



ΠΑΒ <u>852</u>
25 Νοε. 2011

Ροδούλα Αθ. Ζήση
Βουλευτής Μαγνησίας

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

Νέο Ψυχικό, 17 Νοεμβρίου 2011
Αριθ. Πρωτ.: 2520

Προς
Βουλευτές ΠΑΣΟΚ
Εκλογική Περιφέρεια ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ
κα Ρ. Ζήση & κ. Κ. Καρτάλη

Αξιότιμη Κυρία και Αξιότιμε Κύριε,

ΘΕΜΑ: ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΣΤΟ 13% ΦΠΑ.
ΣΧΕΤ: Η υπ' αριθμ. πρωτ. 2519/ 17-11-2011 επιστολή του ΣΕΒΑ.

Γνωρίζοντας ότι στην Εκλογική σας Περιφέρεια, δραστηριοποιούνται εταιρείες / Μέλη μας, σας κοινοποιούμε για ενημέρωσή σας, την επιστολή που στείλαμε στους Αντιπροέδρους της Κυβέρνησης, στον Υπουργό Οικονομικών, στον Υπουργό Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας και στον Υπουργό Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης, αιτούμενοι την επαναφορά των Μη Αλκοολούχων Ποτών Ετοίμων προς Πόση στο 13% ΦΠΑ.

Επίσης, σας επισυνάπτουμε σχετική παρουσίαση που παρουσιάζει την συνεχιζόμενη αρνητική πορεία της αγοράς καθώς και στοιχεία ερευνών που επιβεβαιώνουν ότι η μετάταξη των Μη Αλκοολούχων Ποτών στον Υψηλό Συντελεστή αποτελεί διακριτική μεταχείριση για την πορεία της αγοράς καθώς και ενδεικτικές έρευνες για τον τρόπο επιλογής κατανάλωσης ποτού.

Βρισκόμαστε στην διάθεσή σας για κάθε διευκρίνιση.

Με τιμή,



Βασίλης Λώλας
Πρόεδρος Δ.Σ.

Συν.: α) Η υπ' αριθμ. πρωτ. 2519/17-11-2011 επιστολή του ΣΕΒΑ.
β) Η πορεία της αγοράς των μη αλκοολούχων ποτών – Οκτώβριος 2011.



ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ – ΜΕΛΗ ΣΕΒΑ



COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε.



ΕΨΑ Α.Ε.



ΨΥΓΕΙΑ ΚΛΙΑΦΑ Α.Ε.



ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΚΟΥΓΙΟΣ Α.Β.Ε.Ε.



ΑΦΟΙ Γ. ΚΟΥΡΤΙΔΗ Α.Ε.



PEPSICO – HBH Α.Β.Ε.

Λίγα Λόγια για τον ΣΕΒΑ

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών (ΣΕΒΑ) είναι το επίσημο όργανο εκπροσώπησης των κοινών θέσεων και απόψεων της Ελληνικής Βιομηχανίας Αναψυκτικών και Χυμών, στην οποία λειτουργούν περισσότερες από 30 επιχειρήσεις. Μέλη του Συνδέσμου μας είναι πολλές επιχειρήσεις του κλάδου Μη αλκοολούχων ποτών. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που εκπροσωπεί είναι Ελληνικές, λειτουργώντας, στο σύνολό τους, πάνω από 12 εργοστασιακές μονάδες σ' όλη τη χώρα και απασχολώντας 6.000 εργαζομένους.

Επιπρόσθετα, ο Σύνδεσμός μας αποτελεί έναν από τους κλαδικούς Συνδέσμους του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων, ο οποίος με τη σειρά του εκπροσωπεί σε θεσμικό επίπεδο το σύνολο των θέσεων και απόψεων της ενιαίας Ελληνικής Βιομηχανίας Τροφίμων και Μη Αλκοολούχων Ποτών. Είναι μέλος της UNESDA, του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Μη Αλκοολούχων Ποτών, ο οποίος αποτελεί τον επίσημο φορέα που εκπροσωπεί τις εταιρίες Μη Αλκοολούχων Ποτών στην Ευρώπη.



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

Νέο Ψυχικό, 17 Νοεμβρίου 2011
Αριθ. Πρωτ.: 2519

Κύριο Ε. Βενιζέλο
Αντιπρόεδρο της Κυβέρνησης &
Υπουργό Οικονομικών
Νίκης 5-7
101 80 Αθήνα

Αξιότιμε Κύριε Αντιπρόεδρε,

ΘΕΜΑ: ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΣΤΟ 13% ΦΠΑ.

Όλα τα Ποτά ανταγωνίζονται μεταξύ τους στην προτίμηση των καταναλωτών. Οι άνθρωποι καταναλώνουν καθημερινά ποικιλία ποτών για να καλύψουν συγκεκριμένες ανάγκες τους, ανάλογα με τις περιστάσεις (πρωινό, γεύμα κλπ) και ανάλογα με την ψυχολογία τους.

Είναι ευρύτερα γνωστό ότι η τελευταία σας απόφαση να μεταφερθούν τα Μη Αλκοολούχα Ποτά – Έτοιμα προς Πόση – στον συντελεστή ΦΠΑ 23%, αποτελεί διακριτική μεταχείριση των κατηγοριών αυτών των προϊόντων και προκαλεί στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό. Επηρεάζει δε άμεσα την ομαλή λειτουργία της αγοράς και μειώνει δραματικά την κατανάλωση αυτών των προϊόντων.

Ο Σύνδεσμός μας έχει επανειλημμένα επισημάνει ότι τα τελευταία 2 χρόνια ο κλάδος μας έχει βιώσει:

- Την αύξηση του συντελεστή ΦΠΑ κατά 14 μονάδες!!
- Σημαντικές αυξήσεις στα κόστη των Α' Υλών.
- Την μείωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών που στην χώρα μας έχει φτάσει στο χαμηλότερο επίπεδο της Ευρώπης.

Στο πλαίσιο αυτό η αγορά των Μη Αλκοολούχων Ποτών εξακολουθεί και στο τρίτο τρίμηνο 2011 την πτωτική της πορεία και η βιωσιμότητα των βιομηχανιών του κλάδου έχει τεθεί πλέον σε κίνδυνο, ενώ η είσπραξη των εσόδων που το κράτος υπολογίζει, δεν επιτυγχάνεται.

Ως εκ τούτου σας ζητάμε εκ νέου να εξετάσετε την επαναφορά των Μη Αλκοολούχων Ποτών στο 13% ΦΠΑ.

Σας επισυνάπτουμε σχετική παρουσίαση για την πορεία της αγοράς καθώς και ενδεικτικές έρευνες για τον τρόπο επιλογής των ποτών που καταναλώνονται, που επιβεβαιώνουν ότι υπάρχει διακριτική μεταχείριση των Μη Αλκοολούχων Ποτών Έτοιμων Προς Πόση.



