
REKLAM YASAKLARI

TÜTÜN ENDÜSTRİSİ TAKTİKLERİ

Doç. Dr. Dilek ASLAN

Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı

diaslan@hacettepe.edu.tr

10 Haziran 2010, Elazığ

YÖNTEMLER-1

- ✓ Tütün ürünlerinin topluma ulaştığı yolları, alanları artırmak, görünürlüğünü sağlamak,
- ✓ Yasaların engellediği alanlarda yeni çıkış noktaları yakalamak,
- ✓ Yeni hedef kitleler yaratmak (örneğin; kadınlar ve çocuklar) ve bu hedef kitlelerine yönelik stratejiler geliştirmek,
- ✓ Kirlenen tütün endüstrisi yüzünün toplumda temizlenmesi için çaba sarf etmek,

YÖNTEMLER-2

- ✓ Kanıta dayalı olmayan, yanlı-taraflı söylemler geliştirmek;
söylemlerin dozunu artırmak/değiştirmek,
- ✓ Politik süreçleri etkilemek için çalışmak,
- ✓ Yasaların uygulanmasını önlemek için hukuksal çalışmalar yapmak,
- ✓ Dünyada tütün mücadelesi ile ilgili gelişmeleri yakından izlemek,
- ✓ Farklı faaliyet alanlarında var olmak (sosyal içerikli çalışmalar, vb)

9-D

Deny the health consequences of smoking.

Sigaranın sağlık etkilerini inkar etmek

Deceive consumers about the true nature of cigarettes through marketing and PR.

Tüketicileri aldatmak

Damage the credibility of industry opponents.

Endüstri karşıtlarının etkisini/saygınlığını azaltmak

Direct advertising to women and youth, in addition to men, to maximize sales volume.

Erkeklerin yanı sıra kadın ve gençlere satışı artırmak

9-D

Defeat attempts to regulate the industry or control smoking.

Tütün kullanımını düzenlemeye yönelik girişimlerin karşısında durmak

Delay legislation if it can't be defeated.

Yasal düzenlemeleri erteletmek

Destroy legislation once it passes, either by trying to overturn the law in court, by disobeying the law, or by exploiting loopholes.

Yasal düzenlemelere zarar veren çalışmalar içinde olmak

Defend lawsuits filed against the industry

Tütün endüstrisine karşı açılan davaların savunuculuğunu yapmak

Develop new markets around the world

Yeni pazarlar geliştirmek

ÖRNEKLER

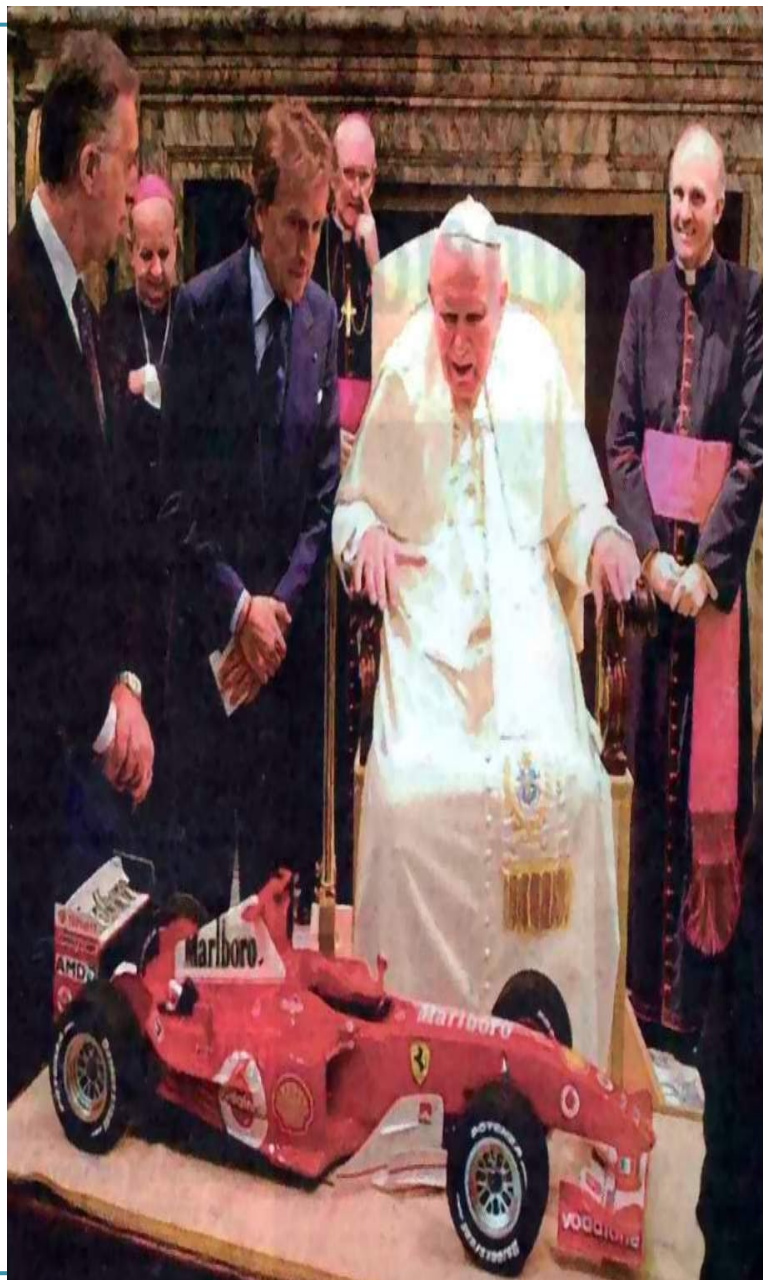
REKLAM YASAKLARI OLMAYINCA....

