

2719
7/6

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ**
Γ. Γ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ-Γ.Γ. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

4-6

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ**

Ταχ. Δ/ση : Πλ. Κάνιγγος
Ταχ. Κώδικας : 101 81
Πληροφορίες : Κων/να Παπακώστα
ΤΗΛ. : 210 3837150
Email: gemporiou@gge.gr
FAX : 210 3837843

Αθήνα, 03/06/2010

Αριθ. Πρωτ.: Β13-413

ΠΡΟΣ :
Τη Βουλή των Ελλήνων
Διεύθυνση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα: Αναφορών (3)

ΚΟΙΝ.:
-Βουλευτές κ.κ.
1. Δ. Μανωλάκου.
2. Ν. Καραθανασόπουλο.

ΘΕΜΑ: Απάντηση στην Ερώτηση των Βουλευτών κ.κ. Δ. Μανωλάκου και Ν. Καραθανασόπουλου.

Σχετ.: Αναφορά 2719/04-05-2010.

Απαντώντας στην παραπάνω αναφορά, που κατέθεσαν στη Βουλή των Ελλήνων οι Βουλευτές κ.κ. Δ. Μανωλάκου και Ν. Καραθανασόπουλος, σχετικά με καταγγελία του Συνδέσμου Εταιρειών Επιχειρηματικού και Διαφημιστικού Δώρου για τη λειτουργία μονοπωλιακών δράσεων στο χώρο του κλάδου, σας γνωστοποιούμε τα ακόλουθα:

Οι προωθητικές ενέργειες που αποτελούν μεν διεθνή πρακτική, στη χώρα μας χρησιμοποιούνται σε υπερβολικό βαθμό και σύμφωνα με επίσημα στοιχεία φτάνουν μεσοσταθμικά σε ποσοστό 33% και σε ορισμένους κλάδους στο 95% του τζίρου των προϊόντων που πωλούνται μέσω αυτών. Βασικές παρενέργειες αυτής της πρακτικής είναι ότι:

- α) Ο καταναλωτής αποπροσανατολίζεται στην προσπάθεια του να διαπιστώσει τη σχέση αξίας προς τιμή.
- β) Οι επιχειρήσεις αποφεύγουν τις πάγιες μειώσεις τιμών στο ράφι, μειώνοντας έτσι τις συνθήκες ανταγωνισμού.
- γ) Αυτές οι πρόσκαιρες μειώσεις τιμών δεν καταγράφονται στο δείκτη τιμών καταναλωτή.

Ο προηγούμενος Υφυπουργός Εμπορίου, λίγες μέρες πριν τις εκλογές, υπόγραψε Αγορανομική Διάταξη για τις Προωθητικές ενέργειες. Με αυτή τη διάταξη έθετε αυστηρότατους φραγμούς στις μεθόδους προωθητικών ενεργειών, περιορίζοντας τις σε πέντε τύπους. Επιπλέον επέβαλε συγκεκριμένο τύπο σήμανσης των προωθητικών ενεργειών στο χώρο της λιανικής πώλησης. Η Αγορανομική Διάταξη δεν εφαρμόστηκε όπως διαπιστώσαμε από ελέγχους, αντιθέτως υπήρχε σειρά αιτημάτων τόσο από τη βιομηχανία όσο και το λιανεμπόριο για τροποποίηση της Αγορανομικής Διάταξης. Ξεκινήσαμε διάλογο με τους φορείς των κλάδων και ζητήσαμε τις δικές τους προτάσεις,

επίσης είχαμε προτάσεις τόσο από φορείς της Βιομηχανίας-Λιανεμπορίου όσο και από τις Ενώσεις Καταναλωτών.

Η Κυβέρνησή μας, στις σημερινές κρίσιμες συνθήκες στις οποίες βρίσκεται ο Έλληνας καταναλωτής, έθεσε σαν βάση διαλόγου τις εξής αρχές:

1. Απόλυτη γνώση του οφέλους της κάθε προωθητικής ενέργειας στον καταναλωτή.
2. Διαφάνεια στους όρους των προωθητικών ενεργειών.
3. Απλοποίηση του ρυθμιστικού πλαισίου.
4. Οι ονομαστικές τιμές στο ράφι να τείνουν στο επίπεδο των πραγματικών τιμών που αγοράζει ένας καταναλωτής τα προϊόντα (every day low price).

Ως αποτέλεσμα αυτού του διαλόγου προέκυψε ένα σχέδιο Αγορανομικής Διάταξης που τη θέσαμε σε διαβούλευση και πρωτίστως:

- ο Απλοποιεί το ρυθμιστικό πλαίσιο.
- ο Κάνει σαφές το όφελος του καταναλωτή από τις προωθητικές ενέργειες.
- ο Θέτει χρονικό όριο στην ισχύ των προωθητικών ώστε να αποκλείονται παραπλανητικές «Μόνιμες προωθητικές ενέργειες».
- ο Δημιουργεί διαφάνεια δίνοντας τη δυνατότητα στον καταναλωτή να γίνεται γνώστης, του οφέλους που θα αποκόμιζε από κάθε προωθητική ενέργεια.

Όλες οι καταναλωτικές οργανώσεις έχουν ζητήσει και υποστηρίξει τις συγκεκριμένες παρεμβάσεις. Την αναγκαιότητα διαφάνειας και περιορισμού της έκτασης των προωθητικών ενεργειών επιβεβαιώνουν και οι εκπρόσωποι των βιομηχανιών, με τους οποίους συναντήθηκε το επιτελείο του Υπουργείου Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας τις τελευταίες εβδομάδες καθώς και η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου.

