

ρούσαν δεκάδες προϊόντα, όπως, μεταξύ άλλων, το ελαιόλαδο (11%), τα χαρτικά (3%), τα απορρυπαντικά (19%), τα δημητριακά (12%), τον ελληνικό καφέ (4,5%), το αλεύρι (5%-10%), το ρύζι (10%), τις φακές (17%), τα ζυμαρικά (9%), τη ζάχαρη (6%), τα τυροκομικά (12%), τα κατεψυγμένα ψάρια (13%), τα κατεψυγμένα λαχανικά (25%), τις μαργαρίνες (4%), τις κατεψυγμένες πατάτες (3,5%), τις κατεψυγμένες ζύμες (4%) και τα αναψυκτικά (4%).

### Αντίδοτα

Στο υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων κάνουν χρήση όλων των «όπλων» που έχουν στη διάθεσή τους προκειμένου να εντοπίσουν φαινόμενα αισχροκέρδειας. Όπως επισημαίνει στην «R» ο Αδ. Γεωργιάδης, «έχω δώσει εντολή στις ελεγκτικές Αρχές να προχωρήσουν σε εκτεταμένους ελέγχους, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν έχουν αυξηθεί τα περιθώρια κέρδους πώλησης των προϊόντων κατά τη διάρκεια της πανδημίας». Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται σε Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (ΠΝΠ), δεν θα πρέπει, εν μέσω πανδημίας, να αυξάνονται αδικαιολογήτως οι τιμές των προϊόντων. Ειδικότερα, σύμφωνα με τη συγκεκριμένη ΠΝΠ, το περιθώριο κέρδους στην πώληση προϊόντων δεν θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο σε σχέση με αυτό που ήταν πριν από την 1η Σεπτεμβρίου του 2020. Δηλαδή, εάν ένα προϊόν πωλείται με περιθώριο 15% σήμερα, ενώ πριν από τον περσινό Σεπτέμβριο διατίθεται με περιθώριο κέρδους 10%, τότε αυτή η ανατίμηση κρίνεται παράνομη και επιβάλλονται αυστηρά πρόστιμα, που μπορεί να φτάσουν ακόμη και το 1 εκατ. ευρώ, ανάλογα με τη

βαρύτητα της παράβασης. Το περιθώριο κέρδους είναι αυτό που προκύπτει ανάμεσα στην τιμή αγοράς και στην τιμή πώλησης ενός προϊόντος. Δηλαδή, το περιθώριο ανάμεσα στην τιμή που αγοράζει το κατάστημα τροφίμων ένα προϊόν και στην τιμή που το πουλάει. Στην περίπτωση, όμως, που εντοπίζονται αυξήσεις τιμών οι οποίες είναι δικαιολογημένες, χωρίς να αυξάνεται δηλαδή το περιθώριο κέρδους, τότε οι ανατιμήσεις είναι νόμιμες. Ουσιαστικά αυτό που ελέγχουν οι Αρχές είναι αν οι ανατιμήσεις που γίνονται αντιληπτές από τους καταναλωτές οφείλονται ή όχι σε ανάλογες αυξήσεις που έχουν κάνει στα τιμολόγια τους οι βιομηχανίες και οι εμπορικές επιχειρήσεις.

### Μείωση αγοραστικής κίνησης

Οι συνεχείς ανατιμήσεις αποτελούν έναν από τους λόγους που μειώνεται η κατανάλωση στα μεγάλα καταστήματα τροφίμων. Εκτιμάται ότι τον Νοέμβριο η πτώση της κατανάλωσης σε αξία ανέρχεται στο 5,5% και σε όγκο στο 8,5%, με αρκετούς καταναλωτές, σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, να περιορίζουν τις αγορές τους στα απολύτως αναγκαία, αλλά και να οδηγούνται στην προμήθεια τροφίμων χαμηλότερης διατροφικής αξίας. Το τελευταίο διάστημα, επίσης, είναι περισσότεροι οι καταναλωτές που αγοράζουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία, ως επί το πλείστον, είναι φθηνότερα σε σχέση με τα επώνυμα. Σύμφωνα, μάλιστα, με στοιχεία, το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας έχει διαμορφωθεί, από 22,4% που ήταν τον περασμένο Ιούλιο, στο 23,2% τον περασμένο Οκτώβριο.

