

Reklam haqqında

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ QANUNU

Bu Qanun Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 94-cü maddəsinin I hissəsinin 12-ci və 26-cı bəndlərinə uyğun olaraq, reklamın sifarişi, istehsalı (hazırlanması) və yayımlanması sahəsində münasibətlərin, onlara *nəzarətin və tənzimləmənin*, həmçinin reklam sahəsində özünütənzimləmənin hüquqi əsaslarını müəyyən edir.^[1]

1-ci fəsil Ümumi müddəalar

Maddə 1. Qanunun tətbiqi dairəsi

1.1. Bu Qanun Azərbaycan Respublikasının ərazisində reklam fəaliyyətinin subyektləri arasında reklamın sifarişi, istehsalı, yayımı, istehlakı ilə bağlı yaranan münasibətlərə tətbiq edilir.

1.2. Bu Qanun siyasi reklama, istehlakçılara çatdırılması "İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda nəzərdə tutulmuş, habelə malın qabı üzərində onun istehsalçısı, idxalçısı yaxud ixracatçısı, malın adı, növü, tərkibi və istifadə qaydaları, istehsal tarixi və yararlılıq müddəti, saxlanma şərtləri barədə məlumatlara, hüquqi və fiziki şəxslərin kommersiya fəaliyyəti ilə bağlı olmayan elanlarına, əmtənin bazarda satılması məqsədi daşımayan və sosial reklam olmayan redaksiya-nəşr, sorğu-informasiya və analitik materiallarına, dövlət orqanlarının, bələdiyyələrin reklam xarakteri daşımayan və sosial reklam olmayan məlumatlarına, reklam xarakterli məlumatlar yerləşdirilməyən lövhələrə və göstəricilərə, elm, ədəbiyyat, incəsənət əsərlərinə şamil olunmur.

1.3. *Ələt azad iqtisadi zonasında reklamın sifarişi, istehsalı, yayımı, istehlakı ilə bağlı yaranan münasibətlər "Ələt azad iqtisadi zonası haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tələblərinə uyğun olaraq tənzimlənilir.*^[2]

Maddə 2. Əsas anlayışlar

2.0. Bu Qanunun məqsədləri üçün aşağıdakı anlayışlardan istifadə edilir:

2.0.1. reklam – reklam istehlakçısının diqqətini reklam obyektinə müxtəlif vasitə və üsullardan istifadə olunmaqla istənilən formada cəlb etmək, marağını formalaşdırmaq və saxlamaq, əmtəni bazarda tanımaq və satışını stimullaşdırmaq məqsədi ilə yayımlanan məlumat;

2.0.2. reklam fəaliyyəti - reklam istehlakçısının diqqətini reklam obyektinə cəlb etmək məqsədi ilə reklamvericinin, reklam yaradıcısının, reklam istehsalçısının, reklam agentinin və reklam yayıcısının hərəkətlərinin məcmusu;

2.0.3. reklam obyektı – reklam olunan mallar, işlər və xidmətlər (bundan sonra - əmtəə), onun fərdiləşdirilmə vasitələri, həyata keçirilən kommersiya və qeyri-kommersiya xarakterli tədbirlər;

2.0.4. reklamın subyektləri – reklamverici, reklam yaradıcısı, reklam istehsalçısı, reklam agenti, reklam yayıcısı və reklam istehlakçısı;

2.0.5. reklamverici – reklam obyektinin reklamının yaradılmasını, istehsalını, yayımını sifariş edən, maliyyələşdirən və reklamın məzmununu təyin edən şəxs;

2.0.6. reklam yaradıcısı – reklamın ümumi tərtibatını, o cümlədən rəng çalarlarını, səs müşayiətini, obrazlarını yaradan fiziki şəxs;

2.0.7. reklam istehsalçısı – məlumatı reklam formasında yayımlamaq üçün bütövlüklə yaxud qismən hazırlayan şəxs;

2.0.8. reklam agenti – reklamverici, reklam yaradıcısı və reklam istehsalçısı ilə müqavilə əsasında onların adından fəaliyyət göstərən fiziki və hüquqi şəxs;

2.0.9. reklam yayıcısı – reklamı bu Qanunda nəzərdə tutulmuş qaydada, müxtəlif forma, üsul və vasitələrlə yayımlayan şəxs;

2.0.10. reklamın istehlakçısı – diqqəti reklam obyektinə cəlb edilən fiziki şəxs;

2.0.11. reklam daşıyıcısı - reklamın istehlakçıya çatdırılması üçün istifadə olunan daşınmaz və daşınar (o cümlədən ixtisaslaşdırılmış stasionar və səyyar reklam qurğuları, nəqliyyat vasitələri və s.) əmlak, kütləvi informasiya vasitələri, kino, video, audio materiallar və çap məhsulları, telekommunikasiya qurğuları və poçt göndərişləri.^[3]

Maddə 3. Azərbaycan Respublikasının reklam haqqında qanunvericiliyi

3.1. Azərbaycan Respublikasının reklam haqqında qanunvericiliyi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrdən, reklamı bu Qanuna uyğun tənzimləyən normativ hüquqi aktlardan, o cümlədən Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsindən, “Televiziya və radio yayımı haqqında”, “İctimai televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunlarından və bu Qanundan ibarətdir.

