

Η φοροδιαφυγή «μετακομίζει» στο διαδίκτυο

Επιπρόσθετοι εκμεταλλεύονται τη ραγδαία αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, πουλώντας «μαϊμού» προϊόντα χωρίς να καταβάλλουν ταυτόχρονα τους προβλεπόμενους φόρους στο κράτος

Των **Μ. Ι. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ, Δ. ΧΡΙΣΤΟΥΛΙΑ**
oikonomia@realnews.gr

Χρυσές δουλειές κάνουν επιπρόσθετοι ακόμη και μέσα στην κρίση, εκμεταλλευόμενοι τη ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στόχος τους είναι να κερδίσουν «αφορολόγητο» όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο από την πίτα των 4 δισ. ευρώ που εκτιμάται ότι είναι ο συνολικός τζίρος των online αγορών.

Όπως εκτιμά ο γενικός διευθυντής του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου **Πάρης Κορωναίος**, «στα χρόνια της οικονομικής κρίσης το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται μεσοσταθμικά κατά 10%. Στον κλάδο, μάλιστα, υπολογίζεται ότι δραστηριοποιούνται 5.000 με 6.000 online επιχειρήσεις». Στην αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών συνέβαλε κατά κύριο λόγο το γεγονός ότι οι online αγοραστές εξοικονομούν εκτός από χρήματα (καθώς αγοράζουν τα προϊόντα της αρεσκείας τους σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές) και πολύτιμο χρόνο, σε σχέση με το εάν θα έπρεπε να επισκεφθούν κάποιο φυσικό κατάστημα.

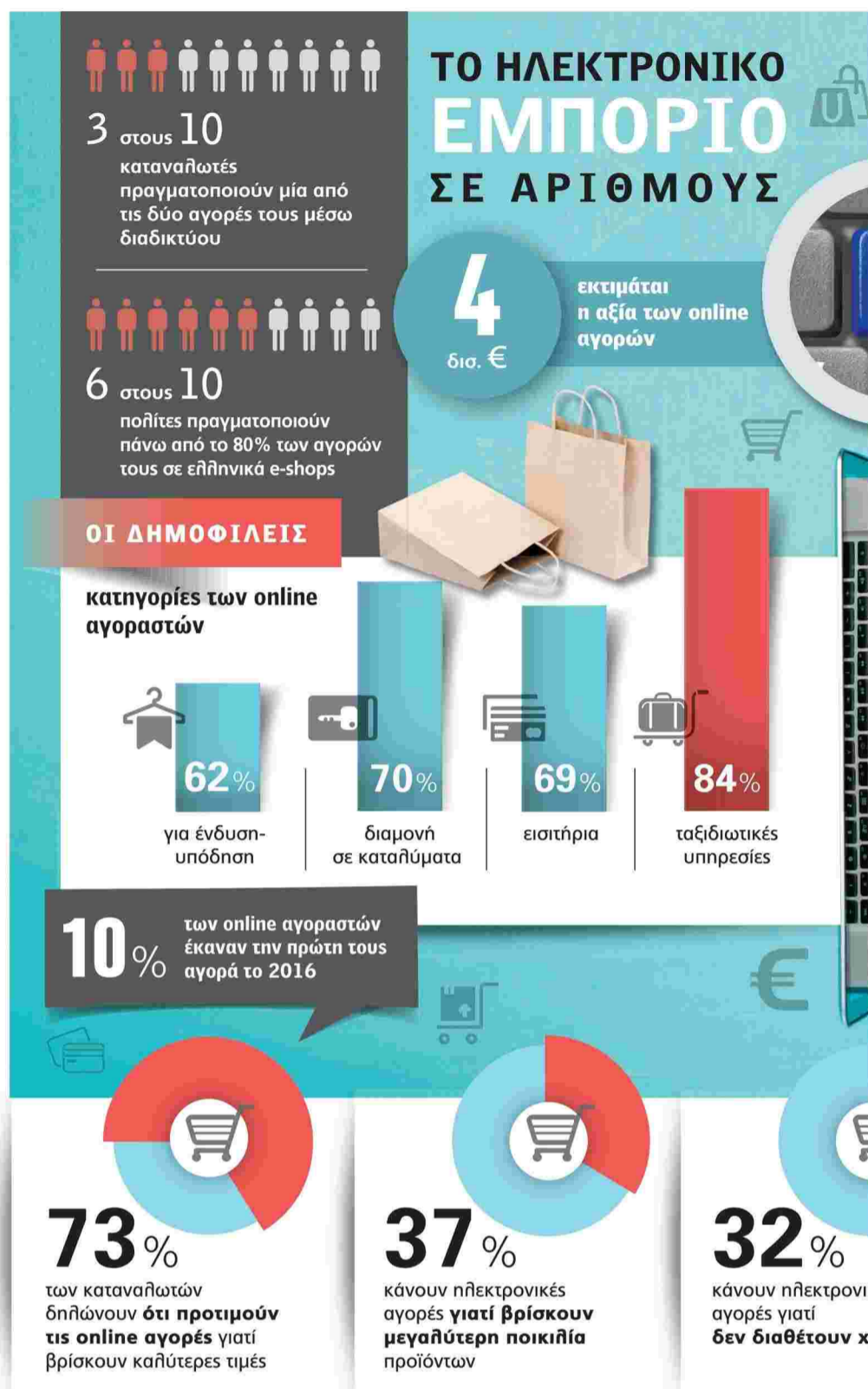
Την εκ βάθρων αλλαγή που συντελείται τα τελευταία χρόνια στις αγοραστικές συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών εκμεταλλεύτηκαν και αρκετοί επιπρόσθετοι, οι οποίοι πωλούν προϊόντα αμφιβόλου ποιότητας, χωρίς μά-

