

# İndirim bu yıl erkenci

Uzun Kurban Bayramı tatili ve sıcak havalara, bu yıl kış indirimini öne çekti. Kampanyalar için ocak ayını bile erken bulan markalar, stoklarını eritmek amacıyla mecburen indirim girdiklerini söyledi

**B**u yıl perakende sektörü indirimde erken girdi. Uzun kurban bayramı tatili ve havanın geç soğumasıyla kış sezonunda yeterli satış yapamayan firmalar, stok riskine karşı indirimi ocak ayından önce başlattı.

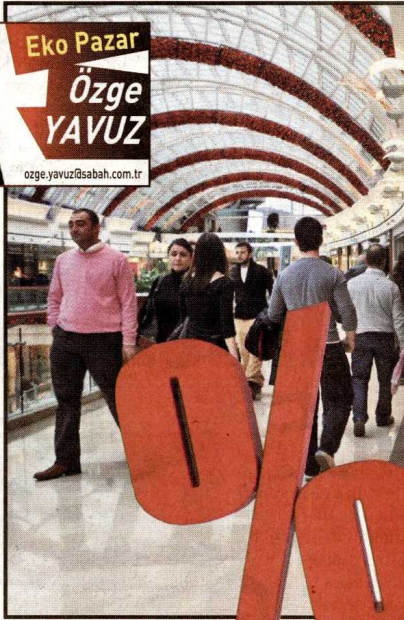
Orka Group Genel Koordinatörü Osman Arar, kasımda satışların düşük olduğunu belirterek, hava sıcaklığındaki artışın kışlık ürünlere talebi azalttığını söyledi. Arar, "İndirimler bu yıl ilk defa öne çekildi. Normalde ocak ayında başlıyorduk ki buna bile sektör olarak karşı çıkıyorduk. Elimizde yüksek oranda kışlık ürün var. Biz de yüzde 50 indirimde başladık" diye konuştu.

## REKABET ORTAMI ETKİLİ

Sıkı rekabetin yaşandığı perakende sektöründe, indirimin belli dönemlerde yapılmasını savunan markalar da fiyatları indirdi. Kışın CEO'su Hilal Suerdem, rekabet ortamının indirimi erkene çektiğini söyledi. Suerdem, "Ürünlerin elimizde kalma riski var. Nisana kadar kışlık ürünleri bitirmemiz gerekiyor. Hem belli oranda indirim hem de farklı satış ve pazarlama uygulamalarını devreye aldık" dedi.

## İSKONTONUN SUYU ÇIKTI

Esse'nin patronu Semih Şeftali de, ev gereçleri sektöründe faaliyet göstermelerine rağmen, moda perakendesinde devreye giren indirimlerin kendilerini etkilediğini ifade etti. Şeftali şöyle konuştu: "Bakıyorsunuz AVM'lerde yan mağazanızdaki hazır giyim firması indirim yapıyor. Tüketicinin belli bir harcama bütçesi var. Bizde indirim olmayınca yan taraftaki yüzde 50 iskonto, tüketiciyi daha fazla cezbediyor. Dolayısıyla bizim de indirim kervanına katılmamız gerekiyor. Maalesef indirim dönemi başladı. Hatta iskontonun suyu çıktı diyebiliriz."



Hilal Suerdem



Osman Arar



Semih Şeftali



Tahsin Özlenir

## 'Net' ifadesi sektörde trend haline geldi

PERAKENDECİLERİN yüzde 60-70'e varan indirim ifadesi de artık 'net'leşmeye başladı. Vitrinlerde 'Net yüzde 30', 'net yüzde 50' gibi etiketler giderek daha çok dikkat çekiyor. Markaların indirimde şeffaflaşmasını ve tüketiciye net mesaj vermesini sağlayan bu girişim 'doğru kampanya' olarak değerlendiriliyor. Kısa sürede yasalacağı tahmin edilen Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı da özellikle indirim duyurularında 'net' ifadelerin yazılmasını içeriyor.

## BELLİ DÖNEMLERİ OLMALI

Tescilli Markalar Derneği (TMD) Başkanı Tahsin Özlenir, indirimin ocak-şubat ve temmuz-ağustos olmak üzere yılda iki dönem yapılması gerektiğini söyledi. Özlenir, geçen hafta Ankara'da perakende yasa tasarısıyla ilgili yapılan çalıştayda da bu konunun ele alındığını açıkladı.