

Reklam haqqında

Azərbaycan Respublikasının Qanunu

I fəsil. Ümumi müddəalar

Bu Qanun Azərbaycan Respublikasında hüquqi və fiziki şəxslərin əmtəə, iş və xidmət (bundan sonra - əmtəə) bazarında reklam istehsalı, yerləşdirilməsi və yayımı prosesində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir.

Maddə 1. Əsas anlayışlar

Bu Qanunda istifadə olunan anlayışlar aşağıdakı mənə daşıyır:

- **«reklam»** - fiziki və hüquqi şəxslər, əmtəə, ideya və yeniliklər (reklam informasiyası) haqqında maraq formalaşdırmaq və ya bu marağı saxlamaq, əmtəənin satılmasına, ideya və yeniliklərin həyata keçirilməsinə kömək göstərmək məqsədi ilə yayılan informasiya;
- **«sosial reklam»** - qeyri-kommersiya xarakteri daşıyan Azərbaycan Respublikasının müstəqilliyi və dövlətçiliyinin möhkəmləndirilməsi istiqamətində görülən tədbirlərin, həyata keçirilən islahatların mahiyyətinin açıqlanması və geniş xalq kütləsinə çatdırılan, Azərbaycan Respublikasının müstəqilliyinə qarşı biganəliyə qarşı barışmazlıq, milli, hərbi vətənpərvərlik hissini gücləndirən, ictimai şüuru yeni iqtisadi münasibətlərə uyğunlaşdıran, sahibkarlıq və xeyriyyəçilik kimi milli ənənələri bərpa edən, əhalidə nikbinlik, gələcəyə inam, təmkinlik ovqatlarını formalaşdıran, siyasi, sanitariya, ekoloji mədəniyyət səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədi ilə dövlət orqanları, ictimai institutlar tərəfindən sifariş olunan və istənilən reklam daşıyıcıları ilə yayılan informasiya;
- **«yolverilməz reklam»** - yanlış, qeyri-etik, bilərəkdən yalan, həmçinin məzmunu, yayılma yeri və üsulu baxımından qanunvericiliklə nəzərdə tutulan tələbləri pozan reklamdır;
- **«əksreklam»** - yolverilməz reklamın təkzibi və onun doğurduğu nəticələri aradan qaldırmaq üçün yayılan reklamdır;
- **«reklam istehlakçısı»** - nəticə etibarilə ona təsir edən, yaxud edə bilən reklam məlumatı nəzərinə çatdırılan fiziki və ya hüquqi şəxsdir;
- **«reklam daşıyıcısı»** - mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, reklamın istehlakçıya bilavasitə çatdırılması üçün istifadə olunan (kütləvi informasiya vasitələri, kino, audio, video və nəşr məhsulları, stasionar, mobil və digər texniki qurğu və avadanlıqlar) istənilən vasitədir;
- **«reklam sifarişçisi»** - reklamın istehsalı, yerləşdirilməsi və yayılması üçün reklam informasiyasının mənbəyi olan fiziki və ya hüquqi şəxsdir;
- **«reklam istehsalçısı»** reklam informasiyasını yayım üçün tam və ya qismən hazırlayan fiziki və ya hüquqi şəxsdir;
- **«reklam yayıcısı»** - əmlakdan, o cümlədən kütləvi informasiya vasitələrindən, istifadə və ya onun istifadəyə verilməsi yolu ilə və digər üsullarla reklamı yerləşdirən (yayan) fiziki və ya hüquqi şəxsdir;
- **«reklam agentliyi»** - hüquqi şəxs olan, reklam istehsalı və yayımı ilə bağlı kompleks xidmətlər göstərən peşəkar təşkilat;
- **«sponsorluq»** - könüllü təmənna pul və maddi yardımın və ya pulsuz xidmətlərin göstərilməsidir;
- **«oferta»** - müqavilə bağlamaq niyyətində olan şəxsin bir və ya bir neçə konkret şəxsə ünvanlanan, müqavilənin mühüm şərtləri göstərilən və bu şəxsin təklifinə cavab verən hər bir şəxslə onun müqavilə bağlamaq iradəsində olduğunu göstərən təklifdir.

Maddə 2. Qanunun tətbiq sahəsi

1. Bu Qanun Azərbaycan Respublikası ərazisində reklam sifarişi, istehsalı və yayımı ilə məşğul olan hüquqi şəxslərə (onların filial və nümayəndəliklərinə) və fiziki şəxslərə şamil edilir.
2. Bu Qanun siyasi reklama, habelə hüquqi və fiziki şəxslərin kommertiya fəaliyyəti ilə bağlı olmayan elanlarına şamil edilmir.

Maddə 3. Reklam fəaliyyətinin subyektləri

İstehsalçı, əmtəə, xidmət, ideya, yeniliklər haqqında marağ formalaşdırmaq və ya marağı saxlamaq istiqamətində məqsədyönlü fəaliyyət göstərən reklam sifarişçiləri, istehsalçıları və yayıcıları, reklam agentlikləri reklam fəaliyyətinin subyektləridirlər.

Maddə 4. Reklam haqqında qanunvericilik

Azərbaycan Respublikasında reklam fəaliyyəti bu Qanunla və Azərbaycan Respublikasının qüvvədə olan digər qanunvericilik aktları ilə tənzimlənir.

Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq müqavilələrində bu Qanunda göstərilənlərdən fərqli qaydalar nəzərdə tutulduqda, beynəlxalq müqavilələrdə təsbit olunan qaydalar tətbiq edilir.

Maddə 5. Reklama müəlliflik hüququ

Reklam «Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununda nəzərdə tutulan şərtlərlə müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar obyektidir və bu hüquqlar mövcud qanunvericiliyə uyğun olaraq qorunur.

II fəsil. Reklama ümumi və xüsusi tələblər

Maddə 6. Reklama ümumi tələblər

1. Məcburi sertifikatlaşdırılmalı olan, lakin uyğunluq sertifikatı olmayan əmtəələrin reklamı qadağandır.

Bazar subyektlərinin, əmtəənin istehlakçını çaşdırma bilən yanlış müqayisə edilməsi və onun reklam yayımı, əmtəənin alınması, yaxud sövdələşmə zamanı istehlakçının seçmə sərbəstliyinə təsir göstərən qanunsuz reklam üsullarından istifadə olunması kimi istehlakçıları çaşdırmağa yönəldilmiş hərəkətlər yolverilməzdir.

Əvvəlcədən müvafiq xəbərdarlıq etmədən, qeyri-reklam xarakterli kütləvi informasiya, kino və nəşr məhsullarında, konkret əmtəəyə, yaxud istehsalçıya, icraçıya və ya satıcıya marağ formalaşdırmaq və ya marağı saxlamaq məqsədi ilə, reklam istehlakçısının diqqətini məqsədyönlü şəkildə cəlb edilməsinə yol verilmir. Bu materiallar hissə-hissə yayıldıqda, reklam haqqında xəbərdarlıq da bu hissələrin sayına uyğun təkrar olunmalıdır.

Kütləvi informasiya vasitələrində reklam informasiya, redaksiya və ya müəllif materialı kimi dərc olunduqda, yaxud yayıldıqda, ondan ötrü haqq alınmır.

2. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə istehsalı və realizə olunması qadağan olunan əmtəənin reklamına yol verilmir.
3. Reklam sifarişçisinin fəaliyyəti üçün lisenziya tələb olunduqda, reklamda lisenziyanın nömrəsi və bu lisenziyanı verən təşkilatın adı göstərilməlidir.
4. Reklam olunan əmtəənin sertifikatlaşması zəruri olduğu halda reklam yayımı «mütləq sertifikatlaşmalıdır» yazısı ilə müşayiət olunmalıdır.
5. Müstəsna hüquq obyektlərinin (intellektual mülkiyyət) reklamda istifadəsi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində nəzərdə tutulan qaydada həyata keçirilə bilər.

6. Reklam vətəndaşları zorakılığa, təcavüzə çağırmmalı, çaşqınlıq yaratmamalı, həmçinin fiziki şəxslərin sağlamlığına və təhlükəsizliyinə xələl gətirə bilən hərəkətlərə, təbiəti mühafizə qanunvericiliyinin pozulmasına yönəlmiş fəaliyyətə təhrik etməməlidir.

7. *Mədəniyyət sərvətləri, o cümlədən dini təyinatlı mədəniyyət sərvətləri onların mənsub olduğu mülkiyyətçilərin (istifadəçilərin), o cümlədən dini qurumların razılığı olmadan reklam məqsədi ilə istifadə edilə bilməzlər.*

8. *Azərbaycan Respublikasının ərazisində reklamda dövlət dili işlənilir və bu, dövlət dilinin normalarına uyğun olaraq tətbiq edilməlidir. Zəruri hallarda reklamda dövlət dili ilə yanaşı, digər dillər də istifadə oluna bilər. Lakin onların tutduğu sahə Azərbaycan dilindəki qarşılığının tutduğu sahədən böyük olmamalı və Azərbaycan dilindəki yazıdan sonra gəlməlidir.*

9. *Azərbaycan Respublikası ərazisində reklam olunan malların (işlərin, xidmətlərin) qiyməti göstərildikdə, həmin qiymət yalnız manatla göstərməlidir.*

Maddə 7. Haqsız reklam

Aşağıdakı hallarda reklam haqsız sayılır:

- reklam olunan əmtədən istifadə etməyən hüquqi və fiziki şəxsləri gözdən saldıqda;
- mahiyyətə reklam olunan əmtəə ilə digər hüquqi və fiziki şəxslərin əmtəələri arasında qeyri-etik müqayisə apardıqda, həmçinin rəqibin şərəf və ləyaqətini, yaxud işgüzar nüfuzunu təhqir edən obraz və məna daşdıqda;
- reklam olunan əmtəə haqqında, başqa reklamlarda istifadə olunmuş ümumi layihəni, mətni, reklam formullarını, əksləri musiqi və ya səs effektlərini imitasiya və köçürməklə, həmçinin fiziki şəxslərin etimadından, yaxud onların təcrübəsizliyindən sui-istifadə etməklə, o cümlədən reklamda əhəmiyyətli informasiyanın müəyyən hissəsini qəsdən gizlətməklə istehlakçıları yanlış istiqamətləndirdikdə.

