



CONFÉDÉRATION EUROPÉENNE DES DÉTAILLANTS EN TABAC (G.E.I.E.)



FPLT



Theodoros Mallios

Presidente della Federazione Ellenica Tabaccai. È Presidente dell'Associazione di Atene dal febbraio 2011 e della Federazione dal novembre 2014. È stato rieletto all'inizio di novembre 2017 e per la terza volta in 2022. Svolge quest'attività professionale dal dicembre 1991. È titolare di due chioschi, uno nel centro della città, in piazza Syntagma, di fronte al Parlamento e il secondo sotto l'Acropoli. In più, è titolare di un negozio di souvenir nel punto più turistico di Atene, in Plaka. È stato rieletto, di recente, rappresentante del settore alla Confederazione Generale dei Professionisti, Artigiani e Commercianti Ellenici e membro della direzione della Camera degli Artigiani di Atene. Svolge un'attività sindacale e professionale continua nel settore sin dal 1993.

TABACCAI GRECI

PRESENTAZIONE DELLA FEDERAZIONE GRECA DEI TITOLARI DI CHIOSCHI

La Federazione Greca dei Titolari di Chioschi è l'unico organo sindacale d'appello che rappresenta la categoria dei Titolari di Chioschi - Tabaccai in tutta la Grecia. È composta di 10 associazioni primarie, di cui quella di Atene è la più grande, copre il 30% dei 6.000 punti che sono rimasti, mentre prima dello scoppio della crisi economica del 2010 esistevano 11.000 punti vendita.

La nostra Federazione è stata fondata nel 1985 con

gli scopi e con gli obiettivi principali di difendere gli interessi dei professionisti del settore nei confronti di funzionari governativi, produttori e distributori di prodotti e servizi, e di rappresentare tutti i tabaccai nei sindacati terziari, come la Confederazione Generale dei Professionisti, Artigiani e Commercianti Ellenici, la Camera degli Artigiani, ecc.

La nostra comunicazione con i colleghi avviene attraverso le riviste mensili pubblicate dalle associazioni.

- Risorse finanziarie.

La Federazione in questo momento usufruisce solo di un piccolo sostegno economico fornito dai tre maggiori sindacati, principalmente quello di Atene, nei cui uffici ha sede, cioè nel centro di Atene, di fronte al parlamento in Piazza Syntagma. La Federazione ufficiale (FPLT) consiste e rappresenta solo i tabaccai titolari di chioschi che hanno la maggiore coesione nella categoria del tabacco.



REGIME DI DISTRIBUZIONE DEL TABACCO

a. Logistica

I fornitori del tabacco operano attraverso magazzini autorizzati e certificati in regime di controllo doganale. Le tasse (tasse e accise) sono dovute dopo la revoca del regime di sospensione dei dazi (tassazione) e vengono pagate dai fornitori del tabacco con un termine di un mese dopo. La distribuzione è affidata a rivenditori esclusivi in tutto il paese.

b. Vendita al dettaglio

1. PUNTI VENDITA. Entro il 2011 il commercio al dettaglio di prodotti del tabacco avveniva dai chioschi quasi al 90%. Fino al 2011 il diritto della vendita di prodotti del tabacco veniva concesso, quasi esclusivamente, dallo stato attraverso un consolidamento costituzionale e una legislazione speciale a disabili e vittime di guerra. Dopo il 2012 e fino ad oggi, con la progressiva liberalizzazione che è stata istituita ed è ancora in corso, c'è

una situazione caotica.

