7/4823

04 -03- 2005

T.C.
SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI
Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü

Sayı : B 14 0 TRK 0 15 00 00/ 4325
Konu : Yazılı Soru Önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI

İlgi: 10.02. 2005 tarihli ve A.01.0.GNS.0.10.00.02.9219 sayılı yazınız

İlgi yazınız konusu İstanbul Milletvekili Sayın Emin ŞİRİN 'in Bakanlığıma yönelttiği 03.02.2005 gün ve 7/4823 sayılı yazılı soru önergesine ilişkin cevaplarımız ekte tarafınıza iletilmektedir

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Ali COŞKUN
Sanayi ve Ticaret Bakanı

EKLER
Ek1- 1 adet cevap (1 sayfa)

7/4823

İSTANBUL MİLLETVEKİLİ EMİN ŞİRİN'İN
03.02.2005 TARİHLİ SORU ÖNERGESİNE İLİŞKİN CEVAPLARIMIZ

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4822 sayılı Kanunla değişik 11 inci maddesi süreli yayınlarla doğrudan veya dolaylı (irtibatlı) yapılan promosyon uygulamalarını düzenlemektedir.

Söz konusu madde ile süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve süreli yayın dışında ikinci bir ürün ve/veya hizmetin verilmesinin taahhüt edildiği durumlarda; süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamayacağı, bu amaçla kampanya düzenlenmesi halinde, kampanya süresi altmış günü geçemeyeceği ve kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanmasının istenemeyeceği hükme bağlanmıştır. Aynı zamanda söz konusu madde ile kampanya süresince, süreli yayının satış fiyatı, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen mal veya hizmetin yol açtığı maliyet artışı nedeniyle artırılamayacağı da hükme bağlanmıştır.

Dağıtım şirketlerinin yayınladığı gazete tiraj ve satış raporlarındaki rakamların doğruluğunu tüketicilerin menfaatleri açısından değerlendirdiğimizde, öncelikle belirtilmesi gereken husus süreli yayınlara ilişkin 11 inci maddenin genel hatlarıyla süreli yayınlar tarafından düzenlenen promosyon kampanyalarını düzenlediği bu nedenle de konunun 4077 sayılı kanunun Süreli yayınlar başlıklı 11 inci maddesi kapsamında değerlendirilemeyeceğidir.

Diğer taraftan gazete tiraj ve satış raporları Bakanlığımız tarafından denetlenip deklare edilmemektedir. Ancak, 4077 sayılı Kanun'un 16 ıncı maddesi ticari reklam ve ilanlara ilişkin düzenlemeler getirmektedir. Kanunun 17 inci maddesinde ise bu düzenlemelere aykırı reklam ve ilânlara üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya aynı yöntemle düzeltme ve/veya para cezası verme hususlarında görevli bir Reklam Kurulu oluşturulmuştur.

Bu noktadan hareketle; gazete tiraj ve satış raporlarının ticari reklam ve ilan konusu yapılması halinde Kanunun 16 ıncı maddesinin *"Ticari reklam ve ilânların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır.*

Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilânlar ve örtülü reklam yapılamaz.

Aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik rakip mal ve hizmetlerin karşılaştırmalı reklamları yapılabilir.

Reklam veren, ticari reklam veya ilânda yer alan somut iddiaları ispatla yükümlüdür.

Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdürler." Hükümleri dahilinde Reklam Kurulu tarafından incelemeye alınmasının mümkün olacağı düşünülmektedir.