



**Dünya
Sağlık Örgütü**
Avrupa Bölge Ofisi

**5. Sigara ve Sağlık Ulusal Kongresi
8-11 Mayıs 2011 KOCAELİ**

Satış noktalarının önemi Türkiye durum analizi

10 Mayıs 2011 - Kocaeli

Dr Toker ERGÜDER

Tütün Kullanımı ile Mücadele Uzmanı

Dünya Sağlık Örgütü Türkiye Ofisi

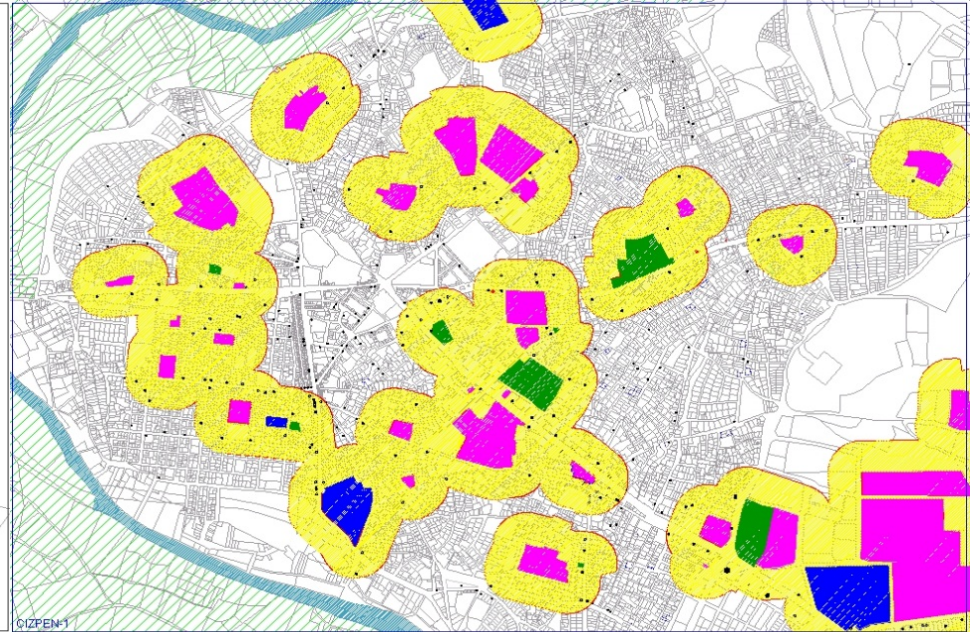
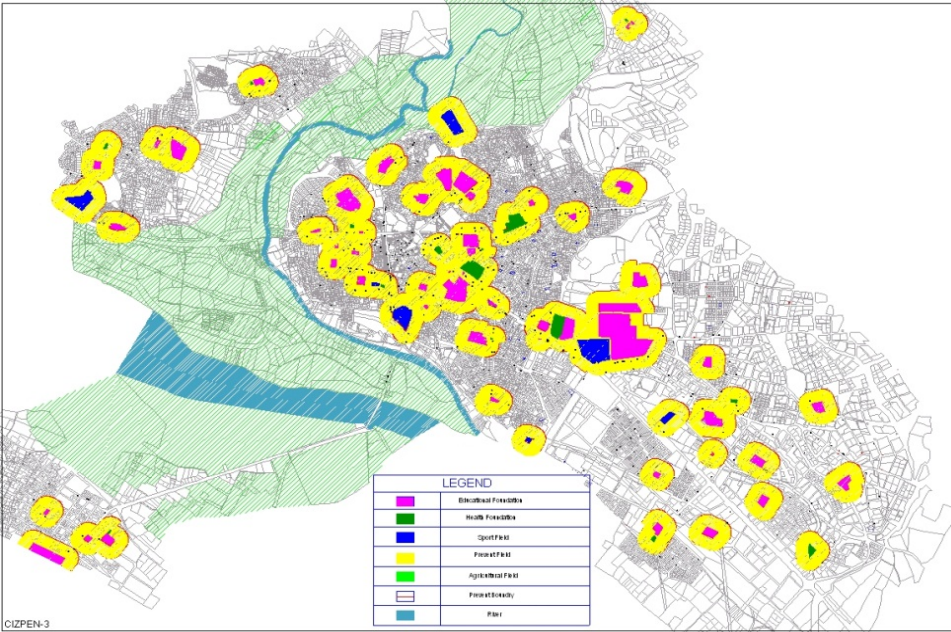
ergudert@euro.who.int