Nel novembre 2012 e nell'aprile 2014 ci sono stati importanti cambiamenti legislativi nella concessione di licenze per i chioschi. Tutte le responsabilità relative alle licenze e alla concessione di spazio pubblico sono state assegnate esclusivamente ai comuni. Da maggio 2015 i contratti hanno una durata obbligatoria di dieci anni. Le licenze più vecchie rimangono in possesso dei beneficiari disabili e, dopo la loro morte, vengono ereditati dal coniuge e dai figli adulti disabili quando la disabilità supera il 67%. Nel caso non ci siano eredi, il diritto va al comune competente a cui paghiamo l'affitto fino alla scadenza del contratto di locazione che abbiamo stipulato con il defunto. Con la nuova legislazione, il comune ha la possibilità, dopo la scadenza del contratto di locazione, di rimuovere il chiosco o di spostarlo in un'altra po-

sizione, anche di identificare delle nuove posizioni. Negli ultimi anni, siamo riusciti in molti comuni ad avere legalmente 15mq e una relativa tolleranza. Ci sono anche dei comuni che concedono fino a 30 mq, mentre nella provincia i mq possono aumentare ancora di più.

2. QUADRO GIURIDICO.

Non è richiesto alcun permesso speciale, ciò comporta una grande confusione sia nel mercato che nelle autorità competenti. Sebbene il tabacco sia un prodotto per cui il cliente è tentato a spostarsi a un certo punto, l'interesse nel distribuirlo in altri negozi e supermercati è totalmente limitato, poiché il profitto è estremamente basso al livello del 4%.

3. ORARIO LAVORATIVO.

Tutti i chioschi sono aperti sette giorni su sette, 18 ore al giorno, mentre alcuni sono aperti 365 giorni al-



l'anno per 24 ore. Questo è il motivo per cui i chioschi in Grecia sono molto popolari e lavorano bene, in quanto offrono i massimi servizi ai consumatori, mentre erano e lo sono ancora, preziosi punti di emergenza per tutti i tipi di informazioni, anche importanti. Oltre ai greci, pure i turisti che ci visitano fruiscono al meglio dell'intera gamma dei chioschi.

4. TASSO DI PROFITTO. Il tasso di profitto per il rivenditore era fino al 1993 fissato al 9,1% sul prezzo al dettaglio.

All'inizio del 2010, allo scoppio della crisi economica, il profitto era in media al 6,7%, mentre oggi, dopo aver subito costanti ed eccessivi aumenti delle tasse, siamo arrivati al livello del 4%. La Stampa al 6% nelle grandi città e al 4,5% in al-



tre parti del paese, al 2% le carte telefoniche, al 4% i

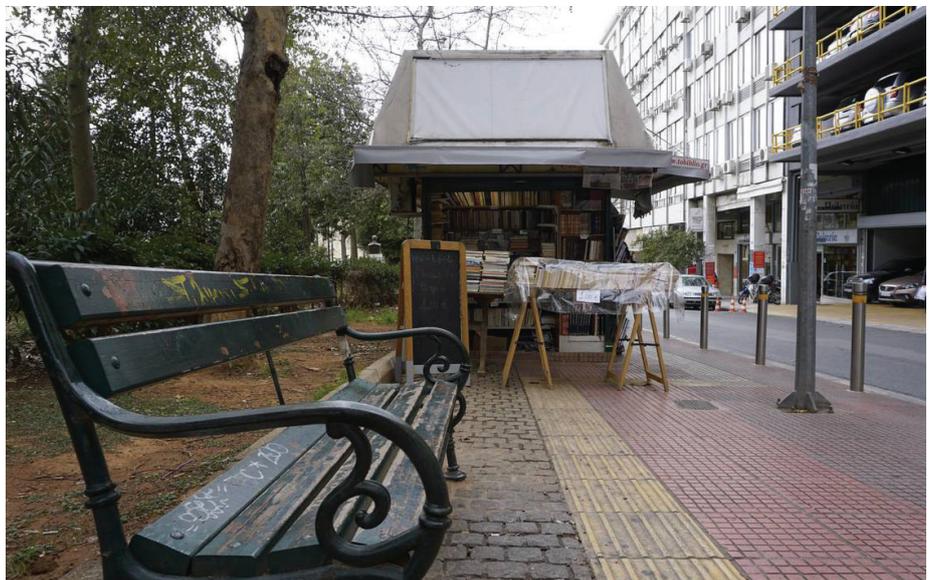
biglietti urbani, al 6% i gratta e vinci.

