin sözlü ve yazılı olarak defaatle uyarılmış olmasına karşın, www.enmodaotel.com adresli internet sitesinde *“Green Peace Hotel”* isimli tesisin tanıtımı ve satışı yapılmak suretiyle tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, tüketici mağduriyetine yol açıldığı ve söz konusu firmanın ticari itibarından haksız şekilde faydalanıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 11, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren [www.enmodaotel.com](http://www.enmodaotel.com)hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2017/2648**

**Şikayet Edilen: Royal Sunshine Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Royal Sunshine Hotel”* isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.royalsunshinehotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Royal Sunshine Hotel” isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.royalsunshinehotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, “Royal Sunshine Hotel - Denize Sıfır, Herşey Dahil Bodrum Oteli” , “Yüzme havuzu ve özel plajı ile düşlediğiniz tatili otelimizde yaşayacaksınız.” , “Otelimizde 1 adet açık yüzme havuzu ve özel plaj bulunmaktadır.” , “Öğle Yemeği (Açık Büfe); Akşam Yemeği (Açık Büfe)” , “Otelimiz Bodrum’da Denize 30 Metre Mesafede, Herşey Dahil Konseptiyle Hizmet Vermektedir.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Royal Sunshine Hotel” isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.royalsunshinehotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, “Royal Sunshine Hotel - Denize Sıfır, Herşey Dahil Bodrum Oteli” , “Yüzme havuzu ve özel plajı ile düşlediğiniz tatili otelimizde yaşayacaksınız.” , “Otelimizde 1 adet açık yüzme havuzu ve özel plaj bulunmaktadır.” , “Öğle Yemeği (Açık Büfe); Akşam Yemeği (Açık Büfe)” , “Otelimiz Bodrum’da Denize 30 Metre Mesafede, Herşey Dahil Konseptiyle Hizmet Vermektedir.” ifadelerine yer verildiği, ancak gerçekte anılan tesisin denize olan uzaklığının en az 500 metre olduğu, açık büfe olarak hizmet verdiği belirtilen tesiste tüketicilere her öğün için yalnızca tek çeşit yemek verildiği, tanıtımlarında özel plajı olduğu beyan edilen tesisin gerçekte kendine ait özel bir plajı bulunmadığı ve tüketicilerin halk plajına yönlendirildiği, sonuç olarak söz konusu tesisin, tanıtımlarında beyan edilen konsepti karşılamadığı, dolayısıyla www.royalsunshinehotel.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketici mağduriyetine yol açıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**107)**

**Dosya No: 2017/3693**

**Şikayet Edilen: Ezel Beach Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ezel Beach Hotel”isimli turizm işletmesine ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.07.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler**: “Ezel Beach Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, tesise ait tabelada yer alan tesis logosunda “\*\*\*\*”(dört yıldız) ibaresine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarakreklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Ezel Beach Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmamasına karşın, tesise ait tabelada yer alan tesis logosunda “\*\*\*\*”(dört yıldız) ibaresine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**108)**

**Dosya No: 2018/2575**

**Şikayet Edilen: Prontotour AC Turizm Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.prontotour.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Güneydoğu Asya & Uzakdoğu Gemi Turları”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2018, 28.08.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Prontotour AC Turizm Ticaret A.Ş.’ye aitwww.prontotour.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Güneydoğu Asya & Uzakdoğu Gemi Turları”* başlıklı reklamlarda, *“Costa Fortuna 08.01.2019-22.01.2019 14 Gece - 15 Gün 800 EUR”, “ULAŞIM BİLGİLERİ; TK54 İstanbul Atatürk - Singapur 01.55-17.15; TK55 Singapur - İstanbul Atatürk 23.59- 06.25” , “ÜCRETE DAHİL HİZMETLER \*Türk Hava Yolları ile İstanbul Atatürk - Singapur - İstanbul Atatürk arası ekonomi sınıfı uçak bileti \* Costa Fortuna gemisinde (tam pansiyon) 14 gece 15 gün tam pansiyon konaklama; \* Havaalanı ve Liman vergileri;(…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Prontotour AC Turizm Ticaret A.Ş.’ye aitwww.prontotour.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Güneydoğu Asya & Uzakdoğu Gemi Turları”* başlıklı reklamlarda, *“Costa Fortuna 08.01.2019-22.01.2019 14 Gece - 15 Gün 800 EUR”, “ULAŞIM BİLGİLERİ; TK54 İstanbul Atatürk - Singapur 01.55-17.15; TK55 Singapur - İstanbul Atatürk 23.59- 06.25” , “ÜCRETE DAHİL HİZMETLER \*Türk Hava Yolları ile İstanbul Atatürk - Singapur - İstanbul Atatürk arası ekonomi sınıfı uçak bileti \* Costa Fortuna gemisinde (tam pansiyon) 14 gece 15 gün tam pansiyon konaklama; \* Havaalanı ve Liman vergileri;(…)”* şeklindeibarelere yer verilmek suretiyle, anılan tur kapsamında Türk Hava Yolları ile İstanbul-Singapur arası ekonomi sınıfı gidiş-dönüş uçak biletinin tur ücretine dahil olduğu hususunun ifade edildiği, ancak gerçekte uçak biletinin belirtilen ücrete dahil olmadığı ve söz konusu yurtdışı turuna katılmak isteyen tüketicilerin uçak bileti için ayrıca ödeme yapmaları gerektiği, dolayısıyla www.prontotour.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“Güneydoğu Asya & Uzakdoğu Gemi Turları”* başlıklı reklamlarda yer verilen ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Prontotour AC Turizm Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**109)**

**Dosya No: 2018/1631**

**Şikayet Edilen: Zingat Gayrimenkul Bilgi Sis. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.zingat.com](http://www.zingat.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.zingat.com](http://www.zingat.com) adresli internet sitesinde konut satışına ilişkin çok sayıda reklam ve tanıtımın yabancı para birimleri türünden verildiği ve ilgili alanın net ve brüt alanının birlikte gösterilmesine ilişkin yükümlülüğün yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, piyasa ekonomisi dahilinde fiyatların belirlenmesindeki en önemli unsur arz ve talebin sağlıklı bir biçimde bir araya gelmesidir. Talebin önemli bir ayağını oluşturan bireysel tüketicinin muhtemel bilgi eksikliklerinden kaynaklı zarara uğramaması ve piyasalarda genel olarak doğru bir fiyatın oluşabilmesi için 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile çeşitli koruma önlemleri getirilmiştir.

Bu çerçevede, konut, arsa gibi gayrimenkullerin alım ve satımında malın ödenecek gerçek toplam fiyatının belirli olabilmesi için *reklamlarda satış fiyatlarının “Türk Lirası” veya “TL” şeklinde* belirtilmesi ve özellikle konut türü gayrimenkullerde kullanılacak alanın tam olarak anlaşılabilmesi için ise *ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının reklamlarda gösterilmesi* zorunluluğu getirilmiştir.

Söz konusu yükümlülük Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararının 4 üncü maddesinde 13.09.2018 tarihinde yapılan “*Türkiye’de yerleşik kişilerin, Bakanlıkça belirlenen haller dışında, kendi aralarındaki menkul ve gayrimenkul alım satım, taşıt ve finansal kiralama dâhil her türlü menkul ve gayrimenkul kiralama, leasing ile iş, hizmet ve eser sözleşmelerinde sözleşme bedeli ve bu sözleşmelerden kaynaklanan diğer ödeme yükümlülükleri döviz cinsinden veya dövize endeksli olarak kararlaştırılamaz”* şeklindeki değişiklikle de teyit edilmiş ve gayrimenkullerin reklam ve ilanı bir yana alım/satım sözleşmesinin dahi döviz cinsinden yapılamayacağı karar altına alınmıştır.

Bu bağlamda, firmaca, her ne kadar ilgili reklamların içeriğine müdahale edilemeyeceği, bu bilgilerin reklam verenler tarafından sisteme girildiği ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında yer sağlayıcı olması nedeniyle sorumluluğunun bulunmadığı hususları iddia edilse de, döviz cinsinden veri girişi imkanın firmaca kullanıcılara sunulduğu, diğer bir deyişle kullanıcılara sadece Türk Lirası temel alınarak veri girişi yapma zorunluluğunun firma tarafından sağlanması gerektiği hususu göz önüne alınarak firmaya ait internet sitesinde yabancı para birimleri üzerinden reklam ve tanıtım yapılmasının ve bu reklam ve tanıtımlarda ilgili alanın net ve brüt alanına yer verilmemesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Parası Kıymetini, Koruma Hakkında 32 sayılı Karar’ın 4 üncü maddesin

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**110)**

**Dosya No: 2018/5235**

**Şikayet Edilen: EJ İnternet Hizm. Danış.Eğitim Reklam ve Org. Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.emlakjet.com](http://www.emlakjet.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.emlakjet.com](http://www.emlakjet.com) adresli internet sitesinde konut satışına ilişkin çok sayıda reklam ve tanıtımın yabancı para birimleri türünden verildiği ve ilgili alanın net ve brüt alanının birlikte gösterilmesine ilişkin yükümlülüğün yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, piyasa ekonomisi dahilinde fiyatların belirlenmesindeki en önemli unsur arz ve talebin sağlıklı bir biçimde bir araya gelmesidir. Talebin önemli bir ayağını oluşturan bireysel tüketicinin muhtemel bilgi eksikliklerinden kaynaklı zarara uğramaması ve piyasalarda genel olarak doğru bir fiyatın oluşabilmesi için 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile çeşitli koruma önlemleri getirilmiştir.