Κύριε Αντιπρόεδρε,

Πιστεύουμε ότι αντιλαμβάνεστε την αγωνία μας για τη βιωσιμότητα των βιομηχανιών του κλάδου στην χώρα μας και παρακαλούμε για την πραγματοποίηση συνάντησης άμεσα προκειμένου να συζητηθούν λεπτομερώς οι παραπάνω θέσεις μας καθώς και η εκ μέρους σας δυνατότητα να ανταποκριθείτε στο αίτημά μας για την επαναφορά των προϊόντων μας στο 13% ΦΠΑ.



Συν.: Η πορεία της αγοράς των μη αλκοολούχων ποτών – Οκτώβριος 2011.

Κοιν.: α) κ. Π. Οινονόμου, Αναπληρωτή Υπουργό Οικονομικών &
β) κ. Γ. Καπελή, Γενικό Γραμματέα Φορολογικών και Τελωνειακών Θεμάτων.

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ – ΜΕΛΗ ΣΕΒΑ



COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ ΑΕ



ΕΨΑ Α.Ε.



ΨΥΓΕΙΑ ΚΛΙΑΦΑ Α.Ε.



ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΚΟΥΓΙΟΣ Α.Β.Ε.Ε.



ΑΦΟΙ Γ. ΚΟΥΡΤΙΔΗ Α.Ε.



PEPSICO – HBH Α.Β.Ε.

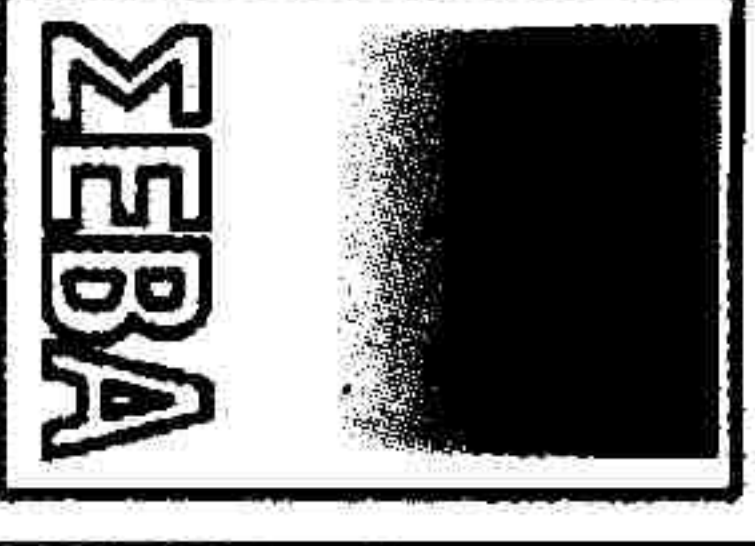
Λίγα Λόγια για τον ΣΕΒΑ

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Αναψυκτικών (ΣΕΒΑ) είναι το επίσημο όργανο εκπροσώπησης των κοινών θέσεων και απόψεων της Ελληνικής Βιομηχανίας Αναψυκτικών και Χυμών, στην οποία λειτουργούν περισσότερες από 30 επιχειρήσεις. Μέλη του Συνδέσμου μας είναι πολλές επιχειρήσεις του κλάδου Μη αλκοολούχων ποτών. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που εκπροσωπεί είναι Ελληνικές, λειτουργώντας, στο σύνολό τους, πάνω από 12 εργοστασιακές μονάδες σ' όλη τη χώρα και απασχολώντας 6.000 εργαζομένους. Επιπρόσθετα, ο Σύνδεσμός μας αποτελεί έναν από τους κλαδικούς Συνδέσμους του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων, ο οποίος με τη σειρά του εκπροσωπεί σε θεσμικό επίπεδο το σύνολο των θέσεων και απόψεων της ενιαίας Ελληνικής Βιομηχανίας Τροφίμων και Μη Αλκοολούχων Ποτών. Είναι μέλος της UNESDA, του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Μη Αλκοολούχων Ποτών, ο οποίος αποτελεί τον επίσημο φορέα που εκπροσωπεί τις εταιρίες Μη Αλκοολούχων Ποτών στην Ευρώπη.

Η πορεία της αγοράς των Μη Αλκοολούχων Ποτών

Οκτώβριος 2011

Ο Αντίκτυπος της Οικονομικής Κρίσης στα Ελληνικά Νοικοκυριά



- Οι Έλληνες καταναλωτές αισθάνονται απαισιόδοξοι (91%), απογοητευμένοι (70%), θυμωμένοι (58%), και αγχωμένοι / ανασφαλείς (49%).
- Το 66% των Ελλήνων, έχει περιορίσει τις αγορές του, με σκοπό την μείωση των δαπανών στο νοικοκυριό.
- Στα 2/3 των νοικοκυριών οι περικοπές οφείλονται στην πραγματική μείωση του εισοδήματός τους.
- Λόγω της οικονομικής κρίσης οι Έλληνες υιοθετούν τις ακόλουθες πρακτικές: επανεξετάζουν τις ανάγκες τους (48%), αγοράζουν μόνο τα απαραίτητα (47%), αναζητούν εναλλακτικές λύσεις (42%) και προσφορές (40%), και προσπαθούν να βρουν τρόπους να διασκεδάσουν οικονομικά (32%).
- Οι πρώτες δαπάνες που περικοπτούν οι Έλληνες είναι οι εξής: Ψυχαγωγία εκτός σπιτιού (80%), Έξοδα για αγορά ρούχων (75%) & Περικοπή παραγγελίας φαγητού στο σπίτι (68%)
- Οι καταναλωτές ψωνίζουν 2,6% λιγότερες φορές το χρόνο ταχυκίνητα καταναλωτικά προϊόντα.