CHI SONO I RIVENDITORI DEL TABACCO?

Oggi la rete è composta da circa 20.000 punti vendita di tabacco di cui circa 6.000 sono i chioschi che rappresentiamo noi e che hanno più della metà del fatturato di tabacco, circa il 55%. I chioschi si avvalgo-

no principalmente del fatto che si trovano in punti chiave ove passa o si raduna un gran numero di persone, situati sui marciapiedi, passaggi pedonali, piazzette, ecc, basati alle vendite spontanee, e al fatto

che operano come una piccola azienda familiare con un rapporto personale con i clienti e anche alla varietà dei prodotti che vendono, nonostante lo spazio limitato a disposizione.



FISCALITÀ TABACCO

Da gennaio 2010 le tasse sono aumentate di nove volte e oggi è dell'86% (accise e IVA), ovvero una delle più elevate dell'UE. In Grecia, il tabacco è il prodotto più tassato. L'eccessiva fiscalità, le lunghe frontiere marittime, le risorse umane insufficienti e le risorse tecniche limitate che dispone il paese, in più il traffico di somme enormi nel contrabbando di tabacco, hanno fatto salire il contrabbando a liv-

elli spaventosi negli ultimi anni, dal 3% nel 2009 a oltre 24% nel 2021. Dal 2010 nelle sigarette è stato perso oltre il 50% del consumo legale e nonostante l'aumento enorme delle imposte e la forte crescita del prezzo al dettaglio per quanto riguarda la Grecia, le entrate pubbliche dal tabacco sono diminuite di circa 6,5%. Con l'ultimo aumento delle tasse applicato dal 01.01.2017 i prezzi al dettaglio ora vari-

ano da 3,60 € a 4,60 € per le sigarette, e da 7 € a 8 € e per la confezione da 30g di tabacco trinciato. Le marche del tabacco venduto (sigarette e tabacco) sono più di 300, il che è un problema per diversi colleghi poiché è richiesta una spesa considerevole per poter coprire tutti i codici dei prodotti nel chiosco. C'è stato un aumento impressionante dal 2010 nel consumo di tabacco sfuso principalmente dai giovani.

LA VARIETÀ DEI PRODOTTI E SERVIZI

Oltre ai suddetti prodotti del tabacco, telefonia mobile, stampa greca e straniera, biglietti per il trasporto pubblico, gratta e vinci, un supporto molto importante per i chioschi sono i frigoriferi, perché la Grecia ha una lunga estate, si basa molto sul turismo, e inoltre c'è molta pubblicità sui prodotti che vengono distribuiti dai frigoriferi. Ciò consente la vendita di acqua in bottiglia, bibite, bevande alcoliche, bevande di caffè, latticini, panini, ecc. e naturalmente gelato confezionato.

Un altro gruppo di prodotti importante sono i prodotti dolciari come cioccolati, gomme da masticare, caramelle, snack come patatine, biscotti, cornetti e simili.

Siccome il chiosco, per sua natura e carattere, opera con la filosofia di adattarsi ai bisogni e alle esigenze dei consumatori nel punto in cui si trova, il bravo professionista può anche promuovere i

prodotti opportuni. Così, in luoghi turistici, vie commerciali, scuole, ospedali, aree marittime, sempre più colleghi aggiungono vari servizi e pagamenti in modi elettronici moderni.



LE LEGISLAZIONI NAZIONALI CHE DISCIPLINANO LA CATEGORIA

- divieto di vendita del tabacco ai minori di 18 anni;
- divieto di pubblicità promozionale. Ammessa solo nei chioschi ma con restrizioni.

DATI CHIAVE

- 3,2 miliardi di euro di fatturato annuale;
- 2,8 miliardi di introiti fiscali (2,1 miliardi accise + 0,7 miliardi IVA);
- 5% del bilancio nazionale proviene dall'imposizione del tabacco;
- circa 55.000 venditori al dettaglio.



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