

Έρχονται νέες ανατιμήσεις σε 200 βασικά αγαθά

Σταδιακά και μέχρι το τέλος Ιουλίου θα δουν οι καταναλωτές τις νέες τιμές. Το σχέδιο της Επιτροπής Ανταγωνισμού για τις αθέμιτες πρακτικές

Του ΔΗΜΗΤΡΗ ΧΡΙΣΤΟΥΛΙΑ
d.christoulas@realnews.gr

Συνεχίζονται, αν και με μικρότερη ένταση, οι ανατιμήσεις σε προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, όπως είναι τα τρόφιμα. Την ίδια στιγμή, η αντιμετώπιση της ακρίβειας αποτελεί προτεραιότητα για την Επιτροπή Ανταγωνισμού, η οποία «τσεκάρει» καθημερινά τις τιμές σε περισσότερα από 60.000 προϊόντα. Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η Realnews, έως το τέλος Ιουλίου αναμένεται να αυξηθούν κατά 10% οι τιμές σε τουλάχιστον 200 προϊόντα. Την ίδια στιγμή, όμως, αυξάνονται και οι βιομηχανίες αλλά και οι επιχειρήσεις εμπορίας τροφίμων, οι οποίες, σύμφωνα πάντα με στοιχεία της «R», μειώνουν αυτή την περίοδο τις τιμές σε τουλάχιστον 50 προϊόντα. Ωστόσο, υπάρχουν, για παράδειγμα, εταιρείες γαλακτοκομικών που μειώνουν τις τιμές σε κάποια προϊόντα και ορισμένες άλλες που τις αυξάνουν. Οι νέες ανατιμήσεις έρχονται να προστεθούν στη λίστα της ακρίβειας, η οποία, από τις αρχές του χρόνου, περιλαμβάνει αυξήσεις σε τουλάχιστον 1.500 προϊόντα, σε ποσοστό που ξεπερνά σε αρκετές περιπτώσεις ακόμη και το 20%.

Αναλυτικότερα, μέχρι το τέλος Ιουλίου αναμένεται να αυξηθούν οι τιμές στα εξής προϊόντα: Γραβιέρα 33%, κατεψυγμένες πατάτες 6,5% έως 30%, μαρμελάδα 20%, απορρυπαντικό πιάτων 16%, ελαιόλαδο έως 15%, χαρτικά έως 15%, μέλι ανθέων 11%, μπαχαρικά 10%, παξιμάδια 10%, αναψυκτικά 10%, χυμοί 10%, τσάι έως 10%, ελιές 10%, φυτικό γάλα 9%, κατεψυγμένα λαχανικά 9%, γαλακτοκομικά 8%, κλωρίνη 8%, ζωοτροφές 7,5%, στιγμιαίος καφές 7%, σοκολάτες 6%, πουρές 5%, ανθρακούχο νερό 5%, παιδικές τροφές 4%, εσπρέσο 2,5%, ριζογκοφρέτες και ταχίνι σε ποσοστό 2,5%. Οι ανατιμήσεις έχουν γίνει από μεμονωμένες εταιρείες και αναμένεται να περάσουν σταδιακά στα ράφια μέχρι το τέλος Ιουλίου, ανάλογα με τα αποθέματα που έχουν στη διάθεσή τους οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Όπως εκτιμούν παράγοντες της αγοράς, οι ανατιμήσεις θα συνεχιστούν και το επόμενο διάστημα, αλλά με μικρότερη ένταση. Οι αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων δεν αφορούν μόνο τα «επίπυμα», αλλά και τα ιδιωτικής επिकέτας. Σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ, το πρώτο τετράμηνο του 2023 οι αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων ιδιωτικής επικέτας ανήλθαν στο 16,4%, όταν στα επώνυμα προϊόντα μεσοσταθμικά έφτασαν το 6%. Παρ' όλα αυτά, τα προϊόντα ιδιωτικής επικέτας συγκε-

τρώνουν μερίδιο αγοράς της τάξεως του 25%, με τρεις στους τέσσερις καταναλωτές που αγοράζουν προϊόντα ιδιωτικής επικέτας να δηλώνουν ότι δεν το κάνουν μόνο για τη σχετικά χαμηλή τιμή, αλλά και επειδή θεωρούν ότι είναι εξίσου ποιοτικά σε σχέση με τα επώνυμα.

