

Αθήνα, 27 Φεβρουαρίου 2015

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

«Εμπορικό κενό στην αγορά, με τρύπα περίπου 1 δις ευρώ στο τζίρο των χειμερινών εκπτώσεων εκτιμά η ΕΣΕΕ»

Οι έμποροι της λιανικής είχαν ως στόχο κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων να πλησιάσουν τα επίπεδα του περυσινού τζίρου, χωρίς όμως αποτέλεσμα, αφού μεσοσταθμικά η μείωση κυμάνθηκε στο **-17,3%**, επαναφέροντας την αγοραστική κίνηση σε φθίνουσα πορεία και το ποσοστό της πτώσης του κύκλου εργασιών του πρώτου διμήνου του 2015, στα επίπεδα της μεταβολής μεταξύ των ετών 2011/2010 (-17,64%).

Τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιεί κάθε χρόνο το INEMY της ΕΣΕΕ σε συνεργασία με τους Εμπορικούς Συλλόγους, καθώς και με στοιχεία από μικρομεσαίες και μεγαλύτερες εμπορικές επιχειρήσεις από όλη τη χώρα, δεν επιτρέπουν να δημιουργούνται ψευδαισθήσεις για την πραγματικά επικρατούσα κατάσταση της ελληνικής αγοράς.

Η μεσοσταθμική μείωση της αγοραστικής κίνησης το 2015 σε σχέση με τις χειμερινές εκπτώσεις του 2014 (Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2014: τζίρος σε απόλυτα νούμερα **5,37 δις ευρώ** και **μείωση -2,37%** σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2013), κυμαίνεται στα επίπεδα του **-17,3%**, ενώ θα πρέπει να σημειωθεί πως ο εκτιμώμενος τζίρος για τη χειμερινή εκπτώτική περίοδο θα διαμορφωθεί το 2015 περίπου στα 4,44 δις ευρώ, **καταγράφοντας απώλειες 930 εκ. ευρώ** (μείωση -17,3% σε σχέση με τις Χειμερινές Εκπτώσεις του 2014).

Πιο αναλυτικά, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (70%) δηλώνει ότι οι πωλήσεις ήταν συρρικνωμένες σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2014, ενώ **δύο στους δέκα (22%)** ότι κινήθηκαν στα ίδια επίπεδα και μετά βίας **ένας στους δέκα (8%)** λίγο καλύτερα από πέρυσι. Όσον αφορά στο εύρος της μειούμενης εμπορικής κίνησης οι απαντήσεις ποικίλουν, καθώς το 23% δηλώνει πτώση της τάξης του 11 – 20%, άλλο ένα 23% μείωση πωλήσεων 21% - 30% και μόνο το 10% πτώση της τάξης του 0-10%. **Ένας στους πέντε (20%)** δηλώνει ποσοστό πτώσης του 30-40% και σχεδόν **ένας στους τέσσερεις (23%)** δηλώνει πως η πτωτική τάση του τζίρου τους ξεπέρασε το **40%**. Τέλος, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων (92%) αποτύπωσε την ανύπαρκτη επίδραση που επέφερε το άνοιγμα των καταστημάτων την 1^η Κυριακή των χειμερινών εκπτώσεων στην τόνωση της καταναλωτικής δαπάνης, ενώ πρέπει να τονιστεί πως μόνο το 42% των καταστημάτων παρέμειναν ανοικτά τη Κυριακή 18 Ιανουαρίου.

Τα ποσοστά των εκπτώσεων, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια, κυμάνθηκαν σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των εμπόρων προέβη σε γενναίες μειώσεις τιμών που ξεκινούσαν από το 30% και στις περισσότερες των περιπτώσεων ξεπερνούσαν το 50%, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις άγγιζαν και το 80%. Είναι χαρακτηριστικό πως πάνω

από 5 στους 10 εμπόρους (55%) υποδεικνύουν ως καλύτερη περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων το διάστημα από 12/1 έως 31/1, παρά τη διενέργεια των εκλογών. Αντίστοιχα 3 στους 10 υπέδειξαν την περίοδο από 1/2 έως 15/2 ως την πιο αποδοτική και λιγότεροι από 2 στους 10 (15%) εκείνη από 16/2 έως 28/2, παράμετρος η οποία υποδηλώνει την κάμψη της αγοραστικής κίνησης στα εμπορικά καταστήματα κατά τη διάρκεια του δεύτερου δεκαπενθημέρου του Φεβρουαρίου.

