



FPLT



Theodoros Mallios

Président de la Fédération Hellénique des Buralistes. Il est Président de l'Association d'Athènes depuis février 2011 et de la Fédération depuis novembre 2014. Début novembre 2017, il a été réélu pour trois ans en 2023 il a été réélu pour la 3ème fois. Il exerce cette activité professionnelle depuis décembre 1991. Il est titulaire de deux kiosques, l'un en centre ville, place Syntagma, en face du Parlement et le deuxième sous l'Acropole. Il est également titulaire d'un magasin de souvenirs dans le lieu le plus touristique d'Athènes, à Plaka. Il a récemment été réélu représentant du secteur à la Confédération Générale des Professionnels, Artisans et Commerçants Helléniques et membre de la direction de la Chambre des Artisans d'Athènes. Il exerce sans interruption une activité syndicale et professionnelle dans le secteur depuis 1993.

BURALISTES GRECS

PRÉSENTATION DE LA FÉDÉRATION GRECQUE DES GÉRANTS DE KIOSQUES

La Fédération grecque des gérants de Kiosques est le seul organe syndical d'appel qui représente la catégorie des Titulaires de Kiosques - Débitants de tabac dans toute la Grèce. Elle se compose de 10 associations primaires, celle d'Athènes étant la plus grande, et elle couvre 30% des 6.000 points de vente encore existants, alors qu'avant la crise économique de 2010, il y en avait 11.000. Notre Fédération a été fondée en 1985, avec comme principaux objectifs la

défense des intérêts des professionnels du secteur vis-à-vis des fonctionnaires gouvernementaux, producteurs et distributeurs de produits et de services, et la représentation de tous les buralistes dans les syndicats tertiaires, comme la Confédération Générale des Professionnels, Artisans et Commerçants de Grèce, la Chambre des Artisans, etc. La communication avec nos collègues se fait au moyen de revues mensuelles publiées par les associations.

- Ressources financières
Actuellement, la Fédération ne bénéficie que d'un petit soutien économique fourni par les trois syndicats majeurs, principalement celui d'Athènes : c'est dans ses bureaux que se trouve son siège, au centre d'Athènes, en face du Parlement place Syntagma. La Fédération officielle (FPLT) comporte et ne représente que les buralistes titulaires de kiosques ayant la plus grande cohésion au sein de la catégorie du tabac.



RÉGIME DE DISTRIBUTION DU TABAC

a. Logistique

Les fournisseurs de tabac approvisionnent les magasins autorisés et certifiés soumis au régime de contrôle douanier. Les taxes (taxes et accises) sont dues après la révocation du régime de suspension des droits (taxation) et sont payées par les fournisseurs de tabac avec un délai d'un mois. La distribution est confiée à des revendeurs exclusifs dans tout le pays.

b. Vente au détail

1. POINTS DE VENTE.

Avant 2011, le commerce de détail des produits du tabac était réalisé pratiquement à 90% par les kiosques. Jusqu'en 2011, l'état, grâce à la consolidation constitutionnelle et une législation spéciale, accordait presque exclusivement aux personnes handicapées et aux victimes de guerre le droit de vendre des produits du tabac. Depuis 2012 et jusqu'à ce jour, avec la libéralisation progressive

qui est encore en cours, une situation chaotique s'est installée.

En novembre 2012 et en avril 2014, sont survenus d'importants changements législatifs dans l'attribution des licences pour les kiosques. Toutes les responsabilités concernant les licences et la concession de l'espace public ont été données exclusivement aux communes. Depuis mai 2015, les contrats ont une durée obligatoire de dix ans. Les bénéficiaires handicapés restent en possession des licences plus anciennes et, après leur décès, le conjoint en hérite ainsi que les enfants adultes handicapés lorsque le handicap dépasse 67%. Quand il n'y a pas d'héritiers, le droit revient à la commune compétente à qui nous payons le loyer jusqu'à l'échéance du contrat de location qui avait été signé avec le défunt. Avec la nouvelle législation, la commune peut, à

l'échéance du contrat de location, supprimer le kiosque ou le déplacer dans un autre endroit, et également identifier de nouveaux emplacements. Ces dernières années, nous avons réussi dans de nombreuses communes à obtenir légalement 15m2 avec une tolérance relative. Il y a aussi des communes qui attribuent jusqu'à 30m2, et en province parfois encore plus.

2. CADRE JURIDIQUE.

Aucun permis spécial n'est exigé, ce qui entraîne une grande confusion du côté du marché comme des autorités compétentes. Et bien que les clients soient disposés à se déplacer dans un certain endroit pour un produit comme le tabac, il existe un intérêt extrêmement limité à le distribuer dans d'autres magasins et supermarchés, car les profits sont très faibles, autour de 4%.



3. HORAIRE DE TRAVAIL.

Tous les kiosques sont ouverts sept jours sur sept, 18 heures par jour, et certains sont même ouverts 365 jours par an 24 h/24. Voilà pourquoi, en Grèce, les kiosques sont très populaires et travaillent beaucoup, étant donné qu'ils offrent un maximum de services aux consommateurs ; ils étaient et sont encore, des lieux utiles en cas d'urgence pour tout type d'informations, même importantes. En plus des grecs, également les touristes en visite dans notre pays profitent au maximum de tout ce qu'offrent les kiosques.