Haqsız reklama yol verilmir.

Maddə 8. Qeyri-dəqiq reklam

Aşağıdakılar barədə həqiqətə uyğun olmayan məlumatları əks etdirən reklam qeyri-dəqiq hesab olunur:

- əmtəənin tərkibi, hazırlanma üsulu və tarixi, təyinatı, istehlak xassələri, istifadə şərtləri, sertifikat və dövlət standartlarına uyğunluq nişanlarının mövcudluğu, kəmiyyəti və istehsal olunduğu yer;
- əmtəənin bazarda mövcudluğu, onun göstərilən həcmdə, vaxtda və yerdə əldə edilməsi imkanları;
- reklamın yayımı anında əmtəənin dəyəri (qiyməti);
- ödəmənin əlavə şərtləri;
- əmtəənin yerinə çatdırılması, dəyişdirilməsi, geri qaytarılması, təmiri və digər xidmətlər;
- yararlılıq müddəti, xidmət müddəti və təminat öhdəliyi;
- dövlət rəmzlərindən (bayraq, gerb, himn), həmçinin beynəlxalq təşkilatların rəmzlərindən istifadə hüquqları;
- rəsmi tanınmaq, medallar, prizlər, diplomlar və digər mükafatların alınması;
- əmtəə seriyasının müəyyən qismi təşkil edirsə, onun tam seriyasının əldə edilməsi haqqında məlumat verilməsinin mümkünlüyü;

- tədqiqat və sınaqların nəticələri, elmi terminlər, texniki, elmi və digər dərc olunmuş materiallardan sitatlar;
- statistik məlumatlar;
- başqa əmtəə (əmtəələr) ilə, həmçinin digər fiziki və hüquqi şəxslərin mövqə və hüquqları ilə müqayisə;
- reklam sifarişçisi haqda məlumat və əmtəəyə olan tələbatın faktiki ölçüsü.

Sənədli şəkildə təsdiqlənmədiyi halda «ən», «yalnız», «təkcə» və bu kimi digər terminlərdən istifadə edildikdə.

Qeyri-dəqiq reklama yol verilmir.

Maddə 9. Qeyri-etik reklam

1. Aşağıdakı hallarda reklam qeyri-etik sayılır:

- mətnində, görünüşündə və səslənməsində irqilər, millətlər, peşələr, sosial kateqoriyalar, yaş qrupları, cinslər, dillər, yaxud fiziki şəxslərin dini, fəlsəfi, siyasi və digər formada əqidələrinə, həmçinin ümumi qəbul edilmiş humanizm və əxlaq normalarına zidd olan təhqiramiz sözlər, müqayisələr və obrazlar işlədildikdə;
- milli və ümumbəşəri mədəni irs olan incəsənət obyektlərini, Azərbaycan Respublikasının və başqa dövlətlərin milli valyutalarını, dini rəmzləri, hər hansı fiziki və ya hüquqi şəxsi, fəaliyyəti, peşəni və ya əmtəəni gözdən saldıqda.

2. Fiziki və ya hüquqi şəxsin mənliliyinə, işgüzarlıq nüfuzuna, hüququna xələl gətirə bilən (böhtan, iftira və s. xarakterli) reklam yayıldığı təqdirdə o, reklam sifarişçisinə, istehsalçısına və yayıcısına dair Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq qaydada məhkəmədə (~~iqtişad məhkəməsində~~) iddia qaldıra bilər.

Qeyri-etik reklama yol verilmir.

Maddə 10. Bilərəkdən yalan reklam

O reklam bilərəkdən yalan hesab edilir ki, onun köməyi ilə reklam sifarişçisi (reklam istehsalçısı, reklam yayıcısı və ya reklam agentliyi) reklam istehlakçısını qəsdən yanlış istiqamətləndirir.

Bilərəkdən yalan reklama yol verilmir.

Maddə 11. Gizli reklam

Radio, tele, audio, kino, nəşr və digər məhsullarda istifadə olunan və başqa üsullarla yayılan, istehlakçının şüuruna özünün dərk etmədiyi təsir edən reklam (o cümlədən xüsusi videoparçalar, ikili səsyazma və sairə vasitələr tətbiq etməklə) gizli reklam sayılır.

Gizli reklama yol verilmir.

Maddə 12. Teleradio proqramlarında (verilişlərində) reklamın xüsusiyyətləri

Teleradio proqramlarında (verilişlərində) reklamın yayım qaydası müvafiq qanunvericiliklə tənzimlənir.

Maddə 13. Dövri mətbuatda reklamın xüsusiyyətləri

Reklam xarakterli məlumat və materiallar üzrə ixtisaslaşmayan dövri mətbuat orqanında bir nömrənin ümumi həcmindən 40 faizindən çoxunu reklam təşkil edə bilməz.

Maddə 14. Kino, video və arayış xidmətində reklamın xüsusiyyətləri

1. Kino və video xidmətində filmin nümayişini, hissələr (seriyalar) arası istisna olunmaqla, reklamlarla kəsməyə yol verilmir.

2. Telefon arayış xidmətində reklam yalnız abonent tərəfindən soruşulan arayış (arayışlar) verildikdən sonra təqdim oluna bilər.