Έχει πλέον καταστεί κοινή αντίληψη, ακόμη και στους πλέον αδαείς σε ζητήματα λειτουργίας της αγοράς, πως η πολιτική λιτότητας έχει εξαντλήσει τις αντοχές του καταναλωτικού κοινού, με άμεση συνέπεια την περιορισμένη ανταπόκρισή του στις ιδιαίτερα θελκτικές χειμερινές εκπτώσεις, την ίδια ώρα που σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής οι αποπληθωριστικές τάσεις στην αγορά των τελευταίων δύο ετών έχουν παγιωθεί. Η εγχώρια αγορά, τον Ιανουάριο του 2015 σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2014 σημείωσε κατακόρυφη πτώση -2,8% από -1,5% (Ιανουάριος 2014/2013), με αποτέλεσμα η αδιάλειπτη για 23^ο μήνα υποχώρηση του επιπέδου των τιμών να διαμορφώσει τον Γενικό Δείκτη Τιμών Καταναλωτή στις 104,32 μονάδες, εξέλιξη που συνιστά τη χαμηλότερη επίδοση των τελευταίων περίπου 4,5 ετών.

Συνοψίζοντας, επισημαίνουμε:

- Το έντονο πρόβλημα ρευστότητας σε συνδυασμό με τις πολιτικές εξελίξεις επιδεινώσαν περαιτέρω τη κατανάλωση.
- Η εγχώρια αγορά, αδυνατεί να αντιδράσει στη δίνη των αλληπάλληλων φοροεισπρακτικών μέτρων, των χαμηλών εισοδημάτων, της υψηλής ανεργίας και της φτώχειας.
- Ο αποπληθωρισμός στην ελληνική αγορά, όχι μόνο έχει παγιωθεί αλλά επιδεινώθηκε περισσότερο τον φετινό Ιανουάριο.
- Περιπτώσεις με πολύ μεγάλα ποσοστά έκπτωσης, ενώ υπήρξαν ταμπέλες με τίτλους «Εκλογικές Εκπτώσεις» και «Δεύτερες Εκπτώσεις».
- Στο εμπορικό κέντρο της Αθήνας παρατηρήθηκε σχετικά μικρή υποχώρηση της καταναλωτικής κίνησης, ενώ σε συγκεκριμένες αγορές σταθεροποιητικές τάσεις σε αντίθεση με τις περισσότερες περιφερειακές αγορές.
- Οι πολιτικές διευθετήσεις δημιούργησαν επιπλέον καταναλωτική αδράνεια και εξασθένιση κάθε ενδιαφέροντος για αγορές την προεκλογική περίοδο.
- Φοβία του δυνητικού καταναλωτή τη μετεκλογική περίοδο και μέχρι την επίτευξη της πρώτης συμφωνίας με τους δανειστές.
- Η πρώτη εβδομάδα των εκπτώσεων, ακόμα και λίγο πριν τις εκλογές, παραμένει η πιο θετική περίοδος μέσα στις εκπτώσεις.
- Η τρύπα στον τζίρο των χειμερινών εκπτώσεων, εκτιμάται σε κάτι λιγότερο από ένα δις ευρώ, δημιουργώντας μεγάλο κενό στην ελληνική αγορά.
- Το ελληνικό εμπόριο συνεχίζει την μεγάλη προσπάθεια για ανάκαμψη, ενώ ο κλάδος του λιανεμπορίου συνεχίζει τις προσφορές μειωμένων τιμών στους καταναλωτές.

