



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΕΝΙΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΟΡΘΗ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

Αθήνα, 15-11-2022

Αριθ. Πρωτ. : 108727 - 14-11-2022

Ταχ. Δ/ση : Πλατεία Κάνιγγος
Ταχ. Κώδικας : 10677
Τηλέφωνο : 210-3893572
Email : gen-sec@mindev.gov.gr

ΠΡΟΣ : Υπηρεσία Συντονισμού
Γραφείο Κοινοβουλευτικών Θεμάτων

ΘΕΜΑ: «Απάντηση στην με αριθμό 625/01-11-2022 Ερώτηση της ανεξάρτητης βουλευτού Αγγελικής Αδαμοπούλου με θέμα «Κρίσιμα σημεία της γνωμοδότησης της Επιτροπής Ανταγωνισμού για “το καλάθι του νοικοκυριού”»»

Σχέτ: Το με αρ. πρωτ. 105641/03-11-2022 υπηρεσιακό σημείωμα της Υπηρεσίας Συντονισμού

Σε απάντηση της με αριθμό 625/01-11-2022 Ερώτησης της ανεξάρτητης βουλευτού Αγγελικής Αδαμοπούλου με θέμα «Κρίσιμα σημεία της γνωμοδότησης της Επιτροπής Ανταγωνισμού για “το καλάθι του νοικοκυριού”», σας γνωρίζουμε ότι:

Σχετικά με το πρώτο ερώτημα που αφορά στην αξιοποίηση της 40/2022 (Β' 5599) γνωμοδότησης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, σας γνωρίζουμε ότι το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, δια της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου, επιδίωξε και είχε άριστη και παραγωγική συνεργασία με την Επιτροπή Ανταγωνισμού προκειμένου η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» να σχεδιαστεί με τρόπο που να μην δημιουργείται πρόβλημα στη λειτουργία του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο αυτό, δια της ίδιας γνωμοδότησης η Επιτροπή ανταγωνισμού αναφέρει ότι «η ρύθμιση καταρχήν δεν δημιουργεί ζητήματα εξ απόψεως δικαίου ανταγωνισμού, εφόσον η επιλογή των κατηγοριών προϊόντων που θα συμπεριλαμβάνονται στο καλάθι του νοικοκυριού δεν είναι αποτέλεσμα συμφωνίας της Πολιτείας με τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά ή οποιασδήποτε επικοινωνίας ή επαφής μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και η πρωτοβουλία δεν επιτρέπει ή ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να ανταλλάσσουν πληροφορίες ή να συμφωνούν από κοινού τα εν λόγω προϊόντα/κατηγορίες προϊόντων ή άλλες παραμέτρους του ανταγωνισμού. Ενόψει τούτων, είναι θετική η πρόβλεψη ότι οι ευρύτερες κατηγορίες προϊόντων θα καθορίζονται από το Υπουργείο χωρίς την εμπλοκή των παικτών της αγοράς, ενώ κάθε επιχείρηση θα επιλέγει αυτόνομα τα προϊόντα και τις τιμές τους. Σε κάθε περίπτωση, παρά τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού οι οποίες δύνανται να προκληθούν από το μέτρο, αυτό κρίνεται αναλογικό, εν όψει της παρούσης δύσκολης συγκυρίας για τους καταναλωτές και δεδομένης της προσωρινότητάς του έως 31.3.2023.».

Σχετικά με το δεύτερο ερώτημα, περί στρεβλώσεων που δήθεν θα προκύψουν από την εφαρμογή της πρωτοβουλίας «το καλάθι του νοικοκυριού» και απειλούν τη βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, είναι σημαντικό να υπογραμμιστούν τα ακόλουθα σημεία:

α) Η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» έχει ως σκοπό την ενίσχυση των καταναλωτών που αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες από την αύξηση του επιπέδου των τιμών που προκλήθηκε πρωτίστως από την παράνομη και ανήθικη εισβολή των ρωσικών στρατευμάτων στην ανεξάρτητη Ουκρανία. Ο σκοπός αυτός, όπως είναι λογικό σε ένα κράτος Δικαίου που δίνει προτεραιότητα στη στήριξη των πιο αδύναμων στρωμάτων της κοινωνίας, δεν μπορεί να παραμεριστεί προκειμένου να προστατευτεί ο τζίρος των μικρών επιχειρήσεων.

β) Οι μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης αγαθών δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες σε όρους τιμών ακριβώς επειδή δεν μπορούν να προμηθευτούν μεγάλες ποσότητες, δεν διαθέτουν μεγάλη πελατειακή βάση και συνήθως δεν μπορούν να επιτύχουν οικονομίες κλίμακος στις προμήθειές τους, στη διοίκησή τους και τους εργασιακούς πόρους που διαθέτουν. Το γεγονός αυτό δεν αλλάζει με την πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» αφού η πρωτοβουλία δεν μεταβάλλει επί τα χείρω τις δυνατότητες των μικρών επιχειρήσεων λιανικής πώλησης. Με την έννοια αυτή η πρωτοβουλία δεν φαλκιδεύει τον ανταγωνισμό. Αντίθετα, αυξάνει την ορατότητα του καταναλωτή στο σύνολο της αγοράς και του επιτρέπει να κάνει επιλογές με χαμηλότερο κόστος που επηρεάζονται λιγότερο από τις ανατιμήσεις που οφείλονται στην παράνομη και ανήθικη εισβολή των ρωσικών στρατευμάτων στην ανεξάρτητη Ουκρανία.