Tütün ürünlerinin perakende satış yerlerinde noktalarında bulundurulması ve sunumu

- Kendi içerisinde reklam ve promosyondur.
- Ürün sunumu, tütün ürünlerinin ve tütün kullanımının promosyonunda kullanılan ana araçlardan biridir.
- Tütün ürünlerini özendirerek tütün kullanımının sosyal kabul gördüğü izlenimini uyandırır ve tütün kullanıcılarının bırakmasını zorlaştırır.
- Ürün sunumunun promosyon etkilerine karşı özellikle gençler savunmasızdır.

Bir eğitim, sağlık ve/veya spor tesisine 100 m mesafe içinde kalan sigara satış noktaları

Kurum	n	% (Sütun)	Satış nokta sayısına göre %
EĞİTİM	185	69.03	32.51
SAĞLIK	66	24.63	11.60
SPOR	17	6.34	2.99
Toplam	268/569	100	47.10



TÜRKİYE



TÜRKİYE



TÜRKİYE

4207 sayılı
Sıkayet içi



4207 sayılı
Sıkayet içi

TÜRKİYE



TÜRKİYE

Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.



Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.



**Tütün ürünleri, paket açılarak adet
şeklinde veya daha küçük paketlere
bölünerek satılamaz**



**World Health
Organization**
REGIONAL OFFICE FOR
Europe

TÜRKİYE



Tütün ürünleri, paket açılarak adet şeklinde veya daha küçük paketlere bölünerek satılamaz



Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.

TÜRKİYE

Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.

01/05/2010 TARİHİNDEN SONRA



**Kaynak
TAPDK**

TÜRKİYE

Nisan 2011



Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.