λιστα τα νόμιμα φορολογικά παραστατικά. Από παπούτσια και ρούχα μέχρι ηλεκτρονικές συσκευές, κινητά τηλέφωνα και είδη σπιτιού. Το Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος (ΣΔΟΕ) σε πρόσφατο έλεγχο έβγαλε «λαβράκι», καθώς διεφάνη το μέγεθος του παρεμπορίου και της φοροδιαφυγής που συντελείται στο διαδίκτυο.

Σύμφωνα με πληροφορίες της Realnews, στον εν λόγω έλεγχο του ΣΔΟΕ διαπιστώθηκε ότι σε μόνο δύο ιστοσελίδες και σε διάστημα μόλις 11 μηνών είχαν πραγματοποιηθεί 22.000 παραγγελίες «μαϊμού» υποδημάτων, συνολικής αξίας 2 εκατ. ευρώ. Μάλιστα, υψηλόβαθμο στέλεχος του ΣΔΟΕ αναφέρει ότι τα παραποιημένα προϊόντα είναι τόσο εξελιγμένα, που ακόμη και ένας έμπειρος ελεγκτής δεν μπορεί να διαπιστώσει τη γνησιότητά τους με γυμνό μάτι. «Για αυτόν τον λόγο», συμπληρώνει, «αγοράζουμε το συγκεκριμένο προϊόν, έτσι ώστε ο εμπειρογνώμονας να μπορεί να διαπιστώσει ιδίους όμματα εάν τα υποδήματα, για παράδειγμα, είναι γνήσια ή «μαϊμού»».

Εγκληματικές οργανώσεις

Σύμφωνα με πληροφορίες της «R», πρόκειται για κανονικές εγκληματικές οργανώσεις, οι οποίες δημιουργούν επίπεδα ασφαλείας προκειμένου να γλιτώνουν από τα δίκτυα της Αστυνομίας και του ΣΔΟΕ. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε έναν έλεγχο διαπιστώθηκε πως



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ

ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ενός ηλεκτρονικού μητρώου δρομολογεί ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου, σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Με αυτόν τον τρόπο θα υπάρξει καταγραφή των επιχειρήσεων και η πολιτεία θα είναι σε θέση να γνωρίζει ποιες πραγματικά και νόμιμα δραστηριοποιούνται

