



«Το καλάθι είναι στημένο»;

Όλοι αναρωτιόμαστε, γιατί οι μεγάλες εταιρείες, ενώ είναι γνωστές και είμαστε εθισμένοι στα προϊόντα τους, συνεχίζουν την καταγιστική διαφήμιση;

Είναι, διότι πρέπει να μην φύγει η “σφραγίδα” τους απ’ το μυαλό μας και τη συνείδηση μας.

Συνεχής διαφήμιση λοιπόν...

Αυτό επιτυγχάνεται για πέντε, έξι ή και λίγες παραπάνω, αλυσίδες σούπερ μάρκετ, με το “Καλάθι του νοικοκυριού”, του Υπουργού Ανάπτυξης κ. Γεωργιάδη.

Συνεχής, άκοπη και απλήρωτη διαφήμιση για τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Τα μεσαία σούπερ μάρκετ, με το εγχώριο μανάτζμεντ όμως, και τα μικρά μπακάλικα πού βρίσκονται στο “χάρτη”; Λείπουν..!

Αν και υπάρχουν 25.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις τροφίμων, που απασχολούν 130.000 εργαζόμενους!

Το “Καλάθι του νοικοκυριού”, θα εξελιχθεί σε θέαμα: ο καταναλωτής, χαζεύοντας το κινητό του, όταν βαρεθεί το fb, ή το tik tok, ή οτιδήποτε άλλο, θα γυρίσει στην εφαρμογή του “καλαθιού”. Εκεί θα τζογάρει νοερά: Για να δούμε σήμερα, “ποιος είναι πιο ακριβός στη ζάχαρη ή στο φρέσκο γάλα”; Ποιος έχει πιο φθηνά τη χλωρίνη...;

Αυτό σημαίνει ότι μια τέτοιου είδους διαφήμιση, αν την αποτιμήσουμε, κοστίζει εκατομμύρια ευρώ (απλήρωτα)! Γιατί αν δεν πληρώνεις για το προϊόν, είσαι το προϊόν!

Ποιος επιχειρηματίας δεν θα ήθελε, το όνομα της εταιρείας, να είναι η καθημερινή ασχολία των καταναλωτών; Όμως, το (επιχειρηματικό) παιχνίδι στην αγορά προϊόντων σούπερ μάρκετ, είναι μηδενικού αθροίσματος, δηλαδή “η ζωή σου - ο θάνατος μου”.

Και σύντομα ίσως δούμε τον “θάνατο του εμποράκου” που φροντίζει, προσφέρει ποιότητα, ζεστασιά και προσωπική εξυπηρέτηση στους πελάτες του!

Οι καταναλωτές θα αρέσκονται να ψωνίζουν την χαμηλότερη προσφορά (ναι, ο μπακάλης της γειτονιάς μας και να την έχει, δεν μπορεί να την “επικοινωνήσει”).

Θα γίνουν trendy οι συζητήσεις του τύπου “είδα στην τάδε εφαρμογή προσφορά του “X” προϊόντος και έσπευσα”.

Κύριε Γεωργιάδη, αυτό που σκεφθήκατε, είναι αδιέξοδο και προσβλητικό για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Θα δημιουργήσει πολλά προβλήματα. Δεν πρόκειται να λύσει τίποτα. Η ακρίβεια, είναι ζήτημα πληθωρισμού (δες αύξηση τιμών ενέργειας, χαμηλό κόστος χρήματος κτλ).

Κυρίως όμως, είναι “προσπάθεια” (παιδική αφέλεια;) για τη “ρύθμιση” της αγοράς!

Ουσιαστικά, δηλαδή, είναι ένα μέτρο ανεφάρμοστο σε μια ελεύθερη αγορά.

Ή, αν δεν είναι κάτι τέτοιο, έχει ολιγοπωλιακό χαρακτήρα.

Γνωρίζει, βέβαια, ο κ.υπουργός ότι, στην Αθήνα υπάρχει και το θεσμοθετημένο όργανο της Επιτροπής Ανταγωνισμού...

Όπου ακούς πολλά κεράσια ... κράτα μικρό καλάθι..Κύριε Άδωνι!

Καλή δύναμη σε όλους μας!

ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΡΗΓΟΡΗΣ

Μέλος του ΔΣ Επιμελητηρίου Αιτωλοακαρνανίας

Ιδιοκτήτης καταστήματος τροφίμων