

Δελτίο Τύπου

Η Deloitte δημοσιεύει τη 18^η ετήσια ευρωπαϊκή έρευνα για τις καταναλωτικές τάσεις κατά τη Χριστουγεννιάτικη περίοδο

Αθήνα, 16 Νοεμβρίου 2015 – Η Deloitte δημοσιεύει τη Χριστουγεννιάτικη Έρευνά της για το 2015 στην οποία παρουσιάζονται οι αγοραστικές τάσεις των Ευρωπαίων καταναλωτών για την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων του 2015.

Πρόκειται για τη 18^η κατά σειρά έρευνα που πραγματοποιεί η εταιρία και φέτος καλύπτει 14 ευρωπαϊκές χώρες – μεταξύ των οποίων για έκτη φορά φέτος και η Ελλάδα – καθώς και τη Νότια Αφρική. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ της τελευταίας εβδομάδας του Σεπτεμβρίου και των δυο πρώτων εβδομάδων του Οκτωβρίου 2015 οπότε τέθηκαν ερωτήματα σε ένα ευρύ αντιπροσωπευτικό δείγμα καταναλωτών (14.065 άτομα) ηλικίας μεταξύ 18-65 ετών, προκειμένου να καταγραφούν οι προγραμματισμένες δαπάνες σε δώρα, φαγητό και ποτό για τα γιορτινά γεύματα αλλά και για τη διασκέδαση.

Η οικονομική ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι αργή, αλλά έχει ξεκινήσει. Ορισμένοι θετικοί παράγοντες ενισχύουν την ανάκαμψη, όπως η αύξηση της ιδιωτικής κατανάλωσης η οποία ξεκίνησε πριν από περίπου δυο χρόνια, επηρεασμένη από την μείωση της τιμής του πετρελαίου, αυξάνοντας, έτσι, το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών παγκοσμίως, συντηρώντας κατά συνέπεια την κατανάλωση. Ένας άλλος θετικός παράγοντας που υποστηρίζει αυτή την τάση είναι η προσδοκώμενη αύξηση του ΑΕΠ στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρά τις αισιόδοξες οικονομικές ενδείξεις, η εμπιστοσύνη των νοικοκυριών είναι περιορισμένη λόγω της επίμονης φορολογικής πίεσης και των υψηλών ποσοστών ανεργίας.

Το σκεπτικό των καταναλωτών

Σύμφωνα με την πλειοψηφία των Ευρωπαίων, η οικονομική κατάσταση στο μέλλον αναμένεται καλύτερη σε σύγκριση με την παρούσα αλλά και με τις περσινές προσδοκίες. Στην Ελλάδα οι περισσότεροι καταναλωτές εκφράζουν την απαισιοδοξία τους για την παρούσα κατάσταση της οικονομίας (82%). Οι αισιόδοξοι στην Ελλάδα περιορίζονται στο 2%.

Ολόκληρη η Ευρώπη εκτός από το Ηνωμένο Βασίλειο βιώνει μείωση της αγοραστικής δύναμης τα τελευταία χρόνια. Στην Ελλάδα, οι περισσότεροι καταναλωτές αισθάνονται πως έχουν λιγότερα χρήματα να ξοδέψουν, ιδιαίτερα οι ερωτηθέντες άνω των 55 ετών σε ποσοστό 90%. Το 12% των Ελλήνων καταναλωτών εκφράζει αισιοδοξία σε σχέση με την αγοραστική του δύναμη στο μέλλον δηλώνοντας ότι αναμένει να βελτιωθεί. Αντίθετα, το 54% δηλώνουν απαισιοδοξία, ενώ το 21% αναμένουν ότι η αγοραστική τους δύναμη θα παραμείνει σταθερή το 2016.

Χριστουγεννιάτικος προϋπολογισμός

Το 2015 οι Ευρωπαίοι καταναλωτές σκοπεύουν να ξοδέψουν, κατά μέσο όρο, €513 στις αγορές τους κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων, ποσό το οποίο είναι κατά μόλις 0,3%

μειωμένο σε σχέση με τις πραγματικές δαπάνες που οι ίδιοι δήλωσαν ότι έκαναν την εορταστική περίοδο του 2014. Στην Ελλάδα, οι καταναλωτές δηλώνουν ότι σχεδιάζουν να ξοδέψουν €402 μειώνοντας τον προϋπολογισμό τους κατά 8,6% σε σχέση με τις πραγματικές δαπάνες που οι ίδιοι δήλωσαν ότι έκαναν την εορταστική περίοδο του 2014. Τον προϋπολογισμό αυτό θα μοιράσουν σε φαγητό (€168), δώρα (€154) και σε κοινωνικές δραστηριότητες (€80). Σχετικά με τον καταμερισμό των δώρων των Ελλήνων, ένα 60% του προϋπολογισμού αναμένεται να διατεθεί σε δώρα εντός της οικογενείας (26% στα παιδιά τους, 18% για τον/την σύντροφό τους και 16% για τον εαυτό τους), ενώ 36% του προϋπολογισμού αναμένεται να διατεθεί σε δώρα προς άλλους ενήλικες (21%) και άλλα παιδιά (15%). Ένα 3% αναμένεται να διατεθεί σε φιλανθρωπικές δωρεές.

Τα δώρα των Χριστουγέννων

Τα βιβλία αποτελούν το πιο πιθανό δώρο για φίλους και συγγενείς για τα Χριστούγεννα του 2015 στην Ευρώπη. Τα δώρα που οι Έλληνες καταναλωτές δήλωσαν ότι θα προσφέρουν περισσότερο είναι τα βιβλία (56%), τα ρούχα και τα παπούτσια (42%) και τα αρώματα και τα καλλυντικά (35%).