γ) Ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων ως προς τη δυνατότητά τους να προσφέρουν αγαθά στον καταναλωτή στη χαμηλότερη δυνατή τιμή δεν είναι ποτέ αθέμιτος, αντίθετα είναι πάντοτε επιθυμητός και θα έπρεπε πάντοτε να επιδιώκεται από ένα Κράτος Δικαίου. Η προστασία των μικρών επιχειρήσεων από αυτόν τον ανταγωνισμό μέσω της κατάργησης των παρατηρητηρίων τιμών και πρωτοβουλιών όπως «το καλάθι του νοικοκυριού», δηλαδή στερώντας από τον καταναλωτή τη δυνατότητα να κάνει αποτελεσματική έρευνα αγοράς, στερείται λογικής αλλά και ηθικής και δεν θα έπρεπε ποτέ να διατυπώνεται ως αίτημα από μέλη του ελληνικού Κοινοβουλίου.

δ) Οι μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης αγαθών επιβιώνουν και ευημερούν, σε μία ορθολογική οικονομία όπου ο καταναλωτής είναι ενημερωμένος και προστατεύεται από τους κρατικούς ελεγκτικούς μηχανισμούς, όχι επειδή ο καταναλωτής δεν γνωρίζει τις τιμές που επικρατούν στην αγορά, αλλά επειδή μπορούν να προσφέρουν καλύτερη σχέση ποιότητας – τιμής στους καταναλωτές τους από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις που δεν ενεργούν με τον τρόπο αυτό απλά χρεώνουν υψηλότερες τιμές στον καταναλωτή, χωρίς να προσφέρουν αυξημένη ποιότητα, εκμεταλλευόμενες την αδυναμία του καταναλωτή να κάνει αποτελεσματική έρευνα αγοράς. Η μη εφαρμογή της πρωτοβουλίας «το καλάθι του νοικοκυριού» και η κατάργηση των παρατηρητηρίων τιμών e-katanalotis και fuel-prices θα ευνοούσαν αυτές τις τελευταίες επιχειρήσεις σε βάρος της κοινωνίας και των καταναλωτών.

Αντίθετα η εφαρμογή της πρωτοβουλίας «το καλάθι του νοικοκυριού» και η ενίσχυση των παρατηρητηρίων τιμών e-katanalotis και fuel-prices, καθώς και η δημιουργία νέων και ισχυρότερων εργαλείων έρευνας αγοράς, ενισχύει τον καταναλωτή, βελτιώνει τη διαπραγματευτική του δύναμη έναντι των επιχειρήσεων, αποτελεί ουσιαστικό ανάχωμα στις ανατιμήσεις και λειτουργεί υπέρ του δημοσίου συμφέροντος. Για το λόγο αυτό, η Κυβέρνηση θα

συνεχίσει να ενισχύει τις πρωτοβουλίες αυτές καθώς και να διενεργεί τακτικούς ελέγχους στην αγορά για την πιστή τήρηση των μέτρων αυτών από τις επιχειρήσεις.

Σχετικά με το τρίτο ερώτημα που αφορά στη διερεύνηση των προθέσεων της Κυβέρνησης προκειμένου για τη μείωση του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.) στα είδη διατροφής, σας γνωρίζουμε ότι το μέτρο αυτό σε όσες περιπτώσεις εφαρμόστηκε στο παρελθόν είχε ελάχιστες θετικές συνέπειες για τους καταναλωτές. Ειδικότερα, το μέτρο αυτό είναι ελάχιστα κατάλληλο για τη βελτίωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών ιδίως για τους ακόλουθους λόγους:

α) Ο Φ.Π.Α. είναι ένας φόρος που διασπείρεται στο σύνολο της αλυσίδας παραγωγής, μεταφοράς και πώλησης των τελικών προϊόντων στον καταναλωτή. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται ότι η ενδεχόμενη μείωσή του θα ευνοήσει πρωτίστως το σύνολο των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην παραγωγή, μεταφορά και πώλησης του προϊόντος αφού αναμένεται να αξιοποιήσουν τη μείωση αυτή ως ένα μέσο της βελτίωσης της κερδοφορίας τους. Άλλωστε η τιμή ενός προϊόντος στην αγορά εξαρτάται πρωτίστως από τη ζήτηση που έχει, τα χαρακτηριστικά της ζήτησης (ελαστική / ανελαστική), την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και τις τιμές των ανταγωνιστικών προϊόντων. Στο μέτρο που οι ως άνω παράμετροι δεν διαφοροποιούνται οι παραγωγοί προϊόντων, οι μεταφορείς, οι μεσάζοντες, οι χονδρέμποροι και οι λιανέμποροι έχουν χαμηλό κίνητρο να μειώσουν τις τιμές τους και, συνεπώς, αναμένεται να αξιοποιήσουν τη μείωση του Φ.Π.Α. για να αυξήσουν το περιθώριο κέρδους τους. Ένα μόνο μικρό ποσοστό της μείωσης του Φ.Π.Α. αναμένεται να φτάσει στον τελικό καταναλωτή.