### Λιγότερες προσφορές

Από την πλευρά τους, οι καταναλωτές, προκειμένου να μειώσουν τις επιβαρύνσεις που υφίστανται από τις συνεχείς ανατιμήσεις, στρέφονται στην αγορά προϊόντων που βρίσκονται σε προσφορά. Ωστόσο, ορισμένα σούπερ μάρκετ, προκειμένου να απορροφήσουν ένα ποσοστό των ανατιμήσεων, μειώνουν τις προωθητικές ενέργειες που έχουν στα ράφια των καταστημάτων τους. Σύμφωνα, μάλιστα, με τα στοιχεία

της Nielsen IQ, το πρώτο τετράμηνο του 2021 το 62,2% των επώνυμων ταχυκίνητων προϊόντων διατέθηκε σε προσφορά, ενώ τον περασμένο Οκτώβριο το ποσοστό αυτό μειώθηκε αισθητά, στο 35,2%. Σημειώνεται ότι περίπου οι μισοί καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα που βρίσκονται σε προσφορά, ενώ είναι διατεθειμένοι να αλλάξουν μάρκα προϊόντων όταν διαπιστώσουν ότι αυτά που συνθηθίζουν να βάζουν στο καλάθι τους έχουν ακριβύνει.

### «Αγκάθι» οι εισαγωγές

Εκπρόσωποι του λιανεμπορίου επισημαίνουν στην «R» ότι, όσο διαρκεί η ενεργειακή κρίση, είναι πολύ δύσκολο να αποκλιμακωθούν οι τιμές των προϊόντων. Και αυτό γιατί μεγάλο ποσοστό των προϊόντων που διατίθενται στην αγορά είναι εισαγόμενα. Στις εισαγόμενες ανατιμήσεις έρχεται να προστεθεί και το ενεργειακό κόστος, καθώς παρατηρείται μεγάλη αύξηση στους λογαριασμούς του ηλεκτρικού ρεύματος, αλλά και του φυσικού αερίου και των καυσίμων. Μεγάλο μέρος από αυτές τις ανατιμήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν βιομηχανίες τροφίμων, εισαγωγικές, εμπορικές επιχειρήσεις και καταστήματα πώλησης τροφίμων περνά στους καταναλωτές. Από την πλευρά τους, οι επιχειρηματίες επισημαίνουν ότι οι ανατιμήσεις σε μεγάλο ποσοστό των προϊόντων είναι μονόδρομος, αφού πλέον κανείς δεν μπορεί να απορροφήσει τις υπέρογκες αυξήσεις στο ηλεκτρικό ρεύμα, στο φυσικό αέριο και στο πετρέλαιο κίνησης. Μάλιστα, προσθέτουν ότι, εάν κάποιοι απορροφούσαν τις ανατιμήσεις, τότε με μαθηματική ακρίβεια θα βρίσκονταν αντιμέτωποι με το κλείσιμο των επιχειρήσεών τους.

Τον περασμένο Νοέμβριο, η πτώση της κατανάλωσης στα μεγάλα καταστήματα τροφίμων ανήλθε σε αξία στο 5,5% και σε όγκο στο 8,5%

# Ποδαρικό με νέες ανατιμήσεις

Αυξήσεις στις τιμές έως και 15% σε εκατοντάδες προϊόντα αναμένονται μέχρι το τέλος Φεβρουαρίου. «Καίει» το κόστος της θέρμανσης και του ηλεκτρικού ρεύματος. Ποια «όπλα» ρίχνει στη μάχη το υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων