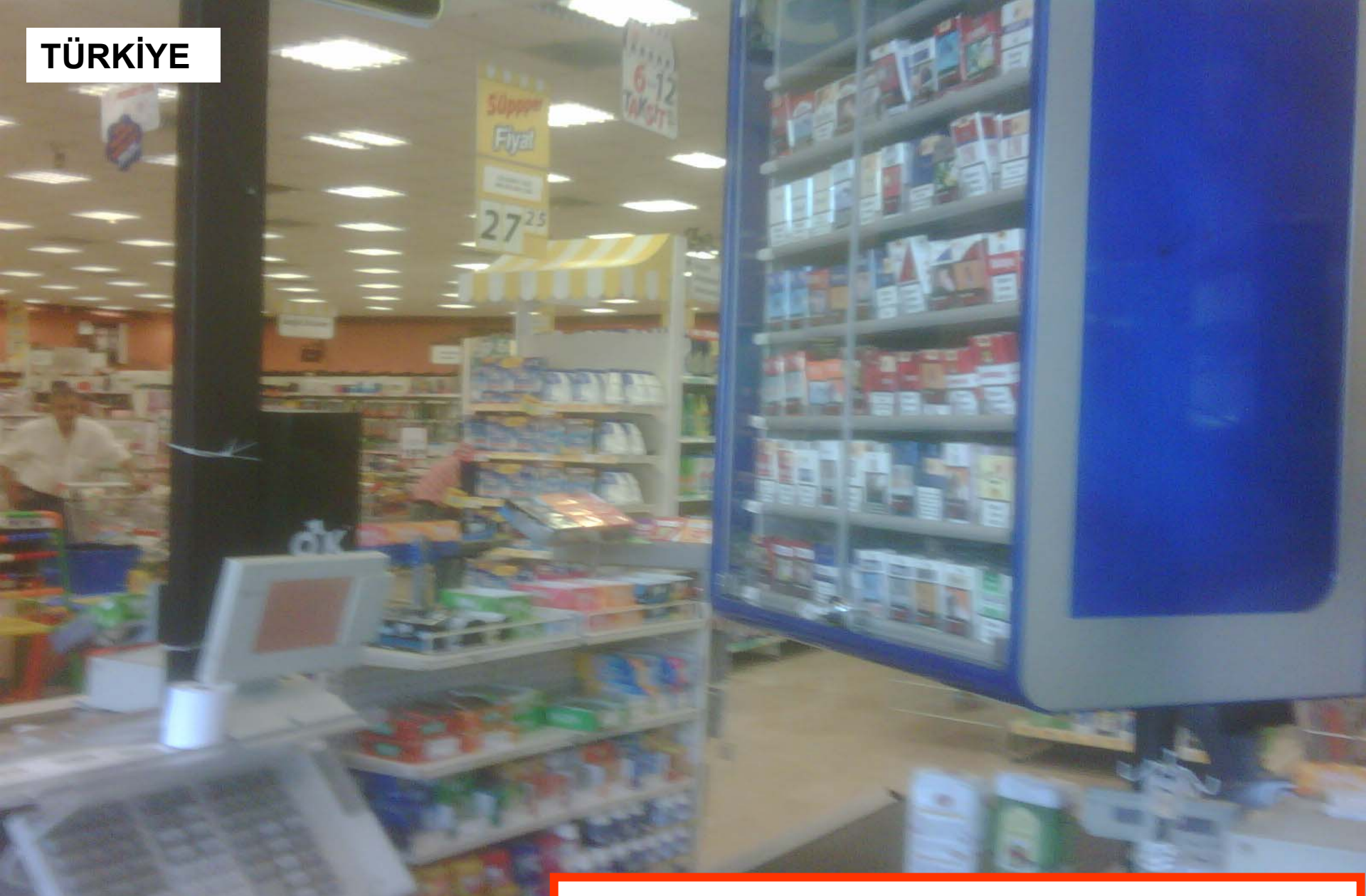
TÜRKİYE

Nisan 2011



Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.

TÜRKİYE



Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.



Rusya

Rusya



~~Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış
kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme
dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.~~

Rusya



~~Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmamış kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.~~

Rusya



~~Tütün ürünleri, onsekiz yaşını doldurmuş kişilerin doğrudan ulaşacağı ve işletme dışından görülecek şekilde satışa arz edilemez.~~





B&H

BENSON and HEDGES
ACCEPT NO COMPROMISE

B&H

TOBACCO SERIOUSLY DAMAGES HEALTH. Quit Now! EASY! Starting.

BENSON and HEDGES

BENSON and HEDGES



IT IS ILLEGAL TO
SELL TOBACCO
PRODUCTS TO
ANYONE UNDER
THE AGE OF 18

Play your game
with
America



This innovative tobacco merchandising structure includes a smoking area on the upper level



Each 'porthole' contains a packet of cigarettes

TOBACCO

TOBACCO

TOBACCO



Çözüm

**TÜTÜN REKLAMLARINA, PROMOSYONUNA VE
SPONSORLUĞUNA (TAPS) VE
SATIŞ NOKTALARINDA GÖRÜNÜR ÜRÜN
TEŞHİRİNE KAPSAMLI YASAK GETİRİLMESİ**

Tütün ürünlerinin perakende satış yerlerinde noktalarında bulundurulması ve sunumu

Kapsamlı yasaklar,

- tütün kullanımının çekici hale gelmesini önler,
- tütün kullanımının toplumsal olarak kabul edilirliliğini azaltır,
- sigarayı bırakmak isteyenleri teşvik eder ve cesaretlendirir,
- medyayı, ticari etkilerden koruyarak tütün kullanımının zararları konularında doğru ve açık biçimde haber yapılmasına imkân verir ve
- sağlık uyarılarının (ambalaj üzerindeki) etkisini artırır.

Çeşitli TAPS biçimlerine karşı kanıtlar ve stratejiler: Satış noktasında gözden uzak tütün ürünü stantları

Madde 13 Rehberi:

" Tütün ürünlerinin satış noktalarının herhangi bir promosyon unsuru barındırmamasını sağlamak için, Taraflar tütün ürünlerinin sabit perakende birimleri ve sokak satıcılar da dahil satış noktalarında her türlü teşhirini ve görünürlüğünü tümüyle yasaklamalıdır.

