

Πειραιάς, 22 Νοεμβρίου 2021

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ

### Σε ετοιμότητα το λιανεμπόριο της Αττικής για Black Friday & Cyber Monday

Αντίστροφα μετρά ο χρόνος για την φετινή “**Black Friday**”, που θα πραγματοποιηθεί την τελευταία Παρασκευή του μήνα, στις 26 Νοεμβρίου, για να ακολουθήσει η “**Cyber Monday**” την Δευτέρα 29 Νοεμβρίου, συνεχίζοντας και φέτος το «**δημοφιλές εκπωτικό τριήμερο**» για τους καταναλωτές. Με την βραδυφλεγή βόμβα του πληθωρισμού να βρίσκεται σε εξέλιξη, πάνω από τα μισά ελληνικά νοικοκυριά, θα προσπαθήσουν να προλάβουν τις συγκρατημένες, αλλά αναπόφευκτες αυξήσεις τιμών λιανικής στην αγορά, μέσω του **διπλού εκπωτικού “market event”** της τελευταίας εβδομάδας του Νοεμβρίου. Σε μία αγορά με «**ανοιχτά μαγαζιά**», ο ανταγωνισμός αναμένεται να είναι ιδιαίτερα έντονος για το ηλεκτρονικό εμπόριο, που πέρυσι είχε την τιμητική του, με τις μεγάλες αλυσίδες να κάνουν από τώρα προκρατήσεις αγοράς αγαθών και υπηρεσιών για τον Δεκέμβριο, ώστε να προωθήσουν τα προϊόντα τους ενόψει των εορτών των Χριστουγέννων. Έτσι, φέτος, πολλά καταστήματα έχουν ήδη ετοιμάσει ειδικές φόρμες “**online**”, όπου οι καταναλωτές συμπληρώνουν στοιχεία για να ενημερωθούν, μέσω sms, για τις εορταστικές προσφορές. Με αυτόν τον τρόπο, η κάθε εμπορική επιχείρηση ευελπιστεί ότι θα πάρει καλύτερη θέση εκκίνησης, κερδίζοντας ένα προβάδισμα στο τέλος του έτους. **Η αγορά της Αττικής φαίνεται πάντως να ολοκληρώνει την φετινή δύσκολη χρονιά, λειτουργώντας πολύ κοντά στην κανονικότητα.**

Σύμφωνα με τη συνημμένη τηλεφωνική **έρευνα στην Αττική**, από το τμήμα Μελετών του Ε.Β.Ε.Π. για το Περιφερειακό Επιμελητηριακό Συμβούλιο Αττικής, φαίνεται πως οι **8 στους 10 καταναλωτές στο Λεκανοπέδιο επιθυμούν να εκμεταλλευθούν τις ελκυστικές τιμές**, στο μέτρο του δυνατού και όπου φανούν χρήσιμες και συμφέρουσες λίγο πριν τις οικογενειακές υποχρεώσεις των εορτών. Δυστυχώς, οι **2 στους 10 καταναλωτές δηλώνουν αδυναμία κατανάλωσης** και δεν εκδηλώνουν κανένα ενδιαφέρον για τον λόγο ότι δεν τους περισσεύει οικογενειακό εισόδημα για αγορές. Οι αυξήσεις στη λιανική δείχνουν συγκρατημένες, παρά το γεγονός πως οι ανατιμήσεις στις **τιμές κυμαίνονται στο 16% για μεταλλικά προϊόντα, 14% για ηλεκτρονικά και ηλεκτρικά είδη, 10% για βιομηχανικά, 7% για κλωστοϋφαντουργικά, 6% για πλαστικά, 4% για προϊόντα ξύλου και 2% σε φαρμακευτικά είδη**. Οι αυξήσεις που όμως «**κακοφαινούνται**» περισσότερο στα νοικοκυριά είναι στα **τρόφιμα και τα καύσιμα**.

Αναλυτικότερα, οι **9 στους 10** καταναλωτές της Black Friday & Cyber Monday έχουν ήδη κάνει έρευνα στα προϊόντα που έχουν στοχεύσει για τις προσωπικές αγορές. Οι **8 στους 10** θα ήθελαν “**black friday τιμές**” και εκπώσεις στα σούπερ μάρκετ για τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης. Οι **7 στους 10** καταναλωτές ενδιαφέρονται για ευκαιρίες σε ηλεκτρονικές συσκευές, παιχνίδια, smartphones, laptops, λευκές συσκευές, έπιπλα και είδη οικιακού εξοπλισμού. Οι **6 στους 10** καταναλωτές έχουν προ επιλέξει τα 4 είδη που, κατά μέσο όρο, ενδιαφέρονται να αγοράσουν. Οι **5 στους 10** προτιμούν να δαπανήσουν για αγορές οικογενειακών δώρων ενόψει εορτών σε συνδυασμό με προσωπικές αγορές. Οι **4 στους 10** κάνουν αγορές “Phygital” συνδυάζοντας την φυσική τους παρουσία με “**digital**” αγορές. Οι **3 στους 10** προτιμούν τις προσωπικές αγορές ρούχων, καλλυντικών, κοσμημάτων και τα ταξίδια. Οι **2 στους 10** προτίθενται να ξοδέψουν φέτος τουλάχιστον 50% περισσότερα, κυρίως σε φυσικά καταστήματα, αφού, πέρυσι, ήταν σε καραντίνα



ΕΜΠΟΡΙΚΟ &  
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ  
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΠΕΙΡΑΙΟΣ





οι ίδιοι και η αγορά σε lockdown. Τέλος, **1 στους 10** ενοχλείται από τους ελέγχους στην είσοδο και τον αποτρέπει να επισκεφτεί εμπορικό κατάστημα.