Bu çerçevede, konut, arsa gibi gayrimenkullerin alım ve satımında malın ödenecek gerçek toplam fiyatının belirli olabilmesi için *reklamlarda satış fiyatlarının “Türk Lirası” veya “TL” şeklinde* belirtilmesi ve özellikle konut türü gayrimenkullerde kullanılacak alanın tam olarak anlaşılabilmesi için ise *ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının reklamlarda gösterilmesi* zorunluluğu getirilmiştir.

Söz konusu yükümlülük Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararının 4 üncü maddesinde 13.09.2018 tarihinde yapılan “*Türkiye’de yerleşik kişilerin, Bakanlıkça belirlenen haller dışında, kendi aralarındaki menkul ve gayrimenkul alım satım, taşıt ve finansal kiralama dâhil her türlü menkul ve gayrimenkul kiralama, leasing ile iş, hizmet ve eser sözleşmelerinde sözleşme bedeli ve bu sözleşmelerden kaynaklanan diğer ödeme yükümlülükleri döviz cinsinden veya dövize endeksli olarak kararlaştırılamaz”* şeklindeki değişiklikle de teyit edilmiş ve gayrimenkullerin reklam ve ilanı bir yana alım/satım sözleşmesinin dahi döviz cinsinden yapılamayacağı karar altına alınmıştır.

Bu bağlamda, firmaca, her ne kadar ilgili reklamların içeriğine müdahale edilemeyeceği, bu bilgilerin reklam verenler tarafından sisteme girildiği ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında yer sağlayıcı olması nedeniyle sorumluluğunun bulunmadığı hususları iddia edilse de, döviz cinsinden veri girişi imkanın firmaca kullanıcılara sunulduğu, diğer bir deyişle kullanıcılara sadece Türk Lirası temel alınarak veri girişi yapma zorunluluğunun firma tarafından sağlanması gerektiği hususu göz önüne alınarak firmaya ait internet sitesinde yabancı para birimleri üzerinden reklam ve tanıtım yapılmasının ve bu reklam ve tanıtımlarda ilgili alanın net ve brüt alanına yer verilmemesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Parası Kıymetini, Koruma Hakkında 32 sayılı Karar’ın 4 üncü maddesin

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **EJ İnternet Hiz. Dan. Eğt. Rek. Ve Org. Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2018/5247**

**Şikayet Edilen: Emlak 24 Dijital A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.emlaktown.com](http://www.emlaktown.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.emlaktown.com](http://www.emlaktown.com) adresli internet sitesinde konut satışına ilişkin çok sayıda reklam ve tanıtımın yabancı para birimleri türünden verildiği ve ilgili alanın net ve brüt alanının birlikte gösterilmesine ilişkin yükümlülüğün yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, piyasa ekonomisi dahilinde fiyatların belirlenmesindeki en önemli unsur arz ve talebin sağlıklı bir biçimde bir araya gelmesidir. Talebin önemli bir ayağını oluşturan bireysel tüketicinin muhtemel bilgi eksikliklerinden kaynaklı zarara uğramaması ve piyasalarda genel olarak doğru bir fiyatın oluşabilmesi için 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile çeşitli koruma önlemleri getirilmiştir.

Bu çerçevede, konut, arsa gibi gayrimenkullerin alım ve satımında malın ödenecek gerçek toplam fiyatının belirli olabilmesi için *reklamlarda satış fiyatlarının “Türk Lirası” veya “TL” şeklinde* belirtilmesi ve özellikle konut türü gayrimenkullerde kullanılacak alanın tam olarak anlaşılabilmesi için ise *ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının reklamlarda gösterilmesi* zorunluluğu getirilmiştir.

Söz konusu yükümlülük Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararının 4 üncü maddesinde 13.09.2018 tarihinde yapılan “*Türkiye’de yerleşik kişilerin, Bakanlıkça belirlenen haller dışında, kendi aralarındaki menkul ve gayrimenkul alım satım, taşıt ve finansal kiralama dâhil her türlü menkul ve gayrimenkul kiralama, leasing ile iş, hizmet ve eser sözleşmelerinde sözleşme bedeli ve bu sözleşmelerden kaynaklanan diğer ödeme yükümlülükleri döviz cinsinden veya dövize endeksli olarak kararlaştırılamaz”* şeklindeki değişiklikle de teyit edilmiş ve gayrimenkullerin reklam ve ilanı bir yana alım/satım sözleşmesinin dahi döviz cinsinden yapılamayacağı karar altına alınmıştır.

Bu bağlamda, firmaca, her ne kadar ilgili reklamların içeriğine müdahale edilemeyeceği, bu bilgilerin reklam verenler tarafından sisteme girildiği ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında yer sağlayıcı olması nedeniyle sorumluluğunun bulunmadığı hususları iddia edilse de, döviz cinsinden veri girişi imkanın firmaca kullanıcılara sunulduğu, diğer bir deyişle kullanıcılara sadece Türk Lirası temel alınarak veri girişi yapma zorunluluğunun firma tarafından sağlanması gerektiği hususu göz önüne alınarak firmaya ait internet sitesinde yabancı para birimleri üzerinden reklam ve tanıtım yapılmasının ve bu reklam ve tanıtımlarda ilgili alanın net ve brüt alanına yer verilmemesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Parası Kıymetini, Koruma Hakkında 32 sayılı Karar’ın 4 üncü maddesin

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **EMLAK24 Dijital A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2018/5247**

**Şikayet Edilen: Glokal Dijital Hizmetler Pazarlama Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.hurriyetemlak.com](http://www.emlaktown.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.hurriyetemlak.com](http://www.emlaktown.com) adresli internet sitesinde konut satışına ilişkin çok sayıda reklam ve tanıtımın yabancı para birimleri türünden verildiği ve ilgili alanın net ve brüt alanının birlikte gösterilmesine ilişkin yükümlülüğün yerine getirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, piyasa ekonomisi dahilinde fiyatların belirlenmesindeki en önemli unsur arz ve talebin sağlıklı bir biçimde bir araya gelmesidir. Talebin önemli bir ayağını oluşturan bireysel tüketicinin muhtemel bilgi eksikliklerinden kaynaklı zarara uğramaması ve piyasalarda genel olarak doğru bir fiyatın oluşabilmesi için 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile çeşitli koruma önlemleri getirilmiştir.

Bu çerçevede, konut, arsa gibi gayrimenkullerin alım ve satımında malın ödenecek gerçek toplam fiyatının belirli olabilmesi için *reklamlarda satış fiyatlarının “Türk Lirası” veya “TL” şeklinde* belirtilmesi ve özellikle konut türü gayrimenkullerde kullanılacak alanın tam olarak anlaşılabilmesi için ise *ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının reklamlarda gösterilmesi* zorunluluğu getirilmiştir.

Söz konusu yükümlülük Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararının 4 üncü maddesinde 13.09.2018 tarihinde yapılan “*Türkiye’de yerleşik kişilerin, Bakanlıkça belirlenen haller dışında, kendi aralarındaki menkul ve gayrimenkul alım satım, taşıt ve finansal kiralama dâhil her türlü menkul ve gayrimenkul kiralama, leasing ile iş, hizmet ve eser sözleşmelerinde sözleşme bedeli ve bu sözleşmelerden kaynaklanan diğer ödeme yükümlülükleri döviz cinsinden veya dövize endeksli olarak kararlaştırılamaz”* şeklindeki değişiklikle de teyit edilmiş ve gayrimenkullerin reklam ve ilanı bir yana alım/satım sözleşmesinin dahi döviz cinsinden yapılamayacağı karar altına alınmıştır.