Hiçbir promosyon unsuru içermeyen biçimde yalnızca ürünlerin metin halinde listelenmesine ve fiyatlarının belirtilmesine izin verilmelidir. "



Etkin uygulamanın temelleri

- Açık ve iyi tasarlanmış bir yasa
- Yasada belirtilmiş bir uygulama kuruluşu
- Açık suç ve cezalar
- Hükümet ve sivil toplum arasında ortaklık
- Siyasal irade
- Uygulama (uygulanabilir değil)

Tütün ürünlerinin perakende satış yerlerinde noktalarında bulundurulması ve sunumu

- Tütün ürünlerinin satış noktalarında sunumu ve görünürlüğü reklam ve promosyon oluşturduğu için yasaklanmalıdır.
 - Ülkemizde perakende satış yerlerinde tütün mamullerinin bulundurulması şekli ile ilgili hükümler genel olarak,
 - 5261 Sayılı DSÖ Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna dair Kanun'un, 3., 4., 5., 13. ve 15. maddeleri,
 - 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun'un, 1., 3. ve 4. maddeleri ve
 - Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumunun 7 Ocak 2011 tarih ve 27808 sayılı "Tütün mamulleri ve alkollü içkilerin satışına ve sunumuna ilişkin usul ve esaslar hakkında" Yönetmeliği ile düzenlenmiştir.

Satış Noktalarında Görünür Ürün Sunumunun Yasaklandığı Yerler

- Ülkeler
 - İzlanda (2001), Tayland (2005), İrlanda (2009), Norveç (2010), Yeni Zelanda (2009)
 - Kanada (Saskatchewan, Manitoba, Nunavut, Prince Edward Island, British Columbia, Northwest Territories, Nova Scotia, Ontario, Quebec ve Alberta illeri – 2002 – 2009)
 - Avustralya (2005; Tasmania yasak getirmiştir)
 - İngiltere Virgin Adaları – İngiliz bölgesi, Karayipler - 2007)
 - Birleşik Krallık ülkeleri – 2009

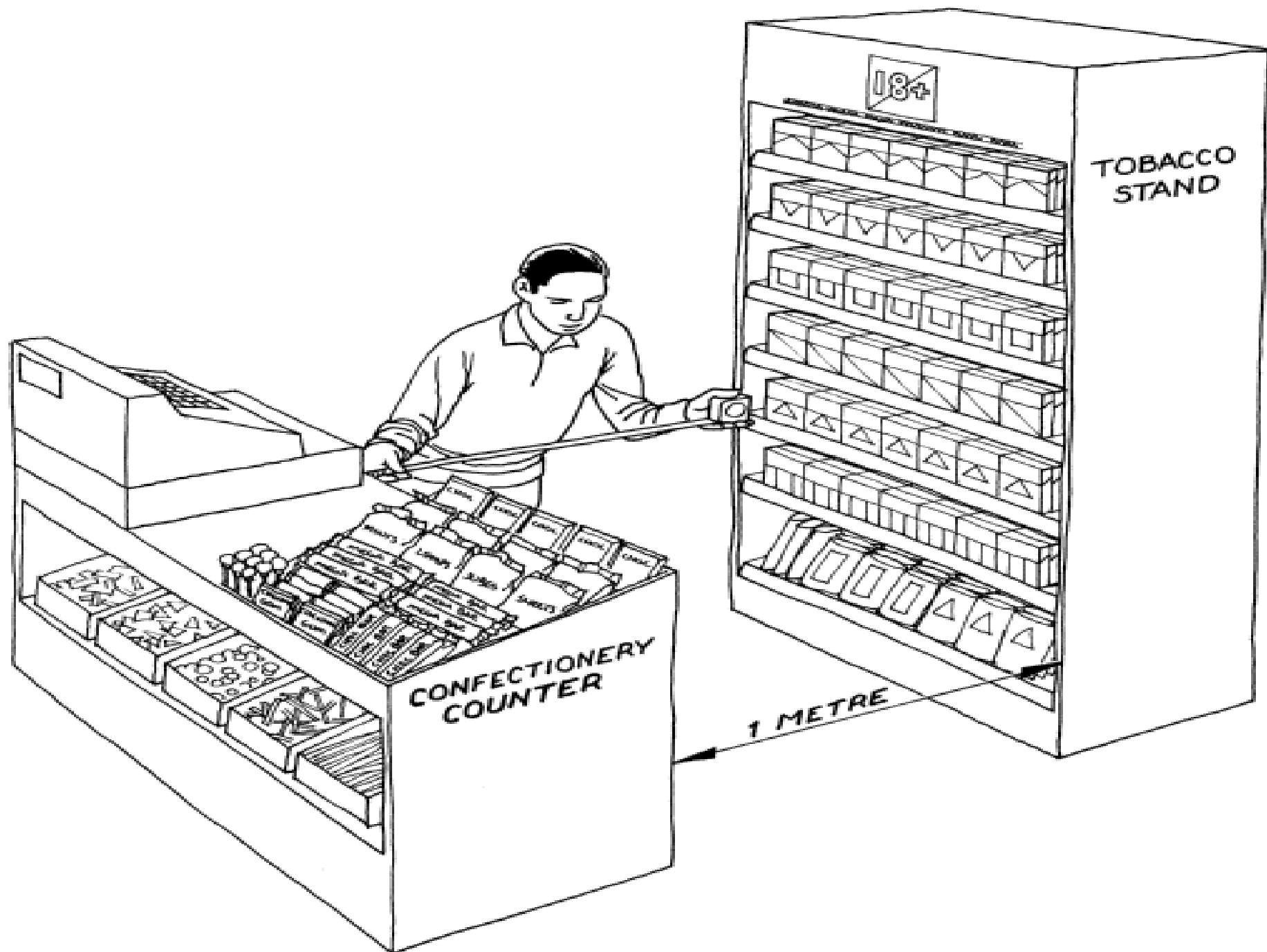
Tütün ürünlerinin perakende satış yerlerinde noktalarında bulundurulması ve sunumu