Σύμφωνα με έρευνα της **"GRECA"**, το 2020 υπήρξε **έντονη "online" αγοραστική τάση** η οποία κατέγραψε 44% μεγαλύτερο τζίρο την Black Friday σε σχέση με το 2019 και 73% μεγαλύτερο τζίρο σε επίπεδο εβδομάδας, γεγονός που δικαιολογείται απόλυτα, μεταξύ κλειστής και ανοιχτής αγοράς. Η φετινή έρευνα της **"ierax analytix"** επιβεβαιώνει ως **πηγή ενημέρωσης των καταναλωτών, τα κοινωνικά δίκτυα με 78%**, ταμπέλες προσφορών σε φυσικά καταστήματα με 33%, διαφημιστικά φυλλάδια 30%, τηλεόραση 25%, ραδιόφωνο 10% και άλλα μέσα 4%. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τις **μετρήσεις του ΙΕΛΚΑ**, η περυσινή συμμετοχή, τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, αντιστοιχούσε σε **2,3 εκατ. καταναλωτές** οι οποίοι πραγματοποίησαν αγορές αξίας **140 ευρώ**, κατά μέσο όρο ατομικής δαπάνης. Συνολικά, ο τζίρος για τις εμπορικές επιχειρήσεις, με βάση εκτιμώμενα στοιχεία πωλήσεων την τελευταία εβδομάδα του Νοεμβρίου, πέρυσι **κυμάνθηκε στα 280-300 εκατ. ευρώ**. Σύμφωνα με τις φετινές εκτιμήσεις από την έρευνα του Ε.Β.Ε.Π. για το Π.Ε.Σ.Α., η προβολή των στοιχείων κατανάλωσης του 2021, στην αντίστοιχη εκπρωτική περίοδο, δείχνει περίπου 3 εκατ. Καταναλωτές, με τον μέσο όρο ατομικής δαπάνης αυξημένο στα 160 ευρώ και τον ίδιο αριθμό επιλογής αγοράς 4 ειδών κατά μέσο όρο. Το Π.Ε.Σ. Αττικής, σύμφωνα με τις αυξήσεις του τζίρου το δεύτερο και τρίτο τρίμηνο, εκτιμά πως ο εβδομαδιαίος εκπρωτικός τζίρος της Black Friday, για το 2021, αναμένεται να επανέλθει στα επίπεδα του 80-85% του 2019. Ο τρόπος πωλήσεων επανέρχεται και πάλι σε **"Phygital"**, δηλαδή υβριδικός με φυσικές και ηλεκτρονικές αγορές, ανάλογα με τις ηλικιακές αποκλίσεις, τις νέες γενιές καταναλωτών και την εξοικείωση με τις διαδικτυακές πληρωμές.

