

Πειραιάς, 7 Ιανουαρίου 2019

Δ Ε Λ Τ Ι Ο Τ Υ Π Ο Υ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ

« Ανάμεικτα τα συμπεράσματα του Π.Ε.Σ.Α. για την κίνηση της αγοράς στην Περιφέρεια Αττικής κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου »

Το τμήμα Μελετών του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Πειραιά, πραγματοποίησε το τριήμερο, από 3 έως 5 Ιανουαρίου 2019, για λογαριασμό του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Αττικής, τηλεφωνική έρευνα σε 28 τοπικούς Εμπορικούς και Επαγγελματικούς Συλλόγους της Περιφέρειας Αττικής, καθώς και σε δείγμα επιχειρήσεων χονδρικής γενικού εμπορίου, όπως επίσης και των δύο κεντρικών σημείων πώλησης τροφίμων, τον Σύνδεσμο Εμπόρων Κεντρικής Λαχαναγοράς Αθηνών και την Βαρβάκειο Αγορά, για την κίνηση και τον τζίρο της αγοράς κατά την περίοδο των εορτών.

Το σύνολο των πωλήσεων σύμφωνα με την έρευνα, σε Αθήνα, Πειραιά και τις τοπικές αγορές της Περιφέρειας Αττικής, κατά την εορταστική περίοδο, **μεσοσταθμικά κινήθηκε περισσότερο σε χαμηλότερα επίπεδα (-12%) και λιγότερο σε υψηλότερα επίπεδα (+8%) σε σχέση με πέρυσι**, ενώ το ποσοστό 35% των επιχειρήσεων, που διατήρησε τα ίδια επίπεδα τζίρου, είναι ικανοποιητικό και δείχνει μία σχετική σταθεροποίηση της ιδιωτικής κατανάλωσης στην Αττική, με 1,5% απόκλιση εποχικότητας.

Συγκεκριμένα στα ίδια επίπεδα πωλήσεων κινήθηκε η αγορά της Αθήνας, Κερατσινίου, Γαλατσίου-Λαμπρινής, Ιλίου, Μεγάρων, Νέας Ιωνίας, Νέας Σμύρνης, Παλαιού Φαλήρου, Κυθήρων και Σπετσών. Σε χαμηλότερα επίπεδα κινήθηκε η αγορά του Πειραιά, Καλλιθέας, Κηφισιάς, Αμαρουσίου, Νίκαιας, Κορυδαλλού, Αγ. Αναργύρων-Καματερού, Πατησίων, Σαλαμίνας και Πόρου. Αύξηση του τζίρου είχαν η αγορά της Γλυφάδας, Περιστερίου, Αγίας Παρασκευής, Ελευσίνας, Κορωπίου και Αγκιστρίου Αίγινας.

Από την συνολική εικόνα της επισκεψιμότητας των καταναλωτών στο Λεκανοπέδιο, επιβεβαιώνεται η προτίμηση του κόσμου στους εμπορικούς δρόμους του Κέντρου της Αθήνας. **Επίσης κατά την εορταστική περίοδο, φάνηκε η τάση μετακίνησης του τζίρου, από τις μικρότερες εμπορικές επιχειρήσεις στις μεγαλύτερες, τους πολυχώρους και τα πολυκαταστήματα, η οποία ξεπέρασε το ποσοστό του 4,3% που έχει καταγράψει η ΕΛΣΤΑΤ.**

Επιπλέον, στην Κεντρική Αγορά του Ρέντη, οι πωλήσεις τροφίμων τον Δεκέμβριο σημείωσαν μείωση 5%, ενώ **στη Βαρβάκειο Αγορά, ο μέσος όρος απόδειξης πριν τα Χριστούγεννα κυμάνθηκε στα 40 € και πριν τη Πρωτοχρονιά μειώθηκε κατά 50% ανά πελάτη**. Βεβαίως τα παραπάνω στοιχεία θα πρέπει να αντιπαρατεθούν με τα αντίστοιχα στοιχεία από τις αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ, ώστε να διαμορφωθεί μία πλήρης εικόνα πληροφόρησης των πωλήσεων στον κλάδο των τροφίμων.

