

Δελτίο Τύπου

Οι μεγαλύτεροι λιανέμποροι κατάφεραν να επιτύχουν σταθερή αύξηση εσόδων
Το ψηφιακό χάσμα θα αποτελέσει πρόκληση για τον κλάδο λιανικού εμπορίου σύμφωνα με τη Deloitte

Αθήνα, 17 Μαρτίου 2016 – Τα έσοδα των 250 μεγαλύτερων λιανεμπόρων σε παγκόσμιο επίπεδο έφτασαν τα US\$4,5 τρισ. το οικονομικό έτος 2014¹, παρουσιάζοντας σταθερή αύξηση ύψους 4,3%, συγκριτικά με την αύξηση 4,1% το 2013, σύμφωνα με την έκθεση «*Οι Παγκόσμιες Δυνάμεις του Λιανικού Εμπορίου για το 2016*» ([Global Powers of Retailing 2016](#)) της Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global). Πρόκειται για μια θετική ένδειξη για τον κλάδο του λιανεμπορίου, δεδομένης της μείωσης που ο ίδιος κλάδος είχε παρουσιάσει το 2011. Ωστόσο, η εικόνα δεν είναι η ίδια σε όλες τις περιοχές του κόσμου. Ενώ οι λιανέμποροι στη Βόρεια Αμερική, στην Αφρική και στη Μέση Ανατολή απολαμβάνουν αύξηση εσόδων, τα έσοδα των λιανεμπόρων στην Ασία, στην Ευρώπη και στη Λατινική Αμερική εξακολουθούν να αυξάνονται με φθίνοντα ρυθμό.

«Η βραδύτερη οικονομική ανάπτυξη σε αρκετές αγορές, ο χαμηλότερος πληθωρισμός, η πτώση της τιμής του πετρελαίου και το ενισχυμένο αμερικάνικο δολάριο ήταν οι δυνάμεις που διαφοροποίησαν την ανάπτυξη των λιανεμπόρων στις διάφορες περιοχές του κόσμου,» εξηγεί ο Dr. Ira Kalish, Deloitte’s Chief Global Economist. «Όσον αφορά τους Αμερικανούς λιανεμπόρους, η ενίσχυση του αμερικανικού δολαρίου οδήγησε σε αυξημένη αγοραστική δύναμη για τους Αμερικανούς καταναλωτές, η οποία ενισχύθηκε από την ισχυρότερη οικονομική ανάπτυξη και τις βελτιωμένες συνθήκες απασχόλησης στις Η.Π.Α. Από την άλλη πλευρά, η κινέζικη οικονομία επιβραδύνθηκε αρκετά την ίδια περίοδο, κυρίως εξ’ αιτίας αδύναμων εξαγωγών και λιγότερων επενδύσεων. Παρόλα αυτά, οι καταναλωτικές δαπάνες διατηρήθηκαν σε ικανοποιητικά επίπεδα, παρά το γεγονός ότι ο κλάδος των καταναλωτικών προϊόντων πολυτελείας έχασε τη δυναμική του».

Τα κέρδη των εταιριών παρουσίασαν διαφορές από περιοχή σε περιοχή, ωστόσο η γενικότερη πορεία τους ήταν πτωτική. Οι 250 μεγαλύτεροι λιανέμποροι κατέγραψαν καθαρό περιθώριο κέρδους 2,8% το 2014, σε σύγκριση με 3,4% το 2013.

Ο αντίκτυπος της ψηφιακής τεχνολογίας

Οι **Παγκόσμιες Δυνάμεις του Λιανικού Εμπορίου για το 2016** υπογραμμίζουν επίσης τον αντίκτυπο της τεχνολογίας στις αγορές που πραγματοποιούνται εντός καταστημάτων, καταδεικνύοντας την ταχέως αυξανόμενη ψηφιακή διασύνδεση των καταναλωτών. Σύμφωνα με την έκθεση, οι ψηφιακές συμπεριφορές και προσδοκίες των καταναλωτών αναπτύσσονται γρηγορότερα από τις ψηφιακές υπηρεσίες που παρέχουν οι λιανέμποροι, δημιουργώντας έτσι ένα «**ψηφιακό χάσμα**».