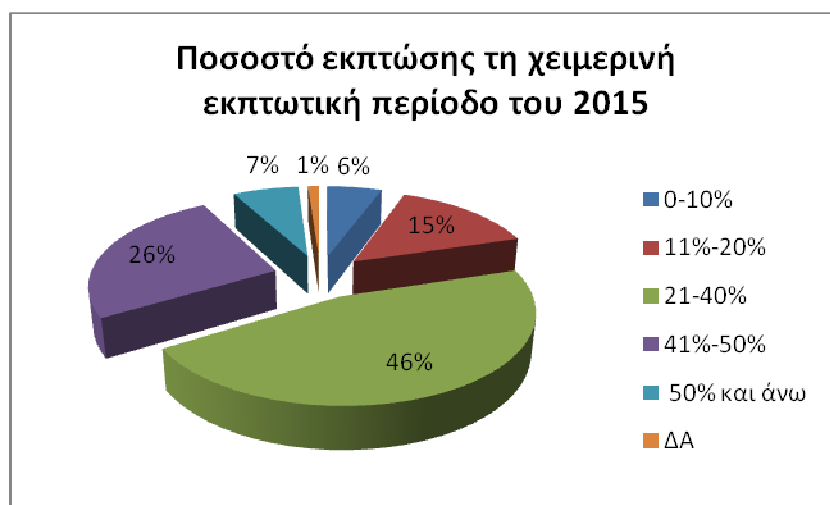
Ακολουθεί η καταγραφή κάποιων σημαντικών διαπιστώσεων όπως και η διαχρονική αρνητική εξέλιξη του τζίρου από το 2008 έως και την τρέχουσα εκπτώτική περίοδο (2015). Τέλος, επισυνάπτεται αναλυτικά η έρευνα καθώς και οι εκτιμήσεις για την πορεία των χειμερινών εκπτώσεων των 70 Εμπορικών Συλλόγων που συμμετείχαν στην έρευνα.

**« Αναλυτικά τα στοιχεία της έρευνας:
Αποτελέσματα των χειμερινών εκπτώσεων 2015»**

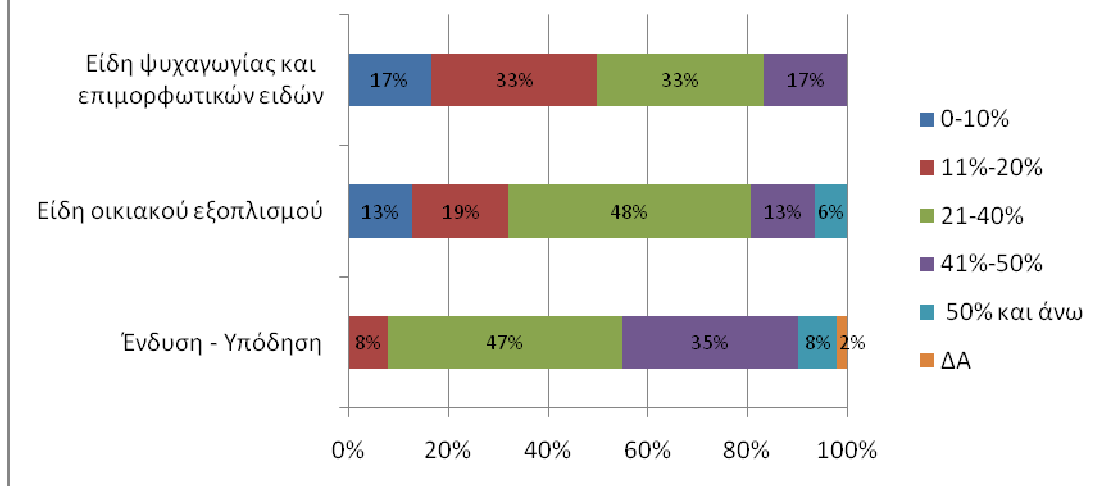
Το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την περιοδική έρευνα για τις χειμερινές εκπτώσεις και διερεύνησε τη στάση και τις απόψεις των εμπόρων για το άνοιγμα των Κυριακών. Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα 189 εμπορικών επιχειρήσεων σε παραδοσιακές εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας. Επίσης, καταγράφηκαν οι απόψεις πολλών Εμπορικών Συλλόγων από όλη τη χώρα.

Εκπτώσεις

Το επίπεδο των εκπτώσεων τη χειμερινή περίοδο κυμάνθηκε για τις περισσότερες επιχειρήσεις, σε ποσοστό 46%, μεταξύ 20% και 40%, ενώ μία στις τρεις είχαν εκπτώσεις στα προϊόντα τους άνω του 40%, ενώ υπήρξαν και επιχειρήσεις με πολύ υψηλά ποσοστά έκπτωσης που έφτασαν και στο 80%. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας υπάρχει σαφής διαφοροποίηση του επιπέδου της έκπτωσης, ανάλογα με τον κλάδο δραστηριοποίησης της επιχείρησης. Τα καταστήματα με είδη οικιακού εξοπλισμού καθώς και οι επιχειρήσεις με είδη ψυχαγωγίας και επιμορφωτικά είδη, είχαν χαμηλότερο επίπεδο εκπτώσεων σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης - υπόδησης.