- Ülkeler bu hususları yerine getirirken de, satış noktası yasaklarının ve daha önemlisi bu uygulamanın nasıl yapılacağını çok açık bir biçimde ortaya koymalıdır. Örneğin satış ünitelerinin ve dolapların;
 - büyüklükleri (yerden en fazla 1 m yüksekliğinde - 1 metre x 2 metre x 30 cm ebatlarında)
 - adetleri (her satış noktasında 100 paket sigarayı alabilecek en fazla iki adet satış ünitesi veya dolabı)
 - konacakları yerler (para ödenen yerlere uzaklıkları, tezgahların altı)
 - renkleri (hepsi siyah veya gri olabilir)

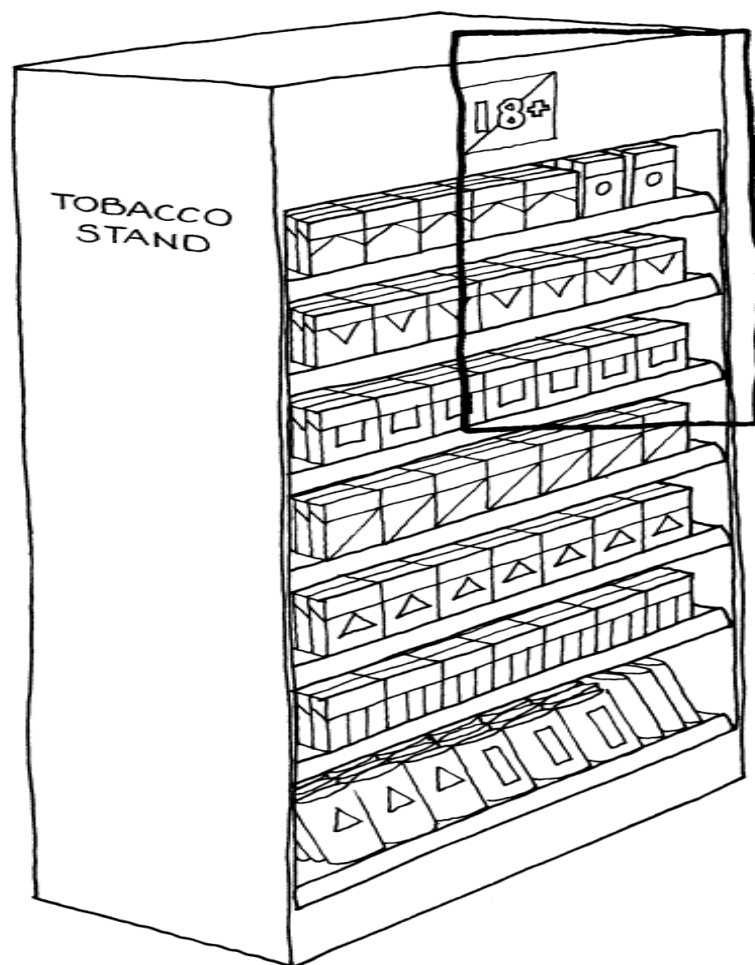
Tütün ürünlerinin perakende satış yerlerinde noktalarında bulundurulması ve sunumu