β) Ο Φ.Π.Α. είναι έμμεσος φόρος που σχετίζεται στενά με το επίπεδο (τον όγκο) της κατανάλωσης. Η μείωσή του συνεπώς θα ευνοούσε αναλογικά περισσότερο όσους αγοράζουν μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντων διατροφής και κυρίως νοικοκυριά μεγαλύτερου εισοδήματος αλλά και επιχειρήσεις παρασκευής γευμάτων (καταστήματα εστίασης, catering κ.λπ.). Αντίθετα οι καταναλωτές με χαμηλότερα εισοδήματα θα ευνοούνταν πολύ λιγότερο από την εφαρμογή του μέτρου. Το γεγονός αυτό εξηγεί το λόγο για τον οποίο η ΓΣΕΒΕΕ διατυπώνει διαρκώς και με έμφαση το αίτημα περί μείωσης του Φ.Π.Α. στα είδη διατροφής ως «μαγική» και «άμεση» λύση για το ζήτημα της ακρίβειας.

γ) Το μέτρο αυτό έχει ήδη υιοθετηθεί και από λίγες μόνο χώρες στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο όπως η Λετονία, η Πολωνία και η Βόρεια Μακεδονία με ρυθμό πληθωρισμού 21.8%, 17,9% και 18,7% για τον Οκτώβριο του 2022, ενώ στην Ελλάδα κατά το ίδιο χρονικό διάστημα ο ρυθμός του πληθωρισμού ήταν 9,1%. Προφανώς, λοιπόν, το μέτρο της μείωσης (ακόμα και μηδενισμού) του Φ.Π.Α. στα τρόφιμα αποδείχθηκε πλήρως αναποτελεσματικό στην πράξη.

δ) Η μείωση του Φ.Π.Α και των ειδικών φόρων κατανάλωσης αναφέρεται συχνά ως μία εύκολη «μαγική» λύση για την αντιμετώπιση της ακρίβειας, ωστόσο δεν έχει εφαρμοστεί ποτέ ως μέτρο από καμία πολιτική δύναμη που έχει εμπλακεί στη διακυβέρνηση της χώρας και που επικαλείται το μέτρο αυτό, ακριβώς επειδή εκτός από αναποτελεσματικό στην πράξη είναι επιζήμιο για τη δημοσιονομική ισορροπία του κράτους.

ε) Η μείωση του Φ.Π.Α. στα είδη διατροφής θα στερούσε από το κράτος πόρους που σήμερα χρησιμοποιούνται για την επιδότηση του κόστους ενέργειας για νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Συνεπώς, η εφαρμογή του μέτρου θα σήμαινε αντίστοιχη αύξηση των λογαριασμών ενέργειας για όλους.

Η μείωση του Φ.Π.Α. στα προϊόντα ενέργειας αναμένεται να έχει περίπου την ίδια επίδραση.

Για τους ως άνω λόγους η Κυβέρνηση έχει επιλέξει να μην εφαρμόσει το μέτρο της μείωσης του Φ.Π.Α. στα είδη διατροφής και στα προϊόντα ενέργειας και να αξιοποιήσει προσφορότερες μεθόδους για την απευθείας και αδιαμεσολάβητη ενίσχυση των καταναλωτών και ιδίως των πολιτών με χαμηλότερα εισοδήματα, όπως μέσω της επιδότησης των λογαριασμών ηλεκτρικού ρεύματος των καταναλωτών, την πρόβλεψη ειδικών επιδομάτων για τους καταναλωτές με χαμηλότερες οικονομικές δυνατότητες αλλά και την εκκίνηση της πρωτοβουλίας «καλάθι του νοικοκυριού» προκειμένου οι καταναλωτές να προστατευθούν, στο μέτρο του εφικτού, από τις διαρκείς ανατιμήσεις που οφείλονται στην παράνομη και ανήθικη εισβολή των ρωσικών στρατευμάτων στην ανεξάρτητη Ουκρανία. Τα μέτρα αυτά έχουν ήδη κριθεί αποτελεσματικά στο πεδίο της καθημερινότητας και αναμένεται να ενισχυθούν τους επόμενους μήνες.

ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ
Ο προϊστάμενος του Τμήματος Εξυπηρέτησης
Κοινού και Πρωτοκόλλου

Κ.Α.Α.
ΑΛΒΕΡΤΗ ΦΩΤΕΙΝΗ

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

Εσωτερική Διανομή

1. Γραφείο Υπουργού Ανάπτυξης και Επενδύσεων
2. Γραφείο Γενικού Γραμματέα Εμπορίου
3. Γραφείο Διοικητή ΔΙΜΕΑ
4. Γραφείο Προϊσταμένης Γενικής Διεύθυνσης Αγοράς και Προστασίας Καταναλωτή
5. Διεύθυνση Εμπορικής Επιχειρηματικότητας