

Δελτίο Τύπου ΑΜΕΣΗ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ

Επικοινωνία: Αθηνά Γκούζια
Τίτλος: Senior Consultant
Τηλ.: +30 210 6781 132
Email: agkouzia@deloitte.gr

Χριστουγεννιάτικη έρευνα 2016

Οι Ευρωπαίοι πρόκειται να ξοδέψουν φέτος τα Χριστούγεννα κατά μέσο όρο €517, σε αντίθεση με τους Έλληνες που υπολογίζεται να ξοδέψουν €438.

Αθήνα, Ελλάδα – 17 Νοεμβρίου 2016

Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές, όπως και οι Έλληνες, εξακολουθούν να είναι επιφυλακτικοί απέναντι στην εγχώρια και παγκόσμια οικονομική κατάσταση και αυτή τους η στάση αντανακλάται και στον τρόπο που αντιμετωπίζουν την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων. Η αύξηση του προϋπολογισμού για φαγητό και διασκέδαση, η αύξηση των αγορών μέσω διαδικτύου και η εδραίωση του Νοεμβρίου ως εναλλακτικού μήνα αγορών (περισσότερο έντονο στις ευρωπαϊκές χώρες) είναι μερικά μόνο από τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην Ευρωπαϊκή Χριστουγεννιάτικη Έρευνα 2016 της Deloitte.

Πρόκειται για τη 19^η Χριστουγεννιάτικη έρευνα που πραγματοποιεί η Deloitte και την 7^η κατά σειρά για την Ελλάδα. Στην έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε μεταξύ 12 και 24 Οκτωβρίου 2016, συμμετείχαν 9 ευρωπαϊκές χώρες (Βέλγιο, Γερμανία, Δανία, Ελλάδα, Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρωσία, Ισπανία) και ρωτήθηκαν 6.580 καταναλωτές ηλικίας μεταξύ 18 και 75 ετών, προκειμένου να καταγραφούν οι προθέσεις τους για αγορές δώρων, δαπάνες σε φαγητό και χριστουγεννιάτικες εξόδους.

Οικονομικές προβλέψεις

Τη φετινή χρονιά, κάθε ευρωπαϊκό νοικοκυριό σκοπεύει να ξοδέψει τα Χριστούγεννα κατά μέσο όρο €517, ποσό που μειώθηκε κατά 1% σε σχέση με τα €524 που δαπάνησαν πέρυσι οι Ευρωπαίοι για τις χριστουγεννιάτικες αγορές τους. Η Δανία, η Ισπανία και η Ιταλία είναι οι 3 κορυφαίες χώρες από άποψη προγραμματισμένων δαπανών, ενώ το Βέλγιο έπεσε από τη 2^η στην 4^η θέση και η Γερμανία παραμένει σταθερά στην 5^η θέση. Οι Έλληνες καταναλωτές σκοπεύουν να ξοδέψουν €438 τα φετινά Χριστούγεννα, σε αντίθεση με τα €457 που δήλωσαν οι ίδιοι ότι ξόδεψαν το 2015.

Το 52% των Ευρωπαίων που συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούν ότι η οικονομική κατάσταση στη χώρα τους το 2016 παρέμεινε σταθερή ή βελτιώθηκε, εν συγκρίσει με 56% το 2015, ενώ το 49% αυτών (54% το 2015) πιστεύει ότι αυτή η θετική τάση θα συνεχιστεί και το 2017. Βέβαια, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές θεωρούν ότι η οικονομική κρίση δεν έχει τελειώσει ακόμα.

Εν αντιθέσει, η αντίληψη των Ελλήνων καταναλωτών για την τρέχουσα και τη μελλοντική κατάσταση της ελληνικής οικονομίας είναι απαισιόδοξη, με το 87% των ερωτηθέντων να πιστεύουν ότι η οικονομική κατάσταση στη χώρα το 2016 επιδεινώθηκε. Οι Έλληνες είναι οι πιο απαισιόδοξοι σε σχέση με τους καταναλωτές όλων των χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα αναφορικά με την τρέχουσα και τη μελλοντική κατάσταση της οικονομίας τους, με το 73% να πιστεύει ότι η αρνητική οικονομική πορεία της χώρας θα συνεχιστεί και το 2017.