- Satış ünitelerinin ve dolapların;
 - malzemeleri (içerisini göstermeyen, mat)
 - kapakları (kendiliğinden yer çekimi ile kapanan kapaklar)
 - sergilenecek paket sayıları (100 paketten veya 20 kartondan fazla sergilenemez)
 - türleri (her paketten 2 adetten fazla sergilenemez)
 - sigara paketlerin nasıl raflara dizilecekleri (dik, yatay, açığa göre sayıları)
 - çocuk ürünlerine uzaklıkları (1 metre mesafeden yakında sergilenemezler) ve
 - uyarı yazılarının özellikleri (24 punto)

mutlaka ilgili Kanun ve Yönetmeliklerde ifade edilmelidir.



FACINGS TO COUNT IN LIMIT OF 100 PACKAGES LIMITED EXCEPTION



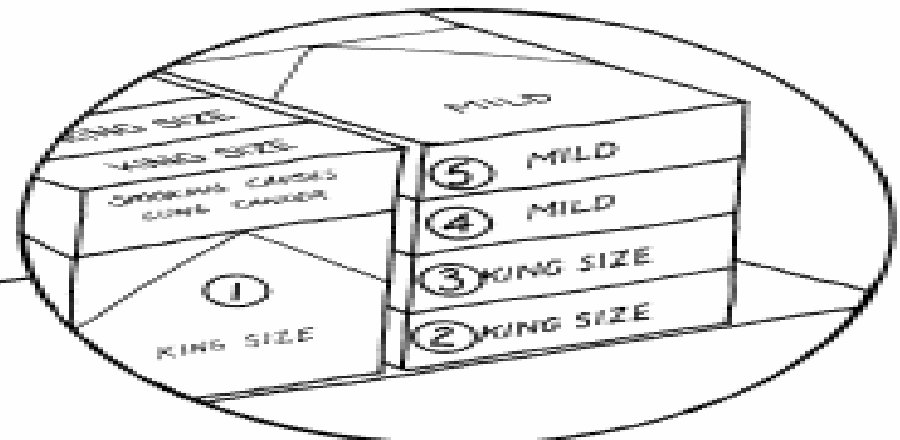
$$= 12 \\ (3 \times 4)$$

$$= 4$$

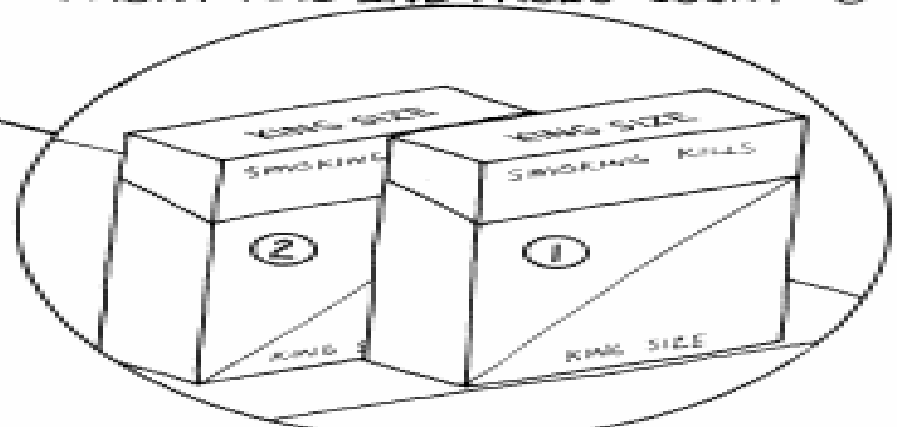
$$= 4$$

UP TO 4 END FACES IN ONE COLUMN