Εκτός όμως από τις ανατιμήσεις, υπάρχουν και ορισμένες βιομηχανίες τροφίμων και εμπορικές επιχειρήσεις που στέλνουν τιμολόγια στα σούπερ μάρκετ με μειωμένες τιμές. Σύμφωνα πάντα με στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η «R», υπάρχουν ορισμένες εταιρείες που έχουν προχωρήσει σε μείωση τιμών σε τουλάχιστον 50 προϊόντα, σε ποσοστό που κατά μέσο όρο φτάνει το 10%. Μειώσεις τιμών έχουν γίνει, επίσης, από μεμονωμένες εταιρείες και αφορούν το κασιόκι τυρί (15%), τις φρυγανιές έως 12,5%, το γιαούρτι έως 12%, το βιολογικό γάλα κεφίρ 10,5%, το αραβοσιτέλαιο έως 9%, τα γαλακτοκομικά έως 4,5% και το γάλα εβαπορέ 4%. Οι περισσότερες από αυτές τις μειώσεις έχουν περάσει ήδη στα ράφια των σούπερ μάρκετ.

Ωστόσο, δυσάρεσκη προκαλεί στους καταναλωτές το γεγονός ότι η αποκλιμάκωση των τιμών θα έπρεπε να ήταν πολύ μεγαλύτερη, με δεδομένο ότι οι τιμές στα ενεργειακά προϊόντα έχουν μειωθεί σημαντικά. Για παράδειγμα, το πετρέλαιο μπρεντ κινείται κάτω από τα 80 δολάρια το βαρέλι, παρόλο που η Σαουδική Αραβία ανακοίνωσε τη μείωση της παραγωγής πετρελαίου τον Ιούλιο κατά 1 εκατομμύριο βαρέλια. Το ηλεκτρικό ρεύμα βρίσκεται στην περιοχή των 100 ευρώ ανά μεγαβατώρα, ενώ το φυσικό αέριο κινείται σε επίπεδα προ ενεργειακής κρίσης και συγκεκριμένα κοντά στα 25 ευρώ ανά μεγαβατώρα.

Προσφορές

Οι περισσότερες επιχειρήσεις, πάντως, προσπαθούν να προσελκύσουν τους καταναλωτές μέσω προσφορών -οι οποίες έχουν συγκεκριμένη χρονική διάρκεια- και όχι μέσα από μειώσεις των τιμών. Η ακρίβεια αποτυπώνεται με τον πλέον χαρακτηριστικό τρόπο και στις πωλήσεις των σούπερ μάρκετ. Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της NielsenIQ, το πρώτο τετράμηνο του έτους οι πωλήσεις στο οργανωμένο λιανεμπόριο αυξήθηκαν κατά 9,1%, ωστόσο η ανάπτυξη αυτή εξακολουθεί να είναι πληθωριστική, δηλαδή να οφείλεται στις αυξημένες τιμές των προϊόντων, καθώς οι όγκοι υποχωρούν την ίδια χρονική περίοδο κατά 3,5%.

ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ

6%



ΠΑΞΙΜΑΔΙΑ

10%



ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ

4%



ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

έως
15%



ΜΕΛΙ ΑΝΘΕΩΝ

11%



ΕΛΙΕΣ

10%



ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ
ΛΑΧΑΝΙΚΑ

9%



TAXINI

2,5%



ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΟ
ΠΙΑΤΩΝ

16%



ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ

10%



Οι μειώσεις σε 50 προϊόντα

ΑΡΑΒΟΣΙΤΕΛΑΙΟ

έως 9%

ΦΡΥΓΑΝΙΕΣ

έως 12,5%

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

έως 4,5%

ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΤΥΡΙ

15%

ΓΙΑΟΥΡΤΙ

έως 12%

ΓΑΛΑ ΕΒΑΠΟΡΕ

4%

ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΓΑΛΑ-ΚΕΦΙΡ

10,5%

ΧΑΡΤΙΚΑ

έως
15%



ΧΛΩΡΙΝΗ

8%



ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ ΚΑΦΕΣ

7%

