



AB Ülkelerinde Alkollü İçkiler Üzerindeki Satış ve Reklam Sınırlamalarının Karşılaştırmalı Analizi

Giriş

- Bu çalışma AB Sağlık Programı tarafından fonlanan “Report on the Alcohol Laws in EU Countries”¹ adlı raporun tablolastırılması ve yorumlanması ile hazırlanmıştır. Çalışmanın amacı AB ülkelerinde (rapor Brexit öncesi yayınlandığından İngiltere de dâhil edilmiştir) alkollü içkiler üzerindeki satış ve reklam sınırlamalarına toplu bir bakış sunmaktır.
- Bu ülkelerin bir bölümünün Türkiye’nin turizm alanındaki en önemli rakipleri olması nedeniyle, alkollü içkilerin satış ve reklam sınırlamalarının Türkiye açısından yarattığı dezavantajlı durumun altı çizilmektedir.

Verilerin Yorumlanması:

- Rapordaki veriler ekte sunulan Tablo-1’e işlenmiştir.
- AB ülkelerinde bira şarap ve damıtık içkiler (spirits) olmak üzere üç içki grubu vardır. Bunlar içinde sınırlamaların en az olduğu grup bira grubudur. Tüm AB ülkeleri içinde yalnızca İsveç’te Pazar günü her türlü alkollü içki satışı yasaktır. Bulgaristan ve GKRY’nde de kısmi bazı sınırlamalar vardır. Onun dışında özellikle damıtık içkiler ve bir ölçüde şarap üzerinde gün sınırlaması olmakla beraber, bira üzerinde herhangi bir gün sınırlaması yoktur.
- Saat sınırlaması biraz daha yaygındır. Veri toplanan 28 ülkenin 8’inde alkollü içki satışında saat sınırlaması vardır. Genellikle 10:00-22:00 arası satış serbesttir. Birkaç ülkede ise 21:00 üst sınırı vardır. Ancak 20 ülkede hiçbir saat sınırlaması yoktur.
- Yer sınırlamaları arasında hastane, benzin istasyonu, okullar ve bazı ülkelerde de otomatik makinelerde alkollü içki satışı yasaktır. 14 ülkede ise (toplam ülkelerin yarısı) hiçbir yer sınırlaması yoktur.
- Reklam sınırlamalarına gelindiğinde en fazla reklam sınırının televizyon için konulduğu görülmektedir. Bazı devletlerin “Gençleri Koruma Politikası” (Youth Protection Policy) adını verdikleri özel politikaları vardır ve reklam sınırlamaları buna göre yapılmaktadır. Bu noktada da özellikle damıtık içkiler üzerindeki reklam sınırlamaları çok daha sert olduğu görülmektedir.
- 28 ülkenin 11’inde televizyon kanallarında damıtık içki reklamı yapılması tamamen yasaktır. 5 ülkede televizyon kanallarında şarap reklamı yapılması tamamen yasaktır. Yalnızca 2 ülkede (Danimarka ve İsveç) televizyon kanallarında bira reklamı yapılması tamamen yasaktır. Onun dışında bira üzerinde herhangi bir total reklam yasağı bulunmamaktadır.
- Ancak hemen her ülke bira reklamlarında programların türü, yayın saati ve içerik açısından bazı düzenlemelere uymaktadır:

¹ <https://www.letithapyn.eu/data-si/file/Report%20on%20the%20alcohol%20laws%20in%20EU.pdf>



1. Bazı ülkelerde çocuk programlarından önce, sırasında ve sonrasında reklam yasağı vardır (Belçika, İrlanda veya İtalya gibi).
 2. Bazı ülkelerde reklamların yayımlanma saatlerine sınır getirilmiştir; genellikle 21:00 veya 22:00 ila 06:00 saatleri arasında reklam yayınlanabilmektedir (Finlandiya, Hollanda, Portekiz gibi)
 3. Reklamların içeriklerinde de kısıtlamalar vardır. AB ülkelerinin önemli bir bölümünde bireylerin sosyal/cinsel/sportif başarıları ile alkol tüketimi arasında ilişki kuran, alkolün özellikle keyif verdiğini veya psikolojik rahatlama sağladığını ima eden reklamlar yasaktır.
- Radyo yayınlarındaki reklam sınırlamaları da büyük ölçüde TV yayınları ile benzeşmektedir ancak Avusturya, Belçika, Hırvatistan, Yunanistan, Lüksemburg ve Slovakya'da hiçbir kısıtlama olmaksızın radyoda bira reklamı yapılabilmektedir.
 - Billboardlardaki reklam sınırlamaları da radyo yayınlarına yapılan sınırlamalarla büyük ölçüde benzeşmektedir. Yazılı basında ise kapak sayfası ve son sayfa hariç bira reklamı büyük ölçüde serbest bırakılmıştır.
 - Reklam sınırlarının en az olduğu alanlar ise internet ve sosyal medyadır. Bira ile ilgili olarak 28 ülkenin 13'ünde internet ve sosyal medyada hiçbir reklam yasağı yoktur, kalan 15 ülkenin dördünde gönüllü sınırlamalar, yedisinde de içerik konusunda yukarıda belirtilen sınırlar vardır. Onun dışında reklam serbesttir. Satış yerlerinde de bazı reklam sınırlamaları olmakla beraber, bira reklamının tamamen yasak olduğu herhangi bir ülke bulunmamaktadır.