Αποτέλεσμα των παραπάνω

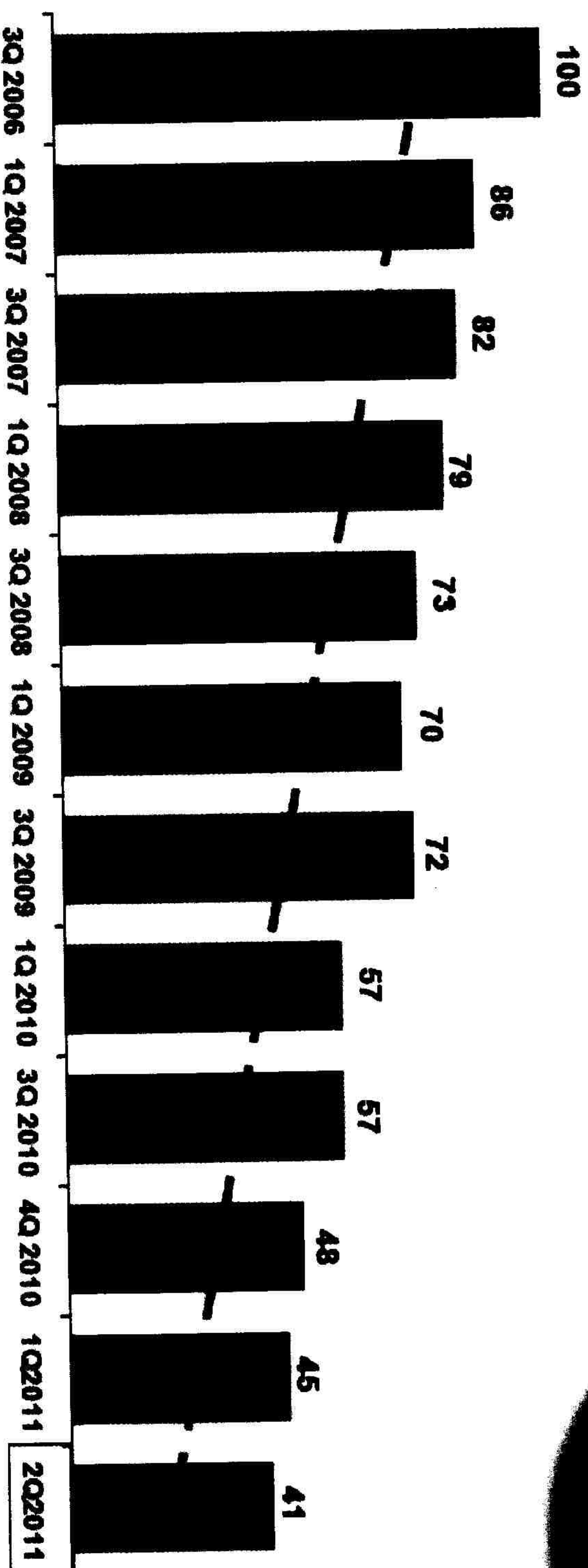
- Το 2010, για πρώτη φορά τα τελευταία χρόνια, η συνολική αξία των ταχυκίνητων καταναλωτικών προϊόντων που πωλούνται στα supermarket & discounters είναι πτωτική (-1,5%). Στο διάστημα Ιαν-Ιουλ 2011, η αγορά συνεχίζει να είναι αρνητική (-2.0%)

Πηγή: Έρευνα καταναλωτικών συνηθειών και Lifestyles - Focus Bari (Σεπτέμβριος 2010), Shopper under crisis TNS (Δεκεμβριος 2010), IRI Market view (Ιούλιος 2011), Nielsen – Έρευνα καταναλωτικής εμπιστοσύνης (2^ο τρίμηνο 2011)

Εξέλιξη της καταναλωτικής εμπιστοσύνης στην Ελλάδα

Consumer Confidence Index – Greece

Η καταναλωτική
εμπιστοσύνη στην
Ελλάδα είναι
πρωτοκλή

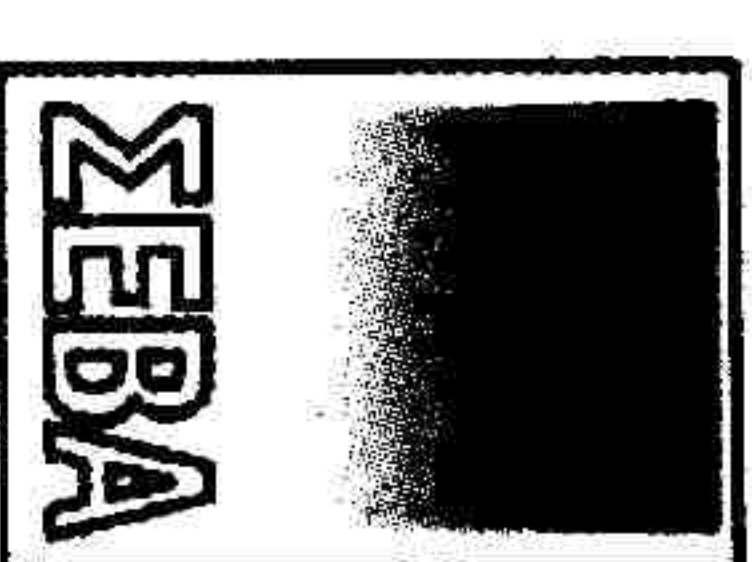


Source: Nielsen Global Consumer Confidence Survey

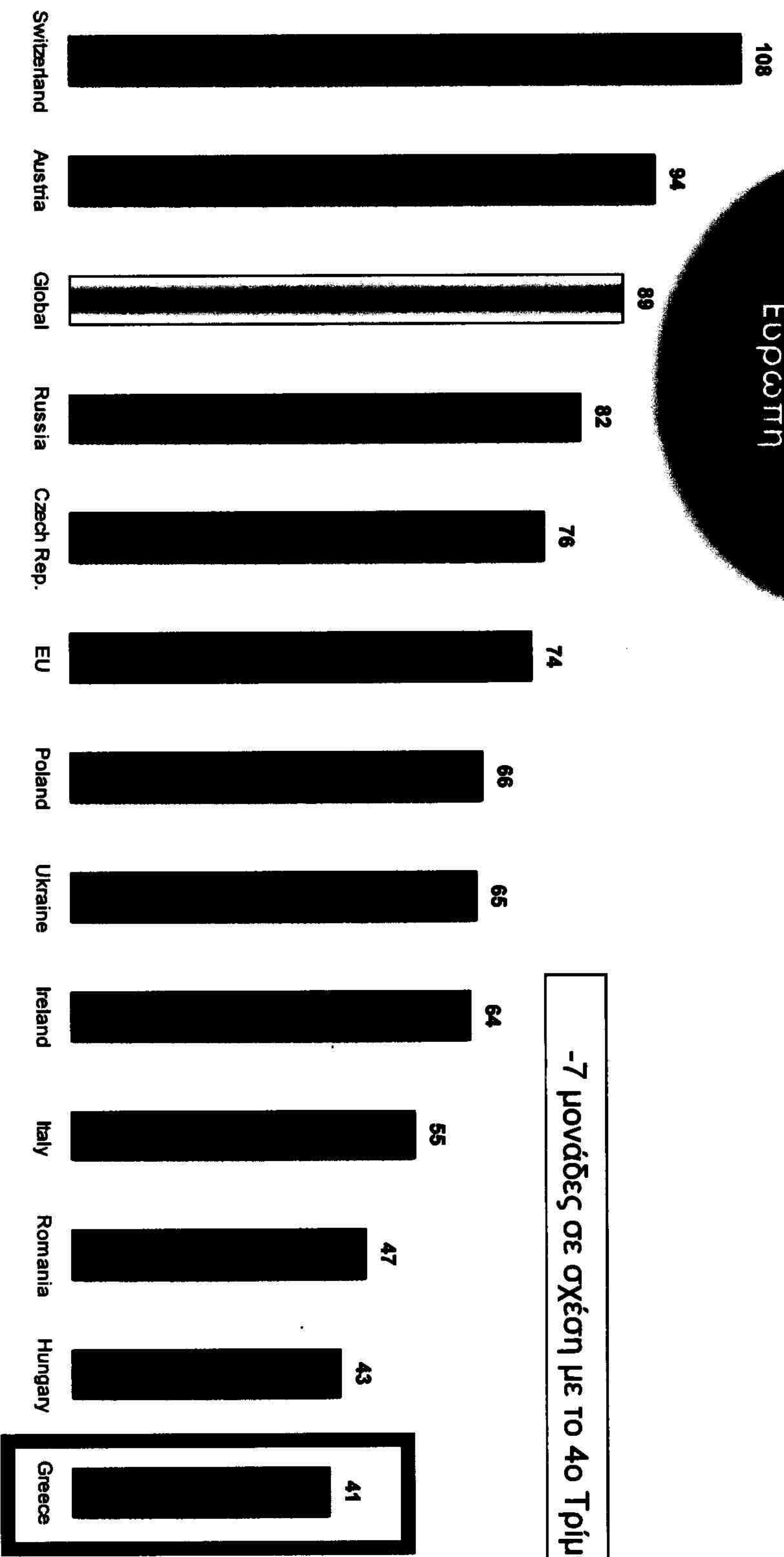
nielsen

Πηγή: Nielsen – Έρευνα καταναλωτικής εμπιστοσύνης (2^ο τρίμηνο 2011)