Bu bağlamda, firmaca, her ne kadar ilgili reklamların içeriğine müdahale edilemeyeceği, bu bilgilerin reklam verenler tarafından sisteme girildiği ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında yer sağlayıcı olması nedeniyle sorumluluğunun bulunmadığı hususları iddia edilse de, döviz cinsinden veri girişi imkanın firmaca kullanıcılara sunulduğu, diğer bir deyişle kullanıcılara sadece Türk Lirası temel alınarak veri girişi yapma zorunluluğunun firma tarafından sağlanması gerektiği hususu göz önüne alınarak firmaya ait internet sitesinde yabancı para birimleri üzerinden reklam ve tanıtım yapılmasının ve bu reklam ve tanıtımlarda ilgili alanın net ve brüt alanına yer verilmemesinin Reklam Mevzuatına aykırı olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

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

- Türk Parası Kıymetini, Koruma Hakkında 32 sayılı Karar’ın 4 üncü maddesin

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Glokal Dijital Hizmetler Pazarlama Ve Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2017/3759**

**Şikayet Edilen:** **Ceylan Ticaret- Burhan TOPUZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2017

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

**Tespitler:** <https://kartalyuvam.club> adresli internet sitesinde “*BJK yeni sezon %100 lisanslı üründür. Güvenli alışveriş”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Firmaya ait olduğu tespit edilen <http://kartalyuvam.club> adresli internet sitesinde Eylül 2017 tarihinde satışa sunulan " Beşiktaş yeni sezon forma" ürünlerine ilişkin tanıtımlarda; "*yeni sezon-* *%100 lisanslı ürün- güvenli* " ifadesine yer verilmesine karşın tüketicilere lisanslı, yeni sezon olmayan-taklit-eski sezon ürünlerin gönderildiği, tüketiciler tarafından bu ürünler iade edilmek istendiğinde ise herhangi bir muhatap bulunamadığı, firmaya ulaşmak isteyen tüketicilerle sistematik olarak görüşülmekten kaçınıldığı,

Böylece, firmanın "BJK-Beşiktaş Jimnastik Kulubü"nün itibarından haksız olarak yararlandığı ve dolayısıyla söz tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, 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, 7/5c, 11,12, 28,29 ve 32 nci maddeleri, - "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ek kısmında yer alan “ Saldırgan Ticari Uygulamalar”başlıklı hükmün 3. Fıkrası

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**114)**

**Dosya No: 2017/2069**

**Şikayet Edilen: Süper FM 100 Prodüksiyon Radyo TV Yay. Ve Rek. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Yıldız Rize TV” isimli televizyon kanalında gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait “Yıldız Rize TV” logolu televizyon kanalında 01.10.2016 tarihinde saat 14:35’te yayınlanan tanıtımlarda “Viageraa Fantasy Krem” isimli ürüne ilişkin olarak; *“...Ürünümüz çok etkili ...Çok farklı bir ürün. ilaç değildir, hap değildir, kapsül değildir, tablet değildir. Kremdir. Viageraa krem, doğaldır ve ne tür hastalığınız olursa olsun kullanabilirsiniz. Çünkü ağızdan alınan bir ilaç değildir. Yan etkisi kesinlikle yoktur. On beş gün içinde otuz bin kişiye ulaşmıştır. ...Bir kişi bile şikayet için aramamıştır. ...Evet Viageraa krem etkisini hemen göstermeye başlıyor. Performans arttırıcı, geciktirici, sertleştirici, büyütücü ve birbirinden inanılmaz özellikleriyle size ulaşıyor. "%100 Orijinal Performans Arttırıcı-Bayan İstek Arttırıcı-Geciktirici-Büyütücü- Sertleştirici-İlk 39 kişiye 1 alana 1 bedava- +18 Viageraa Fantasy Krem- 150T1 değil 29.90 TL+Kargo-1 KutuTablet+1 Kutu Bayan İstek Artırıcı Damla Hediye-Sipariş hattı 0216 222 23 35-%100 Bitkisel-3 gün içinde iade garantili”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait “Yıldız Rize TV” logolu televizyon kanalında 01.10.2016 tarihinde saat 14:35’te yayınlanan tanıtımlarda “Viageraa Fantasy Krem” isimli ürüne ilişkin olarak; *“...Ürünümüz çok etkili ...Çok farklı bir ürün. ilaç değildir, hap değildir, kapsül değildir, tablet değildir. Kremdir. Viageraa krem, doğaldır ve ne tür hastalığınız olursa olsun kullanabilirsiniz. Çünkü ağızdan alınan bir ilaç değildir. Yan etkisi kesinlikle yoktur. On beş gün içinde otuz bin kişiye ulaşmıştır. ...Bir kişi bile şikayet için aramamıştır. ...Evet Viageraa krem etkisini hemen göstermeye başlıyor. Performans arttırıcı, geciktirici, sertleştirici, büyütücü ve birbirinden inanılmaz özellikleriyle size ulaşıyor. "%100 Orijinal Performans Arttırıcı-Bayan İstek Arttırıcı-Geciktirici-Büyütücü- Sertleştirici-İlk 39 kişiye 1 alana 1 bedava- +18 Viageraa Fantasy Krem- 150T1 değil 29.90 TL+Kargo-1 KutuTablet+1 Kutu Bayan İstek Artırıcı Damla Hediye-Sipariş hattı 0216 222 23 35-%100 Bitkisel-3 gün içinde iade garantili”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel ispata muhtaç ifadelerle tanıtım ve satışı yapılan söz konusu kozmetik ürünlere ilişkin, tüketiciler üzerinde bu ürünlerin tıpliteratüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimioluşturulduğu ve mevzuatta izinverilen sağlık beyanlarının dışında sağlık beyanlarına yer verildiği; ancak *“krem”,* şeklinde tanıtımı ve satışı yapılan ürünlerin haricen uygulanması nedeniyle “kozmetik ürün” olarak değerlendirilebileceği, bu durumda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik ürün tanımını aşan ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla her durumda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu reklam ve tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Süper FM 100 Prodüksiyon Radyo TV Yay. Ve Rek. 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2018/1772**

**Şikayet Edilen: Eskan Danışmanlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından muhtelif tüketicilerin cep telefonlarına gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firmaya ait telefon numarasından muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda, “*2007 ile 2015 yılları arasında çektiğiniz kredi de fazla faiz ve masraf alınmıştır. Zararı yasal yolla 3 katı kadar geri alacaksınız başvuru için 088882984146 b354”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir..

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait telefon numarasından muhtelif cep telefonu kullanıcılarına gönderildiği tespit edilen kısa mesajlarda; *“2007 ile 2015 yılları arasında çektiğiniz kredi de fazla faiz ve masraf alınmıştır. Zararı yasal yolla 3 katı kadar geri alacaksınız başvuru için 088882984146 b354”*şeklinde ifadelere verildiği tespit edilmiştir.

Bilindiği üzere, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklarda öngörülen yasal çözüm mercii tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri olarak belirlenmiş olup; tüketiciler, ücretsiz olarak söz konusu hak arama yollarına başvurabilmektedirler. Dolayısıyla tüketicilerin hali hazırda ücretsiz olarak faydalanabileceği yasal hak arama yolları mevcut iken, bahsi geçen tanıtımlar yolu ile tüketicilerin bir aracı olmadan maddi zararlarını telafi edemeyecekleri veya ancak kısa mesajı gönderen firma ile iletişime geçerek söz konusu maddi zararlarını telafi edebilecekleri yönünde yanlış bir algı oluşturulduğu,

Diğer taraftan, hukuki meselelerde mütalaa verme, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etme ve savunma, adli işlemleri takip etme, bu işlere ait bütün evrakı düzenleme yetkisinin yasal olarak yalnızca avukatlara ait olduğu ancak; inceleme konusu mesajlarda yer verilen ifadeler ile münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı, tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin hizmet sunulduğunun iddia edildiği; şayet iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin bünyenizde faaliyette bulunan avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının yasak olması nedeniyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği;

Dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu’nun 55 inci maddesi,

- 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 **Eskan Danışmanlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **34.542 TL (Otuzdörtbinbeşyüzkırkiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2018/2332**

**Şikayet Edilen: Hasan KADIOĞLU.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait afiş ve broşürler ile [www.marketimgetir.com](http://www.marketimgetir.com) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş, Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait [www.marketimgetir.com](http://www.marketimgetir.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Mahalle marketinden alışveriş yapın. Bölgenizde marketlerden kolay ve hızlı şekilde sipariş verebilirsiniz.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ışığında, bahsi geçen internet sitesinde yer alan tanıtımların, şikayetçi Getir Perakende Lojistik A.Ş. isimli firmaya ait [www.getir.com](http://www.getir.com) adresli internet sitesinin ticari kopyası olarak değerlendirilemeyeceği, dolayısıyla ilgili tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2018/4729**