«Θωρακίζονται» οι online αγορές

στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ηδη έχει υπογραφεί ο κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, ο οποίος ορίζει ένα συγκεκριμένο πλαίσιο κανόνων που αφορούν στην εύρυθμη λειτουργία του κλάδου. Μιλώντας στην «R», ο γενικός διευθυντής του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου **Πάρης Κορωναίος** τονίζει ότι «ο σύνδεσμος έχει λανσάρει και ήδη βρίσκεται σε λειτουργική διάθεση το Σήμα Αξιοπιστίας για το Ελληνικό Ηλεκτρονικό Εμπόριο, το GRECA Trustmark (www.trustmark.gr). Πρόκειται για ένα εργαλείο που καταγράφει και αναλύει 120 διαφορετικά χαρακτηριστικά των e-shops. Η υλοποίηση του GRECA Trustmark έχει διπλό σκοπό. Αφενός μεν, πιστο-

ποιεί τα ηλεκτρονικά καταστήματα σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία και τον κώδικα δεοντολογίας του ηλεκτρονικού εμπορίου, ενισχύοντας έτσι τη διαφάνεια και προφυλάσσοντας το εμπόριο από παράνομες πρακτικές (πάταξη παρεμπορίου και φοροδιαφυγής, ανύπαρκτα e-shops κ.λπ.). Αφετέρου δε, αποτελεί διαβεβαίωση και εγγύηση προς τους καταναλωτές που επισκέπτονται το εκάστοτε πιστοποιημένο ηλεκτρονικό κατάστημα ότι τηρεί πλήρως τη νομοθεσία, τις βέλτιστες πρακτικές και τον κώδικα δεοντολογίας, ενισχύοντας σε μέγιστο βαθμό το αίσθημα ασφάλειας και εμπιστοσύνης στις online αγορές».

Παράλληλα, ο Σύνδεσμος, μέσω μιας ψηφιακής καμπάνιας που λανσάρει, προσπαθεί να ενημερώσει και να εκπαιδεύσει τους online καταναλωτές στη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών, ενώ βρίσκεται σε στενή συνεργασία και με τη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος.



για συγκεκριμένη εταιρεία που διάθετε «μαϊμού» προϊόντα μέσω διαδικτύου είχε βουλγαρικό ΑΦΜ, το οποίο άλλαζε κάθε 8 μήνες! Οι δύο προαναφερθείσες εταιρείες, που είχαν λάβει 22.000 παραγγελίες σε μόλις 11 μήνες, έπεσαν στα δίκτυα του ΣΔΟΕ μετά από συστηματική παρακολούθηση.

Η «ενέδρα» στήθηκε από τους ελεγκτές του Σώματος, όταν η ανυποψίαστη, όπως αποδείχθηκε, υπάλληλος της εταιρείας που διατηρούσε την ηλεκτρονική σελίδα πήγε στο ταχυδρομείο με έναν συνάδελφό της για να εισπράξει τα χρήματα των αντικαταβολών. Το ΣΔΟΕ, μάλιστα, βρήκε και μία από τις αποθήκες που διατηρούσε η συγκεκριμένη εταιρεία για τη φύλαξη των παραποιημένων προϊόντων τα οποία πωλούσε μέσω διαδικτύου.

Η παράνομη δράση της συγκεκριμένης εταιρείας ήταν σχεδιασμένη με κάθε λεπτομέρεια, έτσι ώστε να εξαπατά τους καταναλωτές, αλλά και να διαφεύγει από την τιμωρία των ελεγκτικών Αρχών. Αυτές οι ιστοσελίδες πωλούσαν «μαϊμού» αθλητικά είδη επώνυμων εταιρειών, σε τιμές λίγο φθηνότερες σε σχέση με αυτές που της διέθετε ένα φυσικό κατάστημα. Με αυτόν τον τρόπο παραπλανούσαν τους κα-