DO NOT COUNT
7 COUNT AS 3 IN ONE COLUMN
IF VISIBLE

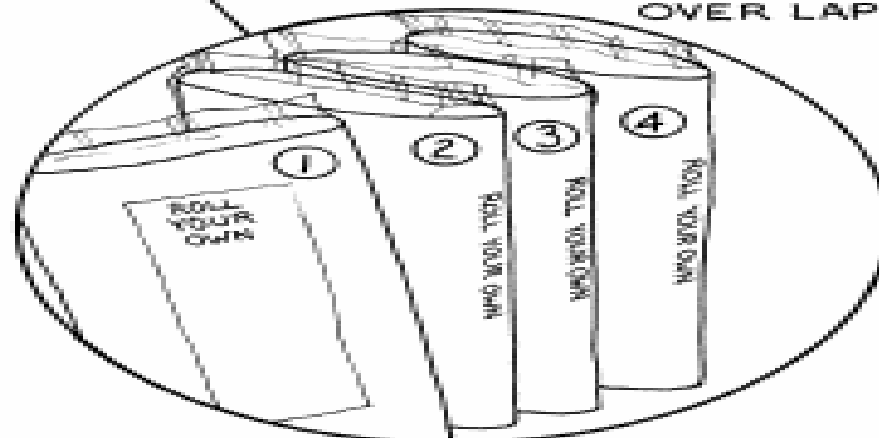
FACINGS TO COUNT IN LIMIT OF 100 PACKAGES



FRONT AND END FACES COUNT = 5



OVER LAPS COUNT = 2



FRONT AND SIDE ON POUCH PACKS COUNT = 4











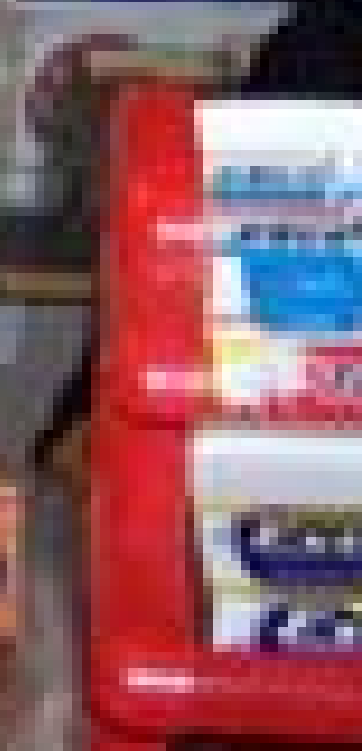
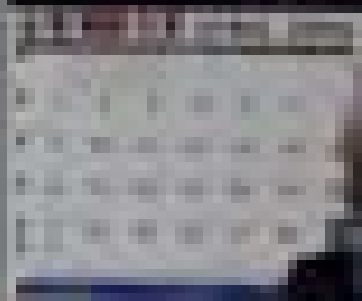
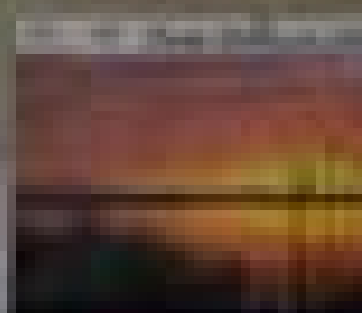
ที่นี่จำหน่ายบุหรี่
Cigarettes Sold Here



กรมสรรพสามิต
ห้ามขายบุหรี่แก่บุคคลอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี
ผู้ฝ่าฝืนมีโทษจำคุก หรือปรับ หรือทั้งจำและปรับ

Yaygın yasal boşluklar ve tuzaklar

- 1. Kötü tanımlar, net ve açık olmayan tanımlar**
- 2. Kapsamı geniş değil, dolayısıyla yasaklanmamış promosyonların artışına sonuç veriyor**
- 3. Zayıf ve etkisiz uygulama ve cezalar**