3. Ödənişli telefon arayışı kompüter və digər xidmətlərdə reklam yalnız abonentin razılığı ilə təqdim edilə bilər. Bu reklamın qiyməti abonentə verilən arayışın dəyərində daxil edilə bilməz.

Maddə 15. Küçə (divar) reklamının xüsusiyyətləri

1. Şəhər və kənd yaşayış məntəqələrində, digər ərazilərdə reklam yayımı plakat, stend, işıq tabloları və sabit yerləşdirilən digər texniki qurğular şəklində, bu maddənin 2-ci, 3-cü və 4-cü bəndlərində göstərilən qaydalarda həyata keçirilə bilər. Küçə reklamı yol hərəkət nişanları ilə oxşar olmamalı, yollarda görmə zonalarını və təhlükəsizliyi azaltmamalıdır.

2. Şəhər, kənd yaşayış məntəqələrində və başqa ərazilərdə küçə reklamını müvafiq icra hakimiyyəti orqanlarının icazəsi ilə yerləşdirmək olar.

3. 3. Avtomobil yollarının təhkim zolağında reklam lövhələri, yol hərəkətinin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi ilə bağlı olmayan digər məlumat işarələri və göstəriciləri müvafiq icra hakimiyyəti orqanları ilə razılaşdırılmaqla, avtomobil yollarının mülkiyyətçisi ilə reklam yayıcısı arasında bağlanan müqavilə əsasında yerləşdirilə bilər.

4. Küçə reklamlarının yerləşdirilməsi, yayımı və reklam tarifi zonaları üzrə ödənilən haqqın minimum miqdarının hesablanması qaydaları müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyən olunur.

Küçə reklamı lövhəsinin yerləşdirilməsinə görə birdəfəlik icazənin verilməsi üçün dövlət rüsumu ödənilir.

Bələdiyyə mülkiyyətində olan torpaqlarda, binalarda və digər obyektlərdə yerləşdirilən küçə reklamına görə reklam yayıcısı tərəfindən müqavilə əsasında ödənilən haqq müvafiq bələdiyyələrin hesabına köçürülür; dövlət mülkiyyətində olan torpaqlarda, binalarda və digər obyektlərdə yerləşdirilən küçə reklamına görə reklam yayıcısı tərəfindən müqavilə əsasında ödənilən haqq isə müvafiq icra hakimiyyəti orqanının hesabına daxil edilir.

Reklam yayıcıları xüsusi mülkiyyətdə olan torpaqlarda, binalarda və digər obyektlərdə küçə reklamını onların mülkiyyətçisi (mülkiyyətçiləri) ilə bağlanan müqavilə (bu maddənin 2-ci və 3-cü bəndlərində göstərilən tələblər nəzərə alınmaqla) əsasında yerləşdirə bilərlər.

~~5. Küçə reklamının bina, tikili (o cümlədən, mədəniyyət abidələrinin, mərasim obyektlərinin, qorunan təbiət komplekslərinin) və digər obyektlərdə yerləşdirilməsi yolu ilə yayımı, həmçinin bu reklamın yayımı üçün ödəniş haqqının miqdarı və ödəniş qaydası (bu maddənin 2, 3 və 4-cü bəndlərində göstərilən tələblər nəzərə alınmaqla) mülkiyyətçi ilə bağlanmış müqavilə əsasında həyata keçirilir.~~

Maddə 16. Nəqliyyat vasitələrində və poçt göndərişlərində reklamın xüsusiyyətləri

1. Nəqliyyat vasitələrində reklamın yayılması nəqliyyat vasitələrinin mülkiyyətçiləri ilə bağlanmış müqavilələr və müvafiq icra hakimiyyəti orqanının razılığı əsasında həyata keçirilir.

2. Poçt göndərişlərində reklamın yayımı qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada müvafiq icra hakimiyyəti orqanının razılığı əsasında həyata keçirilə bilər.

Bu halda reklamın yayımına sərf olunan məbləğ icazə verən orqanın çəkdiyi xərcdən çox ola bilməz. Göstərilən məbləğ bütövlükdə dövlət büdcəsinə daxil olmalıdır.

Maddə 17. Müxtəlif əmtəə növlərinin reklamının xüsusiyyətləri

1. Spirtli içkilərin, ~~tütün və tütün məmulatlarının~~ bütün üsullarla reklamına aşağıdakı hallarda yol verilmir:

- spirtli içkilərin içilməsi və siqaret çəkilməsi prosesinin nümayiş edilməsinə;
- spirtli içkilərin *icilməsinin* ictimai, idman və şəxsi uğur qazanmaqda, yaxud fiziki və ya psixi halın yaxşılaşmasında vacib rolu olması təəssüratının yaradılmasına;