**Şikayet Edilen: İnter Mutfak Eşyaları Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağaza vitrininde bulunan afişlerde gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait mağaza vitrininde bulunan afişte, *“Turuncu günler başladı. %70’e varan İndirim. Kampanya 1 Ocak – 28 Şubat 2018 tarihleri arasında geçerlidir.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler ve firma tarafından gönderilen belgeler ışığında, şikayet konusu afişte yer alan indirim ifadesinin tüm ürünlerde indirim yapıldığı yönünde bir algıya yol açmayacağı, bununla birlikte firmanın tanıtımlarında belirttiği şekilde %70’e varan indirimler yaptığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2016/478**

**Şikayet Edilen:** **SRZ Televizyon ve Radyo Yayıncılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Akıllı TV*” logolu televizyon kanalında yayınlanan “*ARA KAZAN*” isimli yarışma programındayer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu yarışma programında; *“… hangi 2 resim farklıdır … ara kazan 6.000 TL … bu servis 18 yaş ve üzeri kişiler içindir, 18 yaşından küçükler doğru cevap vermiş olsalar bile ödülü kazanamaz bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ve ödülü kazanmaya hak kazanır … ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu yarışma programında; *“… hangi 2 resim farklıdır … ara kazan 6.000 TL … bu servis 18 yaş ve üzeri kişiler içindir, 18 yaşından küçükler doğru cevap vermiş olsalar bile ödülü kazanamaz bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ve ödülü kazanmaya hak kazanır … ”* şeklinde slogana yer verilerek farkı bulan izleyicilerin, bahsi geçen yarışma programında yer alan 0888 233 13 13 numaralı telefon hattını aramaya yönlendirildikleri fakat yarışmalara katılabilmek amacıyla söz konusu numarayı arayan tüketicilerin hatta uzun süre bekletilmelerine programa bağlanamadıkları buna rağmen faturalarına fazla ücretler yansıtıldığı, aynı zamanda bahsi geçen programda “*ücretlendirme tüm operatörler için vergiler dahil 20TL’dir*” şeklinde altyazı bilgisi olmasına karşın bu ifadenin dakikalık ücretlendirme bilgisi olup olmadığının açık ve anlaşılır olmadığı, bu ifadenin okunamayacak kadar küçük olduğu, aynı zamanda tüketicilere bu tür katma değerli hizmet numaralı telefon hatlarının normal telefon hatlarından daha fazla ücretlendirildiği bilgisinin verilmediği, diğer taraftan; Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin; “*Yayın Hizmeti İlkeleri*” başlıklı 8 inci maddesinin birinci fıkrasının ö bendinde yer alan; “*Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.”* şeklindekihüküm gereği dinleyicilere ve seyircilere bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma yapılarak ikramiye verilemeyeceğinin belirtilmesine rağmen anılan yarışma programı aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Elektronik Haberleşme Sektöründe  Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Katma Değerli Elektronik Haberleşme Hizmetlerinin Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar’ın 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 13, 15, 18, 19, 20, 27, 28 ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**119)**

**Dosya No: 2016/3810**

**Şikayet Edilen:** **Karboy Ticaret ve Pazarlama (Vatan TV)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Vatan TV*” logolu televizyon kanallarında yayınlanan “*bil kazan*” isimli yarışma programındayer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu yarışma programında; “*arayan herkese boş yok, canlı yayına katılan herkese boş yok .. 1 ile 30 arasında panomuz var birazdan ekrana telefon numaramız gelecek bizleri arayan izleyicilerimiz burdan bir kutu seçeceksiniz … gördüğünüz gibi kesinlikle boş yok ama ne var tabi bunu söylemiyoruz, neler olduğunu şimdi burada gösteriyoruz. İçinde XPERİA kamera, 10 parça bornoz seti, tuşlu cep telefonu piyasa değeri 150 TL, piyasa değeri 300 TL olan dokunmatik cep telefonumuz var, hemen yanında yine piyasa değeri 350 TL olan dokunmatik tabletimiz var, piyasa değeri 400 TL olan benzinli testeremiz var, 2 tane de para ödülümüz var 500 TL ve tam 4000 TL … çekiliş yok kura yok soru yok ekrana birazdan numara gelecek arayanlar hemen canlı yayına bağlanacak, buradan bir numara seçeceksiniz 4000 tl de çıkabilir cep telefonu da .. ama hediyelerden mutlaka birini alacaksınız: 0888 228 40 00”* ve *“Büyük Ödül 4000 TL, hemen arayın … canlı canlı yarışacağız … hatlar boş! …”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu yarışma programında; “*arayan herkese boş yok, canlı yayına katılan herkese boş yok .. 1 ile 30 arasında panomuz var birazdan ekrana telefon numaramız gelecek bizleri arayan izleyicilerimiz burdan bir kutu seçeceksiniz … gördüğünüz gibi kesinlikle boş yok ama ne var tabi bunu söylemiyoruz, neler olduğunu şimdi burada gösteriyoruz. İçinde XPERİA kamera, 10 parça bornoz seti, tuşlu cep telefonu piyasa değeri 150 TL, piyasa değeri 300 TL olan dokunmatik cep telefonumuz var, hemen yanında yine piyasa değeri 350 TL olan dokunmatik tabletimiz var, piyasa değeri 400 TL olan benzinli testeremiz var, 2 tane de para ödülümüz var 500 TL ve tam 4000 TL … çekiliş yok kura yok soru yok ekrana birazdan numara gelecek arayanlar hemen canlı yayına bağlanacak, buradan bir numara seçeceksiniz 4000 tl de çıkabilir cep telefonu da .. ama hediyelerden mutlaka birini alacaksınız: 0888 228 40 00”* ve *“Büyük Ödül 4000 TL, hemen arayın … canlı canlı yarışacağız … hatlar boş! …”* şeklinde slogana yer verilerek izleyicilerin 0888 228 40 40 numaralı telefon hattını aramaya yönlendirildiği fakat yarışmaya katılabilmek amacıyla söz konusu numarayı arayan tüketicilerin hatta uzun süre bekletilmelerine rağmen programa bağlanamadıkları, buna rağmen faturalarına fazla ücretler yansıtıldığı, katılan ve kazananlara hediyelerinin gönderilmediği dakikalık ücretlendirmeye ilişkin herhangi bir bilginin olmadığı, altyazının okunamayacak kadar küçük ve hızlı olduğu, aynı zamanda tüketicilere katma değerli hizmet numaralı telefon hatlarının normal telefon hatlarından daha fazla ücretlendirildiği bilgisinin verilmediği, diğer taraftan; Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin; “*Yayın Hizmeti İlkeleri*” başlıklı 8 inci maddesinin birinci fıkrasının ö bendinde yer alan; “*Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.”* şeklindekihüküm gereği dinleyicilere ve seyircilere bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma yapılarak ikramiye verilemeyeceğinin belirtilmesine rağmen anılan yarışma programı aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Elektronik Haberleşme Sektöründe  Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Katma Değerli Elektronik Haberleşme Hizmetlerinin Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar’ın 5 ve 9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 13, 15, 18, 19, 20, 27, 28 ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Karboy Ticaret ve Pazarlama (Vatan TV)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2016/3816**

**Şikayet Edilen:** **Albayrak Bilişim Medya Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Farklı TV ve One Best TV*” logolu televizyon kanallarında yayınlanan “*ara kazan*” isimli yarışma programındayer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.06.2016 ve 20.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu televizyon kanallarında yayınlanan yarışma programlarında; “*hangi 2 resim farklıdır*”, *Bu servis 18 yaş ve üzeri kişiler içindir. 18 yaşından küçükler doğru cevap vermiş olsalar bile ödülü kazanamaz. Bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ödülü kazanmaya hak kazanır*”, “*bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ödülü kazanmaya hak kazanır*” ve “*ARA* *7.000 TL KAZAN. 0888 299 06 99*” ve Plus TV’de yayınlanmakta olan programa ilişkin görsellerde ise “*17.500 TL, hemen ara bağlan kazan, farklı iki resmi bulun, 0888 242 22 22*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu yarışma programında; “*hangi 2 resim farklıdır*”, *Bu servis 18 yaş ve üzeri kişiler içindir. 18 yaşından küçükler doğru cevap vermiş olsalar bile ödülü kazanamaz. Bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ödülü kazanmaya hak kazanır*”, “*bu servisi arayan ve servisin sorduğu soruya en hızlı şekilde cevap veren kişi canlı yayına bağlanıp ödülü kazanmaya hak kazanır*” ve “*ARA* *7.000 TL KAZAN. 0888 299 06 99*” ve Plus TV’de yayınlanmakta olan programa ilişkin görsellerde ise “*17.500 TL, hemen ara bağlan kazan, farklı iki resmi bulun, 0888 242 22 22*” şeklinde slogana yer verilerek izleyicilerin programlarda yer alan telefon hatlarını aramaya yönlendirildikleri fakat yarışmalara katılabilmek amacıyla söz konusu numaraları arayan tüketicilerin hatta uzun süre bekletilmelerine rağmen programa bağlanamadıkları buna rağmen faturalarına fazla ücretler yansıtıldığı, programlarda dakikalık ücretlendirme bilgisinin yer aldığı fakat altyazıların okunamayacak kadar küçük ve hızlı olduğu, diğer taraftan; Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin; “*Yayın Hizmeti İlkeleri*” başlıklı 8 inci maddesinin birinci fıkrasının ö bendinde yer alan; “*Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.”* şeklindekihüküm gereği dinleyicilere ve seyircilere bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma yapılarak ikramiye verilemeyeceğinin belirtilmesine rağmen anılan yarışma programı aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Elektronik Haberleşme Sektöründe  Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Katma Değerli Elektronik Haberleşme Hizmetlerinin Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar’ın 5 ve 9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 13, 15, 18, 19, 20, 27, 28 ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Karboy Ticaret ve Pazarlama (Vatan TV)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2016/4123**