3.2. Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrdə bu Qanunda göstərilənlərdən fərqli qaydalar nəzərdə tutulduqda, həmin müqavilələrdə təsbit olunan qaydalar tətbiq edilir.

Maddə 4. Reklama dair ümumi tələblər

...

4.6. Narkotik vasitələrin, psixotrop maddələrin, pornoqrafiyanın, tütün və tütün məmulatlarının və bu Qanunla reklamı qadağan olunan digər məhsulların reklamına yol verilmir.

...

Maddə 13. Sponsor və sponsor reklamı

13.1. Sponsor - idman, mədəni-kütləvi və digər tədbirlərin təşkili və (və ya) keçirilməsi, elektron informasiya vasitələrində proqramın (verilişin) yaradılması və (və ya) yayımlanması, habelə əqli fəaliyyətin başqa nəticələrindən istifadə olunması üçün könüllü maliyyə vəsaiti və (və ya) digər maddi vəsait ayıran yaxud ayrılmasını təmin edən şəxsdir.

13.2. Sponsor reklamı – şəxsin sponsor qismində göstərilməsi şərti ilə yayımlanan reklamdır. Sponsor reklamında yalnız sponsorun adı, fəaliyyət sahəsi və əmtəəsi haqqında məlumat, əmtəə nişanı, firmanın loqosu, qaçan sətirlə göstərilməklə, vizual yaxud audio vasitələrlə təqdim oluna bilər. Televiziya və radioda verilən sponsor reklamında bu məlumatların ümumi həcmi hər bir proqramda (verilişdə) 2 dəqiqədən çox olmamalıdır.

13.3. Tündlüyü 5 faizdən çox olan alkoqollu içkilərin istehsalı və (və ya) satışı ilə məşğul olan şəxslər bu Qanunun 27.1.9-cu maddəsində göstərilən vaxt məhdudiyyəti nəzərə alınmaqla sponsor qismində göstərilə bilər.

13.4. Bu Qanunla reklamı qadağan edilmiş malların istehsalı və (və ya) satışı ilə məşğul olan şəxslər sponsor ola bilməz.

13.5. Əmtəə sponsor qismində göstərilə bilməz.

13.6. Sponsor reklamı sponsorla reklam istehsalçısı, reklam agentləri və (və ya) reklam yayıcısı arasında bağlanan müqavilə əsasında hazırlanır və (və ya) təqdim olunur.

13.7. Sponsor reklamında "sponsor" sözünün başqa anlayışlarla əvəz olunmasına yol verilmir.

...

Maddə 15. Əmtəə satışını stimullaşdıran tədbirlər haqqında reklam

15.1. Əmtəə satışını stimullaşdıran tədbirlər haqqında reklam müəyyən əmtəəni əldə etmiş alıcılar arasında lotereya, müsabiqə, oyun və digər tədbirlərin keçirilməsi haqqında məlumatdır.

15.2. Əmtəə satışını stimullaşdıran tədbirlər haqqında reklamda lotereyanın, müsabiqənin, oyunun və digər tədbirlərin keçirilməsinin şərtləri, vaxtı və müddəti, uduş fondu, uduşların verildiyi yer və vaxt, alınması şərtləri, onların təşkilatçısı barədə məlumatlar əks olunmalı yaxud səsləndirilməlidir.

15.3. Əmtəə satışını stimullaşdıran tədbirlərdə müəyyən əmtəəni satın alana hədiyyə qismində tündlüyü 5 faizdən yuxarı olan alkoqollu içkilər, tütün və tütün məmulatları təklif oluna bilməz.

15.4. Tündlüyü 5 faizdən yuxarı olan alkoqollu içkiləri, tütün və tütün məmulatlarını alanlara hədiyyə qismində başqa əmtəələrin təklifi qadağandır.

...

3-cü fəsil

Müxtəlif əmtəələrin reklamının xüsusiyyətləri

...

Maddə 28. Tütün, tütün məmulatları və onlara aid ləvazimatların reklamı

Tütün, tütün məmulatlarının və onların ləvazimatlarının, o cümlədən tənəkə çubuqlarının, qəlyanların, elektron siqaretlərin, siqaret kağızlarının, alışqanlarının reklamı qadağandır.

...

İlham ƏLİYEV,
Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Bakı şəhəri, 15 may 2015-ci il
№ 1281-IVQ