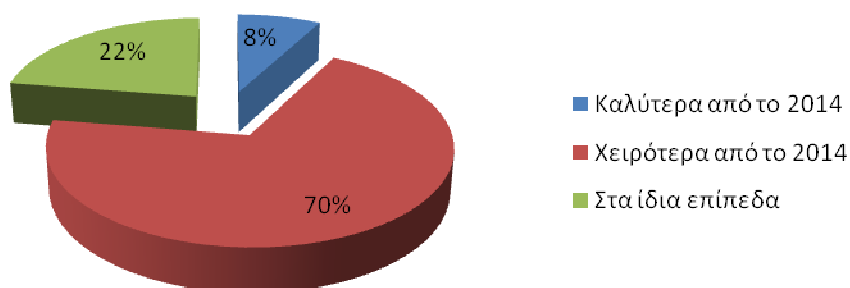


Ποσοστό εκπτώσης ανά κλάδο δραστηριοποίησης

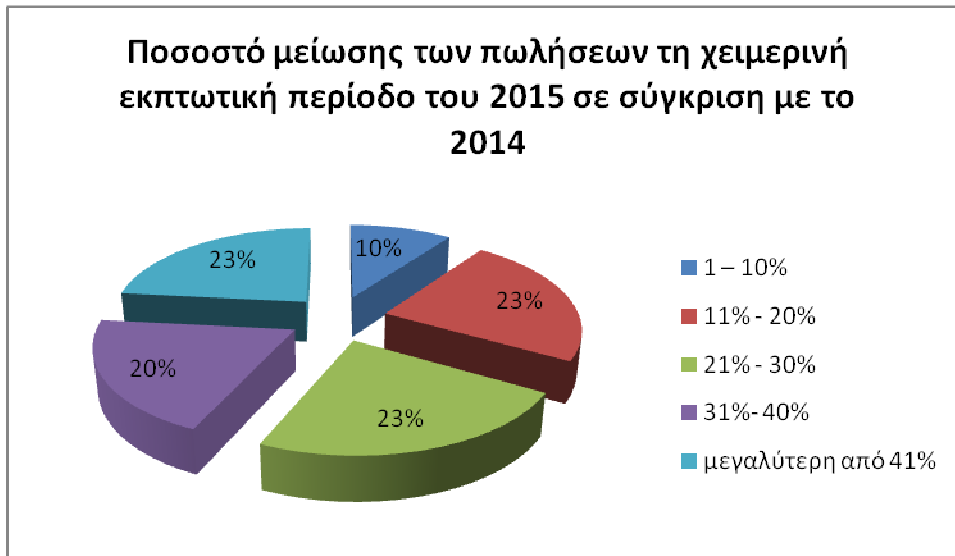


Η χειμερινή εκπτωτική περίοδος όσον αφορά τις πωλήσεις κινήθηκε για την πλειονότητα των επιχειρήσεων σε χαμηλότερα επίπεδα από την αντίστοιχη περσινή. Αναλυτικότερα, εφτά στις δέκα επιχειρήσεις είδαν τις πωλήσεις τους να είναι σε χαμηλότερα επίπεδα το 2015 σε σύγκριση με το 2014, περίπου μία στις τέσσερις στα ίδια επίπεδα και μία στις δέκα να έχει υψηλότερες. Ο κλάδος που δέχθηκε την μεγαλύτερη πίεση είναι της ένδυσης – υπόδησης, όπου το ποσοστό των επιχειρήσεων με χαμηλότερο τζίρο σε σχέση με πέρσι ανέρχεται στο 76,5%. Επίσης, οχτώ στις δέκα επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών το 2014 πάνω από 30.000€ παρουσίασαν μικρότερο τζίρο την χειμερινή εκπτωτική περίοδο του 2015 σε σύγκριση με το 2014.

