

Σε ετοιμότητα το λιανεμπόριο της Αττικής ενόψει Black Friday και Cyber Monday

2021/11/22 11:39 στην κατηγορία ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Αντίστροφα μετρά ο χρόνος για την εφετινή “Black Friday”, που θα πραγματοποιηθεί στις 26 Νοεμβρίου, για να ακολουθήσει η “Cyber Monday” στις 29 Νοεμβρίου, συνεχίζοντας και εφέτος το «δημοφιλές εκπτώτικό 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 εκπτώτικού “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, εφέτος, 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 τηλεφωνική έρευνα στην Αττική, από το τμήμα Μελετών του ΕΒΕΠ 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 **«κακοφαίνονται»** 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 εκπτώσεις 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 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 εκπτωτική 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 εκπτωτικός 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.