**Şikayet Edilen:** **Mak Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş. (GOURMET GARAGE)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait poşetlerin üzerinde yer alan;*“doğa dostu"”* şeklindeki ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Söz konusu ambalajlarda; *“doğa dostu, 1994’ten beri GOURMET GARAGE en iyiler burada*” şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen ambalajlarda yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2016/64**

**Şikayet Edilen:** **Muhammet Emin Çetin**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlardayer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Tüketicilere gönderilenkısa mesajlarda;*“yeni yıla girmeden sadece 2 dakikada 50.000 TL’ye kadar 36 ay vadeli kredi çekmek ister misiniz, hemen müşteri temsilcilerimizle görüşünüz 08982139192”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu kısa mesajlarda; *“yeni yıla girmeden sadece 2 dakikada 50.000 TL’ye kadar 36 ay vadeli anında kredi çekmek ister misiniz, hemen müşteri temsilcilerimizle görüşünüz, 0898 213 91 92”* şeklinde yer alan ifadelerin yanıltıcı olduğu, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında, ancak bankaların nakdi, gayri nakdi  her cins ve surette kredi verme işlemlerini gerçekleştirme yetkisinin bulunduğu; ancak, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile yasal olarak bankalara verilmiş bulunan kredi verme faaliyetinin tarafınızca gerçekleştirilebileceği algısının oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** 5411 sayılı Bankacılık Kanun’un 3 ve 4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**123)**

**Dosya No: 2017/513**

**Şikayet Edilen:** Adem TEMEL

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif logolu televizyon kanalında yayınlanmakta olan "*ara kazan*" isimli yarışma programındayer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu televizyon kanallarında yayınlanan yarışma programlarında; “*HEMEN ARA BAĞLAN KAZAN, farklı 2 resmi bulun 19 bin TL 0888 232 01 01*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu yarışma programında; “*HEMEN ARA BAĞLAN KAZAN, farklı 2 resmi bulun 19 bin TL 0888 232 01 01*” şeklinde slogana yer verilerek izleyicilerin programda yer alan telefon hattını aramaya yönlendirildikleri fakat yarışmalara katılabilmek amacıyla söz konusu numaraları arayan tüketicilerin hatta uzun süre bekletilmelerine rağmen programa bağlanamadıkları buna rağmen faturalarına fazla ücretler yansıtıldığı, programda dakikalık ücretlendirme bilgisinin yer aldığı altyazıların okunamayacak kadar küçük ve hızlı olduğu, diğer taraftan; Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin; “*Yayın Hizmeti İlkeleri*” başlıklı 8 inci maddesinin birinci fıkrasının ö bendinde yer alan; “*Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.”* şeklindekihüküm gereği dinleyicilere ve seyircilere bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma yapılarak ikramiye verilemeyeceğinin belirtilmesine rağmen anılan yarışma programı aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Elektronik Haberleşme Sektöründe  Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- Katma Değerli Elektronik Haberleşme Hizmetlerinin Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar’ın 5 ve 9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 13, 15, 18, 19, 20, 27, 28 ve 32 inci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**124)**

**Dosya No: 2017/727**

**Şikayet Edilen:** **EPT Ticaret ve Sanal Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.epttavm.com](http://www.epttavm.com) adresli internet sitesinde; “*Tonny Black STR, Su ve Soğuk Geçirmez Günlük Trekking Kışlık Orijinal Erkek Ayakkabı”* isimli ayakkabılara ilişkin yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu internet sitesinde; “*Tonny Black STR, Su ve Soğuk Geçirmez Günlük Trekking Kışlık Orijinal Erkek Ayakkabı Fume, Tonny Black MMR, Su ve Soğuk Geçirmez Günlük Trekking Kışlık Orijinal Erkek Ayakkabı Fume, Orijinal isminize faturalı sorunsuz değişim ve iade garantisi en uygun fiyat garantisi*, *tüm Türkiye2ye kargo ücreti 6 TL su geçirmez alt taban ve deri terleme yapmayan pamuk iç astar kaymaz ve aşınmaz kauçuk-termo alt taban kauçuk topuk, bilek ve burun koruması orijinal kutusunda sıfır ve poşet hediyeli ortopedik yumuşak iç taban soğuk, yağmurlu ve karlı havalarda ayağı koruyan, sıcak tutan, konforlu kışlık Tonny Black PWR bay bayan ayakkabı7/24 mesaj ve telefon desteğimizle tüm sorularınızı bize sorabilirsiniz*, *8 senelik e-ticaret deneyimimiz ve müşteri memnuniyetimizle keyifli alış-verişler dileriz diğer tüm modellerimiz için bu yazıya tıklayınız, 44.90 TL – KDV DÂHİL, PTT güvencesi ile %100 güvenli alışveriş …*” şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen internet sitesinde yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**125)**

**Dosya No: 2017/1399**

**Şikayet Edilen:** **Nazmi TUNCEL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*STIL CRIN SNAP CAPS – TETİK DÜŞÜRÜCÜ 9 MM*.” ve “*WE T6 B-W/HOLE (SV SLIDE/SV BARREL/BK FRAME)*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*STIL CRIN SNAP CAPS – TETİK DÜŞÜRÜCÜ 9 MM*.” ve “*WE T6 B-W/HOLE (SV SLIDE/SV BARREL/BK FRAME)*” başlıklı ilanlar aracılığıyla ilgili mevzuat hükümleri ile ateşli silahlar kapsamında değerlendirilen ürünlerin ve bu ürünlere ilişkin satış yetkisinin belirli kurum ve kuruluşlar nezdinde sınırlandırılmış olmasına rağmen internet üzerinden satışının yapıldığı ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ve Diğer Aletler Hakkında Yönetmeliği’nin 22 ve 31 inci maddeleri

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**126)**

**Dosya No: 2017/2000**

**Şikayet Edilen:** **Şamil Pazarlama ve Çağrı Merkezleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “***One Best TV*” logolu televizyon kanalındaateşli silahlara ilişkin yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu televizyon kanalında; “*kampanya, titanyum gücünde yaşama, 500 TL yerine sadece 249,90 tl, fiyatları indirdik 0212 981 13 99 hemen arayın siparişinizi verin*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda televizyon kanalında; “*kampanya, titanyum gücünde yaşama, 500 tl yerine sadece 249,90 tl, fiyatları indirdik 0212 981 13 99 hemen arayın siparişinizi verin*” şeklinde ifadelere yer verilerek, ilgili mevzuat hükümleri ile ateşli silahlar kapsamında değerlendirilen ürünlerin ve bu ürünlere ilişkin satış yetkisinin belirli kurum ve kuruluşlar nezdinde sınırlandırılmış olmasına rağmen televizyon üzerinden satışının yapıldığı ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Yönetmeliğin 22 ve 31 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**127)**

**Dosya No: 2017/2681**

**Şikayet Edilen:** **Aygaz A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*50 TL ve üzeri otogaz alımına 5 TL paro puan*” başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2017 – 30.06.2017

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** Söz konusu tanıtımlarda; *“Kayserililerin yoluna çıkan en iyi kampanya şimdi Aygaz’dan parolu kartınızla yapacağınız her 50 TL’lik otogaz alışverişinize üst üste 5 kez 4 TL toplamda 20 TL otogaz hediye son gün 31 Mayıs kaçırmayın, detaylı bildi aygaz.com.tr’de”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve tarafımızca yapılan araştırmalar doğrultusunda bahsi geçen radyo yayınında yer alan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık olmadığı anlaşılmış olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**128)**

