

**KANUN**

**TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN**

**Kanun No. 6502**

**Kabul Tarihi: 7/11/2013**

**BİRİNCİ KISIM**

**Amaç, Kapsam ve Tanımlar**

**Amaç**

**MADDE 1 –** (1) Bu Kanunun amacı; kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı, tüketiciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konulardaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir.

**Kapsam**

**MADDE 2 –** (1) Bu Kanun, her türlü tüketici işlemi ile tüketicie yönelik uygulamaları kapsar.

**Tanımlar**

**MADDE 3 –** (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Bakan: Gümrük ve Ticaret Bakanını,
- b) Bakanlık: Gümrük ve Ticaret Bakanlığını,
- c) Genel Müdür: Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürünü,
- ç) Genel Müdürlük: Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğünü,
- d) Hizmet: Bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan ya da yapılması taahhüt edilen mal sağlama dışındaki her türlü tüketici işleminin konusunu,
- e) İthalatçı: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere mal veya hizmetleri ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını ticari veya mesleki amaçlarla ithal ederek satım, kira, finansal kiralama veya benzeri bir yolla piyasaya süren gerçek veya tüzel kişiyi,
- f) Kalıcı veri saklayıcısı: Tüketicinin gönderdiği veya kendisine gönderilen bilgiyi, bu bilginin amacına uygun olarak makul bir süre incelemesine elverecek şekilde kaydedilmesini ve değiştirilmeden kopyalanmasını sağlayan ve bu bilgiye aynen ulaşılmasına imkân veren kısa mesaj, elektronik posta, internet, disk, CD, DVD, hafıza kartı ve benzeri her türlü araç veya ortamı,
- g) Konut finansmanı kuruluşu: Konut finansmanı kapsamında doğrudan tüketicie kredi kullandıran ya da finansal kiralama yapan bankalar ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu tarafından konut finansmanı faaliyetinde bulunması uygun görülen finansal kiralama şirketleri ve finansman şirketlerini,
- ğ) Kredi veren: Mevzuatı gereği tüketicilere kredi vermeye yetkili olan gerçek veya tüzel kişiyi,
- h) Mal: Alışverişe konu olan; taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi malları,
- ı) Sağlayıcı: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketicie hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi,
- i) Satıcı: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketicie mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi,
- j) Teknik düzenleme: 29/6/2001 tarihli ve 4703 sayılı Ürönlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanunda yer alan tanımı,
- k) Tüketici: Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi,
- l) Tüketici işlemi: Mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlemi,
- m) Tüketici örgütleri: Tüketicinin korunması amacıyla kurulan dernek, vakıf veya bunların üst kuruluşlarını,
- n) Üretici: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere tüketicie sunulmuş olan mal ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını üreticiler ile mal üzerine markasını, unvanını veya herhangi bir ayırt edici işaretini koyarak kendisini üretici olarak gösteren gerçek veya tüzel kişiyi,

ifade eder.

**İKİNCİ KISIM**

**Genel Esaslar**

**Temel ilkeler**

**MADDE 4 –** (1) Bu Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen sözleşmeler ile bilgilendirmeler en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir bir şekilde düzenlenir ve bunların bir nüshası kâğıt üzerinde vevâ kalıcı veri saklayıcısı ile tüketicie verilir. Sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir vevâ birkaçının

## 6502 SAYILI YENİ TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN

### GENEL HATLARI

#### GENEL OLARAK:

Uzunca bir zamandır gündemde olan ve üzerinde tartışılan 6502 sayılı yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış bulunmaktadır. 4077 sayılı eski Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da 2003 yılında yapılan geniş revizyondan sonra geçen 10 yıl içerisinde yaşanan gelişmelere paralel olarak yeni bir Kanunun hazırlanmış olması yerinde bir düzenleme olmuştur.

Tüketicinin korunması alanında bir devrim olarak nitelendirmek mümkün olmasa da, yeni Kanunun olumlu pek çok düzenleme getirmekte olduğu muhakkaktır.

Bu yönde,

- Tüm tüketici işlemlerinde geçerli olmak üzere bazı temel ilkelerin belirlenmiş olması;
- Özellikle tüketici tarafından düzenlenecek kıymetli evrakın sadece nama yazılı olarak düzenlenebileceği; taksitli satışlarda her bir taksit için ayrı senet düzenlenmesi gereği;
- Tüketici işlemlerinde, tüketici edimleri için alınacak şahsi teminatların adi kefalet niteliğinde, buna karşılık tüketici lehine verilecek kefaletlerin ise müteselsil kefalet niteliğinde olduğunun düzenlenmesi;
- Temerrüt hali de dahi olmak üzere bileşik faiz yasağının öngörülmüş olması;
- Tüketici kredilerinde ve Türk Borçlar Kanunu düzenlemesine paralel olarak taksitle satış sözleşmelerinde tüketiciye geri alma (cayma) hakkı tanınması;
- Ön ödemeli konut satışına ilişkin kapsamlı düzenleme getirilmiş olması;
- İşyeri dışında kurulan sözleşmelere (kapıdan işlemlere) ve mesafeli sözleşmelere ilişkin önceki düzenlemedeki aksaklıkların giderilmesi;
- Geri alma (cayma) hakkı sürelerinin 14 güne çıkartılması;
- Piramit satış sistemlerinin yasaklanması;
- Tüketicinin bilgilendirilmesine ve hak arama yollarına ilişkin düzenlemelerin genişletilmesi; ve
- Nihayet aşağıda da değinileceği üzere Reklam Kurulu'nun oluşumunun yeniden düzenlenmesi ve bir Reklam Konseyinin öngörülmekte olması,

