

TMD, indirim kampanyalarında düzen istiyor

Tescilli Markalar Derneği (TMD), Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na başvurarak indirim kampanyalarına düzen getirilmesini istedi. **TMD**, başvurusunda kampanya tarihleri önerisi de yaptı.

Tescilli Markalar Derneği (TMD), Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na başvurarak indirim kampanyalarına düzen getirilmesini istedi. **TMD** açıklamasına göre, "Bütün bir sezonu kapsayan ve ardı arkası kesilmeyen indirim kampanyalarıyla tüketici aldatılıyor" görüşünü savunan dernek, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'ne başvurarak indirim kampanyalarına düzen getirilmesi talebinde bulundu. Açıklamada görüşlerine yer verilen **TMD** Başkanı **Tahsin Özlenir**, başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere hiçbir yerde Türkiye'deki gibi bir düzensizlik bulunmadığını, indirim kampanyalarının kontrolden çıktığını, bu nedenle Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na başvurarak bu

alanda düzenlemeye gidilmesini talep ettiklerini belirtti.

Yaptıkları başvuruda dünyanın önde gelen ülkelerinden örnekler verdiklerini kaydeden Özlenir, "Fransa, Almanya, İspanya, İtalya ve Yunanistan gibi ülkelerde indirim dönemleri senede iki dönem olmak üzere dört ile altı hafta arasında sınırlandırılmıştır. Almanya, İngiltere ve ABD gibi ülkelerde ise indirim dönemleri ile ilgili herhangi bir kısıtlama olmamasına karşın, tüketiciyi aldatma ve haksız rekabetin önlenmesi konularında çeşitli kurallar bulunmaktadır" ifadelerini kullandı. Derneğin, Bakanlığa yaptığı başvuruda, "Tescilli Markalar Derneği bünyesinde olan dünya çapındaki 95 markası, bu markaların sahip olduğu 2 binin üzerinde satış noktası ve yarattığı ciro bü-

yüklüğü ile Türkiye organize perakende sektörünün önemli bir bölümünü temsil etmektedir. Hazır giyim ve aksesuarları sektöründe son yıllarda uygulanan kontrolsüz indirim kampanyaları, tüketiciyi kandırıldığı gibi haksız rekabet ortamı yaratarak dürüst perakendecileri zarara uğratmaktadır. Ürünler, sezonun ilk gününden itibaren veya sezon başlangıcından az bir süre sonra; gerçek fiyatlarının çok üstünde gösterilip sonra bu fiyatların üzeri çizilerek altına 'yüzde 50' ibaresi konulup ürün zaten olması gereken fiyata satılmaktadır." denildi. Dikkati 'indirim' kavramına odaklandırılarak aldatılan tüketicinin bu firmalara yönelmesinin, gerçek fiyatlarla ürünlerini satan dürüst firmaları zor duruma soktuğu kaydedilen başvuru metninde, şu görüşlere de yer verildi: "Maalesef son zamanlarda bir çok fir-

manın, yapmak istemese de, çaresiz kalarak rakiplerine karşı koyabilmek için aynı aldatıcı yöntemlere başvurduğu görülmektedir.

Masum tüketici, bir ürüne olması gereken fiyatın çok üstünde bir para ödeyip kandırılırken, gerçek fiyatlarla mal satmaya çalışan firmalar zarar görmekte ve son zamanlarda perakende sektöründe, medyada da yer bulan, iflaslar yaşanmaktadır. Geline durum son derece vahim olup sürdürülebilir değildir ve acil olarak tüketiciyi kandırmaya yönelik faaliyetleri ve haksız rekabeti önleyici bir düzenlemeye ihtiyaç vardır." **Tescilli Markalar Derneği**, bakanlığa yaptığı başvuruda hem tüketiciyi, hem de diğer perakendecileri koruyan yeni bir düzenleme yapılması isteyerek, kampanya tarihleri ile ilgili de önerilerde bulundu. (İstanbul, aa)