- *spirtli içkidən* imtina edənlərin gözdən salınmasına;
- alkoqolun, ~~tütün və tütün məmulatlarının~~ müsbət müalicəvi xassələri haqda məlumatların verilməsinə;
- müəyyən məhsulun tərkibində alkoqolun ~~və nikotin~~ çox olmasının bu məhsulun üstünlüyü kimi təqdim edilməsinə;
- bilavasitə yetkinlik yaşına çatmayanlara, qadınlara müraciət edildikdə, obraz kimi yeniyetmə və gənclər arasında populyar olan şəxslərdən və idmançılardan, həmçinin 25 yaşadək istənilən şəxsdən istifadə edilməsinə;
- ~~spirtli içki və tütün məmulatları~~ reklamlarının radio-televiziyalarda yerli vaxtla saat 7.00-dən 22.00-dək yayılmasına;
- ~~spirtli içki və tütün məmulatları~~ reklamının yetkinlik yaşına çatmayanlar və qadınlar üçün nəzərdə tutulan ~~radio və televiziyalarda~~, kino və video məhsullarda, mətbuat orqanında hər hansı şəkildə yayımına;
- *spirtli içkinin* qəzetlərin birinci səhifələrində, jurnalların titul səhifələrində reklam yayımına;
- *spirtli içkinin* uşaq, təhsil, *idman obyektlərində*, ayin binalarında və tikililərdə, həmçinin onlardan 100 metrədək məsafədə reklam yayımına.
- ~~spirtli içki və tütün məmulatlarının idman yarışlarının radio-televiziya zamanı reklam yayımına.~~

2. *Tütün və tütün məmulatlarının reklamı qadağan edilir.*

3. *Həkim resepti əsasında buraxılan dərman vasitələrinin, qanunvericilikdə müəyyən olunmuş qaydada istehsalına və ya satışına icazə verilməyən tibb vasitələrinin, habelə tətbiqinə müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən icazə verilməyən müalicə, profilaktika, diaqnostika və reabilitasiya metodlarının reklamına yol verilmir. Həkim resepti olmadan buraxılan dərman vasitələrinin reklamı zamanı «Dərman vasitələri haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununun 16-1-ci maddəsinin tələbləri nəzərə alınmalıdır. Həkim resepti olmadan buraxılan dərman vasitələrinin reklamının yayımı müvafiq icra hakimiyyəti orqanının rəyi əsasında qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada həyata keçirilir.*

4. Tərkibində narkotik vasitələr və psixotrop maddələr olan preparatların reklamına yol verilmir.

5. *İstifadəsi üçün xüsusi hazırlıq tələb olunan tibb vasitələrinin reklamına bu maddənin 3-cü bəndində göstərilən tələblər nəzərə alınmaqla, habelə transplantasiyaya aid reklama yalnız tibb sahəsində ixtisaslaşmış mətbuat orqanlarında yol verilir.*

6. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanının rəyi olmadan kütləvi müalicəvi seanslarının, hipnoz metodlarının, psixi və bioenerji təsirlərin müalicəvi xassələrinin reklam yayımına yol verilmir.

7. Bütün növ silahların, hərbi texnikanın reklamına (icazə verilmiş ov və idman silahları istisna olmaqla) yol verilmir.

8. Reklam fəaliyyətində parnoqrafiyadan istifadə qadağandır.

9. *Körpələr və erkən yaşlı uşaqlar üçün süni qida məhsullarının reklamında aşağıdakı hallara yol verilmir:*

- *süni qida məhsullarında körpələrin təsvir olunmasına;*
- *qida formulları barədə məlumatların elmi və uşaqlara qayğı məsələləri üzrə ixtisaslaşmış nəşrlərdən başqa digər nəşrlərdə verilməsinə;*
- *süni qida məhsulları ilə bağlı reklam xarakterli materialların tibb müəssisələrində yayılmasına;*

- *süni qida məhsullarının reklamında süni qidalanmanın ana südünə bərabər və ya ondan üstün olması təsəvvürünün yaradılmasına və ya ana südünün üstünlüyünün qeyd olunmamasına;*
- *süni qida məhsulları ilə bağlı məlumatların hamilə qadınlar və analar arasında yayılmasına.*

10. *Keçirilməsi qadağan edilmiş stimullaşdırıcı lotereyaların və qeydiyyatda alınmamış digər lotereyaların reklamına yol verilmir.*

Maddə 18. Maliyyə, sığorta, investisiya xidmətləri və qiymətli kağızların reklamının xüsusiyyətləri

Maliyyə (o cümlədən bank), sığorta investisiya xidmətlərinin, hüquqi və fiziki şəxslərin pul vəsaitlərinin istifadəsi ilə bağlı digər xidmətlərin, həmçinin qiymətli kağızların reklamının istehsalı, yerləşdirilməsi və yayımında aşağıdakılara yol verilmir:

- reklam olunan xidmət və ya qiymətli kağızlara birbaşa aid olmayan kəmiyyət xarakterli məlumatların yayılmasına;
- qiymətli kağızların emissiya prospektləri qeyddən keçməmiş onların reklam edilməsinə;
- adi səhmlərə əsaslanaraq dividendlər haqqında təminatlar verilməsinə;
- reklamda müqavilə şərtləri göstərildikdə, bu şərtlərdən hər hansı birinin göstərilməməsinə.

Reklam yayımında istiqrazın, əmanətin, qiymətli kağızların və onların satışından əldə edilən həqiqi və ya gözləniləsi gəlir, həmçinin alışın şərtləri haqqında reklam istehlakçılarında yanlış təsəvvürün yaradılmasına yol verilmir.