ÖRNEKLER

LİDERLER..

ÜNLÜLER..

PROFESYONEL MESLEK GRUPLARI..





So do I!"

She knows all about it—that's the reason she says switched.

She knows by a grateful throat's taste

Camels are fresh in the Camel Humidor Pack because they are *made* fresh, fresh with natural moisture and natural flavors—they are never parched or roasted.

R. J. REYNOLDS TOBACCO COMPANY
Winston-Salem, N. C.

R. J. RETNOLD TOBACCO COMPANY'S COAST-TO-COAST RADIO PROGRAMS

GAME QUARTER HOUR, Monday through Friday Evenings, 10:00-10:30 P.M. On Coast: Outgoing messages (James Brown), every night except Sunday. Golden Broadcasting Bureau.	PRINCE ALBERT QUARTER HOUR, Also Sat., "Gee Whizz," and Prince Albert Dedications, every night except Sunday, 11:00 P. M. Red Network.
--	---

See radio page of local newspaper for list.



CAMELS
Made FRESH—Kept FRESH

ÖRNEKLER

YENİ HEDEF GRUPLAR..



















<http://www.mountpics.com/thumbnails/passive-smoking.jpg>

ÖRNEKLER

SPONSORLUK..



Entire buildings in the Philippines have been painted brand colours to sensitise consumers to the colour schemes so that when brand logos and names are banned, the industry can continue to advertise through this means.



Parasols with brand names are also seen in the Philippines. These functional objects are sponsored by the tobacco industry.



Display shelves with brand colours were used as advertising to promote its own brand.



Display from a glass-fronted pushcart with the brand colours to promote its own brand.



Display shelves with brand name sponsored by Vinataba cigarette company.

TÜTÜN KONTROLÜ ÇERÇEVE SÖZLEŞMESİ

Robinson Projection
standard parallels 38°N and 38°S

June 2000

Boundary representation is
not necessarily authoritative.

802703A1 (R00352) 6-00

TÜTÜN DUMANSIZ ÜLKELER
YASAL DÜZENLEMELER

Scale 1:134,000,000
Robinson Projection
standard parallels 38°N and 38°S

June 2000

Boundary representation is
not necessarily authoritative.

802703AI (R00352) 6-00

Before the Ban



After the Ban



ÖRNEKLER

***YASAKLAR EZBERİ BOZDU !!!
DEĞİŞİM ZAMANI ?!***

YENİ YÖNELİMLER... YÖNTEMLER...





Brezilya, 2004



Japonya havalimani

Before the Ban



After the Ban



How the 'Fish' Got Away



A half-opened cabinet which the retailer claimed to have forgotten to close.



Her bir butonda farklı bir sigara...

GENÇLERE YÖNELİK

TÜTÜN-ALKOL-KUMAR İLİŞKİSİ !!