**Dosya No: 2017/1311**

**Şikayet Edilen: Tophills Jewellery Co.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.tophills.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com), [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com), [www.lidyana.com](http://www.lidyana.com) ve [www.mizu.com](http://www.mizu.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.tophills.com.tr/> adresli internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümünde; *“Hakkımızda: 1800'lü yıllarda, Fransız bilim adamı Auguste Verneuile'in sentetik yakutu üretmesiyle yeni teknolojilere yönelen Endüstriyel Pırlanta Laboratuvarları, elması; hammaddesi olan karbonun, uygun basınç ve sıcaklık ortamında sıkıştırılıp işlenmesi sonucu, çeşitli şekil, ebat ve renklerde üretmeye başlamıştır. Bu teknoloji, endüstri alanları haricinde; duyarlı mücevher üreticilerine de alternatif bir ilham kaynağı olmuştur. Diğer yandan; Afrika, Hindistan gibi ülkelerde, elmas madenlerindeki doğa tahribatı ve insan sömürgesi, her geçen gün artmakta ve bu bölgelerde gelecek nesiller, ticari rantlar uğruna tehlikeye atılmaktadır. 2007 yılından beri çevresel duyarlılıkla temellerini inşa eden TOPHILLS, pırlanta efektine sahip ürünlerle her kadının hayal ettiği ışıltıyı, hayal edemeyeceği kadar uygun fiyatlarla sunarak, kadınların teknolojik bir yenilikle ışıldamasını hedeflemiştir. TOPHILLS “ Laboratuvar Pırlantaları '' özel bir komplike cihazın içerisinde elmasın hammaddesi olan karbon elementinin yerleştirilip işlenmesi sonucunda, son derece lekesiz ve doğal pırlantayla ayırt edilmeyecek ışıltıda üretilmektedir. Ancak ve ancak, özel ekipmanlar kullanıldığında, homojen yapısına bakılarak doğalından ayırt edilebilen organik pırlantalar; bir ziynet eşyası olarak değil, az maliyetli ve uzun ömürlü ''mücevher alternatifleri'' olarak değerlendirilmelidir. TOPHILLS; Avrupa, Amerika ve Ortadoğu ülkelerinde de alternatif mücevher tasarımları olarak, Dünya markalarını ağırlayan mağazalar zincirlerinde ve güvenilir online satış ağlarında kısa sürede Dünya pazarına girmiştir. TOPHILLS Koleksiyonları, ana hatlarında klasik İngiliz mücevherlerinden ilham alırken, modern ve etnik çizgileri farklı taş kesimleriyle şekillendirerek, sürekli ve zamansız yüzlerce tasarımını yetkili satış noktalarında sergilemektedir...Ürünlerimiz Hakkında: Tüm TOPHILLS ürünleri, gemologlar tarafından laboratuvar ortamında üretilmiş insan yapımı pırlanta, safir, yakut, zümrüt, elmas gibi taşlardan oluşmaktadır. İnsan yapımı olan pırlantalar, doğal pırlantanın en iyi alternatifidir. Pırlanta efektli taşlar; karbonun renk, berraklık, dayanıklılık gibi özelliklerin nano teknolojiyle, işlenmesiyle oluşur. Tüm TOPHILLS ürünleri, müşterilerimize kendine özgü sertifikaları ve şık mücevher kutularıyla gönderilmektedir…Çevreye Duyarlılık:TOPHILLS ürünlerinin en büyük özelliği çevreye duyarlılığıdır. TOPHILLS' den aldığınız her ürün elmas madenciliğinin zarar verdiği yerel bölgenin acısını dindirmeye katkıda bulunurken, eko-lüks mücevher avantajıyla da bütçenizi zorlamadan %100 pırlanta ışıltısını yakalamanızı sağlar…LABORATUVAR PIRLANTASI NEDİR? Laboratuvar pırlantası, Laboratuvar ortamında üretilen, doğal pırlanta ile büyük ölçüde aynı fiziksel, kimyasal ve optik özelliklere sahip olan taşlardır. Doğal pırlantada olduğu gibi karbon elementinden oluşur ve kübik formda kristallenir. Bir karbon diğer dört karbon ile eşit uzaklıkta ''tehrahedral'' şekilde birleşir. Dolayısıyla, basit görsel yöntemlerle aradaki farkı anlamak mümkün değildir. Ayırt edilmesi ancak, gemoloji laboratuvarlarında spektroskop cihazlar kullanılarak mümkündür. Son zamanlarda lab-grown üretimi için bilinen iki yöntem HPHT ve CVD yöntemleridir. HPHT, yüksek basınç ve ısı yöntemi, adından da anlaşılacağı üzere, elmasın, yer altındaki oluşum koşullarının benzer ortamı sağlanarak üretilmesidir. CVD kimyasal buhar depolama yöntemiyse, yüksek basınca ihtiyaç olmaksızın, yüksek ısı ile bir plazma bulutundan karbonların ayrıştırılarak, tohum kristal üzerinde biriktirilmesi olarak özetlenebilir. ''3C'' ve ''4C'' özellikli olarak taş boyutuna göre farklı yöntemlerle, farklı maliyetlere sahip laboratuvar pırlantası çeşitleri üretilmektedir. İki yöntemde de doğal bir elmas kristali ‘seed crystal’ bulunmaktadır. Uluslararası gemolojik terminolojide genelde ‘Laboratory Grown Diamond’, laboratuvar tarafından büyütülmüş elmas, ‘GIA tarafından belirlenmiş standartlarda faset kesimleri uygulanarak nihai halini alır. Tüketici açısından bakıldığında, kısacası; Laboratuvar pırlantası ile maden pırlantası arasında hiçbir görüntü ve dayanıklılık farkı yoktur. Ömür boyu aynı parlaklığa sahip olacak olan Laboratuvar pırlantasını, sadece ziynet maksadı dışında değerlendirmek gerekir…3C LABORATUVAR PIRLANTASI: 3C Laboratuvar pırlantası, 4C özellikli laboratuvar pırlantası gibi, Laboratuvar ortamında üretilen, doğal pırlanta ile büyük ölçüde aynı fiziksel, kimyasal ve optik özelliklere sahip olan taşlardır. Doğal pırlantada olduğu gibi karbon elementinden oluşur ve kübik formda kristallenir. 3C pırlantalar, 0,50carat boyutuna kadar 4C pırlantalardan ayırt edilememektedir. Bu sebeple 0,50 caratlık taş boyutlarına kadar, daha az maliyetlerle ve kısa sürede üretilebilen 3C taşlar, seri üretimlerde tercih edilir. 4C laboratuvar pırlantasına oranla 3C pırlantaların üretim süreci de, maliyeti de 1/5 oranındadır…4C LABORATUVAR PIRLANTASI NEDİR? 4C özellikli laboratuvar pırlantası, laboratuvar ortamında üretilen, doğal pırlanta ile aynı fiziksel, kimyasal ve optik özelliklere sahip olan taşlardır. Doğal pırlantada olduğu gibi karbon elementinden oluşur ve kübik formda kristelleşir. 4C lerde bir karbon diğer dört karbon ile eşit uzaklıkta 'tehrahedral' şekilde birleşir. Dolayısıyla, basit görsel yöntemler ile aradaki farkı anlamak mümkün değildir. Ayırt edilmesi, ancak gemoloji laboratuvarlarında spektroskop cihazlar kullanılarak mümkündür. 4C Laboratuvar pırlantası Heart, Shape, Cushion, Drop, Asscher, Radiant, Oval, Princess gibi GIA taş kesim standartlarında, farklı kesimlerde üretildiği gibi, Sarı ve Pembe pırlanta olarakta üretilmektedir. En önemlisi, 4C taşlar, 'Colour' seçeneği ile D-E-F-G-H-I-J-K beyazlık ve sarılık derecelerinde üretilmektedir…2,40 CT PIRLANTA ALTIN FİYONK KÜPE: ~~549 TL~~ 384,30 TL…Ürün detayları: Ürün Kodu: JKP01, Taş Karatı: 0,70 ct 3C Laboratuvar Pırlantası, Taş Özellikleri: D - IF Excellent, Altın Gramı: 2,6 GR 10K ALTIN: Sergilenen mücevherlerin taşları Laboratuvar ortamında Nano teknolojiyle üretilmiş Pırlanta, Yakut, Zümrüt, Safir gibi taşlardan üretilmiştir. Lab-created Pırlantalar, Dünyadaki en iyi elmas alternatifidir. Carbon molekül dizilimiyle, Renk, berraklık, dayanıklılık gibi; tüm pırlanta özelliklerinin verildiği bu taşların elmastan farkı, yalnızca özel ekipmanlar kullanıldığında ayırt edilebilmektedir. TOPHILLS, Türkiye'de Amerikan üretim patentiyle gerçek laboratuvar pırlantası satma yetkisine sahip tek firmadır. Elmasın Hammaddesi Olan Carbon(C) Elementinin Yüksek Basınç ve Sıcaklık Ortamında İşlenmesinden Sonra, GIA Dünya Standartlarında Pırlanta Faset Kesimi Uygulanarak, 10K ALTIN Montürlere %100 mücevher işçiliği ile mıhlanan nano teknolojik pırlantalar, süresiz bakım ve onarım garantisi altındadır. 2007 yılından beri çevresel duyarlılıkla temellerini inşa eden TOPHILLS , her kadının hayal ettiği ışıltıyı, hayal edemeyeceği kadar uygun fiyatlarla sunarak, kadınların teknolojik bir yenilikle ışıldamasını hedeflemiştir. Tüm ürünler, Gemolojik Laboratuvar sertifikaları ve şık mücevher kutularıyla gönderilmektedir. Tüm bakım ve onarımlarınızı sertifika numaranızı belirterek, Türkiye ofisinden ücretsiz olarak yaptırabilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.markafoni.com](http://www.markafoni.com) adresli internet sitesinin 19.12.2016 tarihli görünümünde; *“2,2 ct Pırlanta Laura Tektaş Altın Küpe: ~~597 TL~~ 199,99 TL (%67 indirim) Sergilenen mücevherlerin taşları Laboratuvar ortamında Nano teknolojiyle üretilmiş Pırlanta, Yakut, Zümrüt, Safir gibi taşlardan üretilmiştir. Lab-created Pırlantalar, Dünyadaki en iyi elmas alternatifidir. Carbon molekül dizilimiyle, Renk, berraklık, dayanıklılık gibi; tüm pırlanta özelliklerinin verildiği bu taşların elmastan farkı, yalnızca özel ekipmanlar kullanıldığında ayırt edilebilmektedir. TOPHILLS, Türkiye'de Amerikan üretim patentiyle gerçek laboratuvar pırlantası satma yetkisine sahip tek firmadır. Elmasın Hammaddesi Olan Carbon(C) Elementinin Yüksek Basınç ve Sıcaklık Ortamında İşlenmesinden Sonra, GIA Dünya Standartlarında Pırlanta Faset Kesimi Uygulanarak, damgalı ve 10K ALTIN Montürlere %100 mücevher işçiliği ile mıhlanan nano teknolojik pırlantalar, süresiz bakım ve onarım garantisi altındadır. Tüm ürünler, Gemolojik Laboratuvar sertifikaları ve şık mücevher kutularıyla gönderilmektedir. Tüm bakım, onarım ve değişim işlemlerinizi sertifika numaranızı belirterek, TOPHILLS İstanbul Nişantaşı showroomundan ücretsiz olarak gerçekleştirebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.lidyana.com](http://www.lidyana.com) adresli internet sitesinin 19.12.2016 tarihli görünümünde; *“Laboratuvar Pırlantası Tektaş Yüzük: ~~329 TL~~ 164,50 TL (%50 indirim) Sergilenen mücevherlerin taşları Laboratuvar ortamında Nano teknolojiyle üretilmiş Pırlanta, Yakut, Zümrüt, Safir gibi taşlardan üretilmiştir. Lab-created Pırlantalar, Dünyadaki en iyi elmas alternatifidir. Carbon molekül dizilimiyle, Renk, berraklık, dayanıklılık gibi; tüm pırlanta özelliklerinin verildiği bu taşların elmastan farkı, yalnızca özel ekipmanlar kullanıldığında ayırt edilebilmektedir. Elmasın Hammaddesi Olan Carbon(C) Elementinin Yüksek Basınç ve Sıcaklık Ortamında İşlenmesinden Sonra, Pırlanta Kesimi Uygulanarak nihai halini alan bu 3C özellikli taşlar 15k gold Montür üzerine el işçiliği ile mıhlanmaktadır…3C mücevherler %30 ziynet içermektedir. Avrupa ve Amerika ülkelerinde az maliyetle, doğal pırlantanın görüntüsünde ve dayanıklılığında üretilmiş yarı değerli mücevherler olarak bilinmektedirler. Tüm TOPHILLS Co. Ürünleri özel mücevher kutularında laboratuvar sertifikalarıyla birlikte gönderilmekle birlikte 3 yıl garantilidir. Tüm bakım ve onarımlarınızı sertifika numaranızı belirterek Türkiye ofisinden ücretsiz olarak yaptırabilirsiniz …”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.1v1y.com](http://www.1v1y.com) adresli internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümünde; “1,4 ct Lab-created pırlanta altın J küpe: ~~897 TL~~ 299 TL~~, Ürün detay:~~ *Sergilenen mücevherlerin taşları Laboratuvar ortamında Nano teknolojiyle üretilmiş Pırlanta, Yakut, Zümrüt, Safir gibi taşlardan üretilmiştir. Lab-created Pırlantalar, Dünyadaki en iyi elmas alternatifidir. Carbon molekül dizilimiyle, Renk, berraklık, dayanıklılık gibi; tüm pırlanta özelliklerinin verildiği bu taşların elmastan farkı, yalnızca özel ekipmanlar kullanıldığında ayırt edilebilmektedir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.mizu.com](http://www.mizu.com) adresli internet sitesinin 24.04.2017 tarihli görünümünde; *“Kadın kolye NKU18: ~~878 TL~~ 439 tl (%50), Ürün açıklaması: 2,20ct pırlanta altın sun trapes kolye laboratuvar pırlantası: sergilenen mücevherlerin taşları Laboratuvar ortamında Nano teknolojiyle üretilmiş Pırlanta, Yakut, Zümrüt, Safir gibi taşlardan üretilmiştir. 3C Lab-created Pırlantalar, Dünyadaki en iyi elmas alternatifidir. Carbon molekül dizilimiyle, Renk, berraklık, dayanıklılık gibi; tüm pırlanta özelliklerinin verildiği bu taşların elmastan farkı, yalnızca özel ekipmanlar kullanıldığında ayırt edilebilmektedir. TOPHILLS, Türkiye'de Amerikan üretim patentiyle gerçek 3C laboratuvar pırlantası satma yetkisine sahip tek firmadır. Elmasın Hammaddesi Olan Carbon(C) Elementinin Yüksek Basınç ve Sıcaklık Ortamında İşlenmesinden Sonra, GIA Dünya Standartlarında Pırlanta Faset Kesimi Uygulanarak, damgalı ve 10K ALTIN Montürlere %100 mücevher işçiliği ile mıhlanan nano teknolojik pırlantalar, süresiz bakım ve onarım garantisi altındadır. Maden iadelerinizde ürünleriniz içeriğindeki has altın miktarı ve kuruna göre tutar iadesi firmamız tarafından sağlanmaktadır. Tüm ürünler, Gemolojik Laboratuvar sertifikaları ve hediyelik şık mücevher kutularıyla gönderilmektedir. Tüm bakım, onarım ve yüzük ölçüsü değişim işlemlerinizi sertifika numaranızı belirterek, TOPHILLS İstanbul Nişantaşı showroomundan ücretsiz olarak gerçekleştirebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan açıklamalar sonucunda ve başvuru sahibi tarafından sunulan belgelerin ispat niteliğini haiz olmaması sebebiyle söz konusu ifadelerin 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna ve ilgili Yönetmeliğe ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**129)**