Η καταναλωτική εμπιστοσύνη στην Ευρώπη Β' τρίμηνο 2011



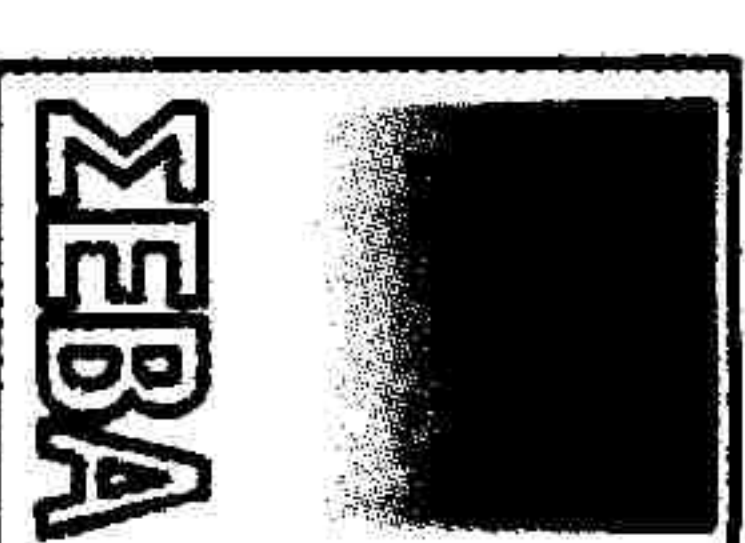
Ο δείκτης καταναλωτικής εμπιστοσύνης στην Ελλάδα είναι ο χαμηλότερος στην Ευρώπη



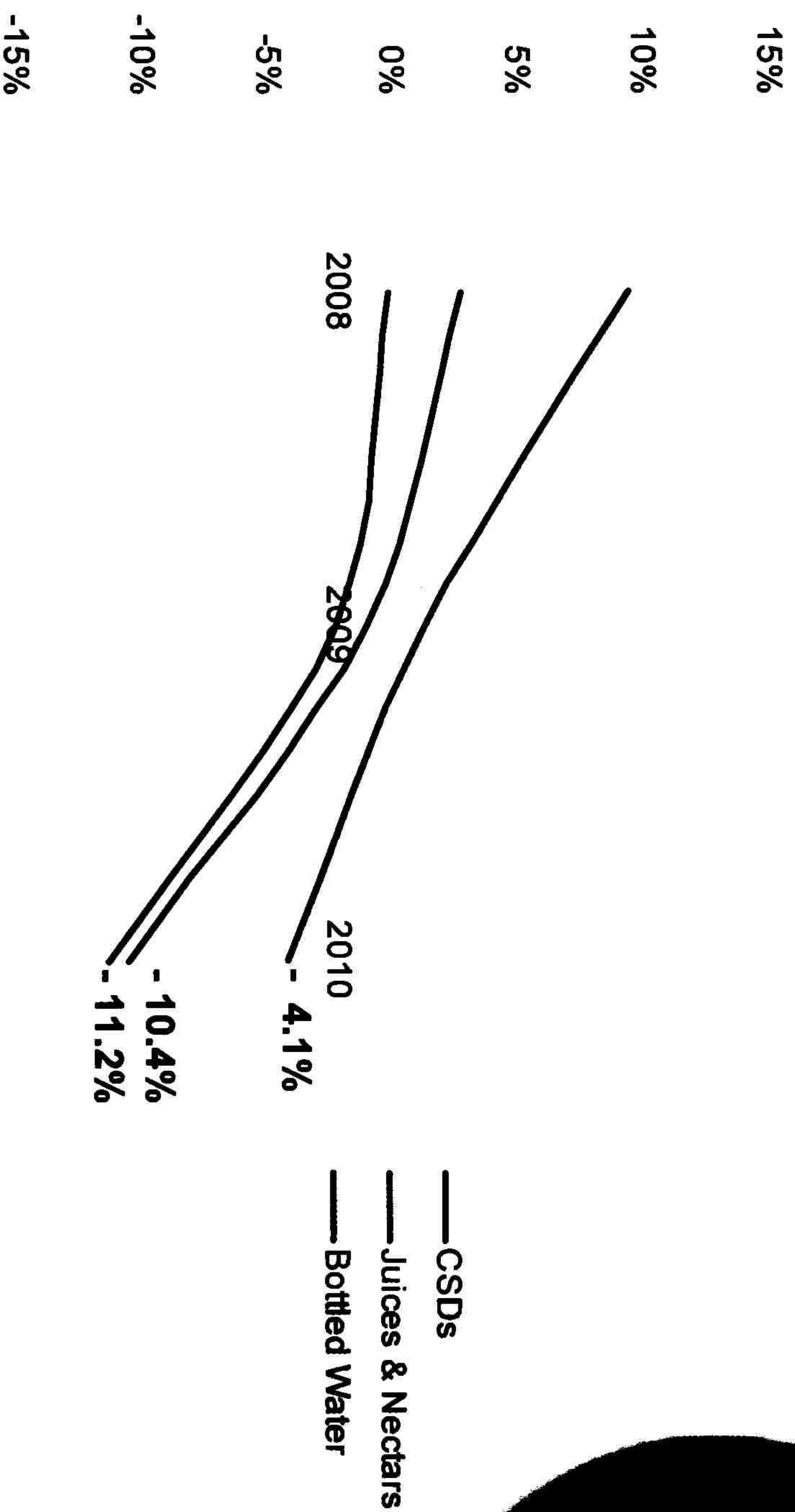
-7 μονάδες σε σχέση με το 4ο Τρίμηνο 2010

Πηγή: Nielsen – Έρευνα καταναλωτικής εμπιστοσύνης (2ο τρίμηνο 2011)

