

## YÖNETMELİK

Gümrük ve Ticaret Bakanlığından:

## SÜRELİ YAYIN KURULUŞLARINCA DÜZENLENEN PROMOSYON

## UYGULAMALARINA İLİŞKİN YÖNETMELİK

## BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

**Amaç**

**MADDE 1 – (1)** Bu Yönetmeliğin amacı; süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen promosyon uygulamalarının usul ve esaslarını düzenlemektir.

**Kapsam**

**MADDE 2 – (1)** Bu Yönetmelik, süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen veya süreli yayın kuruluşları tarafından düzenlenmese bile süreli yayınlara doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkilendirilen promosyon uygulamalarını kapsar.

**Dayanak**

**MADDE 3 – (1)** Bu Yönetmelik, 7/11/2013 tarihli ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 53 üncü ve 84 üncü maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

**Tanımlar**

**MADDE 4 – (1)** Bu Yönetmeliğin uygulanmasında;

a) Promosyon uygulaması: Bir mal veya hizmetin süreli yayınlara doğrudan veya dolaylı olarak ilişkilendirilerek verilmesini,

b) Süreli yayın: Belli aralıklarla basılı olarak yayımlanan veya elektronik ortamda indirilebilen gazete, dergi gibi eserleri,

ifade eder.

## İKİNCİ BÖLÜM

Genel Esaslar

**Promosyon uygulamasının konusu**

**MADDE 5 – (1)** Süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayının dışında ikinci bir mal veya hizmetin verilmesinin taahhüt edildiği veya verildiği promosyon uygulamalarında;

a) Kitap, dergi, ansiklopedi,

- b) Harita, atlas, yerküre,
- c) Bayrak, afiş, poster,
- ç) Ajanda, takvim,
- d) Kağıt ortamında basılı bulmaca,
- e) Satranç takımı,
- f) Sinema, tiyatro, müze, konser, opera, bale, sergi, festival ve sportif faaliyetlere ilişkin bilet,
- g) Kültür turu,
- ğ) Yurtiçi veya yurtdışında ifa edilmesi öngörülen yabancı dil eğitimi,
- h) Kitap, dergi, ansiklopedi, belgesel, film, tiyatro, müzik, konser, opera ve baleye ilişkin CD, DVD, Blu-Ray ve benzeri optik disk,

dışında herhangi bir mal veya hizmet verilemez.

(2) Süreli yayında yer alan reklamın parçası olan, süreli yayını bir defadan fazla almayı gerektirmeyen, süreli yayının fiyatını arttırmayan ve tek kullanımlık olarak verilen ürünler promosyon uygulaması olarak değerlendirilmez.

#### **Promosyon uygulamasının süresi**

**MADDE 6 – (1)** Süreli yayının birden fazla sayıda satın alınmasını gerektiren ve belirli bir zamana yayılan promosyon uygulamalarının süresi; günlük süreli yayınlarda yetmiş beş günü, haftalık süreli yayınlarda on sekiz haftayı, daha uzun süreli yayınlarda ise on iki ayı geçemez.

(2) Yönetmeliğin diğer hükümleri saklı kalmak kaydıyla, süreli yayınlara abone olunması durumunda promosyon olarak verilen ürünün 5 inci maddede sayılan ürünlerle sınırlı olması ve anında tüketicilere teslim edilmesi şartıyla birinci fıkrada belirtilen süreler uygulanmaz. Tüketicinin süreli yayın aboneliğini feshetmesi halinde, promosyon olarak verilen ürünün iadesi istenemez.

(3) Kupon biriktirilerek yapılan promosyon uygulamalarında, son kuponun yayımlanmasından sonra toplam kupon sayısının en az yüzde onu kadar yedek kupon yayımlanması zorunludur.

#### **Promosyon uygulamasının reklamları**

**MADDE 7 – (1)** Süreli yayın kuruluşunun, promosyon uygulamasına ait reklamlarında uygulamaya konu olan mal veya hizmetin Türkiye genelinde teslim ve ifa tarihlerine ilişkin programını ilan etmesi zorunludur.

(2) Süreli yayın kuruluşunun, promosyon uygulamasına konu olan mal veya hizmetin teslim yerlerine ilişkin bilgiyi ilgili süreli yayında ilan etmesi zorunludur.

#### **Promosyon uygulamasında teslim ve ifa**

**MADDE 8 – (1)** Promosyon uygulamasına konu olan mal veya hizmetin teslim ve ifasının, promosyon uygulamasının bitiminden itibaren kırk beş gün içinde ilgili süreli yayın kuruluşu tarafından yerine getirilmesi zorunludur.

(2) Malın teslimi veya hizmetin ifası ile ilgili olarak tüketiciden herhangi bir bedel talep edilemez.

## **Diğer hususlar**

**MADDE 9 – (1)** Promosyon uygulaması süresince, süreli yayının satış fiyatı, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen mal veya hizmetin yol açtığı maliyet artışı nedeniyle arttırılmaz. Promosyon uygulamasına konu olan mal veya hizmet bedelinin tamamının veya bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması istenemez.

(2) Promosyon uygulamasına konu olan mal veya hizmet taahhüdü ve dağıtımı bölünerek yapılamaz ve bu mal veya hizmetin ayrılmaz ya da tamamlayıcı parçaları da ayrı bir promosyon konusu hâline getirilemez.

(3) Promosyon uygulamalarında ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen her bir mal veya hizmete ilişkin işlemler bağımsız bir promosyon uygulaması olarak kabul edilir.

(4) Dağıtıldığı illerin nüfusunun toplamı, ülke nüfusunun en az yüzde yetmişini oluşturan süreli yayınların ülke genelinde dağıtıldığı kabul edilir. Elektronik ortamda indirilebilen süreli yayınlar aracılığıyla gerçekleştirilen promosyon uygulamalarının ülke genelinde düzenlendiği kabul edilir.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Son Hükümler**

#### **Geçiş hükmü**

**GEÇİCİ MADDE 1 – (1)** Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce başlatılan ve devam eden promosyon uygulamaları hakkında bu Yönetmelik hükümleri uygulanmaz.

#### **Yürürlük**

**MADDE 10 – (1)** Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

#### **Yürütme**

**MADDE 11 – (1)** Bu Yönetmelik hükümlerini Gümrük ve Ticaret Bakanı yürütür.