Πωλήσεις χειμερινής εκπτωτικής περιόδου 2015 σε σύγκριση με το 2014



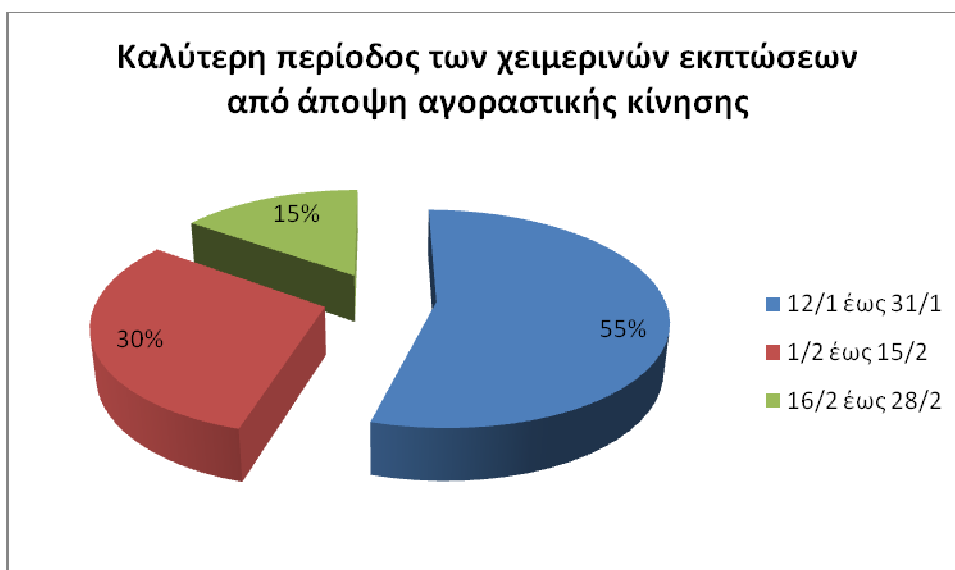
Όσον αφορά το μέγεθος της μείωσης των πωλήσεων σε σύγκριση με το 2014 διαπιστώθηκε ότι μία στις τέσσερις επιχειρήσεις εμφάνισε απώλεια τζίρου μεγαλύτερη του 40%, μία στις πέντε 31% με 40%, μία στις τέσσερις 21% με 30% καθώς και 11% με 20% και τέλος μόλις μία στις δέκα είχε μικρότερες πωλήσεις μεταξύ 1% έως 10%.



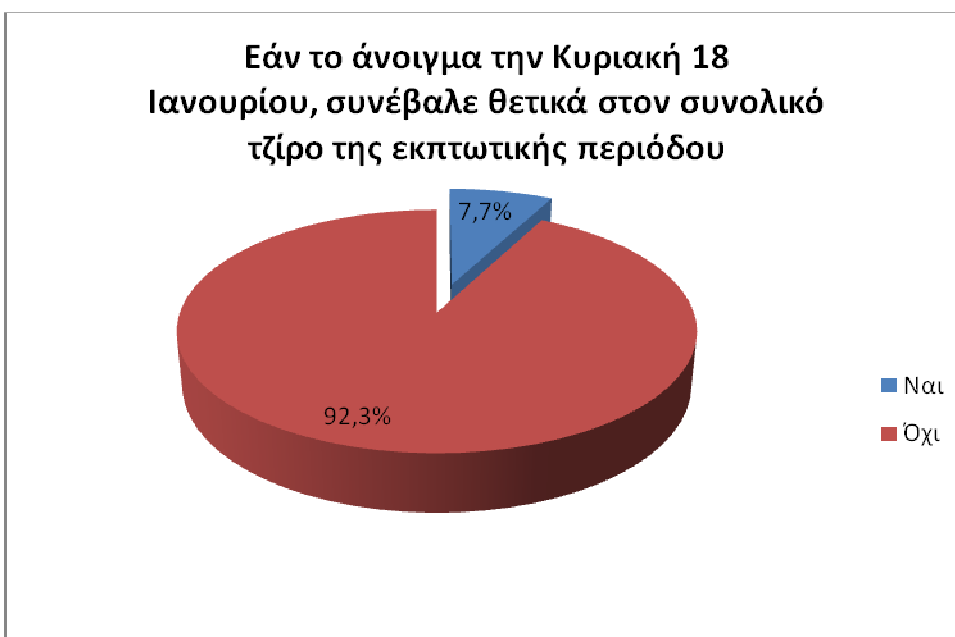
Οι επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι οι πωλήσεις τους αυξήθηκαν σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, παρουσιάζουν πολύ μικρά ποσοστά αύξησης. Συγκεκριμένα το 71% των περιπτώσεων δήλωσε ότι παρουσίασε αύξηση των πωλήσεων μεταξύ 1% και 10%, ενώ οι υπόλοιπες μεταξύ 11% και 20%.