Rusya, 2007



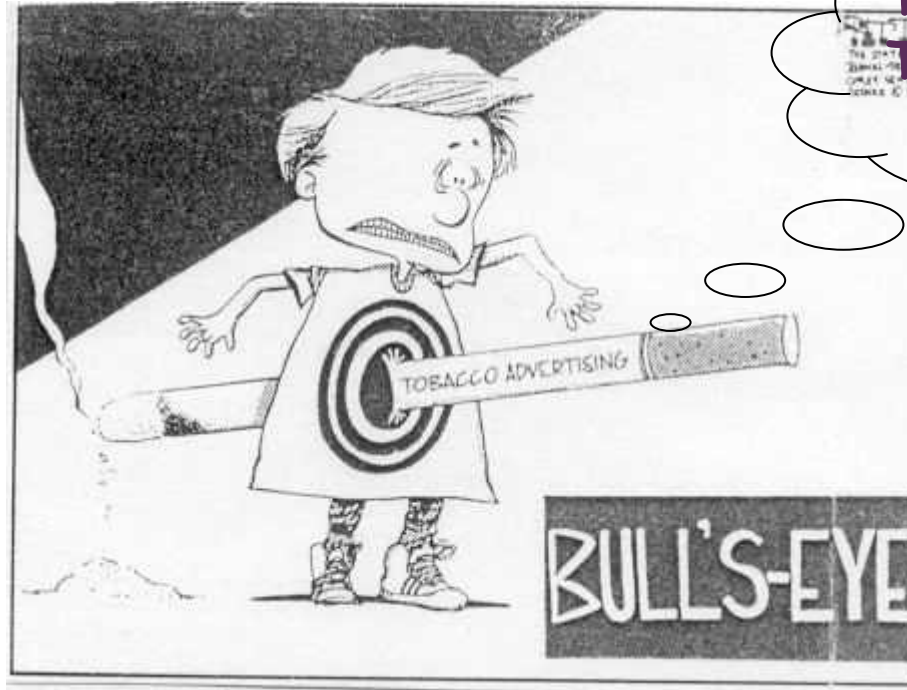
Senegal, 1998



Ukrayna'da tütün endüstrisi destekli bir etkinliğin afişi, 2001

- ✓ Gençlere yönelik konserlerde var olma ! Görünme !
- ✓ Yasaklara rağmen sigara satışı ? Tek tek satma ?
- ✓ Renklerin ustalıkla kullanımı !?
- ✓ Davalar
- ✓ Kamuoyunda taraftar bulma, söylem geliştirme !
- ✓ Tütün karşıtı örgütlenmeyi yakından izleme
- ✓ Toplum liderlerine gizli sponsorluk, yüzeye çıkmamış kirli ilişkiler

ÖNLEM EK GER EK Lİ



TÜTÜN ENDÜSTRİSİ
TÜTÜN REKLAMLARI

GÖREV ZOR, ÇÜNKÜ;



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

"Bağımlılık..."

Tüm tütün ürünleri bağımlılık yapar. Sigarayı bırakmak çok zor olabilir ama bu sigara içmeyi bırakmak isteyen sigara tüketicilerini caydırmamalıdır. "



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

"Tütün sektörüne ilişkin kapsamlı, etkin yasal düzenlemeleri desteklemekle birlikte, yetişkinlerin tütün ürünü almalarını veya kullanmalarını engelleyen veya yasal çerçevede işleyen tütün pazarının faaliyetlerine gereksiz sınırlamalar getiren yasal düzenlemeleri desteklememekteyiz. Bu bağlamda standart tek tip paketlenme, satış noktası teşhir yasakları, yetişkin tüketicilerle yapılacak iletişimin tamamen yasaklanması ve tütün ürünlerinde kullanılan katkı maddelerinin yasaklanması gibi önlemlere karşıyız."

"2008 yılında şirketlerimiz, 83 ülkedeki satış noktalarında gençlere sigara satışını önleme programlarına, 34 ülkede eğitime dayalı önleme programlarına destek vermiştir."

*"Kendi kararıyla sigara içmeyi seçen yetişkinlere değişik ürünler sunarken, tütün ürünlerini satın alma konusunda, bir asgari yaş belirlenmesine yönelik yasa ve düzenlemelere destek vermekteyiz. **18 yaşın altındaki hiç kimseye ürün satılmaması**, şirket politikamızın önemli bir parçasını oluşturmaktadır."*

"BAT, sadece bilinçli yetişkinlerin sigara içebilmelerine imkan vermek için, dünyanın her yerinde programlar yürütülmesine ve özellikle eğitim ve iletişime ağırlık verilmesini önemsemektedir."

