



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΕΝΙΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Αθήνα, 06-12-2022

Αριθ. Πρωτ. : 117540 - 06-12-2022

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

ΠΡΟΣ : Υπηρεσία Συντονισμού  
Γραφείο Κοινοβουλευτικών Θεμάτων

**ΘΕΜΑ: «Απάντηση στην με αριθμό 917/18-11-2022 Ερώτηση της ανεξάρτητης βουλευτού Αγγελικής Αδαμοπούλου με θέμα «Έρευνα για την αποδοτικότητα του καλαθιού του νοικοκυριού.».**

**Σχέτ:** Το με αρ. πρωτ. 112068/18-11-2022 υπηρεσιακό σημείωμα της Υπηρεσίας Συντονισμού

Σε απάντηση της με αριθμό 917/18-11-2022 Ερώτηση της ανεξάρτητης βουλευτού Αγγελικής Αδαμοπούλου με θέμα «Έρευνα για την αποδοτικότητα του καλαθιού του νοικοκυριού», σας γνωρίζουμε ότι η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» έχει ολοκληρώσει περίπου πέντε εβδομάδες εφαρμογής και, στο διάστημα αυτό, έχει επιτύχει την πλήρη συγκράτηση (μηδενική αύξηση) και σε πολλές περιπτώσεις τη μείωση των τιμών των προϊόντων που έχουν ενταχθεί στο «καλάθι». Είναι βέβαιο ότι όσο διαρκεί η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» μεγαλύτερο μέρος του καταναλωτικού κοινού θα μπορέσει να αξιοποιήσει την πρωτοβουλία, να επιλέξει προϊόντα μέσα από το «καλάθι» για να καλύψει τις βασικές ανάγκες του και να επωφεληθεί από την, σχεδόν πλήρη, εξουδετέρωση των πληθωριστικών πιέσεων, εντός του «καλαθιού».

Σχετικά με τα αποτελέσματα της έρευνας του ΙΕΛΚΑ, αξίζει να υπογραμμιστούν δύο από τα ζητήματα που ανέδειξε. Το πρώτο αφορά στην διαπίστωση ότι το 18% του καταναλωτικού κοινού επισκέφθηκε κάποιο κατάστημα σουπερμάρκετ διαφορετικό από το συνηθισμένο του προκειμένου να αναζητήσει προϊόντα από το καλάθι του νοικοκυριού. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει ότι η διαφάνεια που προσέδωσε το «καλάθι του νοικοκυριού» στις τιμές των βασικών για την αξιοπρεπή διαβίωση προϊόντων, αλλά και η δυνατότητα εύκολης σύγκρισης μεταξύ αλυσίδων που έδωσε στον καταναλωτή, οδήγησαν στην μεταβολή της πελατειακής βάσης των μεγάλων αλυσίδων σουπερμάρκετ και πυροδότησε τον έντονο ανταγωνισμό μεταξύ τους.

Το δεύτερο στοιχείο της έρευνας του ΙΕΛΚΑ που αξίζει να υπογραμμιστεί είναι ότι, καίτοι το 22% των καταναλωτών θεωρεί το καλάθι μία θετική πρωτοβουλία, το 39% (περίπου οι διπλάσιοι) έκαναν αγορές από αυτό και το 56% (περισσότεροι από τους μισούς) επιθυμούν επέκταση της πρωτοβουλίας και σε άλλους κλάδους. Από το στοιχείο αυτό προκύπτει το συμπέρασμα ότι ένα σημαντικό ποσοστό (34%) των καταναλωτών θεωρεί ότι το «καλάθι του νοικοκυριού» δεν είναι μια θετική πρωτοβουλία, ωστόσο επιθυμεί την επέκτασή του σε άλλους κλάδους, κάτι που αποτελεί σχήμα οξύμωρο. Ομοίως, ένα σημαντικό ποσοστό (17%) των καταναλωτών θεωρεί ότι το «καλάθι του νοικοκυριού» δεν είναι μια θετική πρωτοβουλία, ωστόσο έκανε αγορές από «το καλάθι του νοικοκυριού» προκειμένου να επωφεληθεί από αυτήν. Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι προκειμένου να προκύψουν ρεαλιστικά συμπεράσματα από μία έρευνα γνώμης, όπως αυτή που διενεργήθηκε από τον ΙΕΛΚΑ, τα αποτελέσματά της θα πρέπει να κρίνονται συνδυαστικά.

Σε κάθε περίπτωση η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» έχει οδηγήσει, μετά από πέντε εβδομάδες εφαρμογής, σε συγκράτηση ή μείωση των τιμών του 95% των προϊόντων που συμμετέχουν σε αυτή και έχει οδηγήσει σε μεσοσταθμική μείωση περίπου 12% της συνολικής δαπάνης του καταναλωτή που αγοράζει τα προϊόντα που συμμετέχουν σε αυτό. Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα υψηλό, αντιστοιχεί σε περίπου 15,5 ευρώ ανά εβδομάδα και 67 ευρώ ανά μήνα, και αποτελεί ουσιαστική ελάφρυνση των οικονομικών βαρών των πολιτών που αφορούν στην αγορά βασικών προϊόντων για την αξιοπρεπή διαβίωση των καταναλωτών.

Παράλληλα, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η πρωτοβουλία «το καλάθι του νοικοκυριού» έχει αμελητέο δημοσιονομικό αποτύπωμα, υπό την έννοια ότι δεν επιβαρύνει τον κρατικό προϋπολογισμό και συνεπώς δεν επιβαρύνει, έμμεσα, τον φορολογούμενο καταναλωτή που πληρώνει τους φόρους του και είναι συνεπής στις υποχρεώσεις του.

**ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ**  
**Ο προϊστάμενος του Τμήματος Εξυπηρέτησης**  
**Κοινού και Πρωτοκόλλου**

**Κ.Α.Α.**  
**ΤΣΙΝΤΖΟΥ ΘΕΟΔΩΡΑ**

**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

