

Πειραιάς, 14/04/2026

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΕΒΕΠ: Τα ήθη, έθιμα και παραδόσεις του Πάσχα υπερίσχυσαν της ακρίβειας

Η πασχαλινή αγορά του 2026 στην Ελλάδα κινήθηκε σε ένα περιβάλλον έντονων πιέσεων στο διαθέσιμο εισόδημα, αλλά και προσαρμογής της καταναλωτικής συμπεριφοράς στα νέα δεδομένα. Ο **πασχαλινός «συμπυκνωμένος» τζίρος** των 7-10 ημερών, με υψηλή ένταση κατανάλωσης και με σημαντικό μοχλό το **1 δισ. ευρώ του Δώρου Πάσχα**, κρατήθηκε και φέτος **περίπου στο 1,5 δισ. ευρώ**. Η παραδοσιακή σημασία του Πάσχα έδειξε αντοχές σύμφωνα με την αγοραστική κίνηση, που όμως χαρακτηρίστηκε περισσότερο από συγκράτηση, παρά από γιορτινή παρόρμηση.

Η **συνολική εικόνα σε πρώτη ανάγνωση** έδειξε ότι, ο τζίρος της πασχαλινής περιόδου διατηρήθηκε σε σχετικά σταθερά επίπεδα, ωστόσο αυτό οφείλεται κυρίως λόγω της αύξησης των τιμών και όχι της κατανάλωσης, **που φαίνεται σε όγκο να υποχώρησε 2-5%**. Με άλλα λόγια, οι καταναλωτές ξόδεψαν περίπου τα ίδια ή περισσότερα χρήματα, αλλά αγόρασαν λιγότερα προϊόντα, με σαφή ένδειξη της πραγματικής αγοραστικής δύναμης. Ωστόσο, η μαζική έξοδος από τα αστικά κέντρα σε κοντινούς και μακρινούς προορισμούς για **«Πάσχα στο χωριό»** ήταν και φέτος αμείωτη.

Η φετινή αγορά χαρακτηρίστηκε από **έντονη τάση σύγκρισης τιμών** και αναζήτησης προσφορών. Οι καταναλωτές εμφανίστηκαν πιο ενημερωμένοι και περισσότερο ευέλικτοι ως προς το που και τι αγοράζουν. Μεγάλο ποσοστό στράφηκε σε οικονομικότερες επιλογές, είτε επιλέγοντας προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, είτε αλλάζοντας κατάσταση, ακόμη και σε επίπεδο καθημερινών αγορών. Οι κεντρικές αγορές, τα σουπερ μάρκετ και τα εκπωτικά καταστήματα ενίσχυσαν τη θέση τους, κυρίως λόγω της μεγαλύτερης δυνατότητας συγκράτησης τιμών.

Η τάση των **πρώρων αγορών** ενισχύθηκε, με πολλούς καταναλωτές υπό τον φόβο ανατιμήσεων να προχωρούν σε αγορές αρκετές ημέρες πριν τη Μεγάλη Εβδομάδα, επιδιώκοντας να **«κλειδώσουν» χαμηλότερες τιμές**. Όσοι πάλι επέλεξαν τη πρακτική της **«τελευταίας στιγμής»** ευνοήθηκαν από τη μείωση των τιμών το Μ. Σάββατο, κυρίως στα βασικά είδη του πασχαλινού τραπέζιου, όπως το κρέας και σε προϊόντα μικρής διάρκειας ζωής. Πιο στοχευμένες και μικρότερης αξίας αγορές είχαμε και πάλι σε ένδυση, υπόδηση, δώρα και λοιπά είδη.

Η αγορά εμφάνισε επίσης έντονα χαρακτηριστικά **«δύο ταχυτήτων»**. Από τη μία πλευρά, οι μεγάλες αλυσίδες λιανικής προσέφεραν πιο ανταγωνιστικές τιμές, λειτουργώντας ως βασικός πόλος προσέλκυσης για το ευρύ καταναλωτικό κοινό. Από την άλλη, τα παραδοσιακά καταστήματα, κρεοπωλεία, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία και μανάβικα αναγκαστικά διατήρησαν υψηλότερα επίπεδα τιμών, απευθυνόμενα κυρίως σε μόνιμους πελάτες, που δίνουν έμφαση στην ποιότητα και την ελληνική προέλευση των προϊόντων.

