

## Δηλώσεις προέδρου Ε.Β.Ε.Π. & Π.Ε.Σ.Α., Βασιλή Κορκίδη, στο ΑΠΕ

### Το παραδοσιακό εμπόριο ανακτά φέτος στις γιορτές μέρος του χαμένου τζίρου

Η φετινή εορταστική κίνηση στην αγορά ξεκίνησε καλά και αναμένεται να εξελιχθεί πολύ καλύτερα τις δύο τελευταίες εβδομάδες του έτους, με αποκορύφωση βεβαίως τις παραμονές των Χριστουγέννων και τις Πρωτοχρονιάς. Μετά την πρώτη διερευνητική Κυριακή του Δεκεμβρίου με ανοικτά τα εμπορικά καταστήματα, ακολούθησε και η δεύτερη και τελευταία εργάσιμη για φέτος, με σαφώς μεγαλύτερη αγοραστική κίνηση, παρά το μειονέκτημα ότι δεν έχει καταβληθεί ακόμα, το δώρο στον ιδιωτικό τομέα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η χριστουγεννιάτικη αγορά, ως συνήθως, «ζεσταίνεται» με το δώρο των Χριστουγέννων, που πρέπει να καταβληθεί μέχρι τη Τετάρτη 21 Δεκεμβρίου και υπολογίζεται να ξεπερνά τα 1,6 δις ευρώ. Οι έμποροι προσδοκούν φέτος μεγαλύτερο εορταστικό τζίρο από τα 3,6 δις ευρώ, του περσινού Δεκεμβρίου, ενώ οι καταναλωτές εύλογα αναζητούν προσιτές τιμές, ανάλογες με το «ψαλιδισμένο» διαθέσιμο εισόδημα τους. Γι' αυτό ακριβώς τον λόγο οι καταναλωτές έχουν στη διάθεση τους από τις 14 Δεκεμβρίου έως τις 4 Ιανουαρίου το «χριστουγεννιάτικο καλάθι» και μέχρι τις 11 Ιανουαρίου το «καλάθι του Αη Βασίλη» με παιδικά παιχνίδια, ώστε να βοηθήσουν τα νοικοκυριά να ανταποκριθούν στις οικογενειακές και κοινωνικές τους υποχρεώσεις. Τα επίσημα στοιχεία από την αρχή του έτους μέχρι τώρα δείχνουν μια «πληθωριστική», αλλά ενθαρρυντική αύξηση του τζίρου στο λιανικό εμπόριο που υπερβαίνει σε ετήσια βάση το 10% και η οποία αναμένεται να διατηρηθεί κατά την διάρκεια της εορταστικής περιόδου του Δεκεμβρίου. Ο εμπορικός κόσμος της χώρας αισιοδοξεί ότι η φετινή εορταστική περίοδος μπορεί να αναπληρώσει μέρος του χαμένου τζίρου των 2 δις ευρώ, των δύο προηγούμενων ετών της πανδημίας, καθώς και να ανακτήσει μέρος του τζίρου που για τον ίδιο λόγο, μετατοπίστηκε μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου σε επιχειρήσεις εκτός συνόρων. Σημειωτέον πως στο διαδίκτυο και στον «χάρτη των e-shop» υπάρχουν 15.000 ελληνικές επιχειρήσεις με οργανωμένο κανάλι ψηφιακών πωλήσεων, αλλά και αρκετά καταστήματα έχουν πλέον σημαντικές online ετήσιες πωλήσεις που μπορούν να επιλέγουν πρωταρχικά και με ασφάλεια οι Έλληνες αγοραστές. Θα πρέπει επίσης να λάβουμε υπόψη πως το πακέτο του «e-Commerce» έφτασε το 2021 στη χώρα μας τα 6,1 δις ευρώ, καταγράφοντας άνοδο μέχρι και 40%, δηλαδή περίπου 2 δις ευρώ περισσότερα από το 2020, με το πλήθος των συναλλαγών την ίδια περίοδο να αυξάνεται 20% και να έχει φτάσει τα 125 εκατ. εμπορικές κινήσεις. Στις νέες καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις, κανείς σύγχρονος έμπορος δεν πρέπει να βλέπει το online εμπόριο ανταγωνιστικά, αλλά συμπληρωματικά του τζίρου της φυσικής έδρας του καταστήματος του. Σύμφωνα μάλιστα με τα πρώτα στοιχεία σχετικής έρευνας, από την άρση των μέτρων της πανδημίας παρατηρείται πως 1 στους 2 χρήστες του διαδικτύου προέβη σε κάποια αγορά μέσω διαδικτύου σε ποσοστό χαμηλότερο από την μέτρηση του περσινού Δεκεμβρίου που έφτασε το 61%, υπερδιπλάσιο σε σχέση με τον προ πανδημίας Δεκέμβριο του 2019 που ήταν 26%. Με αναγωγή στο «στερητικό σύνδρομο», που δημιούργησαν οι περιορισμοί, αυτό σημαίνει ότι τουλάχιστον το 50% των καταναλωτών που χαρακτηρίζονται online αγοραστές, θα επιστρέψουν φέτος στις παραδοσιακές εορταστικές αγορές, με φυσική παρουσία στα εμπορικά καταστήματα. Ο χρόνος μέχρι τέλος του μήνα, δεν είναι πολύς, η ένταση όμως της κατανάλωσης δείχνει να μπορεί φέτος να ικανοποιήσει τόσο τις μεγάλες, όσο και τις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις. Παρά την ενεργειακή κρίση και τον υψηλό πληθωρισμό οι Έλληνες έδειξαν πως επέστρεψαν αρκετά δυναμικά στην κανονικότητα της κοινωνικής και καταναλωτικής τους ζωής, με τις κατηγορίες προϊόντων που πωλούνται να δείχνουν μια ξεκάθαρη τάση επιστροφής στις παλιές συνήθειες και προτιμήσεις. Τα υψηλότερα ποσοστά ζήτησης καταγράφονται στις κατηγορίες εισιτήρια-ξενοδοχεία, ακολουθούν τα ηλεκτρικά-ηλεκτρονικά είδη με 24%, τα είδη ρουχισμού με 20%, τα παιχνίδια και είδη δώρων με 17%, τα καλλυντικά με 13% και ακολουθούν οι άλλες κατηγορίες. Θα αναμένουμε μάλιστα με ενδιαφέρον