Kaynaklar

- 5261 Sayılı DSÖ Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna dair Kanun (<http://www.tapdk.gov.tr/mevzuat/6-205261%20sy.%20%C3%87er%C3%A7eve%20K..doc>), erişim 1 Mayıs 2011.
- 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun (<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.4207&MevzuatTliski=0&sourceXmlSearch=sa>), erişim 1 Mayıs 2011.
- Tütün mamulleri ve alkollü içkilerin satışına ve sunumuna ilişkin usul ve esaslar hakkında" yönetmelik (<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21266.html>), erişim 1 Mayıs 201
- Smoking and drinking among adults, 2006. [General Household Survey 2006](#). ONS, 2008
- [Smoking and the Young](#). Royal College of Physicians, London, 1992
- [Aveyard P and West R. Managing smoking cessation](#). BMJ 2007; 335: 37-41
- Point of Sale Display of Tobacco Products. [The Centre for Tobacco Control Research](#). University of Stirling, 2008
- Henriksen L, et al. [A Longitudinal Study of Exposure to Retail Cigarette Advertising and Smoking Initiation](#), Pediatrics Vol. 126 No. 2 August 2010, pp. 232-238
- Paynter J, et al. [Point of sale tobacco displays and smoking amongst 14-15 year olds in New Zealand: cross sectional study](#). Tobacco Control Journal 2009, August 18 (4) 268-274.
- Brown A & Moodie C [Adolescents' Perceptions of Tobacco Control Measures in the United Kingdom](#), Health Promotion Practice, 2010, PMID: 20421410
- Wakefield M, Germain D, Durkin S and Henriksen L. [An experimental study of effects on schoolchildren of exposure to point-of-sale cigarette advertising and pack displays](#). Health Educ. Res. 2006; 21: 338-34
- Henriksen L et al. [Effects on youth of exposure to retail advertising](#). J Appl Soc Psychol. 2002;32:1771-89
- [Health Act 2009](#)
- [Consultation on the future of tobacco control](#). Department of Health, London, 2008 (via National Archives website)
- [Consultation on draft tobacco control regulations removing displays of tobacco products at point of sale and banning sales of tobacco products from vending machines](#). Department of Health Social Services and Public Safety (Northern Ireland), 2010
- [Consultation on the draft tobacco control regulations for Wales under the Health Act 2009](#), National Assembly for Wales, 2010
- Pierce JP, Gilpin E, Burns DM, et al. [Does tobacco advertising target young people to start smoking? Evidence from California](#). JAMA.1991; 266:3154-3158
- Lovato, C et al. [Cochrane Review: Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours](#). The Cochrane Library, Issue 2, 2004
- Sandford, A. [Implementation of the Tobacco Point of Sale Regulations in the United Kingdom](#). Presentation made at the 13th World Conference on tobacco or Health, July 2006
- MacGregor, J. [Tobacco Advertising at the Point of Sale. The Trading Standards Experience](#). MacGregor Consulting Ltd., July 2006 (via ASH website)
- [Beyond Smoking Kills](#). Action on Smoking and Health, London, 2008
- Underwood R L, Ozanne J. [Is your package an effective communicator? A normative framework for increasing the communicative competence of packaging](#) (pdf). J Market Commun 1998: 4: 207-20
- Palmer A. [The product. Principles of Marketing](#). Oxford University Press 2000
- Mawditt N. Putting pack opportunities into the frame. World Tobacco 2006: 212: 36-7
- Cancer Research UK. BMRB Omnibus survey: smokers' attitudes to branding and point of sale displays. Cancer Research UK, 2008.
- Feighery EC et al. [Cigarette advertising and promotional strategies in retail outlets: results of a statewide survey in California](#). Tobacco Control 2001; 10(2): 184-188
- Wakefield M. [The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase](#). Addiction. Nov 2007
- [The European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs \(ESPAD\)](#).
- [Canadian Tobacco Use Monitoring Survey 2007](#). Health Canada.
- Office of Tobacco Control, [Annual Report 2010](#) (pdf), March 2010
- McNeill A et al. [Evaluation of the removal of point of sale tobacco promotional displays in Ireland](#). Tobacco Control (2010). doi:10.1136/tc.2010.038141
- Implementation of the Tobacco Display Ban in Republic of Ireland. [ACS Response to the Consultation on Proposed Tobacco Control Regulations for England \(under the Health Bill 2009\)](#) (pdf). ACS. 2009. p42.
- Tobacco manufacturer payments to retailers to display tobacco products and signs, Canada 2001-2006. Canadian Cancer Society, 2008
- Quinn C. et al [Economic evaluation of the removal of tobacco promotional displays in Ireland](#). Tobacco Control (2010). doi:10.1136/tc.2010.039602
- Cancer Research UK, [Press Release: Huge public support to remove cigarette vending machines and tobacco displays in shops](#), 25 July 2010.

TEŞEKKÜR EDERİM
ergudert@euro.who.int

....Tütünsüz bir Türkiye