Sonuç

- AB ülkeleri arasında satış ve reklam sınırlamaları en az olan alkollü içki biradır. Sınırlamaların daha çok alkolizm probleminin daha yoğun yaşandığı İskandinav ülkelerinde yoğunlaştığı (Danimarka ve İsveç'te televizyon, radyo ve billboardlarda alkollü içki reklamı tamamen yasaktır), Türkiye'nin turizm alanındaki rakiplerinin yer aldığı Akdeniz havzası ülkelerinde (Hırvatistan, Yunanistan, İtalya, İspanya ve Portekiz) çok daha az olduğu gözlemlenmektedir.
- Yunanistan tüm AB ülkeleri içinde alkollü içki satış ve reklamı konusundaki en liberal ülkedir. Ülkede satış ve reklam konusunda hemen hemen hiçbir sınırlama yoktur. Hırvatistan'da ise şarap ve damıtık içkilerde tam reklam yasağı uygulanırken, birada hiçbir reklam yasağı bulunmamaktadır. İtalya, İspanya ve Portekiz'de ise bazı içerik sınırlamaları dışında satış ve reklam sınırlamaları asgari düzeydedir.
- Özellikle Akdeniz havzası turizmindeki rakiplerinde bu kadar az sınırlama mevcutken, Türkiye'de satış ve reklam konusundaki sınırlamaların fazlalığının rakip devletler açısından büyük bir avantaj yarattığı söylenebilir. Hele turizm alanındaki en büyük rakip ülke addedilebilecek Yunanistan'da hiçbir sınırlama olmayışı Türkiye açısından oldukça dezavantajlı bir durum yaratmaktadır.

Bilgilerinize arz olunur.



Ülke Adı	ÖTV			Asgari Yaş						Satış sınırlamaları												Reklam Sınırlamaları																		
				Dükkan			Bar-Café			Gün			Saat			Yer			Yoğunluk			TV			Radyo			Billboard			İnternet			S.Medya			Satış Yeri			
	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D	B	Ş	D				
Avusturya	+	-	+	16	16	16	16	16	16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	Y	-	-	Y	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2		
Belçika	+	-	+	16	16	18	16	16	18	-	-	-	-	-	-	3	3	3	-	-	-	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Bulgaristan	+	-	+	18	18	18	18	18	18	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Hırvatistan	+	-	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Y	Y	-	Y	Y	-	Y	Y	-	5	Y	-	-	-	-	Y	Y	
GKRY	+	-	+	17	17	17	17	17	17	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Çekya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Danimarka	+	-	+	16	16	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	5	5	Y	5	5	Y	5	5		
Estonya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	6	6	6	-	-	-	-	-	-	7	7	7	5	5	5	5	5	Y	-	-	-	-	-	-	-	-		
Finlandiya	+	+	+	18	18	20	18	18	18	-	8	8	6	6	6	+	T	T	-	T	T	9	9	Y	5	5	Y	9	9	Y	9	9	Y	9	9	Y	#	#	#	
Fransa	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	α	α	α	Y	Y	Y	β	β	β	β	β	β	β	β	β	β	β	β	β	5	5	5
Almanya	+	-	+	16	16	18	16	16	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Yunanistan	+	-	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Macaristan	+	-	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
İrlanda	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	6	6	6	-	-	-	-	-	-	4	4	Y	4	4	Y	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
İtalya	+	-	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Letonya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	+	+	+	+	+	+	-	-	-	μ	μ	Y	5	5	Y	5	5	5	-	-	-	-	-	-	5	5	5	
Litvanya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	6	6	6	+	+	+	-	-	-	1	1	1	5	5	5	9	9	Y	9	9	9	9	9	9	9	9	9	
Lüksemburg	+	-	+	16	16	16	16	16	16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Malta	+	-	+	17	17	17	17	17	17	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5	5	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	5	
Hollanda	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	9	9	9	9	9	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Polonya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	5	Y	Y	5	Y	Y	-	Y	Y	-	Y	Y	-	-	-	5	5	5	
Portekiz	+	-	+	16	16	18	16	16	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9		
Romanya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	5	5	5	5	5	5	5	5	Y	-	-	-	-	-	-	5	5	Y	
Slovakya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	-	5	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Slovenya	+	+	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	6	6	6	-	-	-	-	-	-	9	9	Y	9	9	Y	5	5	Y	5	5	Y	5	5	Y	5	5	Y	
İspanya	+	-	+	18	18	18	18	18	18	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	9	9	Y	9	9	Y	5	5	5	-	-	-	-	-	-	5	5	5	
İsveç	+	+	+	18	20	20	18	18	18	π	π	π	6	6	6	-	-	-	-	-	-	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	5	5	Y	5	5	Y	5	5		
İngiltere	+	+	+	18	18	18	16	16	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

Açıklamalar:

-	Sınırlama yok	4	Çocuk programlarından önce ve sonra reklam yasağı	#	Bedava alkol ve tadım yasağı, promosyon yasağı
+	Sınırlama Var	5	İçerikte/zamanda/mekanda kısmi sınırlama	α	Yoğunluk sınırlaması (450 kişiye bir satış noktası)
Y	Yasak	6	Belirli süreler içinde satış (genellikle en geç 22:00)	β	Yalnızca ürün bilgisi, yaşam tarzına yönelik reklam yasağı
1	Gençleri Koruma Politikası	7	Ulusal TV kanalında yasak, özel TV kanallarında serbest	μ	Alkolün zararları konusunda zorunlu bilgilendirme
2	Gönüllü/kendi kendine sınırlama	8	Resmi tatil günlerinde ve Pazar günü satış yasağı	π	Pazar günü satış yasağı
3	Otomatik makine, hastane, okul, petrol istasyonu yasağı	9	Reklamda saat sınırı/sosyal-cinsel-sportif başarı ile alkol tüketimi arasında bağ kuran reklam yasağı		

EK 1 – AB üyesi ülkelerde alkollü içkiler üzerindeki satış ve reklam kısıtlamaları (B: Bira, Ş: Şarap, D: Damıtık içkiler)