Maddə 19. Sosial reklam

1. Sosial reklam ictimai və dövlət maraqlarına xidmət edir və xeyriyyəçilik məqsədi daşıyır. Sosial reklamda kommersiya təşkilatlarının, fərdi iş adamlarının adları, onların əmtələrinin konkret markaları, yeni zamanda qeyri-kommersiya təşkilatlarının sahibkarlıq fəaliyyəti nəticəsində istehsal olunmuş əmtənin markaları (modelləri, artikulları) göstərilə bilməz.

2. Hüquqi və fiziki şəxslərin sosial reklamın istehsalı və yayımı sahəsində təmənnasız fəaliyyətləri, sosial reklam istehsal etmək və yaymaq üçün digər hüquqi şəxslərə ödəmələri xeyriyyəçilik hesab edilir və qanunvericilikdə nəzərdə tutulan güzəştlərə malikdir.

3. Reklam yayıcıları - kütləvi informasiya təşkilatları reklam sifarişçisi tərəfindən təqdim olunan sosial reklamın yayımı üçün bu Qanunda nəzərdə tutulan efir vaxtının və reklam sahəsinin 5 faizi həcmində yer ayırmağa borcludurlar.

Reklam yayıcıları qeyri-kütləvi informasiya təşkilatlarının təqdim etdiyi illik xidmət qiymətinin 5 faizi qayəsində sosial reklamın yayımını təmin etməyə borcludurlar.

Reklam istehsalçısı özünün illik reklam istehsalının 5 faizi həcmində sosial reklamının istehsalına xidmət göstərməyə borcludur. Əgər reklam sifarişçisi reklam yayıcısına sosial reklamın yayımının vaxt və forması şərtlərini bir aydan gec olmayaraq müvafiq qaydada öz müraciətilə bildirmişsə, həmin sifarişin reklam yayıcısı tərəfindən təmin edilməsi zəruridir.

4. Sosial reklamın yerləşdirilməsinin və yayımının ödənişi müqavilə əsasında aparılır.

5. Sosial reklamın istehsalına, yerləşdirilməsinə, yayımına reklam istehsalçısı və reklam yayıcısı tərəfindən bu maddənin 3-cü bəndinin şərtlərindən kənar hər hansı bir maneə yaradıldıqda qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada məhkəməyə müraciət edilə bilər.

Maddə 20. Sponsorluq

Sponsor və sponsorlanan müvafiq olaraq reklam sifarişçisi və reklam yayıcısı kimi, sponsor töhfəsi isə reklamın haqqı kimi qəbul edilir.

Sponsorun sponsorlananın fəaliyyətinə müdaxilə etməyə haqqı yoxdur.

Maddə 21. Reklamın istehsalında, yerləşdirilməsində və yayımında yetkinlik yaşına çatmayanların müdafiəsi

1. Yetkinlik yaşına çatmayanların müdafiəsini təmin etmək məqsədi ilə reklam istehsalına və yayımına aşağıdakı hallarda yol verilmir:

- reklamın istehsalında, yerləşdirilməsində və yayımında yetkinlik yaşına çatmayanların müdafiəsi məqsədi ilə onların təcrübəsizliyindən, sadələşməsi və sui-istifadə edilməsi;
- valideynlərin və tərbiyəçilərin nüfuzdan salınması, onlara olan etibarın itirilməsi;
- yetkinlik yaşına çatmayanların şüuruna təsir göstərməklə, onların öz valideynlərini və ya digər şəxsləri reklam olunan əmtəənin alınmasına vadar etməsi;
- yetkinlik yaşına çatmayanların, guya onların əldə etdiyi bu və ya digər əmtəənin ona həmyaşıdları arasında müəyyən bir üstünlük, həmin əmtəəyə yiyələnməməyin isə əks effekt verməsi fikri aşılamaq;
- reklam məqsədi ilə, yetkinlik yaşına çatmayanları təhlükəli yerlərdə və ya hallarda istənilən reklam daşıyıcısı vasitəsi ilə nümayiş etdirmək;
- yetkinlik yaşına çatmayanların şüurunda hər hansı bir əmtəənin qiyməti haqqında real olmayan təsəvvür yaratmaq, bunun üçün «yalnız», «cəmi» və s. kimi sözlərdən istifadə etmək, guya həmin əmtəənin dəyərinin hər bir ailənin büdcəsi imkanında olması fikri aşılamaq.

2. Yetkinlik yaşına çatmayanlara aid olmayan əmtəələrin, istənilən reklam daşıyıcılarının vasitəsi ilə reklamında onların obrazının yaradılmasına yol verilmir.

III fəsil. Reklam fəaliyyəti subyektlərinin vəzifələri

Maddə 22. Reklam materiallarının saxlanma müddətləri

Reklam sifarişçisi, reklam istehsalçısı, reklam yayıcısı və reklam agentləri reklam materiallarını və onların surətlərini, sonradan edilən əlavə və dəyişikliklər də daxil olmaqla, reklamın yayıldığı son gündən etibarən bir il müddətində saxlamağa borcludurlar.

Maddə 23. Reklamın istehsalı və yayımı üçün reklam informasiyasının təqdim edilməsi

1. Reklam istehsalçısı, reklam yayıcısı və reklam agentliyi reklam sifarişçisindən reklam informasiyasının dəqiqliyini təsdiq edən sənədləri tələb etmək hüququna malikdirlər. Reklam sifarişçisi bu sənədləri təqdim etməyə borcludur.

