

Του **ΔΗΜΗΤΡΗ ΧΡΙΣΤΟΥΛΙΑ**
d.christoulas@realnews.gr

Στην τελική ευθεία βρίσκεται η νομοθετική ρύθμιση που επεξεργάζεται το υπουργείο Ανάπτυξης, προκειμένου να αλλάξουν οι κανόνες για τις προσφορές και τις εκπτώσεις που πραγματοποιούν τα σούπερ μάρκετ σε τρόφιμα και άλλα βασικά αγαθά. Σύμφωνα με τον υπουργό Ανάπτυξης **Κώστα Σκρέκα**, το νομοσχέδιο αναμένεται να ψηφιστεί εντός του πρώτου τριμήνου της νέας χρονιάς. Στόχος του αρμόδιου υπουργείου είναι να περνά η πλειονότητα των προσφορών και των εκπτώσεων απευθείας στην τελική τιμή των προϊόντων, έτσι ώστε οι καταναλωτές να αγοράζουν κάθε ημέρα φθηνότερα προϊόντα, αλλά και να μπορούν να συγκρίνουν πιο εύκολα τις τιμές τους. Με αυτόν τον τρόπο, θα υπάρξουν «καθαρές» τιμές στα ράφια των σούπερ μάρκετ και θα καταπολεμηθούν οι «μαϊμού» προσφορές, που παραπλανούν τους καταναλωτές.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, όπως έχουν ξεκαθαρίσει κυβερνητικοί αξιωματούχοι, δεν τίθεται θέμα κατάργησης των προσφορών ή των εκπτώσεων στα σούπερ μάρκετ. «Αυτό που επιδιώκεται είναι να μπει μια τάξη στο χάος των προσφορών και των εκπτώσεων στα σούπερ μάρκετ, αλλά και να υπάρξει μείωση των τιμών σε μόνιμη βάση», τονίζουν χαρακτηριστικά. Σήμερα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ πραγματοποιούν εκατοντάδες προσφορές σε προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, όπως, μεταξύ άλλων, σε τρόφιμα, απορρυπαντικά, προϊόντα προσωπικής υγιεινής, καλλυντικά κ.ά. Υπολογίζεται ότι επτά στα 10 προϊόντα πωλούνται στα σούπερ μάρκετ υπό το καθεστώς κάποιας μορφής προωθητικής ενέργειας.

Πρόκειται για τη βασική εμπορική πολιτική που ακολουθούν όλα τα σούπερ μάρκετ, αφού με αυτόν τον τρόπο προσπαθούν να προσελκύσουν όσο το δυνατόν περισσότερους καταναλωτές, οι οποίοι, στην πλειονότητά τους, κάνουν τις καθημερινές τους αγορές με βασικό κριτήριο την τιμή των προϊόντων. Αναφορικά με τις προσφορές, εκπρόσωποι της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας είχαν τονίσει πρόσφατα ότι «στην Ελλάδα παραγίνεται με τις προσφορές. Αυτό δεν είναι λογικό. Σε τέτοια έκταση δεν συμβαίνει πουθενά στην Ευρώπη. Χρειάζεται εκλογίκευση και, φυσικά, όχι κατάργηση των προσφορών».

Μέτρα

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες της **Realnews**, η νομοθετική ρύθμιση του υπουργείου Ανάπτυξης θα προβλέπει, μεταξύ άλλων, τα εξής:

➤ Δεν θα επιτρέπονται εκπτώσεις και προσφορές σε προϊόντα που προηγουμένως έχουν ανατιμηθεί. Για παράδειγμα, εάν ένα τρόφιμο ή ένα απορρυπαντικό έχει ανατιμηθεί 10 λεπτά, δεν θα μπορεί στη συνέχεια να πωλείται με προσφορά 1+1 δωρό. Σε αυτές τις περιπτώσεις, μένει να προσδιοριστεί το χρονικό διάστημα μετά το οποίο θα δίνεται η δυνατότητα να γίνονται προσφορές σε προϊόντα που έχουν

ανατιμηθεί. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, μια τέτοια ρύθμιση είναι προς τη σωστή κατεύθυνση, καθώς δεν γίνεται από τη μία να αυξάνονται οι τιμές των προϊόντων σε ποσοστό 10% ή και 20% και στη συνέχεια να πωλούνται με έκπτωση 30%.

➤ Θα υπάρξουν ρυθμίσεις έτσι ώστε η τιμή μιας προσφοράς 1+1 να είναι ίδια με την τιμή της μονάδας στο ίδιο προϊόν. Με τη συγκεκρι-

Αλλάζουν οι προσφορές στα σούπερ μάρκετ. Τι θα προβλέπει η νομοθετική ρύθμιση που επεξεργάζεται το υπουργείο Ανάπτυξης, με στόχο τη μόνιμη μείωση τιμών σε βασικά αγαθά

μένη ρύθμιση, οι προσφορές θα είναι πραγματικές, καθώς έχει παρατηρηθεί σε ορισμένες περιπτώσεις ένα προϊόν, για παράδειγμα, να πωλείται 1 ευρώ και όταν είναι σε προσφορά 1+1 δωρό να διατίθενται προς 1,5 ευρώ, κάτι το οποίο καταργεί αυτομάτως την έννοια και την ουσία της προσφοράς. Επίσης, θα γίνονται πιο εύκολα οι συγκρίσεις τόσο από τους καταναλωτές όσο και από τις ελεγκτικές υπηρεσίες.

➤ Οι εκπτώσεις θα γίνονται σε ένα συγκεκριμένο ποσοστό επί των συνολικών προϊόντων που πουλά ένα σούπερ μάρκετ. Μια πρώτη σκέψη είναι οι προσφορές να επιτρέπονται στο περίπου 20% των προϊόντων. Σημειώνεται ότι ένα μεσαίο σούπερ μάρκετ έχει στα ράφια του περίπου 10.000 διαφορετικά προϊόντα και ένα μεγάλο πε-



Τα όπλα κατά της ακρίβειας