Σχετικά με το χρόνο που θα κάνουν τις αγορές τους οι καταναλωτές, ελάχιστοι Έλληνες καταναλωτές κάνουν τις αγορές των Χριστουγεννιάτικων δώρων τους πριν το Δεκέμβριο (7%). Η αγοραστική κίνηση φαίνεται ότι ξεκινά την 1η Δεκεμβρίου με το 86% των Ελλήνων καταναλωτών να κάνει τις Χριστουγεννιάτικες αγορές του μέσα στο μήνα.

Διαφορετικά κανάλια αγορών

Τόσο στην Ελλάδα, όσο και στις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες αυξάνεται ο αριθμός των καταναλωτών που αναζητούν πληροφορίες, ιδέες ή καλύτερες τιμές για τα Χριστουγεννιάτικα δώρα μέσω διαδικτύου. Πέραν των ψηφιακών προϊόντων όπως είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια η υψηλή τεχνολογία, η μουσική και οι ταινίες τα οποία θα αγοραστούν κυρίως μέσω διαδικτύου (τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη), τα υπόλοιπα δώρα θα αγοραστούν κυρίως μέσω των καταστημάτων καθώς η εμπειρία επίσκεψης στα στολισμένα καταστήματα δίνει ιδιαίτερη ικανοποίηση στους καταναλωτές τις γιορτινές μέρες.

Χάρη στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω κινητών τηλεφώνων και tablets, ολοένα και περισσότεροι Ευρωπαίοι καταναλωτές δείχνουν την τάση τους να χρησιμοποιούν τα smartphones για να κάνουν αγορές μέσω διαδικτύου. Στην Ελλάδα αυξάνονται οι καταναλωτές που κάνουν αγορές μέσω smartphones και tablets χρόνο με το χρόνο. Το 2013 μόνο το 20% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι έχουν ήδη κάνει αγορές μέσω smartphones και tablets, ενώ το 2014 το αντίστοιχο ποσοστό ανήλθε σε 34% και το 2015 σε 40%.

Οι περισσότεροι καταναλωτές θα ήθελαν οι λιανέμποροι να παρείχαν χαμηλότερες τιμές. Το γεγονός αυτό δεν αποτελεί έκπληξη καθώς η τιμή είναι ένας από τους κύριους παράγοντες που εξετάζουν οι καταναλωτές ειδικά σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από τόσες οικονομικές δυσκολίες. Τέλος, η ανάγκη για ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου επισημαίνεται ως η δεύτερη προτεραιότητα που θα πρέπει οι έμποροι λιανικής να προσέξουν για να βελτιώσουν την αγοραστική εμπειρία των Ελλήνων καταναλωτών.

Σχετικά με τη Deloitte στην Ελλάδα

Η Deloitte Ελλάδας είναι μέλος της Deloitte Touche Tohmatsu Limited, μιας ιδιωτικής Βρετανικής εταιρίας περιορισμένης ευθύνης («DTTL»), της οποίας οι εταιρίες-μέλη είναι νομικά χωριστές και ανεξάρτητες οντότητες. Η DTTL (επίσης αναφερόμενη ως «Deloitte Global») δεν παρέχει υπηρεσίες σε πελάτες. Παρακαλούμε επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.deloitte.com/about για μια λεπτομερή περιγραφή της νομικής δομής της DTTL και των εταιριών-μελών της.

Η Deloitte παρέχει ελεγκτικές, φορολογικές, συμβουλευτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες σε πελάτες του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα όλων των κλάδων. Με ένα παγκοσμίως διασυνδεδεμένο δίκτυο εταιριών μελών σε περισσότερες από 150 χώρες και περιοχές, η Deloitte προσφέρει παγκόσμιας κλάσης δυνατότητες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, παρέχοντας την πληροφόρηση που χρειάζονται για να αντεπεξέλθουν στις πιο πολύπλοκες προκλήσεις. Οι περισσότεροι από 200.000 επαγγελματίες της Deloitte δεσμεύονται να γίνουν πρότυπα αριστείας.

Στην Ελλάδα, η «Deloitte Χατζηπαύλου Σοφιανός και Καμπάνης Α.Ε.» παρέχει ελεγκτικές (audit) υπηρεσίες, η «Deloitte Business Solutions Χατζηπαύλου Σοφιανός και Καμπάνης Α.Ε.» χρηματοοικονομικές (financial advisory), φορολογικές (tax) και συμβουλευτικές (consulting) υπηρεσίες και η «Deloitte Accounting Compliance & Reporting Services Α.Ε.» λογιστικές υπηρεσίες (accounting outsourcing). Με περισσότερα από 550 άτομα προσωπικό και γραφεία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, η Deloitte Ελλάδας εστιάζεται σε όλους τους κυρίαρχους κλάδους της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, της ναυτιλίας, της ενέργειας, των καταναλωτικών προϊόντων, της υγείας, του βιομηχανικού κλάδου, της τεχνολογίας, των μέσων και των τηλεπικοινωνιών, της ακίνητης περιουσίας και του ευρύτερου δημόσιου τομέα. Στους πελάτες της Deloitte συγκαταλέγονται οι περισσότερες από τις μεγαλύτερες δημόσιες και ιδιωτικές εταιρίες του εμπορικού, βιομηχανικού και χρηματοοικονομικού τομέα. Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας: www.deloitte.gr

Φραγκοκκλησιάς 3α και Γρανικού, 15125 Μαρούσι, Τηλ: +30 210 6781100

2015 Όλα τα δικαιώματα κατοχυρωμένα.

Πληροφορίες για θέματα MME:

Αθηνά Γκούζια, Communications Coordinator, Deloitte
Τηλ: 210-6781132, email: agkouzia@deloitte.gr