Τι θα αγοράσουν οι καταναλωτές τα φετινά Χριστούγεννα;

Για ακόμα μια χρονιά, τα μετρητά είναι το πιο επιθυμητό δώρο για τους Ευρωπαίους, ενώ παράλληλα κατατάσσεται στην 5^η θέση ανάμεσα στα δώρα που προσφέρονται πιο συχνά. Τα βιβλία, τα καλλυντικά και τα αρώματα, οι σοκολάτες και τα είδη ένδυσης και υπόδησης είναι για ακόμα μια χρονιά τα δώρα που κυρίως θα προσφέρουν οι καταναλωτές και τα φετινά Χριστούγεννα, ενώ το φαγητό και το ποτό, τα προϊόντα ομορφιάς, τα κοσμήματα και τα ρολόγια, οι δωροκάρτες και τα κουπόνια συμπληρώνουν τα 10 κορυφαία δώρα που αναμένεται να προσφερθούν περισσότερο σε ενήλικες.

Στη Ευρώπη, για τους μικρότερους υπερισχύει η διασκέδαση έναντι των χρηστικών δώρων, με τα παιχνίδια κατασκευών να θεωρούνται το καλύτερο δώρο για τα φετινά Χριστούγεννα. Ρούχα, παπούτσια και βιβλία θα είναι η 2^η και η 3^η επιλογή δώρων αντίστοιχα. Όσον αφορά τους εφήβους, τα βιβλία και τα βιντεοπαιχνίδια παραμένουν τα κορυφαία δώρα για αυτούς, σε μια χρονιά που η αγορά tablets και smartphones δεν αποτελεί προτεραιότητα.

Σχετικά με την ελληνική πραγματικότητα, οι καταναλωτές επιλέγουν για τους ενήλικες το φαγητό και το ποτό, με 2^η επιλογή τα είδη ρουχισμού και υπόδησης, ενώ τα βιβλία καταλαμβάνουν την 3^η θέση. Ταυτόχρονα, τα δώρα που αναμένεται να προσφερθούν σε ενήλικες, εφήβους και παιδιά είναι τα είδη ρουχισμού και υπόδησης και τα βιβλία, ενώ την 3^η θέση ως πιθανότερο δώρο σε παιδιά και εφήβους κατέχουν τα παιχνίδια.

Πού θα ψωνίσουν οι καταναλωτές;

Ο διαχωρισμός ανάμεσα στα σημεία από όπου οι Ευρωπαίοι καταναλωτές θα κάνουν τις χριστουγεννιάτικες αγορές τους συνεχίζεται. Οι εξειδικευμένες αλυσίδες καταστημάτων διατηρούν την ηγετική τους θέση αναφορικά με την αγορά δώρων, ακολουθούμενες από τα παραδοσιακά τοπικά καταστήματα και τα σουπερμάρκετ. Ωστόσο, όταν πρόκειται για φαγητό, τα σουπερμάρκετ είναι η πρώτη επιλογή για το 60% περίπου των Ευρωπαίων ερωτηθέντων.

Στην Ελλάδα, τα παραδοσιακά πολυκαταστήματα βρίσκονται υψηλά στην προτίμηση των καταναλωτών (25%) για τις αγορές των χριστουγεννιάτικων δώρων, ενώ οι εξειδικευμένες αλυσίδες επιλέγονται από λιγότερους Έλληνες (24%). Τα πολυτελή καταστήματα και τα πολυκαταστήματα τύπου outlet παραμένουν ανάμεσα στις λιγότερο προτιμώμενες επιλογές για τις χριστουγεννιάτικες αγορές των Ελλήνων (3% και 13% αντίστοιχα).

Χαμηλότερες τιμές, καλύτερες σχέσεις με τους πελάτες, παροχή συμβουλών και η δυνατότητα κατ'οίκον παράδοσης, εξακολουθούν να είναι τα κύρια σημεία στα οποία Ευρωπαίοι και Έλληνες καταναλωτές θα ήθελαν να επενδύσουν οι λιανέμποροι. Αντίθετα, παράγοντες όπως το εμπόριο μέσω κινητής τηλεφωνίας, οι υπηρεσίες περιτυλίγματος και οι υπηρεσίες φύλαξης παιδιών έχουν τη λιγότερη ζήτηση από τους Ευρωπαίους καταναλωτές. Οι Έλληνες καταναλωτές δε θεωρούν τόσο σημαντικούς τομείς για τη βελτίωση της αγοραστικής τους εμπειρίας το σύστημα αυτοματοποιημένης συσκευασίας, το εμπόριο μέσω κινητής τηλεφωνίας, τις υπηρεσίες περιτυλίγματος και την καλύτερη διακόσμηση.

