



Πειραιάς, 22 Αυγούστου 2022

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ

Δηλώσεις προέδρου Ε.Β.Ε.Π. & Π.Ε.Σ.Α., Βασίλη Κορκίδη

Σε «δεύτερη μοίρα» περνούν οι θερινές εκπτώσεις για τους καταναλωτές



Οι καταναλωτές, στη μεγάλη τους πλειοψηφία, φαίνεται πως φέτος προτίμησαν ολιγοήμερες διακοπές και καθημερινές εξόδους στη θάλασσα, φαγητό και διασκέδαση, παρά τις αγορές την περίοδο των θερινών εκπτώσεων. Λίγες μέρες πριν το τέλος των εκπτώσεων, στις 31 Αυγούστου, οι έμποροι στα αστικά κέντρα και τις περιφερειακές αγορές εμφανίζονται απογοητευμένοι, ενώ στο εμπορικό κέντρο της Αθήνας και τις δημοφιλείς τουριστικές περιοχές είναι περισσότερο ικανοποιημένοι, ιδιαιτέρως από την **“τουριστική-εισαγόμενη” αγοραστική κίνηση**. Αναφορικά με την εγχώρια κατανάλωση, οι 8 στους 10 Έλληνες, παρά τις γενναίες εκπτώσεις, ήταν διστακτικοί και συγκεκριμένα στα **είδη ένδυσης και υπόδησης, αφού ο όγκος πωλήσεων περιορίστηκε κατά -18% και κατά -13% ο τζίρος**. Σημειώτέον πως σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ ο δημοφιλέστερος κλάδος των εκπτώσεων, αυτός της **ένδυσης είχε το μικρότερο ποσοστό ετήσιας αύξησης τιμών μόλις στο 3,4%**, σε σύγκριση με τα επίπεδα του πληθωρισμού στο 11,6%. Σε αντίθεση με τους περισσότερους κλάδους της λιανικής, τα καλλυντικά και τα είδη σπιτιού συνέχισαν τη φετινή ανοδική τους πορεία και κατά την περίοδο των εκπτώσεων. Οι φετινές θερινές εκπτώσεις επιβεβαιώνουν τις **συνεχείς αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες**, που προσαρμόζονται στο επίπεδο διαβίωσης και το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα των πολιτών. Επίσης παρατηρείται μια αρνητική αλλαγή στην ψυχολογία των



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ



ΕΜΠΟΡΙΚΟ &
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ





καταναλωτών με έκδηλη την απαισιοδοξία σε 7 στους 10 πως, μετά την πανδημία, αντί για μια καλύτερη περίοδο χωρίς περιορισμούς, **εξαναγκάζονται από το ενεργειακό κόστος σε “οικονομικό περιορισμό”**. Στη χώρα μας οι δυσκολίες άλλωστε επιβεβαιώνονται από το γεγονός πως το 45% των καταναλωτών έχει ήδη οφειλές 1 δις ευρώ από ληξιπρόθεσμους λογαριασμούς ρεύματος. Γενικότερα 6 στους 10 δυσκολεύονται να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους και οι 8 στους 10 έχουν μειώσει τις αγορές καταναλωτικών προϊόντων. Παράλληλα, η έρευνα της **PwC “Global Consumer Insights Survey”** σε 25 χώρες, δείχνει ότι 2 στους 3 καταναλωτές αγοράζουν με βασικό κριτήριο την τιμή και αναμένουν τις προσφορές για να πραγματοποιήσουν αγορές, ενώ 1 στους 3 αναβάλλουν κάποιες από τις αγορές τους. Οι 2 στους 10 ξοδεύουν φέτος περισσότερα χρήματα στις εκπτώσεις, οι 5 στους 10 ξοδεύουν τα ίδια χρήματα με πέρυσι και οι 3 στους 10 λιγότερα. Η ίδια έρευνα αναφέρει ότι περισσότεροι από 1 στους 4 καταναλωτές μειώνουν την κατανάλωση σε μια σειρά από κατηγορίες αγαθών, όπως τα είδη πολυτελείας, τα επώνυμα ρούχα, το ακριβό φαγητό, τα θεάματα, ακόμα και τις γνωστές μάρκες στα είδη τροφίμων, εξαιτίας της αύξησης των τιμών, τόσο σε φυσικά, όσο και σε online καταστήματα.

Αντίστοιχη είναι και η εικόνα στις αγορές της Αττικής, όπου όμως παρατηρείται ένα “μωσαϊκό” κατανάλωσης και πωλήσεων πολλών ταχυτήτων μεταξύ αστικών κέντρων και περιφερειακών αγορών, καθώς και μεταξύ μεγάλων αλυσίδων και μικρών εμπορικών καταστημάτων. Καλύτερη πάντως των προσδοκιών, κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων, εκτός από τις τουριστικές περιοχές της χώρας, παρουσιάζεται η εμπορική κίνηση στα πολυκαταστήματα, τα υπερκαταστήματα, τα εμπορικά κέντρα και τα εκπτώτικα χωριά στις αγορές της Αττικής. **Το τελευταίο δεκαήμερο των εκπτώσεων που διανύουμε δεν αναμένεται να αλλάξει τη γενική εικόνα των 50 ημερών, παρά την επιστροφή των παραθεριστών στο “κλεινόν άστυ”**. Άλλωστε οι οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα νοικοκυριά, δεν θα εκλείψουν, αφού, από πλευράς εξόδων, το φθινόπωρο αναμένεται δύσκολο για τα νοικοκυριά με μαθητές και φοιτητές, ενώ, από πλευράς ενεργειακού κόστους, ο χειμώνας ακόμα δυσκολότερος.

Η συνολική αύξηση τζίρου του εμπορίου το διάστημα Απριλίου-Ιουνίου, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, που σε ονομαστικούς όρους έφτασε τα 42 δις ευρώ με αύξηση 22%, συγκριτικά με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2021, αποδίδεται στα χαμηλά επίπεδα του 2021 και στον υψηλό πληθωρισμό, ενώ **δεν αντικατοπτρίζει το σύνολο του λιανικού εμπορίου**. Παρά ταύτα, διανύοντας το τρίτο τρίμηνο, το λιανεμπόριο προσπαθεί να εκμεταλλευτεί μέχρι τέλος την εκπτώτικη περίοδο, με τις εμπορικές επιχειρήσεις να έχουν θέσει ως προτεραιότητα τη ρευστοποίηση των αποθεμάτων για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις οικονομικές τους υποχρεώσεις και πολλές **αναμένεται να επεκτείνουν τις εποχικές προσφορές τουλάχιστον ένα δεκαήμερο** μετά το πέρας των τακτικών θερινών εκπτώσεων, προς όφελος εμπόρων και καταναλωτών. Τουλάχιστον αποδεδειγμένα, **οι φετινές θερινές εκπτώσεις κατάφεραν να συγκρατήσουν και να περιορίσουν κατά μισή μονάδα τον καλπάζοντα πληθωρισμό**.

