

## Δελτίο Τύπου

### Η Deloitte δημοσιεύει τη 17<sup>η</sup> ετήσια ευρωπαϊκή έρευνα για τις καταναλωτικές τάσεις κατά τη Χριστουγεννιάτικη περίοδο

**Αθήνα, 27 Νοεμβρίου 2014** – Η Deloitte δημοσιεύει τη Χριστουγεννιάτικη Έρευνά της για το 2014 στην οποία παρουσιάζονται οι αγοραστικές τάσεις των Ευρωπαίων καταναλωτών για την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων του 2014.

Πρόκειται για τη 17<sup>η</sup> κατά σειρά έρευνα που πραγματοποιεί η εταιρία και φέτος καλύπτει 17 ευρωπαϊκές χώρες – μεταξύ των οποίων για πέμπτη φορά φέτος και η Ελλάδα – καθώς και τη Νότια Αφρική. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από την πρώτη έως και την τρίτη εβδομάδα του Οκτωβρίου οπότε τέθηκαν ερωτήματα σε ένα ευρύ αντιπροσωπευτικό δείγμα καταναλωτών (17.326 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 οικονομία της Ευρωζώνης εξακολουθεί να είναι ευάλωτη, με αργούς ρυθμούς βελτίωσης, ισχυρή φορολογική πίεση και υψηλά ποσοστά ανεργίας. Σε ένα τέτοιο οικονομικό περιβάλλον, η εμπιστοσύνη των νοικοκυριών υφίσταται μεγάλη πίεση. Με την προοπτική της εορταστικής περιόδου στο τέλος του έτους, διαφαίνεται ιδιαίτερα εποικοδομητική η αξιολόγηση της ελαστικότητας των καταναλωτικών δαπανών και η εκτίμηση του προϋπολογισμού που θα διατεθεί για τις αγορές δώρων.

#### **Το σκεπτικό των καταναλωτών**

Σύμφωνα με τους Ευρωπαίους, η οικονομική κατάσταση στο μέλλον αναμένεται καλύτερη σε σύγκριση με την παρούσα αλλά και με τις περσινές προσδοκίες. Η Ελλάδα, παρόλο που είναι από τις χώρες με την πιο αρνητική αίσθηση για την παρούσα κατάσταση της οικονομίας το 2014, παρουσιάζεται πολύ λιγότερο απαισιόδοξη για τη μελλοντική κατάσταση το 2015.

Ολόκληρη η Ευρώπη εκτός από το Ηνωμένο Βασίλειο βιώνει μείωση της αγοραστικής δύναμης τα τελευταία χρόνια. Παρά το γεγονός ότι η αγοραστική δύναμη στην Ελλάδα είναι μειωμένη το 2014 σε σχέση με το 2013, ο ρυθμός μείωσης είναι αρκετά βελτιωμένος σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο **Δημήτρης Κουτσόπουλος**, Consulting Managing Partner και Consumer Business Leader της **Deloitte στην Ελλάδα** δήλωσε: «*Η έρευνα καταδεικνύει μια απαισιοδοξία για την τωρινή οικονομική κατάσταση αλλά παράλληλα και μια αισιοδοξία για τη μελλοντική κατάσταση της οικονομίας. Τα συγκεκριμένα ευρήματα αποτελούν συνέπειες της κρίσης η οποία οδηγεί τους καταναλωτές να λαμβάνουν αποφάσεις πιο ορθολογικές όταν σκέφτονται πώς θα καταναείμουν τον χριστουγεννιάτικο προϋπολογισμό τους*».