Ο διευθύνων σύμβουλος της Folli Follie Tzortzis Κουτσογιούτσος

Προτεραιότητα η ασφάλεια

«Η ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ, η καινοτομία και ο digital προσανατολισμός αποτελούν τους πυλώνες του Ομίλου FF Group με στόχο την ανάπτυξη. Το e-commerce αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του retail μας», επισημαίνει ο CEO της FF GROUP, Τζώρτζης Κουτσογιούτσος και συνεχίζει: «Εχοντας πολυετή πλέον παρουσία στο διαρκώς μεταβαλλόμενο ψηφιακό περιβάλλον και διατηρώντας διαφορετικά e-shops για την πλειοψηφία των δραστηριοτήτων μας, τόσο για high-end όσο και για τα πιο προσιτά brand, θεωρούμε την ασφάλεια των διαδικτυακών αγορών δεδομένη. Η στρατηγική omnichannel, που εφαρμόζουμε, προσφέρει μία ολοκληρωμένη εμπειρία πωλήσεων μέσα από όλα τα κανάλια, ψηφιακά και φυσικά, μεγιστοποιώντας τις επιλογές του καταναλωτή. Στόχος μας είναι οι online πωλήσεις του ομίλου να φθάσουν σε βάθος 5ετίας στο 30% του τζίρου. Προκειμένου να προσαρμοστούμε στις αυξημένες απαιτήσεις της νέας ψηφιακής εποχής, ανανεώνουμε συνεχώς τα λειτουργικά μας μοντέλα, για να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις του νέου ενημερωμένου καταναλωτή».

Απαραίτητοι οι συστηματικοί έλεγχοι

«ΣΤΗΝ AB Βασιλόπουλος από το 2014 έχουμε παρουσία στην ηλεκτρονική αγορά προϊόντων Super Market στην Αττική και από το 2016 στη Θεσσαλονίκη. Είναι μια αγορά που προβλέπουμε ότι θα αυξάνεται σταθερά και με υψηλούς ρυθμούς τα επόμενα χρόνια, μιας και σημαντική μερίδα καταναλωτών με τη χρήση της τεχνολογίας αναζητούν τρόπους για να κάνουν τις αγορές τους πιο εύκολα», επισημαίνει ο υπεύθυνος των ηλεκτρονικών πωλήσεων στην AB Βασιλόπουλος Δημήτρης Κορωναίος.



Δημήτρης Κορωναίος υπεύθυνος των ηλεκτρονικών πωλήσεων στην AB Βασιλόπουλος

«Εμείς ως εταιρεία στοχεύουμε να παρέχουμε ιδανικές και ουσιαστικές λύσεις στους πελάτες μας και για τον λόγο αυτό εξελισσόμαστε, καινοτομούμε και προσαρμόζομαστε κάθε φορά στις νέες ανάγκες. Οσον αφορά στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος του ηλεκτρονικού εμπορίου, να επισημάνω ότι τα προϊόντα Super Market είναι σε πρώιμο ακόμα στάδιο, γι' αυτό και δεν έχουν ακόμη εκδηλωθεί έντονα κρούσματα αθέμιτου ανταγωνισμού, όπως συμβαίνει σε άλλους κλάδους. Ωστόσο, θεωρώ απαραίτητο να υπάρχει μηχανισμός ελέγχου από κρατικούς φορείς, ο οποίος θα ελέγχει συστηματικά τις εταιρείες, προστατεύοντας έτσι τους καταναλωτές και συμβάλλοντας στην εύρυθμη λειτουργία της αγοράς».

Μέσω της προσωπικής επαφής ενισχύεται η εμπιστοσύνη

«ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ κατάστημα της Intersport ξεκίνησε να λειτουργεί τον Δεκέμβριο του 2012 και από τότε καταγράφει ανοδική πορεία. Οι περισσότεροι νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια όταν μπορούν να εξυπηρετηθούν και τηλεφωνικά για τον τρόπο που θα γίνει η παραγγελία τους, καθώς υπάρχει ακόμα μια μερίδα ανθρώπων που φοβούνται να... πατήσουν τα κουμπιά», αναφέρει ο Γιώργος Λεβεντάκης, υπεύθυνος e-shop στην Intersport.