**Dosya No: 2017/1312**

**Şikayet Edilen: Orbital Lojistik Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.caratlab.com/aciklama.htm> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile anılan firmaya ait “carat laboratories” markalı ürünlerin satıldığı [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com), [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com), [www.markagez.com](http://www.markagez.com) ve muhtelif adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.caratlab.com/aciklama.htm> adresli internet sitesinin 03.08.2017 tarihli görünümünde; *“Kusursuzu HAYAL ET! Carat Laboratories koleksiyonunda sergilenen mücevherlerin tamamı laboratuvar ortamında kusursuz koşulların bir araya getirilmesi ile üretilmiş taşlardan oluşmaktadır. Bu taşların kusursuz 4c değerleri maden pırlantasında nadiren rastlanabilecek üstün değerlere sahiptir…CUT (KESİM) Kullanılan tüm taşlar Gemological Institute of America(GIA) "ideal cut" toleransları içerisindedir. COLOR (RENK) Taşlarımız GIA'in pırlanta renk skalası baz alınarak derecelendirildiğinde D veya E renklerine eşdeğerdir. (Bu skala D'den Z'ye kadar uzanır. D renk sakaladaki en üst değerdir.) CLARITY (BERRAKLIK) Taşlarımız "IF" berraklık değerindedir. Bu değer pırlanta endüstrisinde kusursuz iç temizlikteki taşlara verilen değerdir. CARAT Sunduğumuz maliyet avantajı sayesinde makul bütçelerle daha büyük taşlardan oluşan mücevherlere sahip olabilirsiniz…Mücevherde Yeni Trendi Takip Edin**Ulaşılan teknoloji seviyesi ile en parlak taşlar laboratuvar ortamında üretilebiliyor iken daha fazlasını ödemenize hiç gerek yok …Ömür Boyu Beden Değişimi: Mücevherlerimiz için zaman kısıtlaması olmaksızın ücretsiz beden değişimi hizmetimizden sınırsız faydalanabilirsiniz. Koşulsuz İade Garantisi: Her ne sebeple olursa olsun, satın aldığınız mücevherinizi iade etmek isterseniz 14 gün içerisinde sebep göstermeksizin iadesini gerçekleştirebilirsiniz. 10 Yıl Garanti: Carat Laboratories mücevherleri yıllar boyu ilk günkü ışıltısını koruyabilecek şekilde tasarlandı. Bu sayede tüm mücevherlerimiz 10 yıl garanti altındadır…”* şeklinde ifadeler ile,