Offline Vs Online

Στην Ευρώπη, τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και οι συστάσεις από οικογένεια και φίλους αναδεικνύονται ως τα καλύτερα εργαλεία για την εύρεση ιδεών για δώρα. Για το λόγο αυτό, το 79% περίπου των ερωτηθέντων θα χρησιμοποιήσει αυτά τα κανάλια για να πάρει ιδέες και συμβουλές σχετικά με τα δώρα που θα αγοράσει. Ακόμα κι αν το διαδίκτυο παραμένει η 1^η προτιμώμενη πηγή εύρεσης πληροφοριών, το 76% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι θα αγοράσουν τα φετινά δώρα από φυσικά καταστήματα.

Στην Ελλάδα, το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ευρέως από τους καταναλωτές, για να πάρουν ιδέες και συμβουλές για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας (88%), διασκέδαση (83%), δώρα για το σπίτι (82%), ταινίες (81%) και ηλεκτρονικά παιχνίδια (80%). Αντιθέτως, για αρκετές κατηγορίες αγορών οι Έλληνες καταναλωτές προτιμούν να πηγαίνουν στα φυσικά καταστήματα για να πάρουν ιδέες και συμβουλές, ενώ η τηλεόραση και τα

διαφημιστικά φυλλάδια αποτελούν ακόμη πηγές εύρεσης ιδεών. Οι Έλληνες εξακολουθούν να προτιμούν τις αγορές στα φυσικά καταστήματα. Πέραν κάποιων ψηφιακών προϊόντων, όπως είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και τα προϊόντα υψηλής τεχνολογίας ή ακόμα και τα δώρα σχετικά με τη διασκέδαση, τα οποία θα αγοραστούν κυρίως μέσω διαδικτύου, τα υπόλοιπα δώρα (ακόμα και κάποια τα οποία είναι σχετικά με την τεχνολογία όπως η μουσική ή οι ταινίες) θα αγοραστούν κυρίως μέσω των φυσικών καταστημάτων καθώς η εμπειρία επίσκεψης στα στολισμένα καταστήματα δίνει ιδιαίτερη ικανοποίηση στους καταναλωτές τις γιορτινές μέρες των Χριστουγέννων.

Στην Ελλάδα, η Deloitte Ανώνυμη Εταιρία Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών, η Deloitte Business Solutions Ανώνυμη Εταιρία Συμβούλων Επιχειρήσεων και η Deloitte Accounting Compliance & Reporting Services A.E. είναι μέλη της Deloitte Touche Tohmatsu Limited, μιας ιδιωτικής βρετανικής εταιρίας περιορισμένης ευθύνης («DTTL»), της οποίας οι εταιρίες-μέλη είναι νομικά χωριστές και ανεξάρτητες οντότητες. Παρακαλούμε επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.deloitte.com/about για να ενημερωθείτε για το παγκόσμιο δίκτυο των εταιριών μελών μας.

Η Deloitte παρέχει ελεγκτικές, φορολογικές, συμβουλευτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες σε πελάτες του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα όλων των κλάδων. Η Deloitte προσφέρει υπηρεσίες σε 4 στους 5 οργανισμούς του Fortune Global 500® μέσω ενός παγκόσμιου διασυνδεδεμένου δικτύου εταιριών-μελών που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από 150 χώρες συνεισφέροντας παγκοσμίως επιπέδου δυνατότητες, βαθιά γνώση και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις πιο πολύπλοκες επιχειρηματικές προκλήσεις των πελατών μας. Για να μάθετε περισσότερα για το πώς τα περίπου 225,000 στελέχη μας δημιουργούν τον αντίκτυπο που μετράει παρακαλούμε να συνδεθείτε μαζί μας μέσω Facebook, LinkedIn ή Twitter.

Στην Ελλάδα, η «Deloitte Ανώνυμη Εταιρία Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών» παρέχει ελεγκτικές (audit) υπηρεσίες, η «Deloitte Business Solutions Ανώνυμη Εταιρία Συμβούλων Επιχειρήσεων» χρηματοοικονομικές (financial advisory), φορολογικές (tax) και συμβουλευτικές (consulting) υπηρεσίες και η «Deloitte Accounting Compliance & Reporting Services A.E.» λογιστικές υπηρεσίες (accounting outsourcing). Με περισσότερα από 600 άτομα προσωπικό και γραφεία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, η Deloitte στην 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. Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας: www.deloitte.gr

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, 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 βασίστηκε στο παρόν.

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

© 2016 Όλα τα δικαιώματα κατοχυρωμένα.