kanunun getirdiđi önemli yeniliklerden ve deđişikliklerden olmak üzere zikredilebilir.

## **REKLAMLARA İLİŞKİN OLARAK:**

Reklamlara ve reklam denetimine ilişkin olarak öngörülen değişiklikleri ise Őu Şekilde özetleyebiliriz:

(1) Yeni Kanunda Reklam Kurulu'nun üye sayısı on dokuzda düşürölmektedir. Kanunun tasarı halinde ise üye sayısı yerinde bir saptama ile onbir olarak öngörölmüştü. Sonradan üye sayısının on dokuzda çıkartılması talihsizlik olmuştur. 4077 sayılı Kanun gereğince Reklam Kurulu'nun yirmi dokuz üyeden oluşmasının sebebiyet verdiği olumsuzlukların ve buna yönelik haklı eleştirilerin, üye sayısı nispeten azalmış da olsa, on dokuz üyeli yeni Kurul için de geçerli olması tehlikesi söz konusu olabilecektir.

(2) Yeni Kanunda Reklam Kurulu'nun "*tedbiren durdurma kararı verme yetkisini Reklam Kurulu Başkanına devredebileceği*" düzenlenmiştir. Bu hüküm hukuka aykırı reklamın en kısa zamanda ve büyük bir zarara yol açmadan durdurulabilmesi bakımından yerindedir. Ancak bu imkanın son derece dikkatli bir şekilde ve sadece reklamdaki hukuka aykırılığın hem açık hem de ağır olduğu durumlarda uygulanması; reklam özgürlüğünü kısıtlayıcı bir rutine dönüşmemesi gerekir.

(3) Yeni Kanun ile idari para cezası miktarlarında artışa gidilmekte ve özellikle ihlalin ülke genelinde yayın yapan televizyon kanalı aracılığı ile gerçekleşmesi durumunda para cezası miktarı iki yüz bin lira olmak üzere iki katından daha fazla bir oranda artırılmaktadır. İdari para cezalarının titizlikle ve ihlalin ağırlılığının haklı kıldığı durumlarda uygulanması yerinde olacaktır.

(4) Yeni Kanunda reklam politikalarının oluşturulması ve uygulanması ile ilgili olarak çağdaş iletişim uygulamalarını takip etmek; reklam sektörünün ve reklam denetim işlevinin geliştirilmesine yönelik araştırma ve çalışmalar yapmak, bu alanda görüş ve önerilerde bulunmak ve bu görüş ve önerileri ilgili mercilere iletmek amacıyla bir Reklam Konseyi kurulması öngörölmektedir.

(5) Haksız ticari uygulamalar düzenlemesi ile Avrupa Birliđi'nin Haksız Ticari Uygulamalar Yönergesi'nin (2005/29/EC) iç hukukumuzda aktarılması mümkün kılınmaktadır.

Belirtmek gerekir ki, reklamlara ve haksız ticari uygulamalara ilişkin olarak eskiden olduğu gibi yeni Kanunda da, çerçeve hükümler öngörölmüşdür. Kapsamlı ve detaylı düzenlemelerin daha sonra çıkartılacak yönetmeliğe bırakılmış olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanacak olan yönetmelik düzenlemesinde de titizlik gösterilmesi; bu alanda AB mevzuatına ve karşılaştırmalı hukuk çalışmaları ile ortaya konulmuş gelişmelere paralel hükümlerin benimsenmesi büyük önem arz etmektedir.

Ümit edilir ki, yeni Kanunla birlikte reklamların hukuka uygunluk denetimi yasadışı ve cezacı bir yaklaşımla değil, çağdaş ve özgürlükçü bir hukuk anlayışıyla yapılsın; böylece serbest piyasa ekonomisinin ve reklam endüstrisinin ülke ekonomisine ve tüketicinin korunması anlayışına hizmet edecek şekilde gelişmesi sağlansın.

**Doç. Dr. Emrehan İNAL**  
İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi  
Medeni Hukuk Anabilim Dalı Öğretim Üyesi