*“Elmas şıklık ve aşkın sembolüdür, ancak bazı Afrika ülkelerinde yaşayan insanlar için kötü çalışma koşulları, iç savaş ve eğitim alamayan çocuklar demek…kanlı elmas karşıtı öncülerin çabalarıyla, dünya kadınlarının bu konudaki farkındalıkları arttırılırken siz de bu çocuklar için yepyeni umut olabilirsiniz. Carat laboratories satın aldığınız her üründe dünya çocuklarının hayatlarına umut olmak için save the children fonuna bağışta bulunuyor!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.markafoni.com](http://www.markafoni.com) adresli internet sitesinin 24.04.2016 tarihli görünümü ile [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com), [www.markagez.com](http://www.markagez.com) ve muhtelif adresli internet sitelerinde ise; *“Carat 3,5 Carat beş taş yüzük****:*** *~~2659,96 TL~~ 759,98 TL (%71 indirim) Ürün özellikleri: •Taş Cinsi & Carat Bilgileri:3,5CT Pırlanta Kesim, •Taş Değerleri: Renk: D - Berraklık: IF - Kesim: Mükemmel , •Toplam Taş Adedi :5,•Sergilenen mücevherlerin taşları Vataner Kolbert ekibi tarafından kusursuz işçilikle mıhlanmıştır. İncelediğiniz üründeki tüm taşlar laboratuvar ortamında üretilmiştir. Maden Pırlantasının bilinen en iyi alternatifidir. Taşlar ışığı en iyi şekilde yansıtmaları için Carat Laboratories özel pırlanta kesim teknikleri ile nihai halini almıştır. Tüm mücevherler Altın/Gümüş alaşımları karışımı olan Goldvermeil'den üretilmiş olup kararmaya karşı 10 yıl garanti kapsamındadır. Ürünler orjinal kutularında sertifikaları ile birlikte gönderilecektir. \*\*Not: Satın almış olduğunuz üründe beden değişimi talebiniz olur ise, sertifikadaki iletişim bilgisinden tedarikçi firmaya ulaşıp, kargo dahil hiçbir ücret ödemeden arzu ettiğiniz beden ile değişim yapabilirsiniz. Cinsiyet: Kadın, Ürün Tipi: Yüzük, Ürün Kodu: MCR20710…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com), [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com), [www.markagez.com](http://www.markagez.com) ve muhtelif adresli internet siteleri olmak üzere sanal mağazalarda satışa sunulan ve doğal pırlanta olmadığı bilinen ürünlere ilişkin olarak “Pırlanta” başlığıyla tanıtımlar yapıldığı, tanıtım başlığı içerisinde “Laboratuvar pırlantası” veya “Lab-created” ifadelerine yer verilmediği,

<http://www.caratlab.com/aciklama.htm> adresli internet sitesinde *“…Mücevherde Yeni Trendi Takip Edin**Ulaşılan teknoloji seviyesi ile en parlak taşlar laboratuvar ortamında üretilebiliyor iken daha fazlasını ödemenize hiç gerek yok”* ifadeleriyle doğal pırlanta ve doğal elmas taşları kötülenerek tüketicilerin çevreye karşı hassasiyetlerinin kullanıldığı,

“laboratuvar ortamında üretilen sentetik pırlanta/taş” olduğuna ilişkin herhangi bir sertifika gönderilmediği,

“10 yıl garanti” kapsamında olduğuna ilişkin bir belge gönderilmediği,

İndirimli satışa konu edildiğine dair herhangi bir fatura/belge ibraz edilmediği,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların; eksik/yanlış bilgi vermek ve anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicileri yanıltıcı ve mağdur edici nitelikte olması ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle inceleme konusu bu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 8, 9, 10, 13, 14, 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 **Orbital Lojistik Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**130)**

**Dosya No: 2017/4032**

**Şikayet Edilen: Ceyfu Bebe**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mağazada yer alan tüketicileri bilgilendirmeye yönelik ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2017

**Yayınlandığı Mecra:** Mağaza içinde yer alan pleksi

**Tespitler:** Anılan plekside;*“4822 Sayılı Kanunla değişik 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Mağazadan yapılan alışverişlerde İADE YOKTUR…Para iadesi veya kredi kartı iptali yapılmamaktadır. Yalnızca mesafeli alışveriş türü olan telefon ve internet üzerinden yapılan alışverişlerde 7 GÜN içerisinde cayma hakkı tüketiciye verilmiştir. CEYFU…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mağazada yer alan tüketicileri bilgilendirmeye yönelik tabelada; *“4822 Sayılı Kanunla değişik 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Mağazadan yapılan alışverişlerde İADE YOKTUR…Para iadesi veya kredi kartı iptali yapılmamaktadır. Yalnızca mesafeli alışveriş türü olan telefon ve internet üzerinden yapılan alışverişlerde 7 GÜN içerisinde cayma hakkı tüketiciye verilmiştir. CEYFU…”* şeklinde tüketicilere yönelik olarak yasal hakları konusunda yanıltıcı ifadelere yer verildiği,

Ne var ki 28/11/2013 tarihli ve 28835 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan ve 6 ay sonra 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında YENİ Kanun’un “Yürürlükten kaldırılan hükümler” başlıklı 86 ncı maddesinde; *“(1) 23/2/1995 tarihli ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlükten kaldırılmıştır...”* hükmü yer almasına rağmen anılan tabelada mülga olmuş 4077 sayılı Kanun hükümleri yer almakta olup; “*Mağazadan yapılan alışverişlerde İADE YOKTUR…”* hususu tüketiciler açısından mal ayıplı olsa bile iade edemeyecekleri şeklinde değerlendirilebileceği için eksik bir bilgilendirme sayılacağı, nitekim hem mülga 4077 sayılı Kanun döneminde hem de 6502 sayılı yeni Kanun döneminde malın ayıplı olduğunun anlaşılması durumunda tüketicilerin seçimlik haklarından “sözleşmeden dönme” hususunun hüküm altına alındığı,

Buna ek olarak yine mülga 4077 sayılı Kanun dönemindeki mesafeli satışlarda cayma hakkı süresi 7 gün iken 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında YENİ Kanun’un “Mesafeli sözleşmeler**”** başlıklı 48 inci maddesinde; *“…4) Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir…”* şeklinde yeniden düzenlenerek anılan sürenin tüketiciler lehine uzatıldığı,

Dolayısıyla anılan tabelada yer alan hükümlerin yanlış ve tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu bu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 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 **Ceyfu Bebe** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2017/4106**

**Şikayet Edilen: Hotiç Ayakkabı San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Tüm Ürünlerde Ekstra + %30…Sadece 5 Gün”* başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2017

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** HOTİÇ isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle *“Tüm Ürünlerde Ekstra + %30…Sadece 5 Gün”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 24.11.2017 tarihinde, Malatya ilinde yer alan Malatya Park AVM içerisinde faaliyet gösteren HOTİÇ isimli mağazanın vitrininde kırmızı harflerle *“Tüm Ürünlerde Ekstra + %30…Sadece 5 Gün”* şeklinde ifadelere yer verilerek tüm ürünlerde ekstra %30 indirim daha uygulandığı algısı yaratıldığı, bununla beraber mağaza içinde yapılan denetimlerde incelenen 2 adet Hotiç ve 1 adet Yaya markalı bayan ayakkabısında söz konusu indirimin uygulanmadığı, anılan vitrin afişlerinde (durağan yazı ile) herhangi bir istisnaya yer verilmediği için de söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan; *“(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne istinaden indirimin başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmediği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu bu tanıtımların;

- Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 18, 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 **Hotiç Ayakkabı 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.