

Yasa perakendecileri böldü

Yeni Tüketici Yasa Taslağı perakendecileri ikiye böldü. Bazı markalar, 12 ay boyunca yapılan indirimlere sınırlama getirilmesini isterken, bazıları da "Bu durum serbest ekonomiye aykırı" dedi



Tahsin Özlenir



Osman Arar



Hüseyin Doğan

Serbest piyasa kurallarına ters

BİRLEŞMİŞ Markalar Derneği (BMD) Başkanı Hüseyin Doğan, hiçbir Avrupa ülkesinde indirim dönemiyle ilgili yasal sınırlama olmadığını söyledi. Doğan, alışverişe tüketicilerin karar verdiğini

belirttik, "Firma isterse kendi stratejisini oluşturur, müşterilerini belirler, indirmeye girmez" dedi. Süvari'nin patronu Ahmet Coşkun da piyasanın kendi rekabet dinamikleri olduğunu ifade etti.

İndirim sadece günü kurtarıyor

ORKA Group Genel Koordinatörü Osman Arar, her firmanın düzensizce yaptığı indirimin tüketiciyi rahatsız eden bir boyutta geldiğini söyledi. Firmaların ürünün baştan doğru fiyatlandırmadığını anlatan Arar, şöyle konuştu: "İndirimle kârsızlık baş gösteriyor. Firmalar günü kurtarıyor. İndirimin belli tarihte ve gerçekçi olması şart."

İNDİRİMDE DÜZEN İSTEYEN PERAKENDECI NE DİYOR?

- ▶ İndirim dönemleri 1 Ocak- 28 Şubat ve 1 Temmuz- 31 Ağustos olmalı
- ▶ İndirim dönemleri haricinde indirim reklâmına (Vitrinlerde, yazılı görsel basın, sms, posta, e-mail) izin verilmemeli
- ▶ İndirim dönemleri haricinde sadece mağaza içlerinde etiket üzerinde indirim fiyatları belirtilerek ve mağaza stokunun yüzde 30'unu aşmamak kaydıyla indirimli satışlara izin verilmeli
- ▶ 'Yüzde 50'ye varan oranlarda indirim' gibi kampanyalarda, üst limit indirimle söz konusu olan ürünlerin en azından yüzde 10'u için geçerli olmalı
- ▶ Fabrika satış mağazaları (Outlet) ve Outlet Alışveriş Merkezleri'ne yerleşim alanlarının dışında izin verilmeli



Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı Yeni Tüketici Yasa Taslağı, tüketiciler lehine 'devrim' yaratırken, perakendecileri ise ikiye böldü.

Bir kısım perakendeci indirimlerin sürekli değil, belli dönemlerde yapılmasını isterken, diğer kesim de bu durumun serbest ekonomi kurallarına aykırı olduğu iddiasıyla karşı çıktı.

RAPOR HAZIRLIYORLAR

Yabancı markaların Türkiye temsilcilerinden oluşan **Tescilli Markalar Derneği (TMD)**, indirim belli dönemlerle sınırlandırılmasını talep eden bir raporu Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na sundu.

Derneğin başkanı **Tahsin Özlenir**, çıkan taslahta indirimin net çerçevesinin çizilmediğini belirterek, "Yeni bir rapor üzerinde çalışıyoruz. Bu raporu datekarer bakanlığa ileticeğiz" dedi.

HAKSIZ REKABETE KARŞIYIZ

TMD'nin Avukatı Vehbi Kahveci ise, yasa taslağında "Tasfiye dolayısıyla indirim" denilerek yıl boyu yapılan kampanyalar sınırlandırılmayacak' maddesinin tam anlamıyla perakendecilerin talebini karşılamadığını söyledi.

Ancak bu maddenin de çok önemli olduğunu belirten Kahveci, "Tasfiye kelimesini kötüye kullananlar ve aylarca bu şekilde satış yapanlar var" dedi. Kahveci, firmaların sezon açılır açılmaz yüzde 70'lere varan indirimlerinin haksız rekabete yol açtığını, tüketicilerin kandırıldığını da sözlerine ekledi.

Özge YAVUZ
EKONOMİ