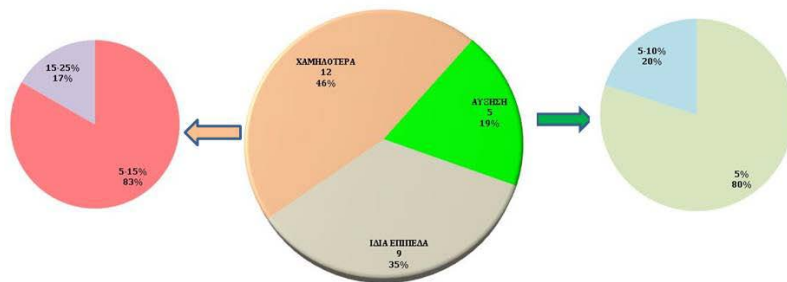
Τέλος οι επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου με έδρα στην Αττική, παρά την αύξηση του τζίρου τους που κυμάνθηκε στη διάρκεια του έτους από 3-6%, ανάλογα με τον κλάδο, περιγράφουν συνεχείς μεταβολές και αυξομειώσεις από τις διάφορες αμφίροπες δυνάμεις, ενώ επισημαίνουν ότι η εσωτερική αγορά παρουσιάζει το «φαινόμενο του ακορντεόν».

Αναλυτικότερα με διαγράμματα, τα αποτελέσματα έχουν συνοπτικά ως εξής:

- Για το 46% των επιχειρήσεων, οι πωλήσεις κινήθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα, για το 35% στα ίδια επίπεδα και για το 19% αυξήθηκαν. Ειδικότερα, 10 τοπικοί φορείς απάντησαν ότι η αγορά κινήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα από 5 έως 15% και 2 φορείς ότι κινήθηκε χαμηλότερα από 15 έως 25%. Επίσης, 4 φορείς απάντησαν πως, σημειώθηκε αύξηση έως 5% και μόνο ένας φορέας δήλωσε ότι σημειώθηκε αύξηση από 5 έως 10%. Οι υπόλοιποι φορείς δήλωσαν ότι ο τζίρος κινήθηκε στα ίδια επίπεδα με πέρυσι.

(Διάγραμμα 1)

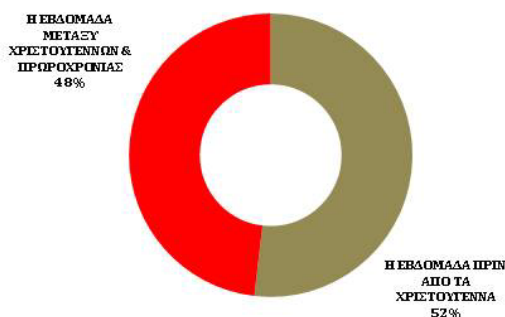
Πως ήταν η κίνηση της αγοράς;



- Η καλύτερη περίοδος των εορτών, κατά τη γνώμη του εμπορικού κόσμου της λιανικής, ήταν η εβδομάδα και κυρίως το Σαββατοκύριακο πριν από τα Χριστούγεννα, σύμφωνα με τους 15 φορείς δηλαδή το 52%, ενώ το 48% και 13 φορείς απάντησαν η εβδομάδα μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς.

(Διάγραμμα 2)

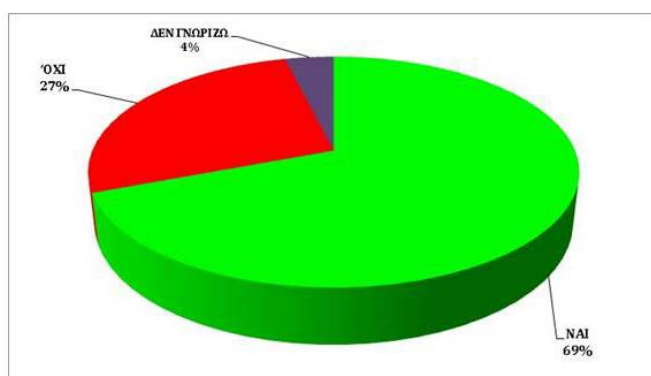
Ποια ήταν η καλύτερη περίοδος;





- Όσον αφορά στις προσδοκίες του εμπορικού κόσμου, 18 φορείς και το 69% των επιχειρηματιών περίμεναν μεγαλύτερη αγοραστική κίνηση, 7 φορείς και το 27% των επιχειρήσεων εκτιμούσε ότι η αγορά θα κινηθεί στα ίδια επίπεδα και μόλις το 4% των επιχειρηματιών δεν μπορούσαν να προβούν σε εκτίμηση για την κίνηση της αγοράς.
- (Διάγραμμα 3)