Εξέλιξη Όγκου Πωλήσεων αναψυκτικών, νερού, χυμών



Ποσοστιαία μεταβολή του Όγκου Πωλήσεων

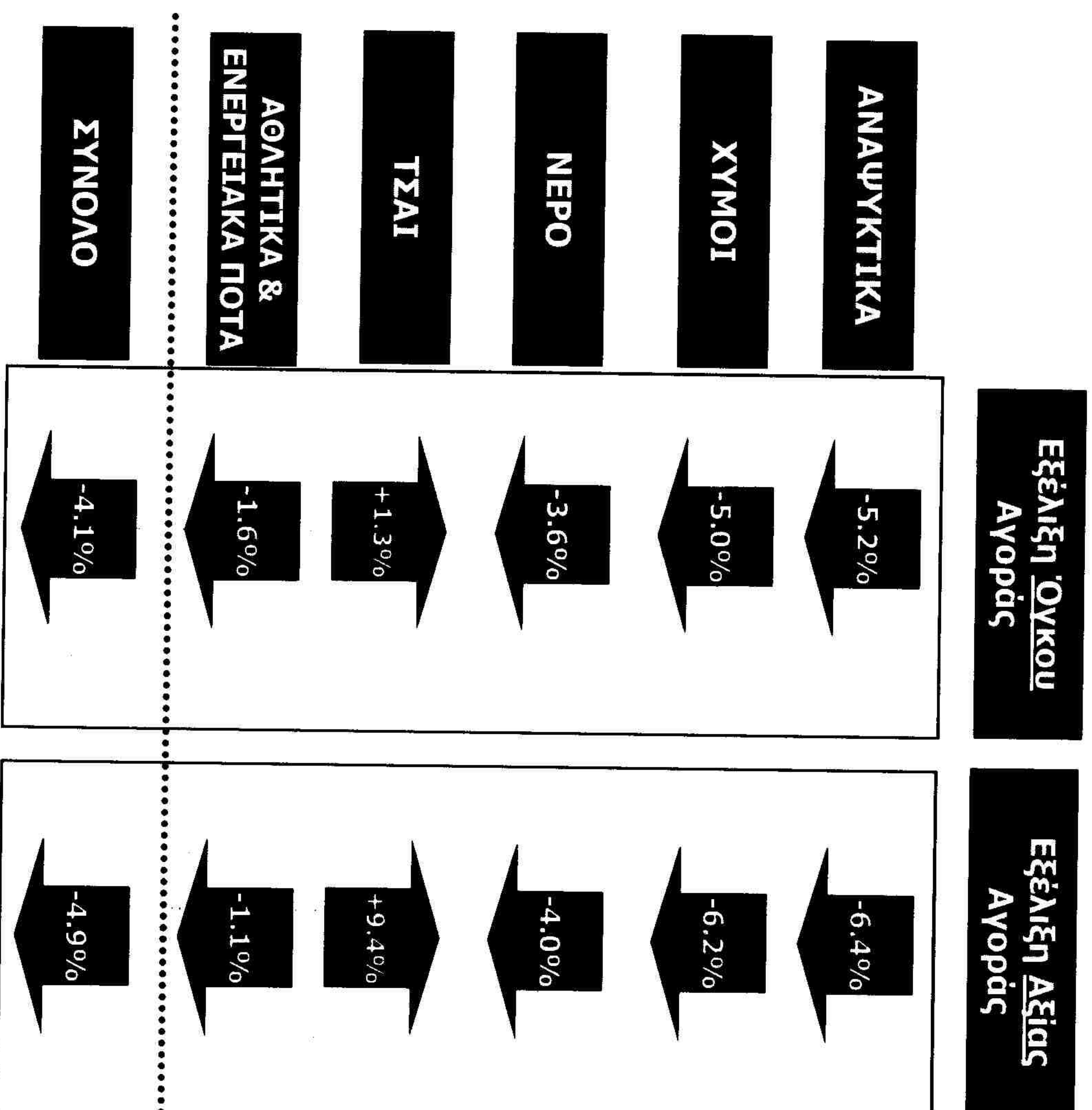


Η Διοίκηση των Αναψυκτικών & του Νερού & Χυμών, το 2011, το Α' εξάμηνο 2011, τα Αναψυκτικά πέφτουν με -6.6%, οι Χυμοί με -6.9% & το Εμφιαλωμένο νερό με -4.6%

