

ALKOLLÜ İÇKİ REKLAMLARINDA UYULACAK İLKELER HAKKINDA TEBLİĞ

(18/01/2005 tarihli ve 25704 sayılı Resmî Gazete)

MADDE 1- Bu Tebliğ, 4733 sayılı Kanunun 3 üncü maddesinin 1 inci fıkrasının (a), (d) ve (e) bentlerinde tanınan görev ve yetkiye dayanılarak, "Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in "Reklam ve Tanıtım" başlıklı 19 uncu maddesinin uygulanmasına yönelik olarak hazırlanmıştır.

MADDE 2- 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 4822 sayılı Kanunla değişik 16 ncı maddesi hükümleri uyarınca belirlenen ilkeler saklı kalmak üzere, alkollü içki reklamlarında uyulacak ilkeler aşağıda gösterilmiştir.

a) Alkollü içki reklamları, ergin olmayan (18 yaşından küçük) gençlere ve çocuklara yönelik olmamalı ve ergin olmayan gençler, ergin olduğu halde fiziki olarak ergin görünmeyen kimseler ve çocuklar alkollü içki reklamlarında kullanılmamalıdır.

b) Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin araç kullanımı ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.

c) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin tedavi edici özelliklere sahip olduğu, uyarıcı ve rahatlatıcı etkisinin bulunduğu dair içerik kullanılmamalıdır.

d) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin kişisel sorunları çözebileceği teması işlenmemelidir.

e) Alkollü içki reklamlarında alkolün bırakılması, az içilmesi veya hiç içilmemesine ilişkin olumsuz bir imaj verilmemelidir.

f) Alkollü içki reklamlarında içki içmemek bir zaafiyet olarak gösterilmemelidir.

g) Alkollü içki reklamlarında, içkilerin alkol derecesi tüketiciyi yanıltmayacak şekilde ve doğru olarak gösterilmeli, alkollü içkideki alkol oranının yüksekliğinin, içkinin kalitesi ile doğru orantılı olduğu şeklinde mesaj verilmemelidir.

h) Alkollü içki reklamlarında, daha yüksek alkol ihtiva eden içkilerin daha fazla sarhoş etme etkisine sahip olduğu mesajı verilmemelidir.

i) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin statü sembolü olduğu mesajı verilmemelidir.

j) Alkollü içki reklamlarında, içki içenlerin içki içmeyenlere nazaran daha cesur ve gözüpek olduğuna ilişkin tema işlenmemelidir.

k) Alkol tüketmemenin zihinsel ve sosyal bakımdan bir eksiklik olduğunu gösteren reklamlara yer verilmemelidir.

l) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin yetişkinlik işareti olduğu mesajı verilmemelidir.

m) Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin sportif başarıları arttırdığı vurgulanmamalıdır.

n) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin susuzluğu giderici etkisi olduğu mesajı verilmemelidir.

o) Alkollü içki reklamlarında, herhangi bir alanda özel başarıya sahip veya kamuoyunun güvenini kazanmış veya yardım kuruluşları ile işbirliği içinde olan veya çocuklar yararına faaliyette bulunan veya medyada isim yapması gibi nedenlerle, ergin olmayanlar için açıkça veya zımnen örnek teşkil eden veya edebilecek herhangi bir kişi, karakter veya grup yer almamalıdır.

p) Alkollü içki reklamlarında, ürün, önemli derecede yetenek veya dikkat veya zihin açıklığı gerektiren faaliyetlerle birlikte tanıtılmamalıdır.

MADDE 3- Bu Tebliğ, reklamlar konusundaki diğer mevzuatın bu mevzuata aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasını engellemez.

MADDE 4- Bu Tebliğ hükümlerine aykırılık halinde, 4822 sayılı Kanunla değişik 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un ilgili hükümleri uygulanır.

MADDE 5- Bu Tebliğ, yayımı tarihinden 30 gün sonra yürürlüğe girer.

MADDE 6- Bu Tebliğ hükümlerini Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu Başkanı yürütür.