2. Reklam sifarişçisinin fəaliyyəti üçün lisenziya tələb olunduqda, onun əmtəəsinin, həmçinin özünün reklamı üçün reklam istehsalçısı, reklam yayıcısı və reklam agentliyi reklam sifarişçisindən müvafiq lisenziyanı tələb etməyə borcludurlar.

Maddə 24. Azərbaycan Respublikasının reklam haqqında qanunvericiliyinin pozulmasına gətirə bilən hallar haqqında reklam istehsalçısının reklam sifarişçisini xəbərdar etmək vəzifəsi

Reklam istehsalçısı, reklam yayıcısı və ya reklam agentliyi, reklam sifarişçisinin tələblərinin bu Qanuna zidd olması haqda reklam sifarişçisini vaxtında xəbərdar etməlidir. Əgər reklam sifarişçisi əsaslı xəbərdarlığa baxmayaraq öz tələblərini dəyişməsə, yaxud reklam informasiyasının dəqiqliyini təsdiqləyən sənədləri təqdim etməsə, reklam istehsalçısı (reklam agentliyi) müqavilə bağlamaqdan imtina edə bilər.

IV fəsil. Reklam sahəsində nəzarət

Maddə 25. Reklam fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsi

1. Azərbaycan Respublikasında reklam fəaliyyətinə dövlət nəzarəti və özünü-nəzarət həyata keçirilir.

2. Reklam fəaliyyətinə dövlət nəzarəti həyata keçirən müvafiq icra hakimiyyəti orqanları öz səlahiyyətləri çərçivəsində aşağıdakı hüquqlara malikdirlər:

- hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən yol verilən bu Qanuna uyğun gəlməyən reklam yayımlarının qarşısını almaq;
- reklam sifarişçisi, reklam istehsalçısı, reklam yayıcıları və reklam agentliklərinə bu Qanunun pozulmasına yol verdikləri haqda xəbərdarlıqlar, onların əks reklam yaymaqları haqda icrası məcburi olan qərarlar göndərmək;
- bu Qanunun pozulması ilə bağlı müvafiq məhkəmələrə iddiaçı kimi müraciət etmək. Bu halda müvafiq icra hakimiyyəti orqanları dövlət rüsumundan azad edirlər.

3. Reklam fəaliyyətinə özünə nəzarəti reklamçıların peşəkar cəmiyyətləri, birlikləri, assosiasiyaları həyata keçirirlər. Onlar:

- reklam haqqında hüquqi normativ aktların hazırlanmasına cəlb edirlər;
- reklamın qanunvericilik aktlarına uyğunluğunu yoxlamaq məqsədi ilə onun müstəqil ekspertizasını keçirir, öz təkliflərini müvafiq icra hakimiyyəti orqanlarına, habelə reklam sifarişçilərinə, istehlakçılara və yayıcılarına göndərirlər;
- reklam haqqında qanunvericiliyə riayət edilməsinə nəzarət etmək üçün müvafiq icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən cəlb edirlər.

Maddə 26. İnformasiya almaq hüququ

1. Bu Qanunla müəyyən edilmiş səlahiyyətlər çərçivəsində müvafiq icra hakimiyyəti orqanı reklam sifarişçilərinin, reklam istehsalçıların, reklam yayıcıları və reklam agentliklərinin bütün materiallarını maneəsiz əldə etmək hüququna malikdir.

Reklam fəaliyyəti subyektləri müvafiq icra hakimiyyəti orqanının tələbi ilə müəyyən olunmuş müddət ərzində şifahi və ya yazılı formada izahatları, sənədləri, audio və videomaterialları, həmçinin bu Qanunda nəzərdə tutulmuş səlahiyyətləri həyata keçirmək üçün lazım olan digər materialları təqdim etməlidirlər.

Kommersiya sirri olan məlumatların açıqlanması qadağandır.

Bu tipli məlumatların açıqlanması nəticəsində dəyən zərər qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada ödənilir.

V fəsil. Əks reklam və haqsız reklama görə məsuliyyət

Maddə 27. Əks reklam

1. Reklam haqqında Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinin pozulması faktları aşkar edildikdə, qanunu pozan reklam fəaliyyətinin subyekt müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyənləşdirdiyi müddət ərzində əks reklamı həyata keçirməyə borcludur. Əks reklamın həyata keçirilməsi üçün tələb olunan bütün xərclər qanunu pozan tərəfindən ödənilir.

2. Müəyyən edilmiş müddət ərzində əks reklam yayılmadıqda, əks reklamın həyata keçirilməsi haqqında qərar verən müvafiq icra hakimiyyəti orqanı əks reklam həyata keçirilənə qədər qanun pozucusunun reklam yayımını tam şəkildə və ya qismən dayandırması haqqında müvafiq dövlət orqanları qarşısında vəsatət qaldırmaq hüququna malikdir.

Bu halda müvafiq icra hakimiyyəti orqanı qanun pozucusu ilə müqavilə bağlayan bütün tərəflərə bu haqda məlumat verməlidir.

