



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

Αθήνα, 29 Αυγούστου 2024

Δημητροκάλλης Ιωάννης
i.dimitrokallis@parliament.gr

ΕΡΩΤΗΣΗ

- ΠΡΟΣ:**
1. Τον Υπουργό Ανάπτυξης
 2. Τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων
 3. Τον Υπουργό Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών

Θέμα: **«Πληθωρισμός και ακρίβεια: Οι πολίτες δυσκολεύονται να ανταποκριθούν στις αυξήσεις των καταναλωτικών αγαθών.»**

Σύμφωνα με διαδικτυακό δημοσίευμα του ιστότοπου « in.gr » η ακρίβεια και ο πληθωρισμός εξακολουθούν να βρίσκονται στην κορυφή των προβλημάτων που απασχολούν τους πολίτες. Η κόπωση η ανησυχία, αλλά και η καταπιεσμένη οργή του κόσμου για την άνοδο του κόστους ζωής καταγράφεται σε όλες τις δημοσκοπήσεις, εκφράστηκε στις κάλπες των ευρωεκλογών, επιβεβαιώνεται από τη νέα έκθεση οικονομικής συγκυρίας του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, όπου οι 6 στους 10 καταναλωτές ίσα που τα βγάζουν πέρα.

Κι όμως η κυβέρνηση αυτοσυγχαίρεται ότι νικάει στις μάχες με την ακρίβεια, και σύντομα θα νικήσει και στον πόλεμο. Μόνο που όσο τα κυβερνητικά επιτελεία αναμετρίονται με το τέρας της αισχροκέρδειας, κυρίως με επικοινωνιακές ανακοινώσεις και συναντήσεις , αφού δεν έχει αλλάξει κάτι ουσιαστικό στο μείγμα ημίμετρων που εφαρμόζονται, τα νοικοκυριά εξακολουθούν να ασθμαίνουν.

Μέσα σε αυτό το κλίμα τα νέα για την ακρίβεια είναι αντιφατικά. Τα σούπερ μάρκετ μέσω του Ινστιτούτου Έρευνας και Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), ανακοίνωσαν ότι ο Ιούλιος «έτρεξε» με αρνητικό πληθωρισμό για τρίτο συνεχή μήνα – έστω και οριακό της τάξης του -1,54%.

Από την άλλη, τα προκαταρκτικά στοιχεία της Eurostat για τον ίδιο μήνα χτυπάνε καμπανάκι, για ανοδικές τάσεις του πληθωρισμού. Η Ελλάδα έχει τον 4ο υψηλότερο πληθωρισμό στην Ευρωζώνη, με 3% (από 2,5% τον Ιούνιο), ενώ ο μέσος όρος της ΕΕ κυμαίνεται στο 2,6% εμφανίζοντας ήπιες ανοδικές τάσεις από το 2,5%.

Με βάση τα ίδια στοιχεία τα τρόφιμα στην Ελλάδα (που ωστόσο προσμετρούνται στην ίδια κατηγορία με τον καπνό και αλκοόλ) ακρίβυναν σε σύγκριση με πέρυσι κατά 1,5%, από 1,4% τον Ιούνιο.

Ο υψηλότερος πληθωρισμός προέρχεται από τις υπηρεσίες ελέω τουριστικής σεζόν, καταγράφοντας σημαντική επιτάχυνση σε σύγκριση με τον Ιούνιο, στο 5% από 4,5%

Η μεγαλύτερη διαφορά όμως προέρχεται από τον κλάδο της ενέργειας, που μετά από τη μείωση κατά -2,4% τον Ιούνιο, οι τιμές εκτινάχθηκαν εκ νέου, καταγράφοντας ετήσια αύξηση 1,4%.

Τελικά ποιον να πρωτοπιστέψουν τα νοικοκυριά; Τη Eurostat που δείχνει ότι όλα ακριβαίνουν, ακόμα και τα τρόφιμα; Το ΙΕΛΚΑ και την Ένωση Σουπερμάρκετ Ελλάδας που αναφέρει αρνητικό πληθωρισμό; Η μήπως την τσέπη τους που αδειάζει, ενίοτε με ταχύτερο ρυθμό από πέρυσι;

Η μήπως έχουν όλοι δίκιο, από την δική τους πλευρά; Οι εκθέσεις του ΙΕΛΚΑ, που επιβεβαιώνονται σε ένα βαθμό και από τις εταιρείες ερευνών αγοράς όπως η Nielsen και η Circana, δεν αμφισβητούνται, με βάση τη μεθοδολογία που ακολουθούν. Μόνο που το -1,5% μεσοσταθμική μείωση δεν φτάνει για να αντιστρέψει τις σωρευτικές ανατιμήσεις, ειδικά στα τρόφιμα, που φτάνουν αθροιστικά το 30% σε βάθος τριετίας, όπως επιβεβαιώνει και το IOBE.

