



πρόστιμα

Οποιας επιχειρήσεις προχωρούν σε ανατιμήσεις προϊόντων και ταυτόχρονα εντάσσουν τα συγκεκριμένα προϊόντα σε προωθητικές ενέργειες θα έρχονται αντιμέτωπες με υψηλά πρόστιμα, που φτάνουν ακόμη και 2 εκατ. ευρώ

το πότε ένας προμηθευτής έχει γνωστοποιήσει σε μια αλυσίδα σούπερ μάρκετ ότι θα προχωρήσει σε ανατιμήσεις, από τη στιγμή που τελικά οι αυξήσεις αυτές δεν περάσουν στα ράφια των σούπερ μάρκετ, μπορεί να συνεχίσει κανονικά να εντάσσει τα συγκεκριμένα προϊόντα σε προωθητικές ενέργειες, δηλαδή να πωλούνται με προσφορά ή έκπτωση.

Προβληματισμός

Σύμφωνα με πληροφορίες της «R», επικρατεί έντονος προβληματισμός στους περισσότερους προμηθευτές, ειδικά σε όσους εμπορεύονται προϊόντα που οι καταναλωτές έχουν συνηθίσει να τα αγοράζουν είτε σε προσφορά με τουλάχιστον ένα προϊόν δωρεάν είτε με υψηλές εκπτώσεις. Ο ανταγωνισμός σε κάποιες κατηγορίες είναι πολύ μεγάλος, καθώς η πλειότητα των καταναλωτών επιλέγει τα προϊόντα που βρίσκονται μόνιμα σε προσφορά, σχεδόν όλον τον χρόνο. Δεν είναι λίγοι αυτοί που υποστηρίζουν ότι το πλήγμα που θα υποστούν στις πωλήσεις τους ορισμένοι προμηθευτές θα είναι σημαντικό, με αποτέλεσμα να μην τους συμφέρει να προχωρήσουν σε ανατιμήσεις. Εξάλλου, αυτός είναι ο στόχος και του μέτρου που έλαβε το υπουργείο Ανάπτυξης, δηλαδή να αποτρέψει τις αδικαιολόγητες αυξήσεις αλλά και τις προσφορές σε προϊόντα που, πριν ενταχθούν σε μια προωθητική ενέργεια, είχαν ανατιμηθεί, με τους καταναλωτές να μην έχουν κάποιο ουσιαστικό όφελος. Το ζητούμενο, όμως, είναι όχι απλά να μην γίνουν άλλες ανατιμήσεις, αλλά να υπάρξουν και σημαντικές μειώσεις. Το υπουργείο Ανάπτυξης αναμένει μειώσεις χάρη στην εφαρμογή των υπόλοιπων τριών μέτρων, που αφορούν το πλαφόν στο βρεφικό γάλα, τις «καθαρές» τιμές από το χωράφι στο ράφι και τον περιορισμό των εκπτώσεων και των παροχών από τους προμηθευτές στα σούπερ μάρκετ κατά 30%, με το όφελος να μεταφέρεται στους καταναλωτές. Μάλιστα, μέχρι να επιτευχθεί ο στόχος για σημαντική αποκλιμάκωση των τιμών σε

βασικά αγαθά, όπως είναι τα τρόφιμα, δεν αποκλείεται το αμέσως επόμενο διάστημα το υπουργείο Ανάπτυξης να προχωρήσει και σε νέες παρεμβάσεις.

Στοιχεία

Σύμφωνα με στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η «R» και έχει ήδη δημοσιεύσει, αρκετοί προμηθευτές είχαν προγραμματίσει να προχωρήσουν σε ανατιμήσεις τουλάχιστον 200 προϊόντων σε ποσοστό 6% με 7% το διάστημα Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου. Όπως όλα δείχνουν, αρκετές από αυτές τις αυξήσεις δεν πρόκειται τελικά να γίνουν. Οι ανατιμήσεις που έχουν προγραμματιστεί αφορούν, μεταξύ άλλων, τους φρέσκους χυμούς, τις οδοντόβουρτσες, τα αφρόλουτρα, τα χύμα και συσκευασμένα τυριά, τον καφέ εσπρέσο, τις έτοιμες σαλάτες και άλλα.