"Peki ya sigara içenlerin hakları?"

Yetişkinlerin sigara içip içmemeye karar verme özgürlüklerinin olduğuna ve aynı zamanda, sigara kullanımının risklerinin farkında olduklarına inanmaktayız. Sigara içmenin risklerini tam olarak anlamadan hiç kimse sigara içmemelidir.

Sigara içmeyenlerle içenler arasında yapılacak uygun bir ayrımı desteklemekteyiz. Sorumluluğun, sigara içmeyenlerde değil, sigara içenlerde olduğunu düşünüyoruz."



Sponsorluk için nasıl başvurabilirim?

*JTI'nin sosyal projelere, insani amaçlı çalışmalara, eğitimle ilgili girişimlere ve kültürel etkinliklere yardım etme amacı güden kurumsal ilkeleri vardır. Ancak, yalnızca yetişkinler için ürünler ürettiğimiz ve sattığımız için, onsekiz yaşın altındakilerin yer aldığı hiçbir faaliyette **bulunamıyoruz**. Sponsorluk faaliyetlerinin ülkelerin mevzuatlarına göre farklılık gösterebildiğini belirtir; ayrıntılı bilgi için, lokal JTI ofisimiz ile irtibata geçmenizi rica ederiz..."*



"Pasif içicilik ile ilgili görüşleriniz nelerdir?"

Birçok kişinin, pasif içicilik olarak da bilinen çevresel sigara dumanı (ÇSD) ile ilgili endişeleri vardır. Her ne kadar, bilimsel veriler ÇSD'nin hastalık nedeni olduğunu kanıtlamasa da, sigara kullanmayan kişilerin dumansız bir atmosferde bulunma hakkına sahip olduğunu düşünüyoruz."

GÖREV;

ZOR !!

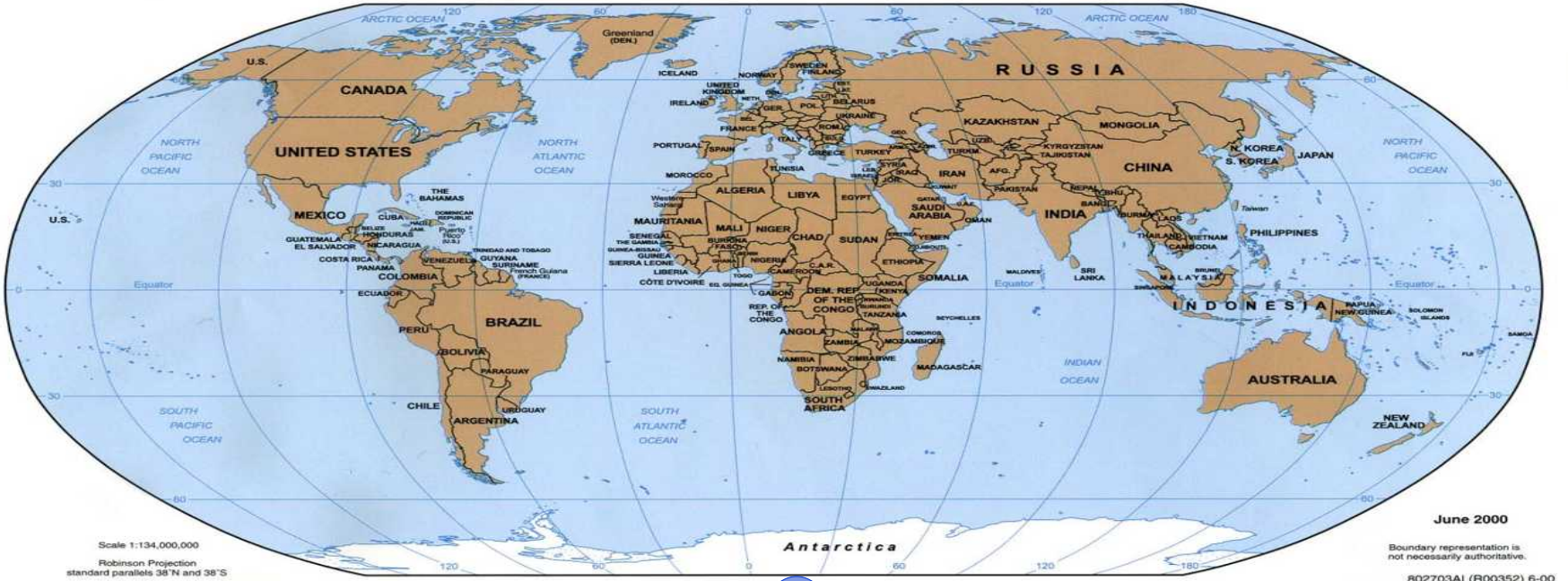
ÖRGÜTLÜ MÜCADELE
GEREKLİ !!

