

## Μειωμένες οι τιμές προϊόντων στα σούπερ μάρκετ το τελευταίο οκτάμηνο

**Πτώση** τιμών των αγαθών στα σούπερ μάρκετ στα επίπεδα του Μαΐου του 2010 καταγράφει έκθεση του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), η οποία δόθηκε χθες στη δημοσιότητα. Αντικείμενο της έρευνας, η οποία πραγματοποιήθηκε το δεύτερο δίμηνο του 2012, ήταν η εξέλιξη των τιμών των προϊόντων του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων. Βασίζεται δε στα πρωτογενή δεδομένα που παρέχει το επίσημο παρατηρητήριο τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (υπουργείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας). Συνολικά ο γενικός δείκτης τιμών σε διάστημα μεγαλύτερο των δύο ετών έχει αυξηθεί μόλις κατά 0,61%, παρά τις διαδοχικές αυξήσεις ΦΠΑ, αγγίζοντας τα επίπεδα του 2010. Μάλιστα, εάν δεν ληφθούν υπ' όψιν οι αυξήσεις του ΦΠΑ, ο δείκτης τιμών τον Απρίλιο του 2012 παρουσιάζει μείωση κατά 3,42% σε σχέση με τον Ιανουάριο του 2010. Σύμφωνα με την έρευνα του ΙΕΛΚΑ, ιδιαίτερα σημαντική είναι η μείωση των τιμών στο «ράφι» που παρατηρείται το τελευταίο οκτάμηνο και πλέον είναι σαφές ότι σταθεροποιείται. Σε σχέση με τον Αύγουστο του 2011, το τελευταίο οκτάμηνο οι τιμές παρουσιάζουν μείωση κατά 2,55%, ενώ εάν δεν ληφθούν υπ' όψιν οι αυξήσεις του ΦΠΑ σε αναψυκτικά και χυμούς από 13% σε 23% τον Σεπτέμβριο του



**Από τις περιοδικές** προσφορές των σούπερ μάρκετ, εκτιμάται ότι ο Έλληνας καταναλωτής αποκομίζει όφελος άνω του 2,5% επί των αγορών του.

2011, τότε η μείωση είναι 3,13%. Εκτιμάται ότι η εξέλιξη αυτή είναι αποτέλεσμα της ανταπόκρισης της αγοράς (σούπερ μάρκετ και προμηθευτές) στην ένταση της οικονομικής ύφεσης την περίοδο αυτή, παρά την αύξηση τιμών στις πρώτες ύλες και την ενέργεια. Ιδιαίτερα τον μήνα Απρίλιο, τον μήνα που περιλαμβάνει και την πασχάλινή αγορά, παρατηρήθηκε μείωση των τιμών κατά 1,52% σε σχέση με τον Μάρτιο. Οι τιμές πλέον βρίσκονται σε χαμηλό διευκρινίζονται στα επίπεδα του Μαΐου 2010, ενώ εκτιμάται ότι η

μείωση θα μπορούσε να είναι ακόμη μεγαλύτερη αν από τις αρχές του 2011 έως και τον Αύγουστο δεν είχε παρατηρηθεί ιδιαίτερα υψηλή αύξηση των τιμών των πρώτων υλών (σε επίπεδα του 30% - 60%), οι οποίες δεν επέτρεψαν να ξεκινήσει νωρίτερα η αποκλιμάκωση των τιμών. Σημειώνεται, τέλος, ότι η έρευνα δεν λαμβάνει υπ' όψιν τις περιοδικές προσφορές των σούπερ μάρκετ, από τις οποίες εκτιμάται ότι ο Έλληνας καταναλωτής αποκομίζει όφελος άνω του 2,5% επί των αγορών του.