Τρεις σημαντικές τάσεις εντοπίζονται:

¹ Η μελέτη βασίζεται σε δημοσιευμένα στοιχεία για το οικονομικό έτος 2014 (συμπεριλαμβανομένων εταιριών που το οικονομικό έτος τους λήγει τον Ιούνιο 2015).

- **Δεν υπάρχει μονόδρομος για την ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας.** Ενώ όλες οι αγορές κινούνται προς την ίδια κατεύθυνση, κάποιες, επιλέγουν διαφορετικές διαδρομές για να φτάσουν στην υιοθέτηση της ψηφιακής τεχνολογίας. Ορισμένες αναδυόμενες αγορές, για παράδειγμα, προσπερνούν εντελώς κάποια στάδια ενσωμάτωσης, τα οποία οι ανεπτυγμένες αγορές είχαν υιοθετήσει, επιταχύνοντας έτσι την ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας στις περιοχές αυτές.
- **Ένα ψηφιακό «μέγεθος» δεν αρμόζει σε όλους τους καταναλωτές.** Η ψηφιακή συμπεριφορά διαφέρει ανάλογα με δημογραφικούς παράγοντες, όπως είναι η ηλικία και το εισόδημα, καθώς επίσης και ο τύπος του προϊόντος που αναζητείται από τον καταναλωτή.
- **Οι καταναλωτές ζητούν καλύτερα ψηφιακά εργαλεία.** Τα ψηφιακά εργαλεία και τα κανάλια μπορούν τόσο να επεκτείνουν το πεδίο δράσης των λιανεμπόρων, όσο και να τους οδηγήσουν σε αύξηση εσόδων. Ωστόσο, οι ψηφιακές υπηρεσίες που παρέχουν σήμερα οι λιανέμποροι δεν ικανοποιούν τους πελάτες, αφού δεν αντεπεξέρχονται στις ανάγκες τους.

«Υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ των προσδοκιών των καταναλωτών και της ψηφιακής εμπειρίας που οι λιανέμποροι προσφέρουν, όσον αφορά την αυξανόμενη επιθυμία του καταναλωτή να ενσωματώσει την ψηφιακή εμπειρία στις αγορές εντός καταστημάτων», δηλώνει η Vicky Eng, Deloitte Global Sector Leader, Retail. «Κάποιοι λιανέμποροι μπορεί να υποτιμούν την ψηφιακή επιρροή, ενώ κάποιοι άλλοι αναγνωρίζουν την πραγματική ευκαιρία και επενδύσουν σε αυτό το ψηφιακό χάσμα».

Για να διαβάσετε ολόκληρη την έκθεση, παρακαλώ επισκεφθείτε τον ακόλουθο σύνδεσμο www.deloitte.com/gr/globalpowersofretailing2016

Σχετικά με τη Deloitte στην Ελλάδα

Η **Deloitte Ελλάδα** 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 παγκόσμιες 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 Ελλάδα 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.

Το υλικό αυτό περιέχει αποκλειστικά και μόνο γενικές πληροφορίες και καμία από τις εταιρίες μέλη του διεθνούς δικτύου της Deloitte Touche Tohmatsu Limited ή άλλες συνεργαζόμενες οντότητες (συνολικά, το δίκτυο της Deloitte) δεν δύναται να εκληφθεί ότι δι' αυτού παρέχει συμβουλές ή υπηρεσίες. Ως εκ τούτου, προτείνουμε ότι οι αναγνώστες θα πρέπει να αναζητήσουν εξειδικευμένες συμβουλές σχετικά με κάθε ειδικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν. Προτού λάβετε αποφάσεις ή προβείτε σε ενέργειες που μπορεί να επηρεάσουν τα οικονομικά ή την επιχείρησή σας, θα πρέπει να συμβουλευτείτε ειδικό επαγγελματία σύμβουλο. Καμία νομική οντότητα του δικτύου της Deloitte δεν αποδέχεται ευθύνη για οιαδήποτε ζημία υποστεί οποιοσδήποτε που βασίσθηκε στο παρόν.

© 2016 Deloitte Χατζηπαύλου Σοφιανός & Καμπάνης Α.Ε.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας: www.deloitte.gr

Πληροφορίες για θέματα MME:

Αθηνά Γκούζια, Communications Coordinator, Deloitte

Τηλ: 210-6781132, email: agkouzia@deloitte.gr