TEBLİĞ

Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumundan:

ALKOLLÜ İÇKİ REKLAMLARINDA UYULACAK İLKELER HAKKINDA TEBLİĞDE DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA DAİR TEBLİĞ

MADDE 1 – 18/1/2005 tarihli ve 25704 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğin 2 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"MADDE 2 – 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 4822 sayılı Kanunla değişik 16 ncı maddesi hükümleri uyarınca belirlenen ilkeler saklı kalmak üzere, alkollü içki reklamlarında uyulacak ilkeler aşağıda gösterilmiştir.

a) Alkollü içki reklamlarında hedef kitle olarak gençler ve çocuklar seçilmemeli; gençler, çocuklar ile genç veya çocuk olmadığı halde böyle bir imaj veren veya verdirilen kimseler alkollü içki reklamlarında kullanılmamalıdır.

b) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin araç kullanımı ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.

c) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin diğer gıda maddeleri ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.

d) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin coğrafi, tarihi, kültürel, sanatsal vb. ortak değerleri ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.

e) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin tedavi edici özelliklere sahip olduğu, uyarıcı, rahatlatıcı, güçlendirici, üstünlük sağlayıcı vb. etkilerinin bulunduğu dair içerik kullanılmamalıdır.

f) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin kişisel sorunları çözebileceği veya tıbbi koruyucu etkiye sahip olabileceği temaları işlenmemelidir.

g) Alkollü içki reklamlarında alkolün bırakılması, az içilmesi veya hiç içilmemesini olumsuz yönde etkileyebilecek bir içerik kullanılmamalıdır.

h) Alkollü içki reklamlarında içki içmemek bir zaafiyet olarak gösterilmemelidir.

i) Alkollü içki reklamlarında, içkilerin alkol derecesi tüketiciyi yanıltmayacak şekilde ve doğru olarak gösterilmeli; alkollü içkinin kalitesi ile etkisini içerdiği alkol oranı ile ilişkilendirecek yönde mesaj verilmemelidir.

j) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin statü sembolü olduğu mesajı verilmemelidir.

k) Alkol tüketmemenin zihinsel ve sosyal bakımdan bir eksiklik olduğunu gösteren reklamlara yer verilmemelidir.

l) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin yetişkinlik işareti olduğu mesajı verilmemelidir.

m) Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin sportif başarıları arttırdığı vurgulanmamalıdır.

n) Alkollü içki reklamları cinselliğin istismarı ile pornografi içeren ifade ya da görüntüler içermemelidir.

o) Alkollü içki reklamlarında doğru, açık ve anlaşılabilir bir Türkçe kullanılmalı, argo kelimelere yer verilmemeli; çeşitli anlamlara gelebilecek ifade veya kelimelerin aldatıcı nitelikteki anlam ya da anlamları kullanılmamalıdır.

p) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin susuzluğu giderici etkisi olduğu mesajı verilmemelidir.

r) Alkollü içki reklamlarında, herhangi bir alanda özel başarıya sahip veya kamuoyunun güvenini kazanmış veya yardım kuruluşları ile işbirliği içinde olan veya çocuk ve gençler yararına faaliyette bulunan veya medyada isim yapması gibi nedenlerle, çocuk ve gençler için açıkça veya zımnen örnek teşkil eden veya edebilecek herhangi bir kişi, karakter veya grup yer almamalıdır.

s) Alkollü içki reklamlarında, ürün, önemli derecede yetenek, dikkat veya zihin açıklığı gerektiren faaliyetlerle birlikte tanıtılmamalıdır.

t) Alkollü içkilerin tanıtımına münhasır neşriyat hariç olmak üzere; gazete, dergi, broşür, katalog, ilan ile diğer yazılı medya ve elektronik iletişim araçları vasıtasıyla reklam yapılması halinde; çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan sayfa, ek, program, bölümler ile spor sayfalarında alkollü içki reklamları yer almamalıdır.

u) Alkollü içkilerin reklamının sinema filmleri gösterimi vasıtasıyla yapılması halinde; bu tür reklamlar sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulunun (18+) olarak sınıflandırdığı sinema filmleri gösterimlerinin sonunda yayınlanmalıdır."

MADDE 2 – Aynı Tebliğin 4 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"MADDE 4 – Bu Tebliğ hükümlerine aykırılık halinde, 4733 sayılı "Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun" ile 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un ilgili hükümleri uygulanır."

MADDE 3 – Bu Tebliğ yayımı tarihinden 30 gün sonra yürürlüğe girer.

MADDE 4 – Bu Tebliğ hükümlerini Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Başkanı yürütür.