Οι ερωτώμενοι σε ποσοστό 55%, δήλωσαν ότι η καλύτερη περίοδος των χειμερινών εκπτώσεων ήταν από τις 12/2/2015 έως 31/1/2015, ακολουθεί η περίοδος 1/2/2015 έως 15/2/2015 με ποσοστό 30% και τέλος η περίοδος 16/2/2015 έως το τέλος των εκπτώσεων.



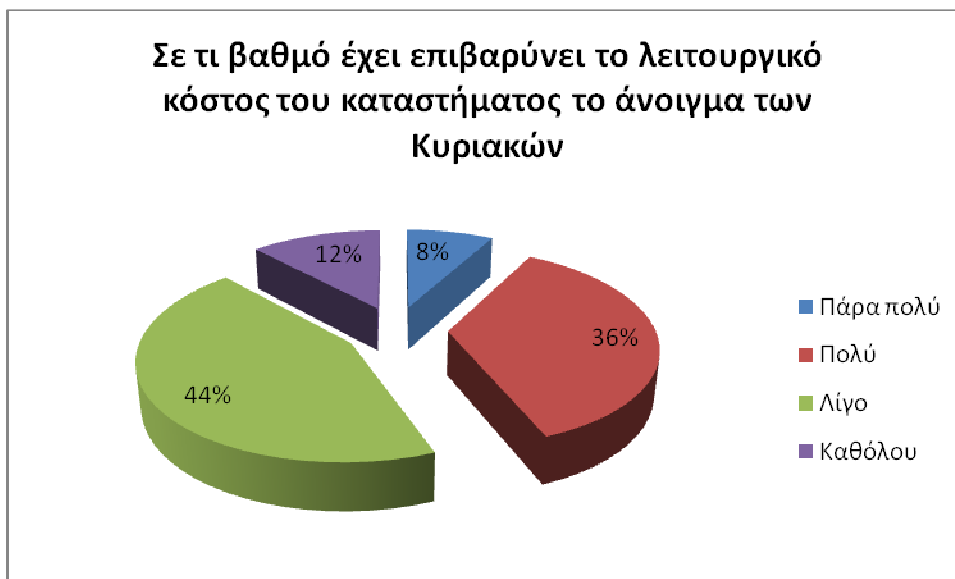
Στο πλαίσιο της έρευνας, οι έμποροι ρωτήθηκαν εάν, σύμφωνα με την δυνατότητα που τους εκχωρεί η υπουργική απόφαση, άνοιξαν τα καταστήματά τους την Κυριακή 18 Ιανουαρίου. Για τα καταστήματα που άνοιξαν παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρηματιών, της τάξης του 92%, πιστεύει ότι το άνοιγμα του καταστήματος την Κυριακή δεν επηρέασε τον συνολικό τζίρο της χειμερινής εκπτώτικης περιόδου και μόλις το 8% δηλώνει ότι επηρέασε θετικά τον συνολικό ύψος των πωλήσεων.



