



Πειραιάς, 15.05.20

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ Π.Ε.Σ.Α.

ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΕΜΦΑΝΙΖΕΙ Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΗΜΕΡΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Αποκαλυπτική της διαμόρφωσης της συμπεριφοράς του καταναλωτικού κοινού από την επαναλειτουργία των καταστημάτων μετά την άρση των μέτρων για την ανάσχεση της διασποράς του κορωνοϊού είναι η έρευνα του τμήματος Μελετών του Ε.Β.Ε.Π. σε συνεργασία με την Ο.Ε.Σ.Α.Ο.Ν.Ν.Α. που διεξήχθη για λογαριασμό του Π.Ε.Σ.Α. σε 22 περιοχές της Περιφέρειας Αττικής τις πρώτες 10 ημέρες επαναλειτουργίας της αγοράς. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη ημέρα της αγοράς, αναδείχθηκαν τα κάτωθι:

- Δημιουργία επιχειρήσεων «τριών ταχυτήτων»
- Ανάδειξη 4 νέων τάσεων καταναλωτικής συμπεριφοράς
- Προτιμήσεις των καταναλωτών στις προσφορές
- Εμπορική κίνηση με μέτριες πωλήσεις τις πρώτες ημέρες
- Συμμόρφωση στις οδηγίες υγιεινής και ασφάλειας

Στο διάστημα της επανεκκίνησης διαμορφώθηκαν **επιχειρήσεις 3 ταχυτήτων** και αναμένεται να διατηρηθούν στην αγορά τουλάχιστον κατά τη μεταβατική περίοδο Μαΐου-Ιουνίου. Οι **«ταχύτητες» που οριοθετούνται**, δεν διακρίνονται μόνο από την εργασιακή κατάσταση των επιχειρήσεων, αλλά και από την οικονομική κατάσταση κάθε επιχείρησης στον ίδιο κλάδο. Αναλυτικά, οι τρεις ταχύτητες είναι, **πρώτον** οι επιχειρήσεις με μισθωτούς που ήταν σε αναστολή εργασίας και τίθενται εκ νέου σε αναστολή με τη παράταση του Μαΐου. **Δεύτερον** οι επιχειρήσεις που επιλέγουν το σύστημα του **«προσωπικού ασφαλούς λειτουργίας»** λόγω περιορισμού των τ.μ. ή περνούν από την πλήρη απασχόληση σε μερική ή εκ περιτροπής εργασία και **τρίτον** οι επιχειρήσεις που επέστρεψαν από την αναστολή εργασίας στην πλήρη λειτουργία και απασχόληση και ενσωματώθηκαν στη κατηγορία των πληττόμενων επιχειρήσεων που συνέχισαν να λειτουργούν κατά τη διάρκεια της καραντίνας.

Σύμφωνα με την έρευνα, η πανδημία του κορωνοϊού ανέδειξε **4 νέες τάσεις στη καταναλωτική συμπεριφορά και διάθεση** των κατοίκων στη Περιφέρεια Αττικής. Οι κατηγορίες περιγράφουν τις καταναλωτικές τάσεις για συνέχιση περικοπών, και λιτότητας, καθώς και επιστροφή στη κανονικότητα και την πρότερη δυναμικότητα. Η πρώτη κατηγορία καταναλωτών είναι αυτή που συνεχίζουν τις περικοπές (34%). Περισσότεροι από 3 στους 10 έχουν περιορίσει τις δαπάνες τους εξ ανάγκης σε όλες τις κατηγορίες αγορών, υπό το βάρος των επιπτώσεων της πανδημίας στην απασχόληση τους. Η επόμενη κατηγορία καταναλωτών, ξοδεύει για αγορές λιγότερα, επειδή διακατέχεται από απαισιοδοξία για το μέλλον (17%). Οι 2 στους 10 επιλέγουν να συνεχίσουν τη λιτότητα περισσότερο από φόβο και ανασφάλεια. Τη μεγαλύτερη κατηγορία αποτελούν οι 4 στους 10 που παραμένουν ψύχραιμοι και επιστρέφουν στη κανονικότητα, αλλά ξοδεύοντας προσεκτικά (38%). Στη μικρότερη και τελευταία κατηγορία είναι μόλις 1 στους 10 που καταναλώνει πιο ελεύθερα, αλλά χωρίς να ξοδεύει περισσότερα από πριν (11%).

