

## ALKOLLÜ İÇKİ REKLAMLARINDA UYULACAK İLKELER HAKKINDA TEBLİĞ

(18.01.2005 tarih ve 25704 sayılı R.G.)

**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 zımnem 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.