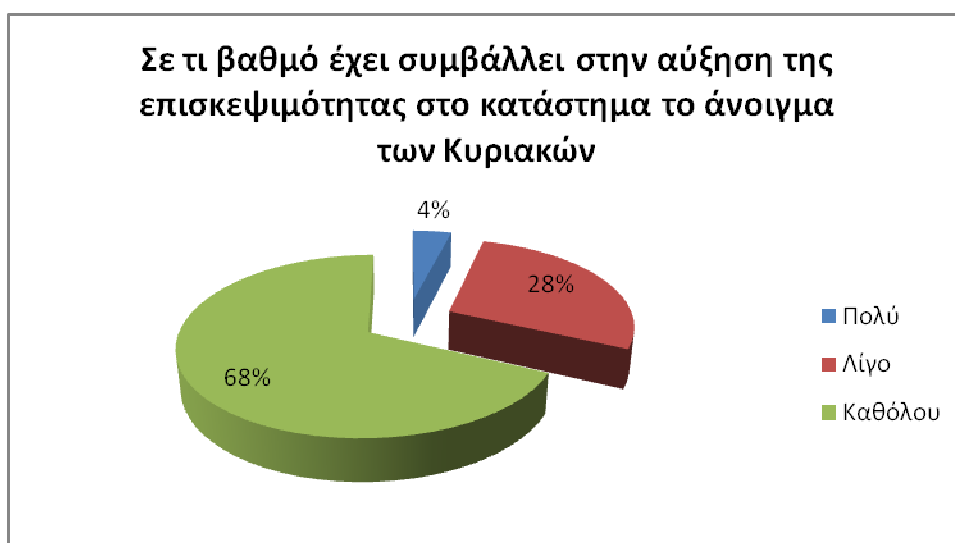
Όπως είναι φανερό από τις απαντήσεις της ερώτησης, με ποιον τρόπο καλύπτουν οι επιχειρηματίες την ανάγκη απασχόλησης προσωπικού, το άνοιγμα των καταστημάτων τις Κυριακές δεν είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης. Μόλις το 4% δηλώνει ότι έχει προσλάβει επιπλέον υπάλληλο λόγω του ότι ανοίγει τις Κυριακές. Η πλειονότητα σε ποσοστό 62% έχει επωμιστεί προσωπικά την κάλυψη της συγκεκριμένης ανάγκης και το υπόλοιπο 35% των επιχειρήσεων έχει επεκτείνει το ωράριο των ήδη υπάρχοντων υπαλλήλων.



Όσον αφορά το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης, το 44% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι επιβαρύνεται είτε πάρα πολύ είτε πολύ από το άνοιγμα των Κυριακών, το ίδιο ποσοστό 44% απάντησε λίγο, ενώ το 12% δήλωσε ότι δεν έχει επιβαρυνθεί καθόλου.



Τέλος, η επισκεψιμότητα, σε εφτά στις δέκα επιχειρήσεις δεν έχει αυξηθεί καθόλου από το γεγονός ότι παραμένουν ανοιχτά τις Κυριακές. Το 28% των επιχειρηματιών διακρίνει μία μικρή αύξηση, ενώ μόλις το 4% δηλώνει ότι το άνοιγμα της επιχείρησής του τις Κυριακές αύξησε κατά πολύ την επισκεψιμότητα.



Πίνακας 1: Εξέλιξη τζίρου σε καταστήματα λιανικής, κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων (Ιανουάριος - Φεβρουάριος)

Σε απόλυτα ποσά (δισ ευρώ)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (εκτίμηση)
		8,83	8,65	9,24	7,61	6,47	5,50	5,37
(%) Μεταβολές (Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ)	2009/2008		2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014 (εκτίμηση)
	-2,03%		6,75%	-17,64%	-14,89%	-15,00%	-2,37%	-17,3%

Πίνακας 2: Εκτιμήσεις Εμπορικών Συλλόγων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών κατά τη διάρκεια των Χειμερινών Εκπτώσεων

Εμπορικοί Σύλλογοι	Μεταβολή (%) τζίρου κατά τη διάρκεια των Χειμερινών Εκπτώσεων 2015/2014
1. Ε.Σ. Αθηνών	Κέντρο: Πτώση 0-10%
	Περιφερειακές Αγορές: Πτώση 11-20%
2. Ε.Σ. Θεσσαλονίκης	Πτώση 11-20%
3. Ε.Σ. Πειραιώς	Πτώση 11-20%
4. Ε.Σ. Πάτρας	Πτώση 11-20%
5. Ε.Σ. Ηρακλείου	Πτώση
6. Ε.Σ. Χανίων	Πτώση 0-10%
7. Ε.Σ. Βόλου	Πτώση 11-20%
8. Ε.Σ. Λάρισας	Πτώση 0-10%
9. Ε.Σ. Χαλανδρίου	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
10. Ε.Σ. Περιστερίου	Πτώση 21-30%
11. Ε.Σ. Ν. Ιωνίας	Πτώση 31-40%
12. Ε.Σ. Παλαιού Φαλήρου	Πτώση 11-20%
13. Ε.Σ. Νίκαιας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
14. Ε.Σ. Ιλίου	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
15. Ε.Σ. Γλυφάδας	Πτώση 11-20%
16. Ε.Σ. Πατησίων	Πτώση 11-20%
17. Ε.Σ. Γαλατσίου	Πτώση 0-10%
18. Ε.Σ. Κερατσινίου - Δραπετσώνας	Πτώση 21-30%
19. Ε.Σ. Καλλιθέας	Πτώση 0-10%
20. Ε.Σ. Μοσχάτου	Πτώση 0-10%
21. Ε.Σ. Κηφισιάς	Πτώση 11-20%
22. Ε.Σ. Αμαρουσίου	Πτώση 11-20%
23. Ε.Σ. Ρεθύμνου	Πτώση 11-20%
24. Ε.Σ. Θήρας	Πτώση 11-20%
25. Ε.Σ. Έδεσσας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)