PRO-AKTİF POLİTİKALAR
GEREKLİ !!

TÜTÜN KONTROLÜ
KONUSUNDA
GELİŞMELER-YAPILANLAR
GELECEĞE DAİR UMUDU
ARTIRDI..

TÜTÜN DUMANSIZ
HAVA SAHASI

ULUSLARARASI
ULUSAL



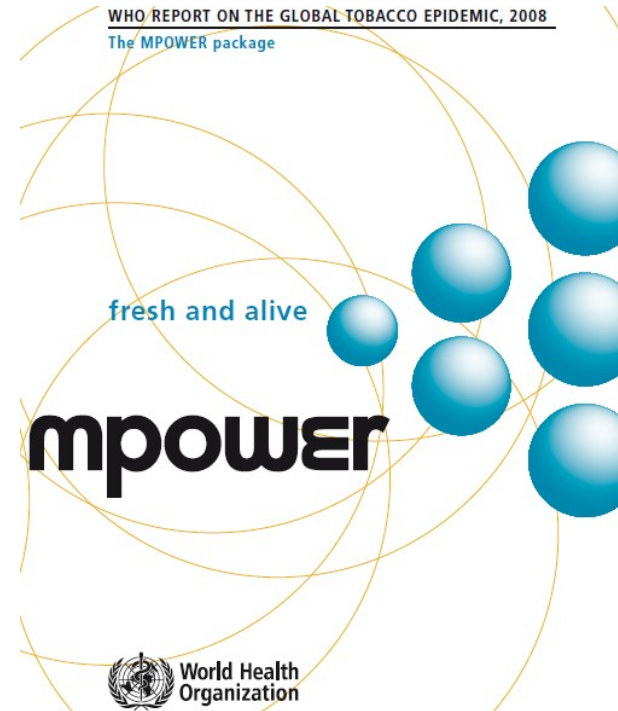
DÜNYA SAĞLIK ÖRGÜTÜ ÇALIŞMALARI

ULUSLARARASI YÖNLENDİRME DOKUMANLARI

....

....

"KUVVET"



M-POWER (KUVVET)

M-Monitor, tobacco use and prevention policies

Tütün kullanımını ve önleme politikalarını izlenmesi

P -Protect people from tobacco smoke

Bireylerin sigara dumanından pasif etkilenimlerinin önlenmesi

O-Offer help to quit tobacco use

Sigarayı bırakmak isteyenlere yardım edilmesi

W-Warn about dangers of tobacco

Bireylerin sigaranın zararları konusunda uyarılması

E-Enforce bans on tobacco advertising,promotion and sponsorship

Tütün reklamı, tanıtımı ve sponsorluğu ile ilgili yasakların uygulanması

R-Raise taxes on tobacco

Tütüne uygulanan vergi miktarını artırılması

M-POWER (KUVVET)

M-Monitor, tobacco use and prevention policies

Tütün kullanımını ve önleme politikalarını izlenmesi

P -Protect people from tobacco smoke

Bireylerin sigara dumanından pasif etkilenimlerinin önlenmesi

O-Offer help to quit tobacco use

Sigarayı bırakmak isteyenlere yardım edilmesi

W-Warn about dangers of tobacco

Bireylerin sigaranın zararları konusunda uyarılması

E-Enforce bans on tobacco advertising,promotion and sponsorship

Tütün reklamı, tanıtımı ve sponsorluğu ile ilgili yasakların uygulanması

R-Raise taxes on tobacco

Tütüne uygulanan vergi miktarını artırılması



diaslan@hacettepe.edu.tr