Ο υπεύθυνος e-shop στην Intersport Γιώργος Λεβεντάκης

Συμπληρώνει, όμως, ότι «τροχοπέδη στις ηλεκτρονικές πωλήσεις βάζει και η αμφιβολία για τη γνησιότητα των προϊόντων, καθώς υπάρχουν πελάτες που είτε οι ίδιοι έχουν πέσει "θύματα" απάτης του διαδικτύου, είτε κάποιο άτομο του περιβάλλοντός τους. Στον όμιλο εκτιμούμε ότι μέσω της προσωπικής επαφής ενισχύεται η εμπιστοσύνη και οι ηλεκτρονικές πωλήσεις κερδίζουν έδαφος. Η ομάδα μας νιώθει ιδιαίτερα ικανοποιημένη, καθώς φέτος οι πωλήσεις του e-shop αποτελούν το 2% των συνολικών πωλήσεων, όταν το 2015 αποτελούσαν μόνο το 0,5%. Από την Ελλάδα χειριζόμαστε επίσης τα e-shops της Intersport σε Βουλγαρία, Ρουμανία, Κύπρο και Τουρκία. Εκτιμώ ότι τα επόμενα χρόνια το ηλεκτρονικό εμπόριο θα αναπτυχθεί με ραγδαίους ρυθμούς».

ταναλωτές, καθώς πολλοί έφεψαν στην παγίδα σκεπτόμενοι, για παράδειγμα, ότι είναι λογικό ένα ζευγάρι αθλητικά παπούτσια να πωλείται μέσω του διαδικτύου 80 ευρώ, όταν σε ένα φυσικό κατάστημα κοστίζει 100 ευρώ.

Το κύκλωμα φρόντιζε να πουλάει ιδιαίτερα καλής ποιότητας παραποιημένα υποδήματα, τα οποία δεν μπορούσαν να γίνουν αντιληπτά από έναν «μέσο» καταναλωτή. Ακόμη όμως κι αν κάποιος διαπίστωνε ότι το προϊόν που αγόρασε δεν ανταποκρινόταν σε αυτό που ήθελε, δεν μπορούσε να βρει το δίκιο του, καθώς δεν έβρισκε τα πραγματικά στοιχεία της επιχείρησης, μιας και η συναλλαγή γινόταν μέσω αντικαταβολής, στο όνομα συνήθως κάποιου ανυποψίαστου υπαλλήλου.

Το κόλλημα

Οι εγκέφαλοι της παράνομης επιχείρησης εκμεταλλεύτηκαν το γεγονός ότι ακόμη στη χώρα μας ένας στους δύο online αγοραστές προτιμά να κάνει τις ηλεκτρονικές αγορές του μέσω αντικαταβολής. Ετσι, πραγματοποιούσαν τζίρους εκατομμυρίων ευρώ, που δεν πέρναγαν μέσα από το τραπεζικό σύστημα, με αποτέλεσμα να μπορούν να φοροδιαφεύγουν.

«Να ξεκαθαρίσει η ήρα από το σάρι»

«ΣΕ ΑΝΤΙΘΕΣΗ με τη συρρίκνωση της οικονομίας και των περισσότερων κλάδων στα χρόνια της οικονομικής ύφεσης, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύχθηκε με ραγδαίους ρυθμούς και αποτέλεσε το αντίδοτο στην κρίση για χιλιάδες επιχειρήσεις. Δημιουργήθηκαν σύγχρονα και καινοτόμα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία παρέχουν μια ευρεία γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες τους, σε ανταγωνιστικές τιμές», τονίζει ο γενικός διευθυντής του yoda.gr Βασίλης Στασινούλιας.

Ο ίδιος, μάλιστα, προσθέτει: «Εντούτοις, η καινοτομική ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτέλεσε και την ευκαιρία για να ασχοληθούν με τον συγκεκριμένο τομέα και κάποιοι επιτήδειοι, οι οποίοι πωλούν αμφιβόλου ποιότητας προϊόντα και δεν αποδίδουν στο κράτος τούς προβλεπόμενους φόρους, δημιουργώντας εκτός των άλλων και αθέμιτο ανταγωνισμό στις νόμιμες και συνεπείς επιχειρήσεις. Το κράτος έχει υποχρέωση και ευθύνη απέναντι στους καταναλωτές και στις νόμιμες επιχειρήσεις να εντοπίσει τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται παράνομα στον αναπτυσσόμενο κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου».

Είναι καθήκον όλων μας, που δραστηριοποιούμαστε στον χώρο αυτό, να δημιουργήσουμε μια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου που να δίνει προστιθέμενη αξία στους καταναλωτές, σεβόμενη τους κανόνες του υγιούς εμπορίου και του ανταγωνισμού».



Ο γενικός διευθυντής του yoda.gr Βασίλης Στασινούλιας