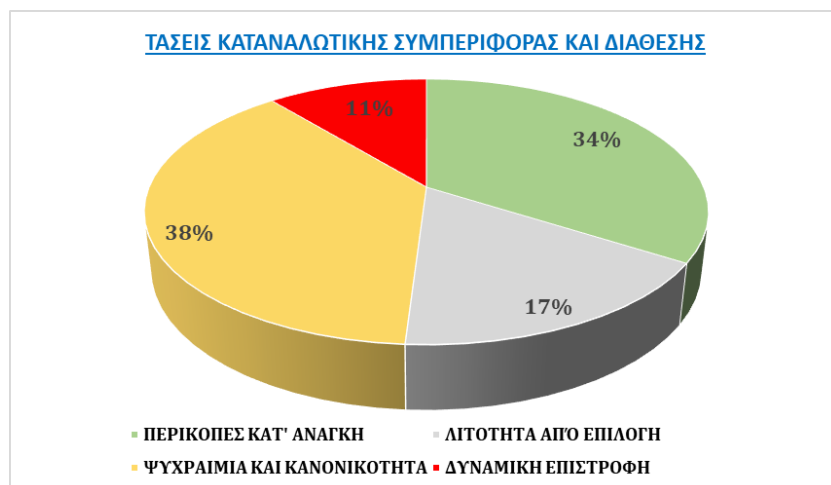


ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ

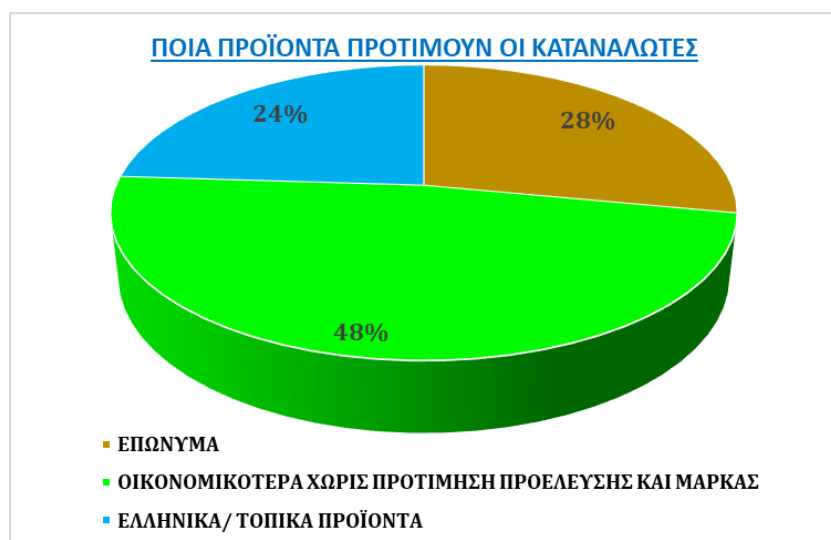


ΕΜΠΟΡΙΚΟ &
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ





Οι επιχειρήσεις που ξεκίνησαν με προσφορές προσέλκυσαν περισσότερο τους καταναλωτές. Το 86% των εμπορικών καταστημάτων στην Αττική έκαναν προσφορές με ποσοστό έκπτωσης από 20 έως 40% και μόνο το 14% των εμπόρων δήλωσε πως δεν επανεκκίνησε με τη διενέργεια προσφορών. Οι 5 στους 10 καταναλωτές έδειξαν προτίμηση στα οικονομικότερα αγαθά (48%) χωρίς διάκριση προέλευσης και μάρκας. Σχεδόν οι 3 στους 10 διατηρούν τη προτίμηση τους στα επώνυμα προϊόντα (28%), ενώ περισσότεροι από 2 στους 10 προτιμούν πλέον αποκλειστικά τα ελληνικά, τοπικά προϊόντα (24%).