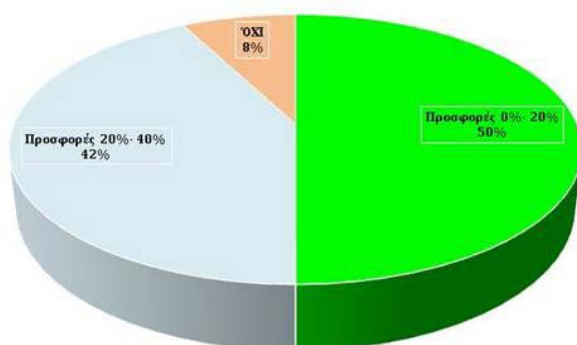
Περιμένετε μεγαλύτερη αγοραστική κίνηση;



- Το 50% των επιχειρήσεων διέθεσαν κάποια από τα προϊόντα τους σε χαμηλότερες τιμές μέχρι και 20%, ώστε να προσελκύσουν το καταναλωτικό κοινό. Το 42% απάντησε ότι, το ύψος των προσφορών έφτασε ακόμα και το 40%, ενώ το 8% των επιχειρήσεων απάντησαν πως, δεν προέβησαν σε προσφορές κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου.

(Διάγραμμα 4)

Οι επιχειρήσεις έκαναν προσφορές;



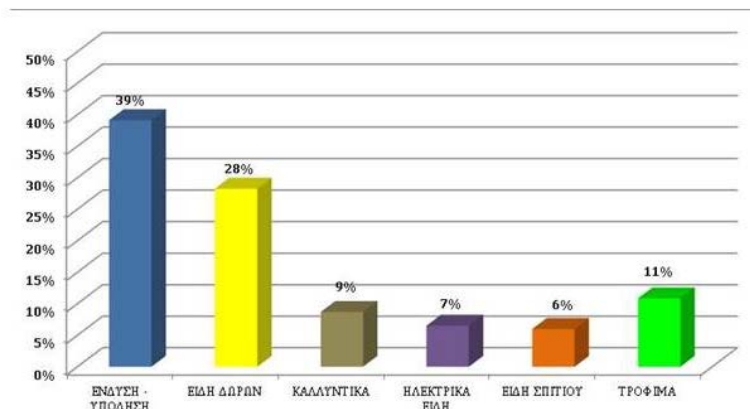
- Όσον αφορά στα είδη, που κινήθηκαν περισσότερο, το 39% απάντησε η ένδυση και η υπόδηση, το 28% τα είδη δώρων και τα παιχνίδια, το 11% τα τρόφιμα και τα ποτά, το 9% τα καλλυντικά, το 7% τα ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη, και το 6% τα είδη σπιτιού.





▪ (Διάγραμμα 5)

Ποια είδη κινήθηκαν περισσότερο;



Ο Πρόεδρος του Ε.Β.Ε.Π. και Π.Ε.Σ. Αττικής κ. Βασίλης Κορκίδης δήλωσε σχετικά:

«...Τελικά, τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα αποτελέσματα είναι ανάμεικτα και ποικίλουν ανάλογα με την αγορά, τη περιοχή και την επιχείρηση. Μπορεί κανείς να πει ότι, κερδισμένοι της εορταστικής περιόδου στο Λεκανοπέδιο, ήταν οι μεγάλοι της αγοράς, οι πολυχώροι και τα πολυκαταστήματα, αφού οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις κινήθηκαν με χαμηλότερο τζίρο σε σύγκριση με την προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο. Σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις, το 54% των εμπορικών καταστημάτων στην Περιφέρεια Αττικής κινήθηκαν στα ίδια και λίγο καλύτερα επίπεδα, ενώ το 46% σε χαμηλότερα από πέρυσι. Επιπλέον, εκτιμάται πως τα 2/3 του δώρου στον ιδιωτικό τομέα και των αναδρομικών πήγαν στις συμπληγάδες των φόρων και μόνο το 1/3 διατέθηκε στην εορταστική αγορά. Η γεωγραφία του επιχειρείν στην Αττική αλλάζει συνεχώς και καμία επιχείρηση δεν πρέπει να μείνει έξω από τον χάρτη που διαμορφώνεται. Το Δ.Σ. του Π.Ε.Σ.Α., εντός του 2019, με τα στοιχεία των έξι Επιμελητηρίων της Αθήνας και του Πειραιά, αλλά και σε συνεργασία με Ινστιτούτα ερευνών, θα καταγράψει την οικονομική γεωγραφία κάθε περιοχής και θα δημιουργήσει τον χάρτη επιχειρηματικότητας όλης της Περιφέρειας Αττικής...».

