

## Ce șanse are proiectul monitorul prețurilor?

17 Apr 2015 | de Mihail Tănase



[1]

Deși ar ridica nivelul de transparență față de consumatorul final, dezvoltarea unei platforme online de comparare a prețurilor la alimentele din coșul zilnic de consum al românilor nu se bucură de susținerea marilor rețele de magazine. Proiectul, estimat la o valoare a investiției de circa două milioane de euro, rămâne pe hârtie până la găsirea unei soluții pentru strângerea informațiilor legate de prețurile la raft și actualizarea constantă a acestora: fie colaborarea cu retailerii, fie constrângerea acestora să furnizeze datele respective.

De ce reprezintă produsele electronice și cele IT&C motorul creșterii comerțului online din România? Pentru că, din câteva click-uri, orice potențial cumpărător cu acces la internet poate afla cu ușurință cel mai mic preț la care poate achiziționa un astfel de produs. Nu numai că poți afla prețurile direct de pe site-ul fiecărui magazin online, dar există și platforme de comparare de prețuri, precum price.ro sau shopmania.ro, la care sunt afiliate zeci de astfel de magazine. În condițiile unei

transparențe ridicate în electro-retail, concurența a crescut, iar prețurile au devenit mai competitive.

În aceste condiții, pare de neînțeles de ce marile rețele din retailul alimentar se împotrivesc publicării prețurilor din propriile magazine prin intermediul unei platforme online de comparare, mai ales că posibilitatea consumatorilor de a cunoaște prețurile din magazine în timp real ar crește nivelul de încredere al acestora în practicile retailerilor.

Monitorul prețurilor este o inițiativă a Asociației pentru Protecția Consumatorilor (APC) din România, o organizație non-guvernamentală înființată în 1990 și afiliată Organizației Consumatorilor din Uniunea Europeană – BEUC. „Proiectul s-a născut la o discuție comună cu reprezentanții Consiliului Concurenței, în cadrul unei ședințe de Colegiu Consultativ, din care face parte și asociația noastră”, declară, într-un interviu acordat revistei Progresiv, Costel Stanciu, Președintele APC România. Printre inițiatorii proiectului se numără și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) și Guvernul României, pentru a da mai multă credibilitate și putere de negociere organizațiilor implicate în dezvoltarea platformei de prețuri. Prima comunicare oficială pe acest subiect a fost realizată de către Consiliul Concurenței în luna noiembrie 2014, când instituția a anunțat lansarea unui proiect de creare a unei platforme online care să afișeze, săptămânal, prețurile alimentelor din coșul zilnic al populației. Astfel, ar urma să fie monitorizate prețurile la principalele branduri prezente pe piață, inclusiv mărcile proprii ale retailerilor, din cele mai importante categorii de produse alimentare: făină, mălai, pâine, paste făinoase, orez, fasole boabe, cartofi, legume și fructe proaspete și conservate, carne și preparate din carne, lapte, brânză proaspătă, telemea, ouă, ulei, margarină, zahăr, ciocolată, băuturi nealcoolice – lista fiind preluată dintr-un act normativ emis de Guvernul României privind coșul minim de consum lunar.

## **Modelul grecesc**

Intenția Asociației pentru Protecția Consumatorilor este de a crea, și în România, un instrument puternic în sprijinul consumatorului, pe modelul celor existente în alte state europene. „În țările dezvoltate există organizații puternice ale consumatorilor, precum «Test-achats» în Belgia, «Which?» în Marea Britanie, «Que Choisir» în Franța, «vzbv» în Germania. Datorită resurselor de care dispun, care se ridică la nivelul

milioanelor de euro în bugetele anuale, aceste organizații au propriile reviste în care publică studii pentru consumatori și pot realiza astfel de comparații de prețuri”, explică președintele APC România.

Puterea acestor asociații naționale vine din numărul mare de membri aderenți din rândul consumatorilor, aceștia fiind mult mai implicați în societatea civilă și dispuși să cotizeze către asociațiile care le protejează drepturile de consumator. „Profilul consumatorului român nu se aseamănă cu profilul celui german, englez sau belgian. În țările din vestul Europei, consumatorul înțelege necesitatea existenței unei asociații, devine membru, își plătește cotizația, cumpără revista asociației, deci susține organizația. În schimb, consumatorul român este unul asistat, obișnuit să primească totul de-a gata, și de aici nevoia intervenției statului în realizarea acestui monitor al prețurilor”, afirmă Costel Stanciu.

Președintele APC România consideră că, fără susținerea Guvernului, un astfel de proiect nu s-ar putea realiza în România, având în vedere că nu există putere financiară din partea asociațiilor pentru protecția consumatorilor pentru realizarea unui astfel de proiect din fonduri private. Acesta este și motivul pentru care modelul urmărit pentru dezvoltarea monitorului prețurilor din România vine din Grecia, unde proiectul a fost realizat de trei instituții de stat – Ministerul Comerțului, Consiliul Concurenței și Autoritatea pentru Protecția Consumatorilor.

