



Retail

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Συνέντευξη στον
Δημήτρη Τσουκαλά

Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεως (Βίκος) και πρόεδρος του Συνδέσμου Εταιρειών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού, ο Πέτρος Σεπετάς, μιλάει στο Retail Business για τις δράσεις του Συνδέσμου, και την κατάσταση στην αγορά εμφιαλωμένου νερού.

As αρχίσουμε με μια μορφή γνωριμίας. Ποια είναι η ιστορία του Συνδέσμου, ποια τα μέλη του και ποιες οι δράσεις και οι στόχοι του;

Ο Σύνδεσμος Εταιρειών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού ιδρύθηκε το 1994 και αποτελεί το επίσημο όργανο εκπροσώπησης των κοινών θέσεων και απόψεων των Εταιρειών Εμφιαλώσεως Φυσικού Μεταλλικού Νερού. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων, που ανήκουν στο Σύνδεσμο, είναι Βιομηχανίες που εκπροσωπούν το 85% της κατανάλωσης του εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα και συγκεκριμένα είναι οι ακόλουθες 10: Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ, Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεως ΑΕ, Coca-Cola Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως ΑΕ, Σ. Μεντεκίδης ΑΕ, Nestlé Ελλάς ΑΕ, PepsiCo-Ηβη ΑΒΕ, Σουρωτή ΑΕ, Υγεία Μεταλλικά Νερά Χ. Δεκανίκας & ΣΙΑ ΟΕ, Υδρία Μεταλλικά Νερά ΑΕΒΕ, και Χίτος ΑΒΕΕ. Ο ΣΕΦΥΜΕΝ εργάζεται για την προώθηση των κοινών θέσεων και απόψεων του κλάδου, με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξή του. Συνομιλούμε με το κοινωνικό σύνολο και τις Αρχές και κινητοποιούμε προς την ίδια κατεύθυνση και τα μέλη μας.

ΠΕΤΡΟΣ
ΣΕΠΕΤΑΣ
ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΕΦΥΜΕΝ



Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΙΝΑΙ ΟΡΙΑΚΗ

Η ΕΙΚΟΝΑ
ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ
ΝΕΡΟΥ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ
ΥΦΕΣΗΣ ΣΤΟΝ
ΤΟΜΕΑ.

Πρόσφατα αντιδράσατε έντονα στην απεργία των Δ.Χ. φορτηγών αυτοκινήτων. Πόσο έπληξε την αγορά και ειδικά τον κλάδο σας;

Είναι γεγονός ότι οι κινητοποιήσεις των οδηγών Δ.Χ. φορτηγών αυτοκινήτων δημιούργησαν σοβαρά προβλήματα στην αγορά συνολικά. Όσον αφορά στον κλάδο μας, η απεργία των οδηγών και μάλιστα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, που για εμάς αποτελούν τη σημαντικότερη περίοδο, επέφερε ζημιές που ξεπερνούν τα 6.000.000 ευρώ. Δεν είχαμε τη δυνατότητα να τροφοδοτήσουμε την αγορά και τα περισσότερα εργοστάσια υποχρεώθηκαν να διακόψουν τη λειτουργία τους, καθώς λόγω της «ευαισθησίας» του προϊόντος, δεν υπάρχει η δυνατότητα αποθήκευσής του για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Αντλαμβάνεστε ότι σε μια τόσο κρίσιμη οικονομικά περίοδο για τη χώρα, δεν υπάρχουν περιθώρια για απώλειες.

Ποιο είναι το σχόλιό σας για τη σημερινή κατάσταση στην αγορά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και ο κόσμος του retail; Παρατηρείτε κάμψη των δραστηριοτήτων και μεγεθών των μελών σας;

Η κατάσταση αυτή τη δεδομένη χρονική στιγμή είναι οριακή. Αναμένουμε και τις κυβερνητικές αντιδράσεις για την εφαρμογή ή όχι νέων μέτρων. Μια ενδεχόμενη αύξηση του ΦΠΑ σαφώς και θα επηρεάσει τον κλάδο και σε επίπεδο λιανεμπορίου. Πάντως, στην προσπάθεια που γίνεται, η συνεργασία της βιομηχανίας με το λιανεμπόριο πρέπει να παραμείνει βασικός κοινός στόχος και των δύο κλάδων, ώστε τα προϊόντα να φτάνουν στους καταναλωτές στην καλύτερη ποιότητα και στην καλύτερη τιμή. Χρειάζεται, επίσης, να τονωθεί η καλή ψυχολογία των καταναλωτών που αισθάνονται αβεβαιότητα για το μέλλον. Η καλλιέργεια αρνητικών προσδοκιών δεν



ωφελεί ούτε τους καταναλωτές και φυσικά ούτε τις επιχειρήσεις. Για να ξαναμπούμε στο δρόμο της ανάπτυξης δεν αρκούν μόνον τα μέτρα που θα περιορίσουν τα έξοδα και θα αυξήσουν τα έσοδα του Δημοσίου. Είναι απαραίτητο να εφαρμοστούν αναπτυξιακά μέτρα, να δοθούν κίνητρα ώστε να γίνουν επενδύσεις και να κινηθεί η πραγματική οικονομία.