να δούμε πως θα διαμορφωθούν τα φετινά ποσοστά και κατά πόσο θα προσελκύσουν οι όμορφα στολισμένες βιτρίνες και δρόμοι τους καταναλωτές, ώστε εκτός από την οικογενειακή βόλτα να κάνουν και τις καθιερωμένες αγορές για δώρα. Αναφορικά με την Αττική, η εμπορική κίνηση εξελίσσεται αρκετά καλά από πλευράς επισκεψιμότητας, ενώ η συνέχεια αναμένεται καλύτερη για τα εμπορικά σε όλες τις στολισμένες και εντυπωσιακά με led φωταγωγημένες αγορές του Λεκανοπεδίου. Είναι εμφανές πως το ενδιαφέρον των καταναλωτών προσελκύει πρώτα το γιορτινό κέντρο της Αθήνας, τα πολυκαταστήματα, υπερκαταστήματα και τα εμπορικά κέντρα, ενώ ακολουθούν χωρίς να υστερούν τα εμπορικά καταστήματα στις μεγάλες και μικρότερες περιφερειακές αγορές των στολισμένων πόλεων της Αττικής. Με διαθέσιμες 6 εργάσιμες μέρες πριν τα Χριστούγεννα και εν αναμονή της καταβολής του δώρου, η κίνηση στην Αττική την τελευταία Κυριακή του έτους με ανοικτά καταστήματα ήταν συγκριτικά πολύ καλύτερη από προηγούμενες χρονιές. Καλές γιορτές, καλές αγορές!