„Modelul grecesc ni s-a părut cel mai potrivit pentru a fi aplicat și în cazul României. Motorul de căutare are la bază criterii clare precum produs, preț, punct de vânzare. Aplicația respectivă poate genera și o listă de cumpărături, ajutând și mai mult consumatorul”, adaugă Stanciu.

### **Dezvoltarea platformei ar costa circa 1,8 mil. euro**

Dezvoltarea platformei care va sta în spatele site-ului de comparare a prețurilor ar putea avea un cost similar cu monitorului prețurilor din Grecia. „Proiectul a costat 1,8 milioane de euro în Grecia. Dezvoltarea și extinderea lui la nivelul țării noastre ar presupune o cheltuială apropiată de acest nivel pentru că în Grecia au fost introduse în baza de date în jur de 1.000 de puncte de vânzare și circa 1.500 de produse alimentare. În plus, în acești bani au intrat și costurile cu amplasarea unor info-chioșcuri în instituțiile publice și în zonele cu vad comercial, precum și realizarea unei linii telefonice destinate persoanelor care nu au abilități

de lucru cu calculatorul”, menționează președintele APC.

Costul proiectului nu poate fi însă estimat cu acuratețe până când retailerii nu vor fi de acord să furnizeze în timp real prețurile practicate. Abia apoi se va trece la construirea platformei online. „Începutul, care va însemna monitorizarea magazinelor din București, trebuie realizat cu bani de la Guvern. Pe urmă, extinderea în alte orașe o putem realiza cu fonduri europene. Până construiești aplicația pentru proiectul UE însă, ai nevoie de fonduri”, susține Costel Stanciu.

### **Colaborare sau constrângere**

La începutul acestui an, Asociația Marilor Rețele Comerciale din România (AMRCR) a transmis un comunicat prin care preciza că nu susține introducerea platformei online. „În activitatea de vânzare desfășurată de marile lanțuri de retail, modificările de preț pot apărea cu frecvență zilnică, iar în unele cazuri chiar de mai multe ori în aceeași zi, în funcție de dinamica pieței. Pentru ca un consumator să poată beneficia efectiv de cel mai mic preț, ar trebui să aibă acces neîntrerupt la internet, precum și posibilitatea de a se deplasa rapid la locația respectivă”, susțin reprezentanții AMRCR. Din acest motiv, asociația consideră că investiția publică în Monitorul prețurilor nu ar avea un return pe măsură, deoarece consumatorii nu ar putea beneficia din plin de avantajele oferite de transparența prețurilor.

Președintele APC admite că mingea este acum în terenul retailerilor: „Până când retailerii nu vor colabora voluntar sau până când nu vor fi obligați să furnizeze informațiile legate de prețuri, proiectul nu va merge mai departe. Din acel moment vom putea și noi să estimăm costurile reale și tot ceea ce implică acest proiect. Dacă nu trecem de această etapă, proiectul rămâne pe hârtie”, subliniază Costel Stanciu.

În acest sens, APC intenționează să stabilească în perioada următoare mai multe întâlniri cu Asociația Marilor Rețele Comerciale prin intermediul Consiliului Concurenței. „Urmează să ne întâlnim cu retailerii în situația în care vor da curs unor astfel de propuneri. Aceste întâlniri se vor realiza prin intermediul Consiliului Concurenței pentru că, dacă nu există o instituție a statului implicată, agenții economici nu răspund unor astfel de demersuri”, menționează Stanciu.

De altfel, în luna martie a acestui an, președintele Consiliului Concurenței, Bogdan Chirițoiu, a adresat public reprezentanților AMRCR

---

o invitație la sediul instituției, pentru a discuta toate aspectele contestate de retaileri în acest proiect. Cel mai probabil, aceste întâlniri vor avea loc în a doua jumătate din aprilie, potrivit reprezentanților instituției.

În cazul în care retailerii nu vor dori colaborarea, va fi urmat același model grecesc. „Retailerii din Grecia au fost obligați printr-un act normativ să ofere prețurile la alimente, pe care le încarcă singuri pe platformă prin intermediul unei aplicații. Am convingerea că și la noi se va proceda astfel. Dacă nu vom vedea din partea retailerilor o deschidere pe tema aceasta, atunci va fi nevoie și la noi de parcurgerea acelorași etape”, completează Costel Stanciu.

Deși președintele Consiliului Concurenței, Bogdan Chirițoiu, a afirmat că vrea ca acest proiect să fie demarat până la sfârșitul lui 2015, sunt șanse minime ca lansarea Monitorului prețurilor să se realizeze în acest an, având în vedere că dezvoltarea platformei online va începe abia după ce va fi încheiat un protocol de furnizare a datelor de către retaileri.

## Articole Asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/articole/ce-sanse-are-proiectul-monitorul-preturilor>

### Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/prim-plan.jpg>