ΣΥΝΟΛΟ Αγοράς
Α 6μηνο 2011

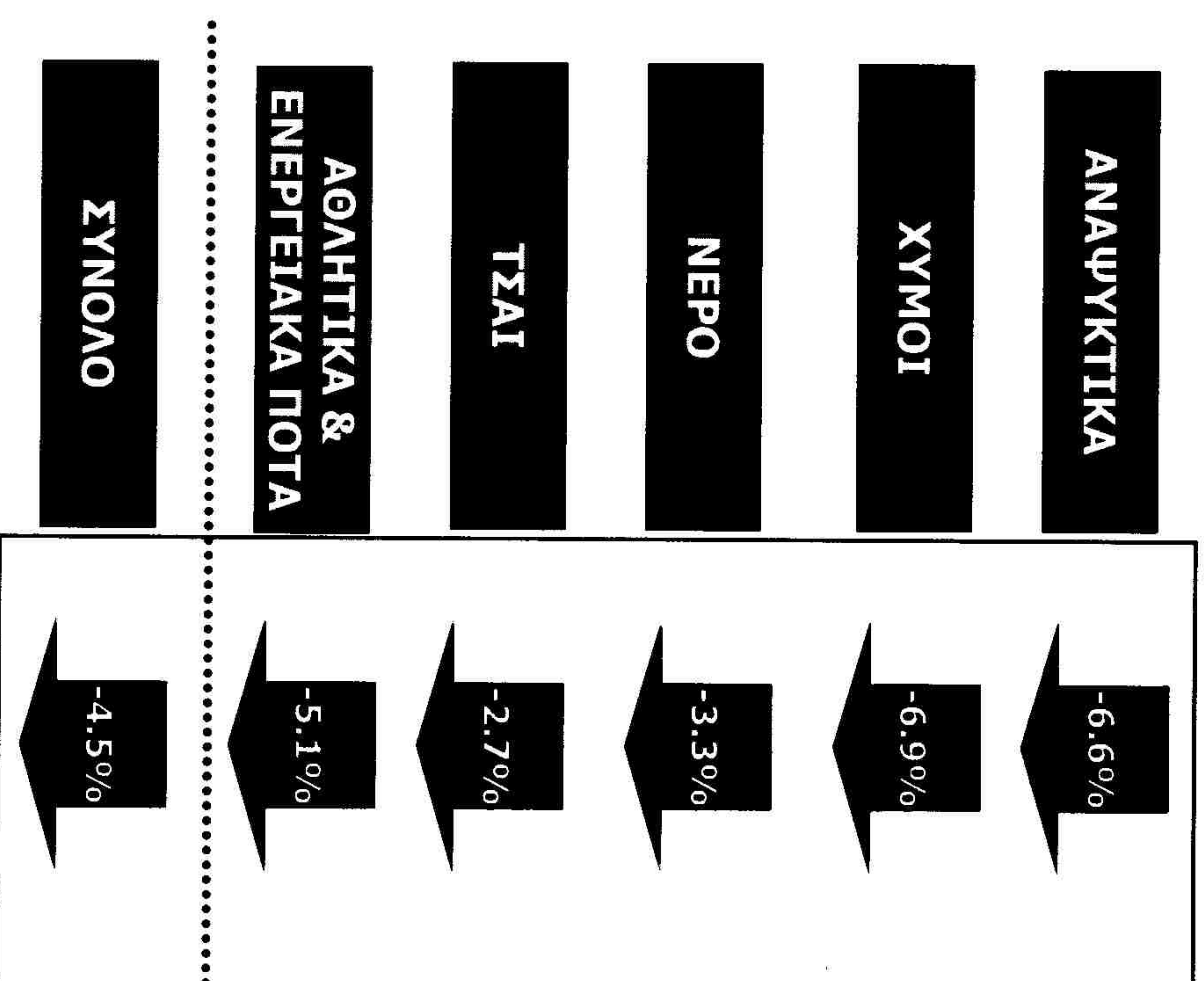
-4.5%

Πρωτική τάση πωλήσεων στα Super Markets, ψιδικά, κλπ (κανάλια που αντιπροσωπεύουν το 54% της αγοράς)



Η συνολική αγορά δείχνει ακόμα μεγαλύτερη πτώση

**Εξέλιξη Όγκου
Αγοράς**

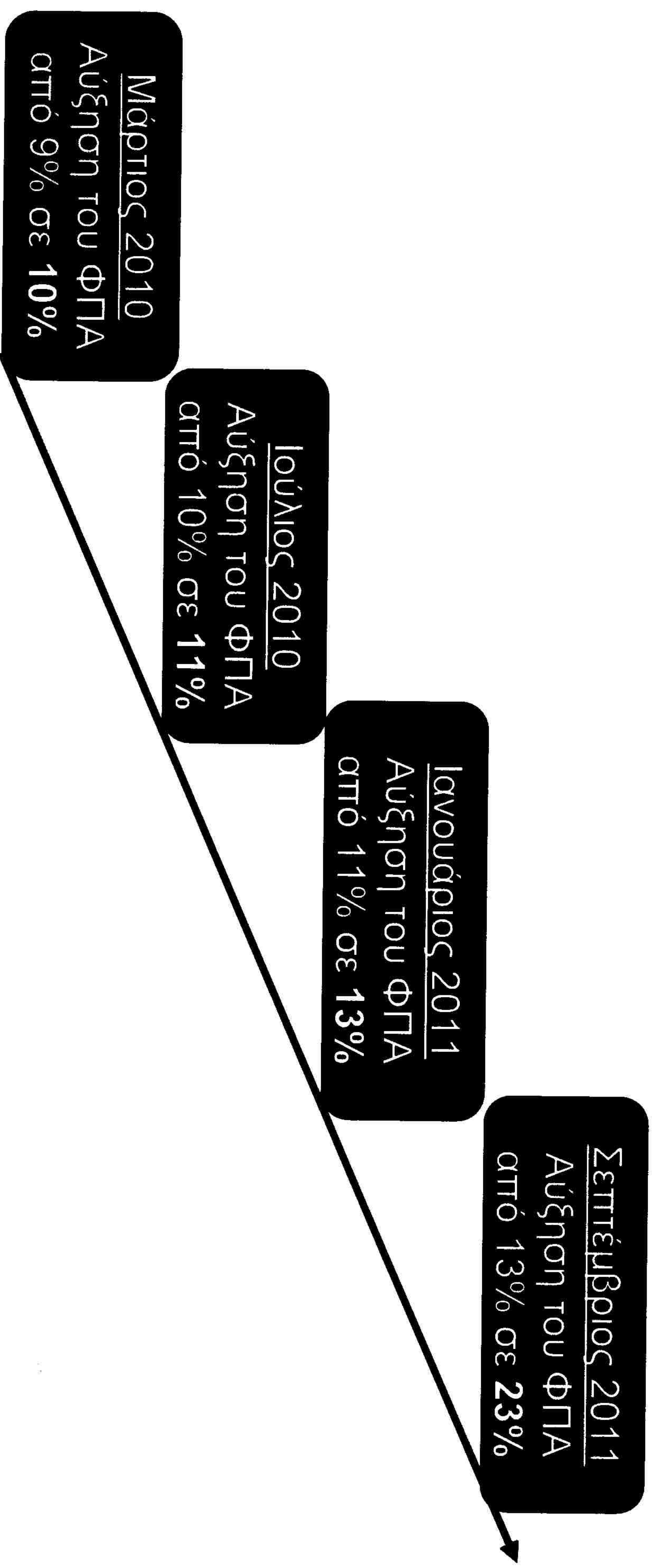
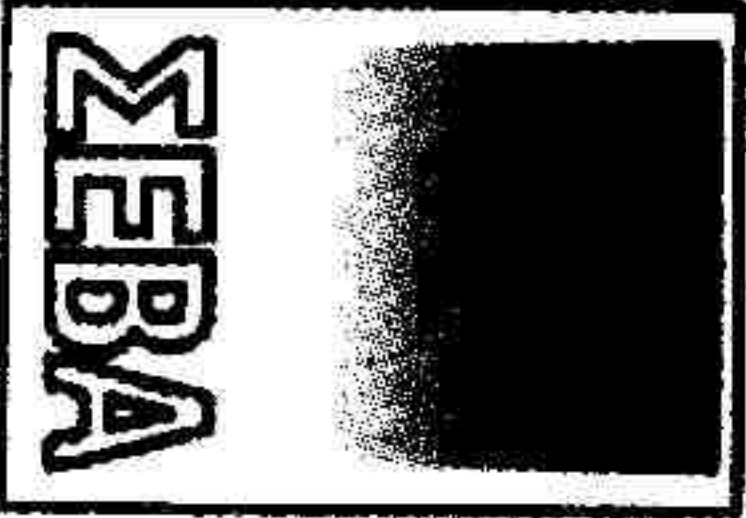


Ένας σημαντικός αριθμός σημείων Πώλησης έκλεισε στο 10μηνο του 2011



- Αριθμός καταστημάτων / πελατών που έχουν κλείσει σρωρευτικά μέχρι και τον Οκτώβριο 2011:
19.978
- Νέα κυρίως εποχιακά καταστήματα άνοιξαν κατά την ίδια περίοδο:
8.288
- ο καθαρός αριθμός κλειστών καταστημάτων / πελατών μέχρι και τον Οκτώβριο ήταν 11.688
11.690

Μέσα σε 1,5 έτη ο ΦΠΑ έχει αυξηθεί 14 Μονάδες



Στην προστάθειά μας ελέγχου του κόστους δεχόμαστε
σημαντική αρνητική επίδραση από το κόστος των Α'
Υλών



	ΣΕΠΤ. 2011 Vs 2010 %
Resin	32.92
Preforms	13.89
Χυμός Μήλο	36.68
Χυμός Ποτοκάλι	40.58
Χυμός Ροδάκινο	14.60
Άλλοι Χυμοί	24.80
Films	16.23-20.00



