

02 Δεκεμβρίου 2025

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

**e-kalathi. Έξι μήνες λειτουργίας.
Δυστυχώς απέτυχε.**

Αγαπητοί καταναλωτές,

Το e-kalathi λειτούργησε από τον Ιούνιο 2025. Σκοπός του ήταν να προσφέρει στους καταναλωτές ένα χρήσιμο και πρακτικό εργαλείο που θα τους βοηθούσε από τη μια στην επιλογή της φθηνότερης υπεραγοράς ή των φθηνότερων τιμών και από την άλλη θα βοηθούσε, μέσω του υγιούς ανταγωνισμού, στη μείωση των τιμών. Δυστυχώς, παρά το γεγονός ότι το e-kalathi συμπληρώνει σχεδόν έξι μήνες εφαρμογής, οι μέχρι τώρα ενδείξεις μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι απέτυχε σε μεγάλο βαθμό να πετύχει τους πιο πάνω στόχους του.

Παρατηρητήριο Νοεμβρίου 2025.

Μια σύγκριση των αυξομειώσεων για το μήνα Νοέμβριο του συνολικού κόστους 200 κοινών προϊόντων όπως επίσης και οι αυξομειώσεις για το μήνα Νοέμβριο κατά κατηγορία προϊόντων, καταγράφονται στον ακόλουθο πίνακα.

Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025. Συνολικά 200 κοινά προϊόντα.					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	+ 0,07	- 0,08	0,0*	*Από 01 11 -12 11 2025	
Γαλακτοκομικά προϊόντα. Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025. (Γιαούρτι, τυροκομικά, χαλούμι).					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	- 0,59	0,00	- 0,42		
Μη αλκοολούχα ποτά. Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025. (Αναψυκτικά, καφές, νερό, χυμοί φρούτων).					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	+ 0,02	0,00	- 1,98		

Γάλα φρέσκο. Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025.					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	-6,34	-7,51	*0,00	*Από 01 11 - 29 11 2025	
* Οι μεγάλες μειώσεις στο φρέσκο γάλα οφείλονται σε μειώσεις που έκανε συγκεκριμένη γαλακτοβιομηχανία.					
Προσωπική φροντίδα. Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025. (Πάννες, σαμπουάν, σαπούνια, σερβιέτες, μωρομάντηλα, χαρτί υγείας).					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	+ 2,27	+0,03	+3,08		
Άλλα προϊόντα αρτοποιίας. Αυξομειώσεις % Νοεμβρίου 2025. (Δημητριακά προγεύματος, Μπισκότα).					
Υπεραγορά	Σκλαβενίτης	Αθηναίτης	Άλφα Μέγα		
Συνολική αύξηση/μείωση	-2,28	-3,47	-4,81		

Από τον πιο πάνω πίνακα είναι φανερό ότι δεν υπάρχει κάποια ένδειξη ότι το e-kalathi συνέβαλε ή συμβάλλει στη μείωση των τιμών. Από τις κατηγορίες προϊόντων, τη μεγαλύτερη αύξηση παρουσίασαν τα είδη προσωπικής φροντίδας.

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφεται ο μέσος αριθμός προϊόντων στο e-kalathi για το μήνα Νοέμβριο.

Παρατηρούμε ότι στις υπεραγορές ΛΙΤΛ και POP LIFE ο αριθμός των προϊόντων που περιλαμβάνονται στο e-kalathi είναι πολύ χαμηλός σε σύγκριση με τις άλλες υπεραγορές. Αυτό σημαίνει ότι η επιλογή του καταναλωτή μεταξύ των προϊόντων που περιλαμβάνονται στο e-kalathi είναι πολύ περιορισμένη σε σύγκριση με τις άλλες υπεραγορές.

Μέσος αριθμός προϊόντων για το μήνα Νοέμβριο στο e-kalathi.						
			Οκτώβριος		Νοέμβριος	
	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Ελάχιστος	Μέγιστος	Ελάχιστος	Μέγιστος
Σκλαβενίτης	461	458	427	437	425	436
Ιωαννίδης	433	428	364	389	350	395
Μετρό	412	399	328	374	362	387
Αθηναίτης	399	397	396	396	398	398
Άλφα Μέγα	371	362	334	368	332	365
ΛΙΤΛ	117	115	116	116	123	124
POP LIFE	170	176	87	144	74	137

Βασικές παρατηρήσεις.

1. Παρατηρείται ότι υπάρχουν μεγάλες υπεραγορές με παγκύπρια κάλυψη καταστημάτων που ο συνολικός αριθμός των προϊόντων τους που περιέχονται στο e-kalathi είναι πολύ μικρός. Ο πολύ μικρός αριθμός των προϊόντων που περιέχονται στο e-kalathi περιορίζει την επιλογή των καταναλωτών.
2. Τον Νοέμβριο συνεχίστηκε σε κάποιες υπεραγορές η **διαφοροποίηση των τιμών** μεταξύ των ίδιων καταστημάτων της ίδιας υπεραγοράς. Αυτή η διαφοροποίηση δεν υπήρχε μέχρι τον Αύγουστο 2025.
3. Τα είδη προσωπικής φροντίδας παρουσίασαν το Νοέμβριο τη μεγαλύτερη αύξηση που ανήλθε κατά μέσο όρο στο 2,5%. Η κατηγορία με τα «άλλα είδη αρτοποιίας» παρουσίασαν τη μεγαλύτερη μείωση το Νοέμβριο η οποία ήταν κατά μέσο όρο 3,5%.
4. Τέλος παρατηρείται μια συνεχής **και αισθητή μείωση** στο ποσοστό της διαφοράς του συνολικού κόστους των κοινών προϊόντων μεταξύ της υπεραγοράς με το μεγαλύτερο συνολικό κόστος και της υπεραγοράς με το χαμηλότερο συνολικό κόστος. Συγκεκριμένα το **Ιούλιο 2025** το ποσοστό ήταν **13%**, **τον Αύγουστο 11,7%**, **το Σεπτέμβριο 9,3%**, **τον Οκτώβριο 6%** και **τον Νοέμβριο 5,8%**.

Η συνεχής μείωση στο ποσοστό της διαφοράς του συνολικού κόστους δυνατό να αποδοθεί στον ανταγωνισμό μεταξύ των υπεραγορών που προκάλεσε το e-kalathi. Όμως, από τον πίνακα των 200 κοινών προϊόντων που αναφέρεται πιο πάνω, φαίνεται ότι η μείωση του ποσοστού της διαφοράς για το μήνα Νοέμβριο σε σύγκριση με το μήνα Οκτώβριο, οφείλεται στην αύξηση των τιμών της υπεραγοράς με το χαμηλότερο συνολικό κόστος σε 200 κοινά προϊόντα και όχι στη μείωση των τιμών της υπεραγοράς με το ψηλότερο κόστος. Αυτό δεν μπορεί να θεωρηθεί ως θετική ένδειξη. Δυστυχώς ο Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών δεν διαθέτει στοιχεία για τους προηγούμενους μήνες ώστε να μπορεί να τοποθετηθεί τι προκάλεσε τη μείωση του ποσοστού της διαφοράς μεταξύ της υπεραγοράς με το ψηλότερο συνολικό κόστος στα 200 προϊόντα και της υπεραγοράς με το χαμηλότερο συνολικό κόστος.

Τονίζεται ότι τα πιο πάνω συμπεράσματα βασίστηκαν και τεκμηριώθηκαν αποκλειστικά από τις τιμές που καταγράφονται στο e-kalathi.

Μάριος Δρουσιώτης



Πρόεδρος