## Χριστουγεννιάτικος προϋπολογισμός

Το 2014 οι Ευρωπαίοι καταναλωτές σκοπεύουν να ξοδέψουν, κατά μέσο όρο, €488 στις αγορές τους κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων, ποσό το οποίο είναι κατά μόλις 3% μειωμένο σε σχέση με τις πραγματικές δαπάνες που οι ίδιοι δήλωσαν ότι έκαναν την εορταστική περίοδο του 2013. Στην Ελλάδα, οι καταναλωτές δηλώνουν ότι σχεδιάζουν να ξοδέψουν €406 μειώνοντας τον προϋπολογισμό τους κατά 12,5% σε σχέση με τις πραγματικές δαπάνες που οι ίδιοι δήλωσαν ότι έκαναν την εορταστική περίοδο του 2013. Τον προϋπολογισμό αυτό θα μοιράσουν σε φαγητό (€163), δώρα (€162) και σε κοινωνικές δραστηριότητες (€81). Σχετικά με τον καταμερισμό των δώρων των Ελλήνων, ένα 58% του προϋπολογισμού αναμένεται να διατεθεί σε δώρα εντός της οικογενείας (24% στα παιδιά τους, 17% για τον/την σύντροφό τους και 17% για τον εαυτό τους), ενώ 39% του προϋπολογισμού αναμένεται να διατεθεί σε δώρα προς άλλους ενήλικες (22%) και άλλα παιδιά (17%). 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 2014 στην Ευρώπη. Τα δώρα που οι Έλληνες καταναλωτές δήλωσαν ότι θα προσφέρουν περισσότερο είναι τα ρούχα και τα παπούτσια (45%), τα βιβλία (49%) και τα αρώματα και τα καλλυντικά (33%).

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 (5%). Η αγοραστική κίνηση φαίνεται ότι ξεκινά την 1η Δεκεμβρίου με το 90% 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. Τις Χριστουγεννιάτικες αγορές όμως η πλειονότητα των ερωτηθέντων επιλέγει να τις πραγματοποιήσει στα καταστήματα, καθώς η αγοραστική εμπειρία τις γιορτινές μέρες είναι εξίσου σημαντική. Στην Ελλάδα αυξάνονται οι καταναλωτές που δηλώνουν ότι κάνουν αγορές από το διαδίκτυο (39% το 2014 εν συγκρίσει με 33% το 2013).

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 το 59% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν το smartphone ή το tablet τους για αγορές προϊόντων και το 34% δήλωσαν ότι έχουν ήδη κάνει αγορές μέσω των συσκευών αυτών.

Οι περισσότεροι καταναλωτές θα ήθελαν οι λιανέμποροι να παρείχαν χαμηλότερες τιμές και περισσότερες εκπτώσεις. 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. 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.

Σύμφωνα με τον **Δημήτρη Κουτσόπουλο**, Consulting Managing Partner και Consumer Business Leader της **Deloitte στην Ελλάδα**, «Σύμφωνα με την έρευνα, οι καταναλωτές σήμερα γίνονται «omni-channel» επιλέγοντας να κάνουν ενημερωμένες αγορές τόσο μέσω των φυσικών καταστημάτων όσο και μέσω του διαδικτύου, συνδυάζοντας έτσι τα οφέλη και των δύο εναλλακτικών. Έχει ενδιαφέρον ότι το ποσοστό των Ελλήνων που διατίθεται να κάνει αγορές μέσω smartphone ολοένα και αυξάνεται, μια τάση που συμβαδίζει με την αυξημένη χρήση smartphone στην Ελλάδα. Οι καταναλωτές δηλώνουν ότι το πιο σημαντικό σημείο βελτίωσης της αγοραστικής εμπειρίας είναι η μείωση των τιμών και η ανάπτυξη ή η ενίσχυση του ηλεκτρονικού εμπορίου».

## 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](http://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 580 άτομα προσωπικό και γραφεία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, η Deloitte Ελλάδας εστιάζεται σε όλους τους κυρίαρχους τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, της ναυτιλίας, της ενέργειας, των καταναλωτικών προϊόντων, της υγείας 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](http://www.deloitte.gr)

## Πληροφορίες για θέματα MME:

Αθηνά Γκούζια, Communications Coordinator, Deloitte  
Τηλ: 210-6781132, email: [agkouzia@deloitte.gr](mailto:agkouzia@deloitte.gr)