Κερδίσουν μερίδιο στο «στομάχι» του καταναλωτή

Οι άνθρωποι καταναλώνουν ποικιλία ποτών μέσα στη μέρα

ΣΕΒΑ

Διαφορετικά ποτά χρησιμοποιούνται κάθε ώρα της ημέρας

Ηλικιακή ομάδα..... και

κάθε Ηλικιακή ομάδα προτιμά διαφορετικά, ποτά ανά Περίσταση

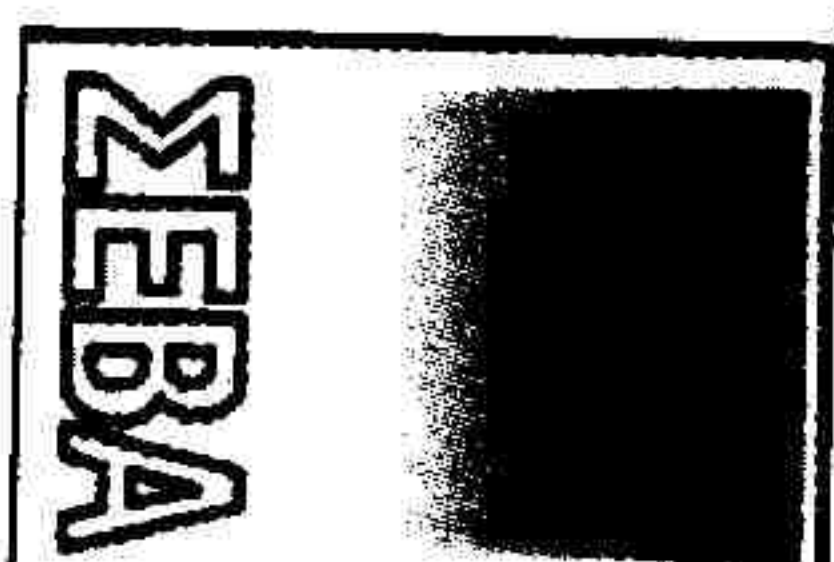
Ηλικία

Ηλικία	% Όγκος
Σύνολο	100%
12-19	14%
20-24	12%
25-34	24%
35-44	24%
45+	26%

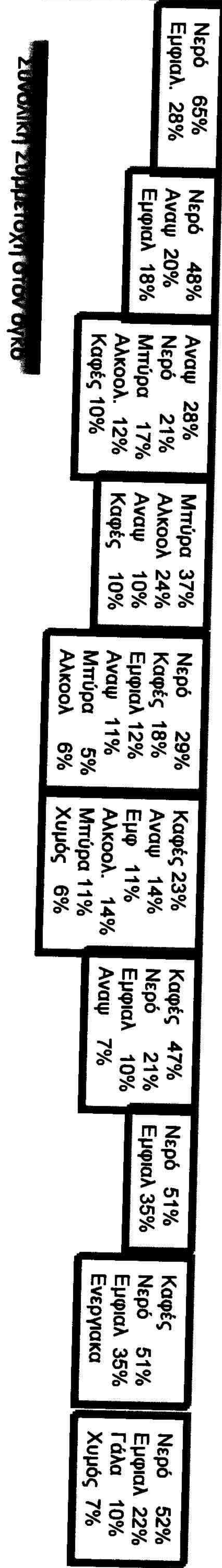
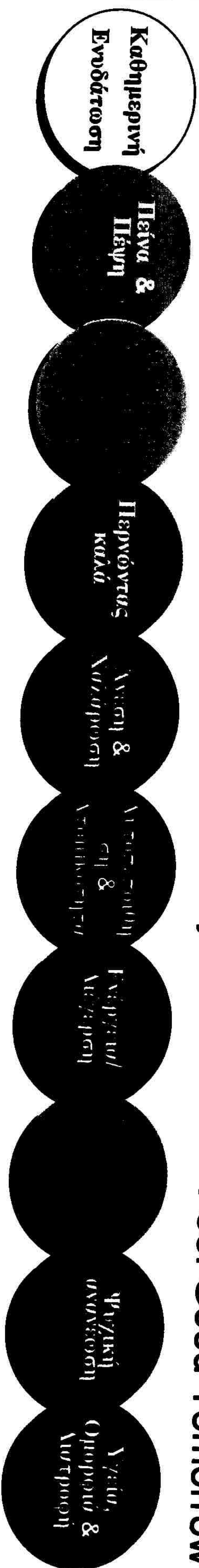
Περίσταση

Σύνολο Περιστάσεων	100%
Στο ΣΠΙΤΙ	65%
Γεύμα	40%
Συνήθεια	26%
Ανάπαυλα	19%
Βλέποντας TV	14%
Περιστάσεις ΕΚΤΟΣ Σπιτιού 35%	
Στη Δουλειά	50%
Κοινωνικές Εκδηλώσεις	23%
Γεύμα	7%
Αναψυχή	11%
Στη Διαδρομή	8%
Στο Σχολείο	1%

Οι κατηγορίες μη αλκοολούχων ποτών ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να καλύψουν τις πολλαές & διαφορετικές πρωτογενείς ανάγκες για κατανάλωση