Συνοψίζοντας την φετινή εικόνα ανά κατηγορία, συμμετοχή και δυναμική στο πασχαλινό τζίρο παρατηρούμε διαφοροποιήσεις. **Τα τρόφιμα είχαν υψηλή συμμετοχή με 50% και τζίρο περίπου 750 εκ. ευρώ**, τα πασχαλινά παραδοσιακά δώρα είχαν **μεσαία συμμετοχή** με 20% και περίπου 300 εκ. ευρώ, καθώς και η ένδυση υπόδηση με συμμετοχή 15% και περίπου 250 εκ. ευρώ. Ο εσωτερικός τουρισμός είχε **σταθερή συμμετοχή** με 10% και άνω των 150 εκ. ευρώ, ενώ οι υπόλοιποι κλάδοι είχαν **συμπληρωματική συμμετοχή** με 5% και χαμηλό τζίρο. Παρατηρήθηκε μικρή αλλαγή στις διατροφικές επιλογές, αλλά και μείωση των ποσοτήτων ανά οικογένεια.

Στο οικονομικό περιβάλλον, ο πληθωρισμός εξακολούθησε να επηρεάζει τις αγοραστικές αποφάσεις. Η αύξηση του κόστους ενέργειας και μεταφορών, μεταφέρθηκε εν μέρει στις τελικές τιμές των προϊόντων, περιορίζοντας τα περιθώρια. Συνολικά, η πασχαλινή αγορά του 2026



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΜΠΟΡΙΚΟ &
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ

αποτύπωσε μια **μεταβατική φάση** για το λιανεμπόριο. Οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να ισορροπήσουν μεταξύ τιμών και ποιότητας, ενώ οι **8 στους 10 καταναλωτές υιοθέτησαν συγκρατημένη προσέγγιση στις αγορές τους**. Οι τιμές ήταν αυξημένες από πέρυσι 12% στο αρνί, 10% στα οπωροκηπευτικά και 5-8% στα υπόλοιπα είδη που συνθέτουν το πασχαλινό τραπέζι.

Ο πρόεδρος του ΕΒΕΠ Βασίλης Κορκίδης δήλωσε: «Το φετινό Πάσχα παρέμεινε μια περίοδος αυξημένης εμπορικής δραστηριότητας, με μικρή διάρκεια και μεγάλη ένταση, αλλά με πιο συγκρατημένα χαρακτηριστικά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Η κατανάλωση σίγουρα επαναπροσδιορίστηκε και θα μπορέσουμε να την αναλύσουμε περισσότερο από τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τον μήνα Απρίλιο. Το παραδοσιακό "πλούσιο" πασχαλινό τραπέζι κυριάρχησε και φέτος με σαφή μετατόπιση σε πιο επιλεκτικό, αλλά όχι "φτωχότερο". Τα ήθη, έθιμα και παραδόσεις του Πάσχα έδειξαν αντοχές και υπερίσχυσαν της ακρίβειας. Η προτεραιότητα στα πασχαλινά δώρα σε παιδιά, εγγόνια και βαφτιστήρια ήταν το βασικό χαρακτηριστικό που ξεχώρισε τους Έλληνες και φέτος το Πάσχα. **Χριστός Ανέστη!**»

ΠΑΣΧΑΛΙΝΗ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ : **1,5 ΔΙΣ. €**

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Κατηγορία	Ποσοστό	Ποσό (εκ. €)
Τρόφιμα & Πασχαλινό Τραπέζι	50%	~750
Δώρα & Λαμπάδες	20%	~300
Ένδυση & Υπόδηση	15%	~225
Εστίαση & Τουρισμός	10%	~150
Λοιπό Λιανεμπόριο	5%	~75

ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