4. PART DE PROFIT.

Jusqu'en 1993 la marge pour le revendeur était fixée à 9,1% sur le prix de détail. Début 2010, quand la crise économique a éclaté, la

marge était de l'ordre de 6,7%, et aujourd'hui, après des augmentations de taxes répétées et excessives, nous sommes arrivés à 4%. La Presse à 6%

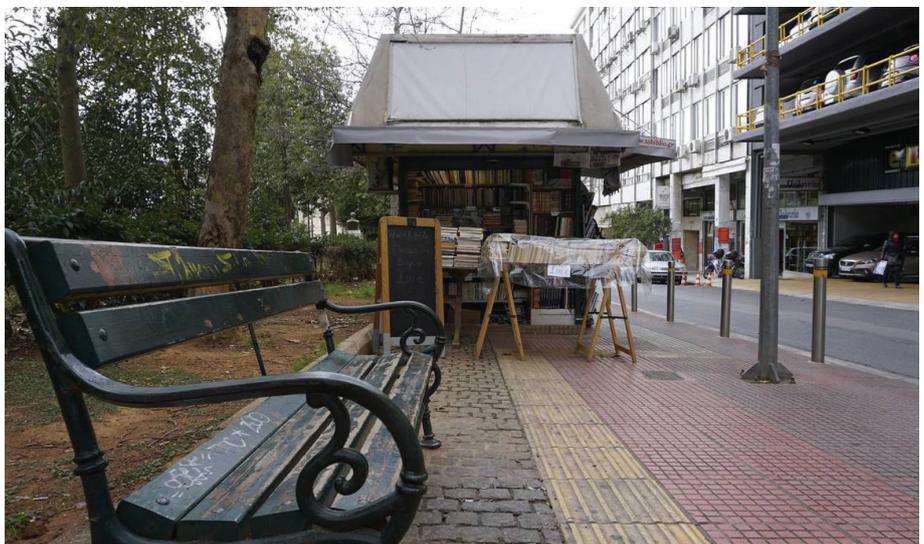
dans les grandes villes et à 4,5% dans le reste du pays, à 2% les cartes téléphoniques, à 4% les billets urbains, à 6% les jeux de grattage.

QUI SONT LES REVENDEURS DU TABAC?

Aujourd'hui le réseau se compose d'environ 20.000 points de vente de tabac dont environ 6.000 sont les kiosques que nous représentons, et qui font plus de la moitié (environ 55%) du chiffre d'affaires de tabac. Les kiosques

doivent cela principalement au fait qu'ils se trouvent à des endroits clés, où passent et où se réunissent de nombreuses personnes, situés sur les trottoirs, les passages piéton, les places, etc., ce qui génère des ventes

spontanées, et parce qu'ils travaillent comme une petite entreprise familiale avec un rapport personnel avec les clients et grâce aussi à la variété des produits vendus, malgré un espace à disposition limité.



FISCALITÉ TABAC

Depuis janvier 2010, les taxes ont augmenté neuf fois et aujourd'hui elles sont de l'ordre de 86% (accises et TVA), soit les taxes parmi les plus élevées de l'UE. En Grèce, le tabac est le produit le plus taxé. La fiscalité excessive, les longues frontières maritimes, les ressources humaines insuffisantes et les ressources techniques limitées dont dispose le pays, auxquelles s'ajoute le trafic de sommes énormes à cause de la contrebande de tabac, ont permis à cette dernière d'attein-

dre ces dernières années un niveau effrayant, passant de 3% en 2009 à plus de 24% en 2021. Depuis 2010 la consommation légale de cigarettes a chuté de plus de 50% et, en ce qui concerne la Grèce, malgré l'énorme augmentation des impôts et la forte hausse du prix de détail, les recettes publiques provenant du tabac ont diminué de près de 6,5%. Avec la dernière augmentation des taxes appliquée depuis le 01.01.2017, désormais les prix au détail varient de 3,90€ à 4,50€,

pour les cigarettes de 3,60€ à 4,60 € et pour le paquet de 30g de tabac de 7,20 à 7,50€. Il existe plus de 300 marques de tabac vendues (cigarettes et tabac), ce qui peut créer un problème pour certains de nos collègues car les frais pour couvrir toutes les références des produits dans le kiosque sont considérables. Depuis 2010, il y a eu une augmentation impressionnante de la consommation du tabac à rouler, principalement chez les jeunes.

LA VARIÉTÉ DES PRODUITS ET DES SERVICES

En plus des produits du tabac déjà cités, la téléphonie mobile, la presse grecque et étrangère, les billets de transports publics, les jeux de grattage, un apport important pour les kiosques sont les produits réfrigérés, car en Grèce l'été est très long, le tourisme fondamental, et il y a beaucoup de publicité pour ces produits réfrigérés. Cela permet la vente d'eau en bouteille, sodas, boissons alcoolisées, boissons de bar, produits laitiers, sandwiches, etc. et bien sûr glaces industrielles. Une autre catégorie importante de produits sont les confiseries telles que chocolat, chewing-gum, bon-

bons, les friandises telles que chips, biscuits, croissants et autres.

Comme la philosophie du kiosque, de par sa nature et son caractère, est de s'adapter aux besoins et exigences des consommateurs selon l'endroit où il se trouve, le bon commerçant

peut aussi promouvoir des produits ciblés. Ainsi, dans les lieux touristiques, rues commerciales, écoles, hôpitaux, zones maritimes, toujours plus de collègues ajoutent des services divers et des moyens de paiement électronique modernes.



LES LOIS NATIONALES QUI S'APPLIQUENT À LA PROFESSION

- interdiction de vente du tabac aux moins de 18 ans;
- interdiction de publicité promotionnelle. Possible seulement dans les kiosques mais avec restrictions.

DONNÉES CLÉS

- 3,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel;
- 2,8 milliards de recettes fiscales (2,1 milliards accises + 0,7 milliards TVA);
- 5% du bilan national provient de l'imposition du tabac;
- environ 55.000 vendeurs au détail.



10, Othonos str,
Athens - Greece 10557
T. +30 2103229500
E: gfr1985@gmail.com
Web: www.peripteranews.gr