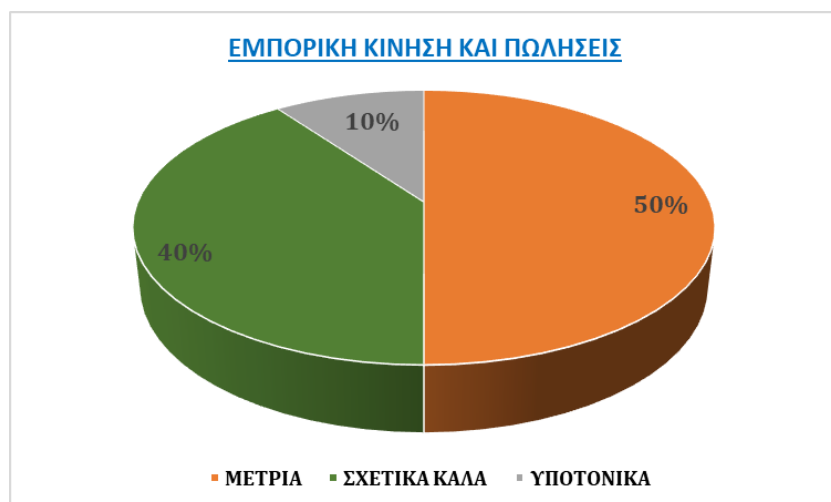


Η εμπορική κίνηση στις αγορές της Αττικής χαρακτηρίζεται από σχεδόν το 50% των επιχειρήσεων μέτρια και από το 40% σχετικά καλή, ενώ το 10% την χαρακτηρίζει υποτονική. Οι πωλήσεις σύμφωνα με τα «Z» των ταμειακών μηχανών, συγκριτικά με αντίστοιχες καθημερινές του περσινού Μαΐου που σημειωτέον δεν ήταν ιδιαίτερα καλός μήνας σε πωλήσεις για το λιανικό εμπόριο, κυμαίνεται τις πρώτες μέρες στο 1/3 με 1/2 και στη καλύτερη





περίπτωση στα 2/3 του περυσινού ημερήσιου τζίρου. Στη κατηγορία των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας η κίνηση ήταν σχετικά αυξημένη, ενώ οι πωλήσεις των ηλεκτρονικών και καλλυντικών ήταν ικανοποιητικές.



Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι θετικά σχόλια και εντυπώσεις απέσπασαν οι καταστηματαρχές και οι εργαζόμενοι από τους πελάτες τους για την τήρηση των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας. Αντίστοιχα απόλυτα συνεργάσιμοι ήταν οι καταναλωτές, που έδειξαν υπομονή στην **αργή ροή της αγοραστικής συναλλαγής**. Παράπονα διατυπώθηκαν για την υποχρέωση των πολιτών να φορούν μάσκα στα ΜΜΕ κάτι που περιορίσε τις μετακινήσεις από τη κατοικία τους σε κεντρικές αγορές. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι **7 στους 10 καταστηματαρχές προχωρούν στην δημιουργία ή εξέλιξη του «e-shop»** και κατά τη διάρκεια του lockdown σχεδίασαν ένα «**υβριδικό μοντέλο**» συνδυάζοντας τη φυσική και τη ψηφιακή λειτουργία της επιχείρησής τους.

Ο πρόεδρος του Ε.Β.Ε.Π. και Π.Ε.Σ.Α., Βασίλης Κορκίδης, δήλωσε: «*Εν κατακλείδι, η επανεκκίνηση της αγοράς στην Αττική δείχνει πως οι καταναλωτές ξεκίνησαν διστακτικά, συνέχισαν διερευνητικά και κινούνται προσεκτικά. Η πλειοψηφία των καταστηματαρχών και των καταναλωτών δείχνουν ωριμότητα και ψυχραιμία. Το ζητούμενο είναι σταδιακά οι πωλήσεις από τα σημερινά μέτρια επίπεδα να εξελιχθούν καλύτερα. Σε κάθε περίπτωση είναι κατανοητό πως μετά το σοκ της πανδημίας, τόσο η αγορά, όσο και οι καταναλωτές θέλουν τον χρόνο τους.*»