Μια άλλη αλήθεια, εξίσου αναντίρρητη, είναι αυτή που διηγούνται οι εκπρόσωποι των τοπικών εμπορών, όπως ο Εμπορικός Σύλλογος Πειραιά. Ο τζίρος των εμπορικών καταστημάτων, ιδίως των μικρομεσαίων και όχι των αλυσίδων, ακολουθεί να βαίνει πτωτικά καθ'όλη τη διάρκεια της χρονιάς, μας λένε. Μάλιστα όπως αποκαλύπτει η έρευνά τους, η περίοδος των θερινών εκπτώσεων ξεκίνησε ιδιαίτερα υποτονικά, με τα 9 στα 10 καταστήματα (87,5%), να αναφέρουν μείωση τζίρου. Η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών έχει άμεσο αντίκτυπο στις αγοραστικές τους συνήθειες με τις καλοκαιρινές εκπτώσεις να μην αποτελούν εξαίρεση.

Την ίδια στιγμή που ο τζίρος των συννοικιακών εμπορικών καταστημάτων βουλιάζει, οι αλυσίδες σουπερμάρκετ βλέπουν τους τζίρους τους να αβγατίζουν. Η κατανάλωση αυξάνεται, όχι μόνο σε αξία, αλλά πλέον και σε όγκο. Το πρώτο εξάμηνο του 2024, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας έρευνας αγοράς Circana, ο τζίρος αυξήθηκε κατά 3,1% και ο όγκος πωλήσεων κατά 2,9%. Οι τιμές πάλι, αυξήθηκαν οριακά κατά 0,1%.

Παρόμοια εικόνα προκύπτει από τα τελευταία στοιχεία της εταιρείας έρευνας αγοράς NielsenIQ για το 2ο τρίμηνο του 2024: Οι τιμές των τυποποιημένων προϊόντων

ανά τεμάχιο, για πρώτη φορά κατέγραψαν μεσοσταθμική μείωση, κατά -0,5%. Όμως το ίδιο διάστημα πέρυσι είχε προηγηθεί ετήσια αύξηση 11,1%.

Ακόμα κι έτσι δηλαδή τα προϊόντα παραμένουν πάνω από 11% ακριβότερα από την αντίστοιχη περίοδο του 2022 , τη χρονιά που σημειώθηκαν οι υψηλότερες ανατιμήσεις.

Αντίστοιχα, από τα πιο αναλυτικά στοιχεία της εξίσου Circana, προκύπτει ότι το πρώτο εξάμηνο του 2024 οι τιμές των τυποποιημένων τροφίμων αυξήθηκαν μεσοσταθμικά κατά 1,95% περίπου με τον ίδιο ρυθμό όπως και πέρυσι. Οι μόνες κατηγορίες με μείωση τεμαχιακής τιμής ήταν τα γαλακτοκομικά και το αλκοόλ, ενώ σε όλα τα υπόλοιπα τρόφιμα συνεχίζονται οι ανατιμήσεις. Ο πληθωρισμός επιβραδύνεται σημαντικά στα είδη προσωπικής υγιεινής, κατά -5,9% και δευτερευόντως στα καθαριστικά σπιτιού, κατά -1,5%

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, η κατηγορία τροφίμων με τις μεγαλύτερες μειώσεις τιμών είναι τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά (-7,34%). Αντίθετα τις μεγαλύτερες αυξήσεις παρουσίασαν τα φρέσκα ψάρια και θαλασσινά (5,9%), τα ορεκτικά, αλίπαστα και άλλα σερβιριζόμενα είδη (5,11%), τα τρόφιμα παντοπωλείου (3,65%), τα οινοπνευματώδη ποτά (3,21%) και τα μπισκότα, οι σοκολάτες, τα ζαχαρώδη (3,01%).

Ερωτώνται οι αρμόδιοι Υπουργοί:

1. Ποια είναι τα μέτρα που λαμβάνει η κυβέρνηση για να αντιμετωπίσει τις αντιφατικές αναφορές πληθωρισμού από την Eurostat και τα σούπερ μάρκετ;
2. Πώς εξηγεί η κυβέρνηση την αύξηση του πληθωρισμού στην Ελλάδα, παρά τις δηλώσεις για μείωση των τιμών στα σούπερ μάρκετ;
3. Ποια στρατηγική θα εφαρμοστεί για να στηριχθούν τα νοικοκυριά που δυσκολεύονται να ανταπεξέλθουν στις αυξήσεις τιμών;
4. Ποια είναι η πολιτική της κυβέρνησης για τη μείωση της αισχροκέρδειας, όπως αναφέρεται στο δημοσίευμα;
5. Ποια μέτρα θα ληφθούν για την ενίσχυση των μικρομεσαίων εμπορικών καταστημάτων που πλήττονται από τον πληθωρισμό;

Ο ερωτών Βουλευτής

Δημητροκάλλης Ιωάννης
Ανεξάρτητος Βουλευτής
Α' Ανατολικής Αττικής