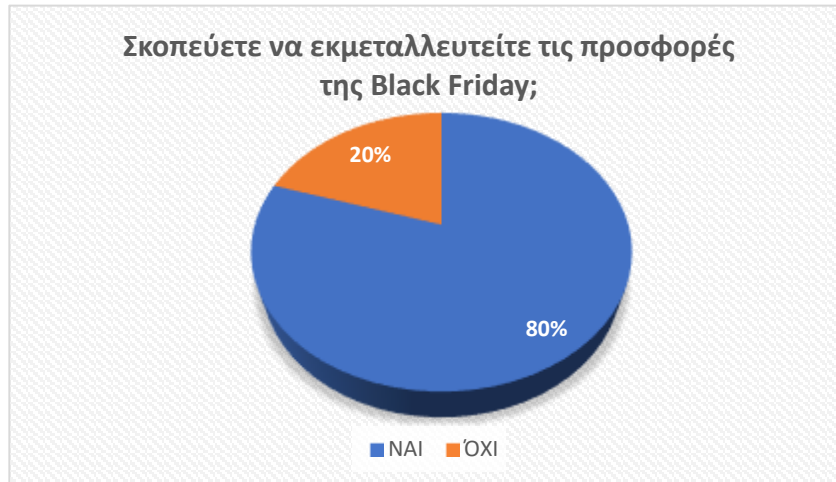
**Ο πρόεδρος του Ε.Β.Ε.Π. και Π.Ε.Σ.Α., Βασίλης Κορκίδης**, επισημαίνει τον έντονο προβληματισμό που δημιουργεί φέτος στους εμπόρους, περισσότερο η αγωνία για επάρκεια και ανατιμήσεις προϊόντων στα ράφια, λόγω των προβλημάτων στην εφοδιαστική αλυσίδα, παρά τα νέα μέτρα λειτουργίας των εμπορικών καταστημάτων για τον κορωνοϊό. Επίσης, τονίζει πως, παρά τις μεγάλες ανατιμήσεις στις διεθνείς αγορές και τις δυσκολίες έγκαιρης προμήθειας εμπορευμάτων, οι προετοιμασίες για την κατανάλωση των τελευταίων ημερών του έτους στην ελληνική αγορά έχουν ολοκληρωθεί, χωρίς να επισημαίνονται εμφανείς ελλείψεις. Οι φόβοι για **«μισογεμάτα ράφια»** φαίνεται να απομακρύνονται, αλλά η αγωνία παραμένει για να διαπιστωθεί στην πράξη, εάν τελικά τα αποθέματα θα αποδειχθούν επαρκή στη φετινή ζήτηση από τώρα μέχρι και τις γιορτές. Επίσης, προβληματισμό δημιουργεί η πληθωριστική έκρηξη στο 4%, καθώς προκαλεί ανατιμήσεις και δημιουργεί αβεβαιότητα στο **«κόστος αντικατάστασης»**, κυρίως των εισαγόμενων εμπορευμάτων. Ο πρόεδρος του Επιμελητηριακού Συμβουλίου Αττικής, Β. Κορκίδης, επαναλαμβάνει πως, στο λιανικό εμπόριο υπάρχουν φορές που **δεν κερδίζουν όλοι, αλλά συμμετέχουν όλοι**, γιατί σωστά οι ΜμΕ δεν θέλουν να αφήσουν τους μεγάλους της αγοράς και τις πολυεθνικές να μονοπωλήσουν το καταναλωτικό κοινό, ενώ παροτρύνει να προτιμηθούν και πάλι τα εγχώρια e-shops και τα τοπικά καταστήματα που παρέχουν μεγαλύτερη ασφάλεια. Τονίζει πως, είναι προτιμότερο να διαχειριστούμε μια ανοιχτή πόρτα καταστήματος με διαδικασία ελέγχου, παρά να δούμε μια κλειστή πόρτα. Τέλος, θυμίζει πως, πέρυσι τον Νοέμβριο, τα φυσικά εμπορικά καταστήματα ήταν κλειστά για όλους, λόγω του γενικευμένου lockdown και των οριζόντιων περιοριστικών μέτρων ενώ, φέτος, είναι ανοιχτά σε όλους όσοι τηρούν τα μέτρα προστασίας της δημόσιας υγείας από το 4ο κύμα της πανδημίας.

**Το Δ.Σ. του Π.Ε.Σ.Α. εύχεται καλές πωλήσεις και «έξυπνες αγορές», σε εμπόρους και καταναλωτές, από τα εμπορικά καταστήματα όλων των αγορών της Αττικής.**





ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Σκοπεύετε να εκμεταλλευτείτε τις προσφορές της Black Friday;
ΝΑΙ	80,00%
ΌΧΙ	20,00%



Είδος	Ανατιμήσεις στις τιμές χονδρικής
Μεταλλικά προϊόντα	16,00%
Ηλεκτρονικά και ηλεκτρικά είδη	14,00%
Βιομηχανικά Είδη	10,00%
Κλωστοϋφαντουργικά Είδη	7,00%
Πλαστικά	6,00%
Προϊόντα Ξύλου	4,00%
Φαρμακευτικά Είδη	2,00%





ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Έχετε κάνει έρευνα αγοράς για τα προϊόντα που θέλετε να αγοράσετε;
ΝΑΙ	90,00%
ΌΧΙ	10,00%



ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Θα θέλατε προσφορές και εκπτώσεις στα Σούπερ Μάρκετ;
ΝΑΙ	80,00%
ΌΧΙ	20,00%





ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Ενδιαφέρον καταναλωτών για ευκαιρίες σε κατηγορίες προϊόντων
ηλεκτρονικές συσκευές, παιχνίδια, smartphones, laptops, λευκές συσκευές, έπιπλα και είδη οικιακού εξοπλισμού	70,00%
άλλα	30,00%



ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Πόσα διαφορετικά είδη προτίθεστε να αγοράσετε;
Μέσο όρο 4 είδη	60,00%
Άλλο	40,00%







ΑΠΑΝΤΗΣΗ	Θα επιλέξετε προσωπικές αγορές ή οικογενειακά δώρα, ενόψει των εορτών;
Προσωπικές αγορές	50,00%
Οικογενειακά Δώρα	50,00%



	Πηγή ενημέρωσης καταναλωτών
Κοινωνικά Δίκτυα	78,00%
Ταμπέλες προσφορών	33,00%
Διαφημιστικά φυλλάδια	30,00%
Τηλεόραση	25,00%
Ραδιόφωνο	10,00%
Άλλα μέσα	4,00%

