



T.E.M.M.
CUMHURİYET HALK PARTİSİ
Grup Başkanlığı

Tarih: 12.8.2026
Sayı: 2076

47879

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Aşağıdaki sorularımın Tarım ve Orman Bakanı İbrahim YUMAKLI tarafından yazılı olarak yanıtlanması için gereğini arz ederim.

Av. Aysu BANKOĞLU
Bartın Milletvekili

4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanununun 6'ncı maddesi, alkollü içkilerin reklamı, tanıtımı, satış esasları ve tüketicilere yönelik teşvik edici uygulamalarına dair sıkı yasaklar ve sınırlamalar getirmektedir. Kanunun ilgili maddesinin birinci fıkrası, alkollü içkilerin her ne suretle olursa olsun reklamının ve tüketicilere yönelik tanıtımının yapılmasını, kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon, etkinlik ve sponsorluk faaliyetlerini yasaklamaktadır. İkinci fıkrası ise üretici, ithalatçı ve pazarlamacıların her ne amaçla olursa olsun teşvik, hediye, eşantıyon, promosyon veya bedelsiz olarak alkollü içki dağıtmasını kesin olarak engellemektedir.

Yeniden değerlendirme oranlarıyla birlikte, bu yasaklara aykırı hareket eden tüzel/gerçek kişilere kesilen idari para cezaları milyonlarca Türk Lirasına ulaşan çok yüksek seviyelere çıkmıştır. Bu durum, hem sektördeki işletmelerin hukuki güvenliği hem de denetimlerin objektifliği, şeffaflığı ve hakkaniyeti hususunda kamuoyunda önemli tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Bu çerçeveden hareketle;

1. Tarım ve Orman Bakanlığınız tarafından 4250 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesinin 1. ve 2. fıkraları nedeniyle, Türkiye genelinde son beş yıl (2022, 2023, 2024, 2025 ve 2026 yılları itibarıyla) yıllar bazında kaç adet idari para cezası kesilmiştir? Kesilen bu cezaların toplam tutarı ne kadardır?
2. Bahsi geçen beş yıllık periyotta, kesilen idari para cezalarının türlerine göre (reklam/tanıtım yasakları, promosyon/eşantıyon/bedelsiz dağıtım yasakları vs.) dağılımı nedir? Bu cezaların ne kadarı tahsil edilmiş, ne kadarına yargı yoluyla itiraz edilmiştir? Yargıya taşınan dosyalardan kaç tane Bakanlık aleyhine sonuçlanmıştır?
3. 4250 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesinin 1. fıkrasında yer alan "...hiçbir etkinliğe veya her tür mecrada yapılacak yayın ve paylaşımlara ticaret unvanları ile ürünlerinin marka, amblem, logoları ile..." ibareleri ve 2. fıkrasındaki promosyon yasakları uygulanırken denetimler hangi kriterlere göre yapılmaktadır? Denetimlerde keyfiliğin önlenmesi ve standart bir uygulama sağlanması adına Bakanlığınızca yürütülen somut rehber veya kriter çalışmalar nelerdir?

30.8.2026

4. Dijital mecraların, sosyal medya platformlarının ve internet tabanlı pazarlama ağlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, 1. ve 2. fıkra kapsamındaki ihlallerin tespitinde Bakanlığınız hangi kurumlarla koordinasyon içinde çalışmaktadır?
5. Yürürlükteki cezai yaptırımların yüksekliği küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) faaliyetlerini sürdürebilirliğini tehlikeye atarken büyük sermaye grupları karşısında caydırıcılıkta eşitsizlik yarattığına dair eleştiriler bulunmaktadır. Bakanlığınız, yasal düzenlemelerin caydırıcılığını korurken orantılılık ilkesini gözeterek yeni bir yasal düzenleme veya denetim planlamakta mıdır?