Σχετικά με αυτό πρέπει να αποσαφηνιστεί ότι:

Α) δεν υπάρχει πρόθεση απαγόρευσης ανόμοιων δώρων όπως έχει αναφερθεί πολλές φορές εκ μέρους και του Γενικού Γραμματέα.

Β) έχει ζητηθεί από το Σύνδεσμο Εταιρειών Προωθητικών Δώρων να μας ενημερώσουν για το μέγεθος και τις δραστηριότητες των μελών τους (που δραστηριοποιούνται και σε άλλους χώρους) χωρίς να έχουμε επίσημη απάντηση.

Γ) πρόθεση της διάταξης αυτής είναι η ενίσχυση των επιχειρήσεων που παράγουν και πωλούν τα προϊόντα τους στην Ελληνική αγορά.

Τελικά με τη ρύθμιση αυτή βούληση μας είναι να προστατευτεί ο Έλληνας καταναλωτής από παραπλανητικές πρακτικές προώθησης πωλήσεων.

Επιπλέον, σας επισυνάπτουμε το με αριθμ. πρωτ. 2954/13-05-2010 σχετικό με το θέμα έγγραφο της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Η ΥΠΟΥΡΓΟΣ

ΛΟΥΚΑ Τ. ΚΑΤΣΕΛΗ

Ε. Δ.

Γραφείο κας Υπουργού
Υπόψη κας Όλ. Γουμπουρού



ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ
Η ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ

α.α.

ΚΩΝ/ΝΑ ΠΑΠΑΚΩΣΤΑ

ΕΠΕΙΓΟΝ

[Αποστολή με τηλεομοιοτυπία και
επίδοση]



Γενική Δ/ση Ανταγωνισμού
Δ/ση Νομικής Τεκμηρίωσης
Κότσικα 1Α & 28ης Οκτωβρίου,
104.34 Αθήνα
Πληροφ.: Ν. Ζευγώλης
Τηλεφ.: 210-88.09.149
Τηλεομ.: 210-88.09.132
Ηλ.Δ/ση: nzevgolis@epant.gr
Ιστοσελ.: www.epant.gr

Αθήνα, 25η Μαΐου 2010
Αριθ. Πρωτ.: 2954/13.05.2010
Προς
**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ &
ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ**
ΓΕΝ. ΓΡΑΜ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ
**ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ
ΕΛΕΓΧΟΥ**

Υπόψη κας Κ. Παπακώστα

Τηλ. : 210-38.37.150, 309
Τηλεομ. : 210 – 38.37.843

Θέμα: Αναφορά του Συνδέσμου Εταιρειών Επιχειρηματικού & Διαφημιστικού
Δώρου, με την οποία καταγγέλλεται ότι η λειτουργία δράσεων στο χώρο έχει
δημιουργήσει σοβαρότατα προβλήματα επιβίωσης του κλάδου

Σχετ.: Το υπ' αριθμ. πρωτ. Β13-413/12.05.2010 έγγραφό σας, το οποίο αφορά:
Στην υπ' αριθμ. πρωτ. 9011 (Α-9011)/07.05.2010 ερώτηση των Βουλευτών
κας Διαμάντως Μανωλάκου και κ. Νίκου Καραθανασόπουλου (ερώτηση
2719/04.05.2010)

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, λαμβάνοντας υπόψη τα αναφερόμενα στην ανωτέρω
ερώτηση επισημαίνει τα εξής:

Σχετικά με την ανωτέρω ερώτηση των Βουλευτών κας Διαμάντως Μανωλάκου και κ.
Νίκου Καραθανασόπουλου, σας επισημαίνουμε ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού, όπως
γνωρίζετε, είναι αρμόδια αποκλειστικά για τη διαπίστωση παραβάσεων των
διατάξεων του ν.703/77 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας
του ελεύθερου ανταγωνισμού», ως ισχύει, καθώς και των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ
(πρώην 81 και 82 ΣυνθΕΚ).

Ειδικότερα, η Επιτροπή Ανταγωνισμού επιλαμβάνεται υποθέσεων κατόπιν καταγγελίας, γνωστοποιήσεως ή αυτεπαγγέλτως, εφόσον συντρέχουν περιπτώσεις όπως:

- διερεύνηση ενδεχόμενης σύμπραξης μεταξύ επιχειρήσεων που έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού, κατ' εφαρμογή του άρθρου 1 παρ. 1 του Ν. 703/1977,
- διερεύνηση ενδεχόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, κατ' εφαρμογή του άρθρου 2 του Ν. 703/1977,
- προληπτικός έλεγχος της επίδρασης στον ανταγωνισμό συγκεντρώσεων (συγχωνεύσεων και εξαγορών) μεταξύ επιχειρήσεων, κατά τα προβλεπόμενα στα άρθρα 4-4στ του Ν. 703/1977.

Επομένως, με βάση τα ανωτέρω, τα θέματα που τίγονται στην παραπάνω σχετική ερώτηση (Αναφορά του Συνδέσμου Εταιρειών Επιχειρηματικού & Διαφημιστικού Δώρου) δεν εμπίπτουν στην αρμοδιότητά μας.



Ακριβές αντίγραφο
Ο Προϊστάμενος

Ο Πρόεδρος

Δημήτριος Κυριτσάκης

I. Κατρακάκης