Ποια η άποψή σας για τα νέα φορολογικά μέτρα; Πώς επηρεάζουν το χώρο σας και πώς έχετε αντιδράσει ως φορέας;

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο κλάδος μας, όπως και οι περισσότεροι κλάδοι της ελληνικής Οικονομίας, προκύπτουν από τις συνεχείς φορολογικές ρυθμίσεις και παρεμβάσεις στην αγορά, οι οποίες δεν επηρεάζουν μόνο τη λειτουργία των επιχειρήσεων, αλλά και την ιδιωτική κατανάλωση, που παρουσιάζει πτώση. Επιπλέον, έχουμε να αντιμετωπίσουμε και τις έκτακτες εισφορές, που -όπως είναι λογικό- επηρεάζουν τις επενδυτικές πρωτοβουλίες των μελών μας, που υπό τις παρούσες οικονομικές συνθήκες είναι περισσότερο αναγκαίες από ποτέ. Έχουμε ανάγκη από ένα σταθερό και προβλέψιμο περιβάλλον, το οποίο θα διέπεται από ρυθμίσεις που ενισχύουν την ιδιωτική πρωτοβουλία και παρέχουν κίνητρα για τη διεύρυνση των επιχειρηματικών δράσεων. Κατανοούμε ότι η περίοδος που διανύουμε επιτάσσει ορισμένες διαρθρωτικές κινήσεις, αλλά ως μέλη της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας ζητούμε να μη γίνονται με αιφνίδιο τρόπο, ανατρέποντας τον προγραμματισμό και τα πλάνα των επιχειρήσεων για το 2011 και επηρεάζοντας δραματικά το λειτουργικό τους κόστος και την ανταγωνιστικότητά τους. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, ο ΣΕΦΥΜΕΝ, με αίσθημα ευθύνης, καταβάλλει

προσπάθειες να προωθήσει τις αναγκαίες διαρθρωτικές αλλαγές που θα τον βοηθήσουν να διατηρήσει τα επίπεδα παραγωγής, συνεχίζοντας την προσφορά ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων.

Ποια η άποψή σας για τη νέα αγορανομική διάταξη που επίκειται να εφαρμοστεί αναφορικά με τις προωθητικές ενέργειες στα Σ/Μ;

Η αλήθεια είναι ότι ακόμη αναμένουμε διευκρινίσεις όσον αφορά στο ισχύον πλαίσιο για τις προωθητικές ενέργειες στο χώρο του λιανεμπορίου. Επικρατεί σύγχυση στην αγορά, με αποτέλεσμα οι εταιρείες να μην μπορούν να διαμορφώσουν τα πλάνα τους ενόψει των εορτών. Σε κάθε περίπτωση, όσον αφορά στα Φυσικά Μεταλλικά Νερά και εν γένει στα εμφιαλωμένα νερά, είναι συνθησιμένη πρακτική η αναγραφή προσφορών προς τον καταναλωτή στην εξωτερική συσκευασία. Οι προσφορές αυτές, όπως για παράδειγμα μία φιάλη δωρεάν σε κάθε εξάδα, εφαρμόζονται σε μόνιμη βάση. Με τον τρόπο αυτό η προσφορά φτάνει στον τελικό καταναλωτή. Η κατάρτησή αυτής της αναγραφής, σύμφωνα με την ΑΔ 13/2009 που αναμένεται να εφαρμοστεί, θα σημαίνει ότι η έκπτωση που θα δίνεται στο εμπόριο είναι πιθανόν να μη φτάνει στον τελικό καταναλωτή. Για το λόγο αυτό πιστεύουμε ότι η συνήθης πρακτική του κλάδου μας για προσφορές θα πρέπει να συνεχιστεί, καθώς με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται 100% ότι η παροχή φτάνει στον τελικό καταναλωτή.

Σκιαγραφήστε μας την εικόνα της αγοράς εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα.

Η αγορά του εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα είναι άκρως ανταγωνιστική. Αυτήν τη στιγμή δραστηριοποιούνται στη χώρα μας περίπου 40-45 ενεργά εμφιαλωτήρια διαφόρων δυναμικοτήτων και ορισμένα από αυτά έχουν αναπτύξει και σημαντική εξαγωγική δράση. Το πρόβλημα είναι ότι τα τελευταία χρόνια κάνουν την εμφάνισή τους στην ελληνική αγορά αρκετά εμφιαλωτήρια θεωρώντας, εσφαλμένα, ότι η δραστηριότητά μας είναι επικερδής. Δυστυχώς, σύντομα διαπιστώνουν τις δυσκολίες που υπάρχουν στον κλάδο και οι οποίες, ειδικά την τελευταία διετία, έχουν ενταθεί από το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, με αποτέλεσμα να βγαίνουν εκτός αγοράς μέσα σε δύο χρόνια, αφήνοντας πίσω τους σοβαρές οικονομικές επιστάσεις.

Ποιες θα είναι οι επόμενες κινήσεις σας;

Όπως προανέφερα, ως Σύνδεσμο μας απασχολεί το θέμα της ΑΔ 13/2009 που αφορά στις προωθητικές ενέργειες και σχεδιάζουμε παρεμβάσεις σχετικά με αυτό το θέμα. Επιπλέον, δραστηριοποιούμαστε σε θέματα απλοποίησης διαδικασιών για αδειοδοτήσεις και ανανεώσεις αδειοδοτήσεων του κλάδου μας. ®