26. Ε.Σ. Γρεβενών	Πτώση 21-30%
27. Ε.Σ. Γιαννιτσών	Πτώση 0-10%
28. Ε.Σ. Βέροιας	Πτώση 11-20%
29. Ε.Σ. Ναυπλίου	Πτώση 11-20%
30. Ε.Σ. Κορίνθου	Πτώση 11-20%
31. Ε.Σ. Κιάτου	Πτώση 11-20%
32. Ε.Σ. Σύρου	Πτώση 0-10%
33. Ε.Σ. Νάξου	Πτώση 11-20%
34. Ε.Σ. Καλαμάτας	Πτώση 0-10%
35. Ε.Σ. Ζακύνθου	Πτώση 11-20%
36. Ε.Σ. Άργους	Πτώση 11-20%
37. Ε.Σ. Αργοστολίου	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
38. Ε.Σ. Σητείας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
39. Ε.Σ. Μυτιλήνης	Πτώση 0-10%
40. Ε.Σ. Λιβαδειάς	Πτώση 11-20%
41. Ε.Σ. Λήμνου	Πτώση 31-40%
42. Ε.Σ. Καρδίτσας	Πτώση 31-40%
43. Ε.Σ. Αγρινίου	Πτώση 11-20%
44. Ε.Σ. Ελασσόνας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
45. Ε.Σ. Πύργου	Πτώση 0-10%
46. Ε.Σ. Καστοριάς	Πτώση 11-20%
47. Ε.Σ. Κοζάνης	Πτώση 21-30%
48. Ε.Σ. Πτολεμαΐδας	Πτώση μεγαλύτερη από 31-40%
49. Ε.Σ. Ρόδου	Πτώση 0-10%
50. Ε.Σ. Φλώρινας	Πτώση 11-20%
51. Ε.Σ. Χαλκίδας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
52. Ε.Σ. Τρικάλων	Πτώση 11-20%
53. Ε.Σ. Ηγουμενίτσας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
54. Ε.Σ. Αλεξανδρούπολης	Πτώση 21-30%
55. Ε.Σ. Καλαμαριάς	Πτώση 21-30%
56. Ε.Σ. Ιεράπετρας	Πτώση 11-20%
57. Ε.Σ. Θηβών	Πτώση 21-30%
58. Ε.Σ. Λαμίας	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
59. Ε.Σ. Λευκάδας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
60. Ε.Σ. Ένωση Εμπόρων- Επαγγελματιών Βιοτεχνών Αγίου Κωνσταντίνου	Πτώση 21-30%
61. Ε.Σ. Ιωαννίνων	Πτώση 21-30%
62. Ε.Σ. Άρτας	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
63. Ε.Σ. Αγίου Νικολάου Κρήτης	Πτώση 21-30%
64. Ε.Σ. Σερρών	Πτώση 31-40%
65. Ε.Σ. Κομοτηνής	Πτώση 11-20%
66. Ε.Σ. Κατερίνης	Πτώση 31-40%
67. Ε.Σ. Σάμου	Πτώση 21-30%
68. Ε.Σ. Δράμας	Πτώση 21-30%
69. Ε.Σ. Ξάνθης	Πτώση
70. Ε.Σ. Καβάλας	Πτώση
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΜΕΙΩΣΗΣ	-17,3%