

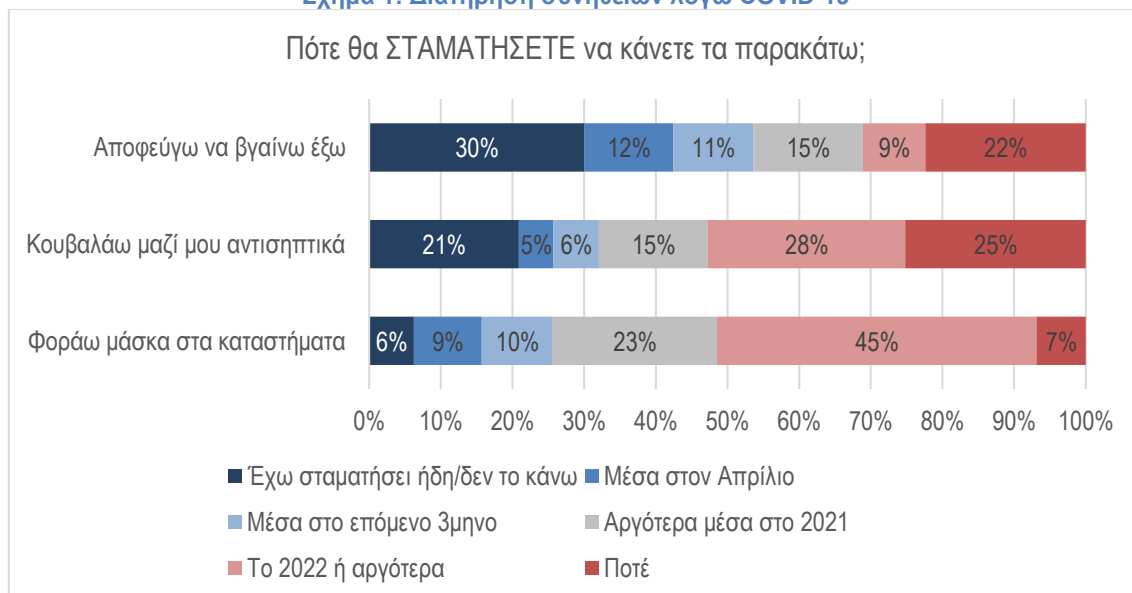
**COVID-19 και αγορές στο Λιανεμπόριο:**

**Η κρίση του κορωνοϊού αλλάζει ή επαναφέρει τις συνήθειες των καταναλωτών**

- 1 στους 2 καταναλωτές θα διατηρήσει τις συνήθειες υγιεινής και ασφάλειας και μετά το 2021
- 1 στους 3 καταναλωτές θα επισκεφθεί άμεσα εστιατόριο-ταβέρνα και 2 στους 3 κατάστημα ρούχων-παπουτσιών
- Υψηλά τα ποσοστά των καταναλωτών με την διάθεση για αύξηση των δαπανών με το άνοιγμα της αγοράς
- 1 στους 2 καταναλωτές θα κάνουν διακοπές φέτος

Το ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών) πραγματοποίησε έρευνα καταναλωτών, με δείγμα 950 ατόμων την περίοδο 1-6 Απριλίου 2021 με θέμα τις καταναλωτικές συνήθειες των καταναλωτών λόγω της εμφάνισης του ιού COVID-19 στην Ελλάδα. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι σημαντικά ποσοστά του πληθυσμού θα εξακολουθούν να επηρεάζονται στην συμπεριφορά τους λόγω της εμφάνισης του κορωνοϊού.