Το μέτρο που απαγορεύει να γίνονται εκπτώσεις και προσφορές σε προϊόντα τα οποία προηγουμένως έχουν ανατιμηθεί φαίνεται να έχει φέρει ήδη τα πρώτα αποτελέσματα. Μάλιστα, αξίζει να σημειωθεί ότι στις υπουργικές αποφάσεις που δημοσιεύθηκαν στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως προστέθηκε ότι η τριμηνιαία απαγόρευση από προσφορές και εκπτώσεις θα ισχύει και για όσα νέα προϊόντα έχουν την ίδια ή παρόμοια συσκευασία και μεγαλύτερη τιμή μονάδας. Ειδικότερα, η υπουργική απόφαση αναφέρεται σε προϊόντα που εμπεριέχουν μικρότερη ή μεγαλύτερη ποσότητα, κατά 50%, από άλλο όμοιο ή παρόμοιο προϊόν που διαθέτει η ίδια επιχείρηση στην αγορά, με αυξημένη τιμή μονάδας. Δηλαδή δεν θα μπορεί κάποιος προμηθευτής, προκειμένου να αποφύγει το τρίμηνο «μπλόκο» και να συνεχίσει να κάνει προσφορές και εκπτώσεις, να μειώνει την ποσότητα που περιέχει η συσκευασία ενός προϊόντος, χωρίς να μειώνεται αντίστοιχα η τιμή κιλού ή λίτρου. Και αυτό γιατί υπήρξαν περιπτώσεις κατά το παρελθόν που μίκραιναν οι συσκευασίες σε κάποια προϊόντα, αλλά δεν άλλαζαν οι τιμές τους, με αποτέλεσμα ουσιαστικά οι καταναλωτές να πληρώνουν ακριβότερα, καθώς αγόραζαν μικρότερες ποσότητες.

Στο στόχαστρο

Την ίδια στιγμή, με αμείωτη ένταση συνεχίζονται οι έλεγχοι σε όσες επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει σε ανατιμήσεις. Οι ελεγκτικοί μηχανισμοί του υπουργείου Ανάπτυξης γνωρίζουν ποιοι προμηθευτές έχουν ανακοινώσει ανατιμήσεις τους τελευταίους μήνες, καθώς βιομηχανίες και εμπορικές επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να ενημερώνουν κάθε Τρίτη το υπουργείο Ανάπτυξης. Έτσι, όποιες επιχειρήσεις προχωρούν σε ανατιμήσεις προϊόντων και ταυτόχρονα εντάσσουν τα συγκεκριμένα προϊόντα

σε προωθητικές ενέργειες θα έρχονται αντιμέτωπες με υψηλά πρόστιμα, που φτάνουν ακόμη και τα 2 εκατ. ευρώ. Παράλληλα, συνεχίζονται οι έλεγχοι και για αθέμιτη κερδοφορία, καθώς απαγορεύεται μέχρι και το τέλος Ιουνίου να πωλούνται βασικά αγαθά, όπως είναι τα τρόφιμα, με μεγαλύτερο μεικτό περιθώριο κέρδους από αυτό που ίσχυε τον Δεκέμβριο του 2021.

Έλεγχοι

Εκτός, όμως, από τα πρόστιμα για αθέμιτη κερδοφορία, με αμείωτη ένταση συνεχίζονται και οι έλεγχοι για πλασματικές εκπτώσεις. Μάλιστα, σύμφωνα με πληροφορίες της «R», τις αμέσως επόμενες ημέρες αναμένεται, εκτός μεγάλου απρόοπτου, να ανακοινωθούν νέα «τσουκτερά» πρόστιμα για παραπλανητικές εκπτώσεις σε επιχειρήσεις που έχουν φυσικά καταστήματα όσο και σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Τα πρόστιμα που αφορούν τις πλασματικές εκπτώσεις θα επιβληθούν σε εκείνες τις εταιρείες που σε συγκεκριμένα προϊόντα ανέβασαν τις τιμές πριν από τις εκπτώσεις, για να τις κατεβάσουν κατά τη διάρκεια της εκπωτικής περιόδου, με τους καταναλωτές ουσιαστικά να ωφελούνται ελάχιστα ή και καθόλου. Από τις αρχές Ιανουαρίου, όταν ξεκίνησαν οι χειμερινές εκπτώσεις, μέχρι και το τέ-



Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ Ανάπτυξης, Κώστας Σκρέκας

λος Φεβρουαρίου, οπότε και θα ολοκληρωθούν, οι ελεγκτικοί μηχανισμοί τόσο της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή όσο και της Διυπηρεσιακής Μονάδας Ελέγχου Αγοράς (ΔΙΜΕΑ) έχουν εξαπολύσει μπαράζ ελέγχων. Στο στόχαστρο των ελεγκτών, εκτός από τα φυσικά καταστήματα, βρίσκονται και τα ηλεκτρονικά, τα οποία προτιμούν όλο και περισσότεροι καταναλωτές για τις καθημερινές τους αγορές τόσο για αγαθά πρώτης ανάγκης όσο και για άλλα είδη, όπως είναι οι ηλεκτρονικές συσκευές, τα ρούχα, τα υποδήματα και πολλά άλλα.