3. Əks reklam haqsız reklamın yayıldığı müddət ərzində davamiyyətli, həmin səciyyəli, texniki üsullardan istifadə olunaraq reklam daşıyıcısı vasitəsilə yayılmalıdır. Əks reklamın məzmununu müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə razılaşdırılmışdır. Bəzi hallarda müvafiq icra hakimiyyəti orqanı əks reklamın məkan, daşıyıcı, müddət və yayılma üsulu xarakteristikalarını dəyişə bilər.

4. Haqsız reklam olunan əmtəənin (işin, xidmətin) alınması nəticəsində istehlakçıya vurulan zərər təqsirkar şəxslər tərəfindən tam həcmdə ödənilməlidir.

~~Müvafiq icra hakimiyyəti orqanı haqsız reklama göre reklam fəaliyyətinin subyektlərini (reklam sifarişçisini, istehsalçısını, yayıcısını, agentliyini) göstərişlə ayırdığı müddət ərzində qanun pozuntularının aradan qaldırılmamasına, əks reklamın yayılmamasına göre cərimə edə bilər.~~

~~Cərimədən alınan vəsait bütövlükdə dövlət büdcəsinə daxil olur.~~

Maddə 28. Reklam sifarişçisinin, reklam istehsal edənin, reklam yayıcısının (reklam agentliyinin) məsuliyyəti

Reklam sifarişçisi, reklam istehsalına təqdim etdiyi məlumatın məzmununa görə, reklam istehsalçısı reklamın hazırlanması, istehsalı sahəsində, reklam yayıcısı reklamın yayılma yeri, vaxtı və vasitələri sahəsində Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq məsuliyyət daşıyırlar.

Maddə 29. Reklamda müqavilə bağlanması haqqında açıq təklif

Reklamın oferta etmək dəvəti və ya açıq oferta (reklamda müqavilə bağlanmasında açıq təklif) kimi tanınmasının nəticələri Azərbaycan Respublikasının mülki qanunvericiliyinə müvafiq müəyyən edilir.

Əgər reklamda mövcud şərtlərdən ən azı biri haqqında məlumat verilirsə, reklam sifarişçisi həm ofertaya dəvət edən, həm də açıq oferta keyfiyyətində çıxış edən reklamın fəaliyyət müddətini göstərməlidir.

Əgər reklam sifarişçisi müəyyən olunmuş qaydada açıq ofertanın ünvanlandığı aksepti aldıqdan sonra müqaviləni bağlamaqdan imtina edərsə, həmin şəxs müqavilə bağlanması və reklam sifarişçisinin əsaslandırılmamış etirazı nəticəsində dəyən ziyanın ödənilməsi şərtlə müvafiq məhkəməyə müraciət etmək hüququna malikdir.

Maddə 30. Qanunun pozulmasına görə məsuliyyət

Reklam fəaliyyətinin subyektləri bu Qanunun pozulmasına görə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq məsuliyyət daşıyırlar.

Haqsız reklam nəticəsində hüquqları pozulmuş şəxslər şərəf və ləyaqətlərinin qorunması və vurulan zərərin ödənilməsi iddiası ilə müvafiq məhkəməyə müraciət edə bilərlər.

İctimai və dövlət mənafeyinə zərər vuran, gəlir məqsədilə bilərəkdən yalan reklam sifariş edən, istehsal edən və yalan fiziki və vəzifəli şəxslər müvafiq məsuliyyətə cəlb olunurlar.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Heydər ƏLİYEV

Bakı şəhəri, 3 oktyabr 1997-ci il

№ 376-IQ

«Azərbaycan» qəzetində dərc edilmişdir (28 noyabr 1997-ci il № 260.

«Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu»nda dərc edilmişdir (31 yanvar 1998-ci il, № 1 (7), maddə 12.

30 mart 1999-cu il tarixli, 643-IQD nömrəli; 18 iyul 2000-ci il tarixli, 910-IQD nömrəli; 20 fevral 2001-ci il tarixli, 87-IIQD nömrəli; 20 fevral 2001-ci il tarixli, 90-IIQD nömrəli; 6 mart 2001-ci il tarixli, 97-IIQD nömrəli; 23 mart 2001-ci il tarixli, 102-IIQD nömrəli; 5 oktyabr 2001-ci il tarixli, 190-IIQD nömrəli; 5 dekabr 2003-cü il tarixli, 538-IIQD nömrəli; 30 dekabr 2003-cü il tarixli, 568-IIQD nömrəli; 6 yanvar 2004-cü il tarixli, 574-IIQD nömrəli; 13 yanvar 2004-cü il tarixli, 588-IIQD nömrəli; 24 dekabr 2004-cü il tarixli, 815-IIQD nömrəli; 21 oktyabr 2005-ci il tarixli, 1030-IIQD nömrəli; 3 mart 2006-cı il tarixli, 81-IIIQD nömrəli; 22 may 2007-ci il tarixli, 348-IIIQD nömrəli; 7 dekabr 2007-ci il tarixli, 509-IIIQD nömrəli; 20 oktyabr 2009-cu il tarixli, 890-IIIQD nömrəli; 22 iyun 2010-cu il tarixli, 1047-IIIQD nömrəli Qanunlara əsasən dəyişikliklər və əlavələrlə