Enjoy Today Feel Good Today Feel Good Tomorrow

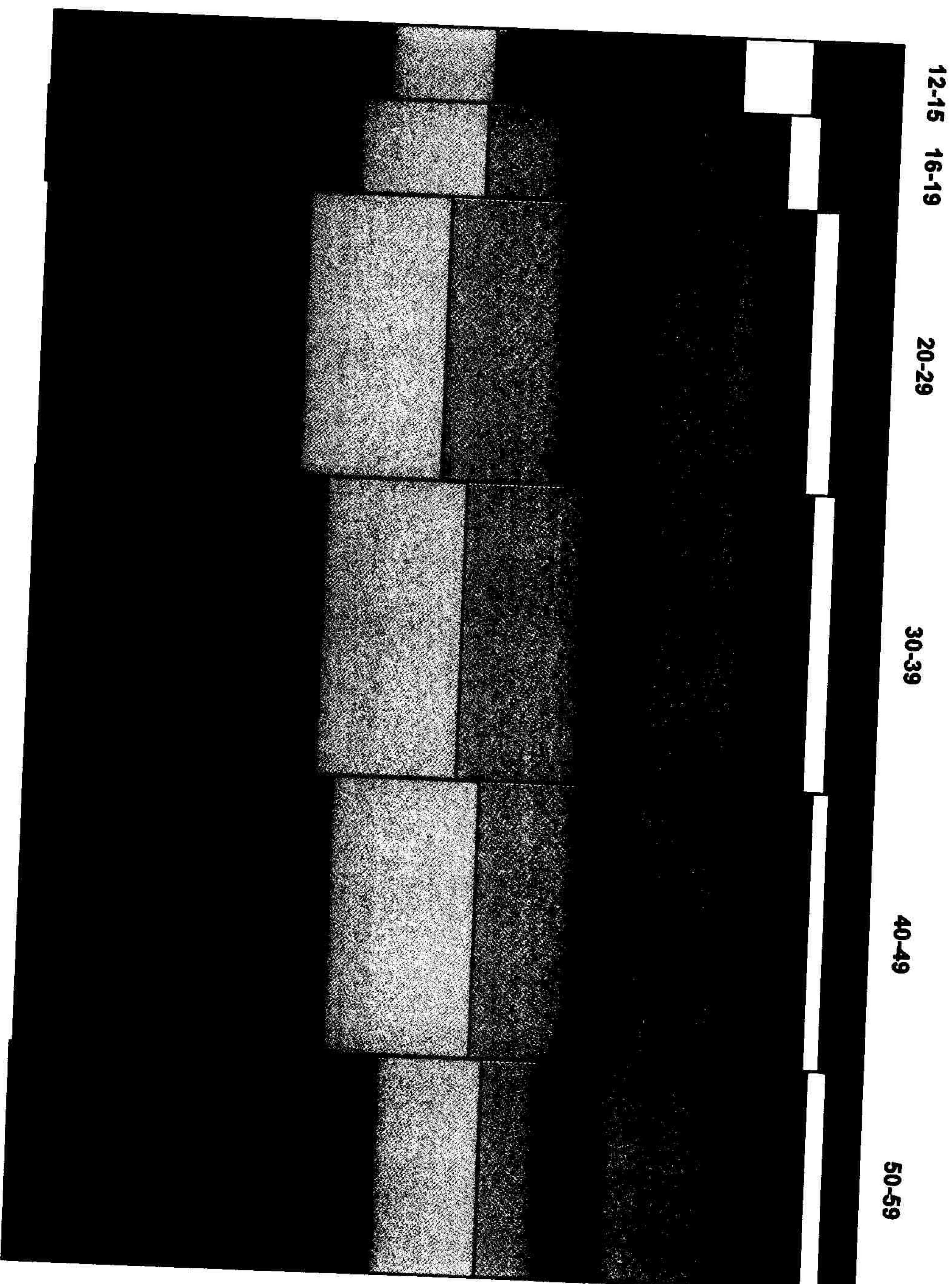


Συνολική ζήτηση στον όγκο



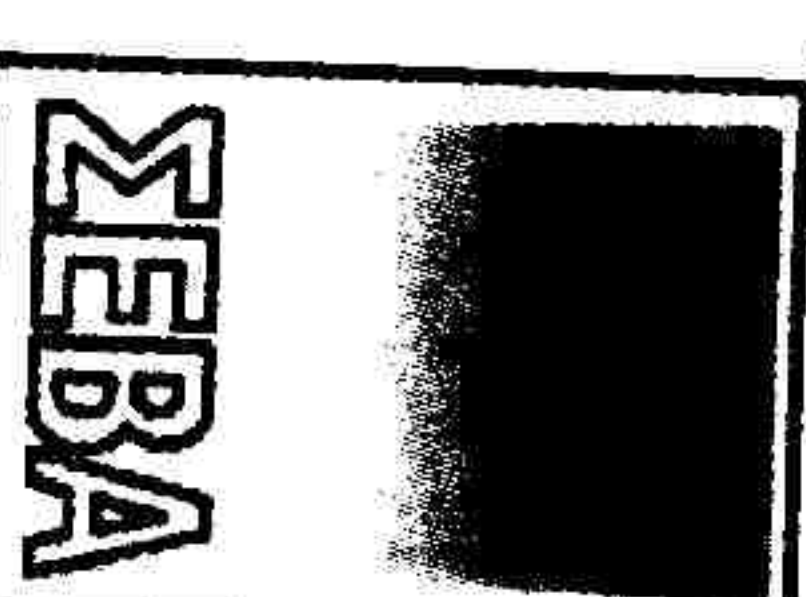
Όλα τα Ποτά ανταγωνίζονται μεταξύ τους στην προτίμηση των καταναλωτών

Ηλικιακές ομάδες

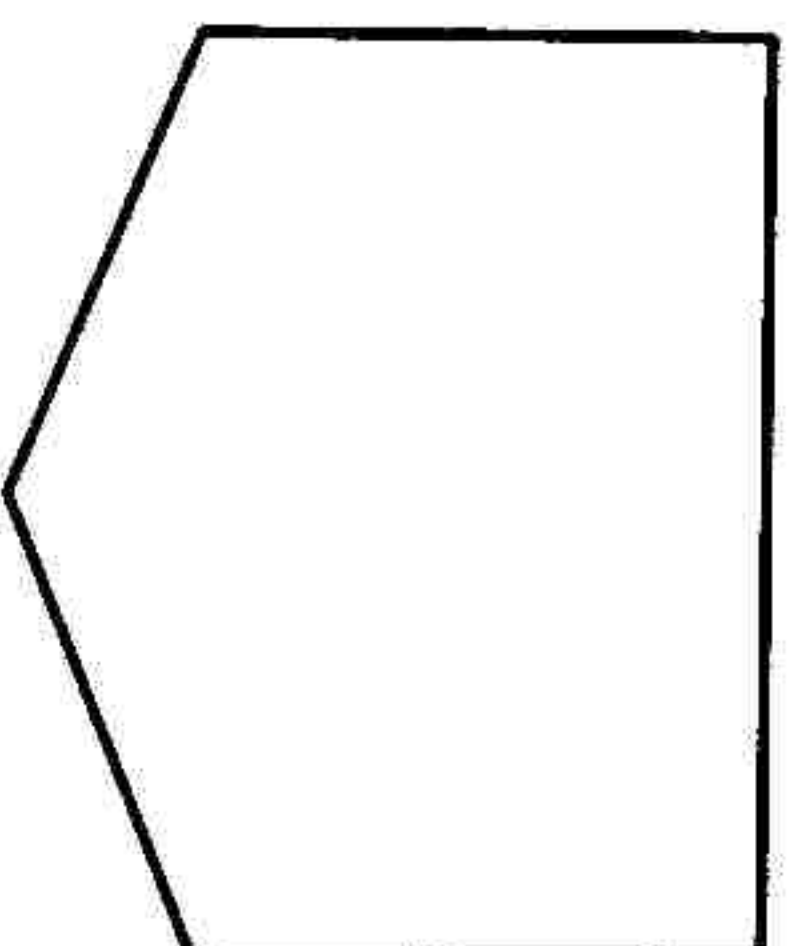


Ποτά

- Άλλα
- Τσάι Έτοιμο προς πόση
- Αναψυκτικά Diet/Light
- Γάλα με γεύσεις
- Χυμοί
- Λευκό Γάλα
- Χυμοί έτοιμοι προς Πόση
- Ζεστός Καφές
- Άλλα Αλκοολούχα Ποτά
- Μπύρα
- Αναψυκτικά
- Παγωμένος Καφές
- Εμφιαλωμένο Νερό
- Νερό Βρύσης



ομαλή λειτουργία της αγοράς και στρεβλώσεις στον
Ανταγωνισμό.



Είναι επιτακτική ανάγκη η επαναφορά των
Μη Αλκοολούχων Ποτών στο 13% ΦΠΑ