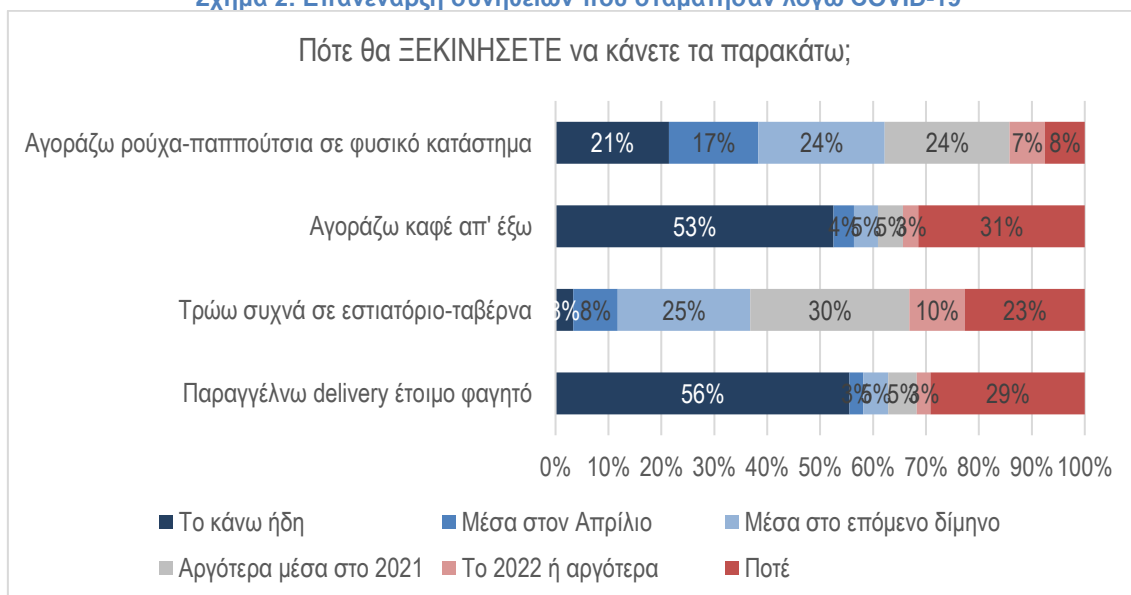
**Σχήμα 1: Διατήρηση συνηθειών λόγω COVID-19**



Όπως καταγράφεται στο σχήμα 1, μία σειρά από συνηθειών που υιοθετήθηκαν λόγω της εμφάνισης της κρίσης του COVID-19 αναμένεται να διατηρηθούν από μεγάλες ομάδες των καταναλωτών.

- Μόλις το 6% έχει σταματήσει να φοράει μάσκα στα καταστήματα, το 19% θα σταματήσει άμεσα και το 23% μέσα στο 2021. Το υπόλοιπο 52% φαίνεται ότι θα συνεχίσει να φοράει μάσκα και μετά το 2021.
- Αξιοσημείωτο είναι ότι 3 στους 10 θα διατηρήσουν την τάση της αποφυγής εξόδου από το σπίτι ακόμα και το επόμενο έτος, ενδεικτικό της αίσθησης κινδύνου που υπάρχει ακόμα και σήμερα.
- Μεγάλη διείσδυση στην καθημερινότητα καταγράφεται για τα αντισηπτικά με το 25% του κοινού να δηλώνει ότι δεν θα σταματήσει ποτέ να κουβαλάει μαζί του αντισηπτικά.

**Σχήμα 2: Επανεναρξη συνηθειών που σταμάτησαν λόγω COVID-19**



Στο σχήμα 2 καταγράφονται οι συνήθειες που κυρίως είχαν παύσει λόγω των μέτρων περιορισμού κυκλοφορίας αντιμετώπισης της πανδημίας και εξετάζεται το πως αναμένεται να επανεκκινήσουν.

- Όσον αφορά τις υπηρεσίες παράδοσης στο σπίτι είτε για έτοιμο φαγητό είτε για καφέ, φαίνεται ότι πρακτικά δεν επηρεάζονται πλέον από την πανδημία με το 53% να αγοράζει ήδη καφέ απ' έξω και το 56% να παραγγέλνει έτοιμο φαγητό με τα ποσοστά που δεν υιοθετούν και δεν θα υιοθετήσουν ποτέ αυτές τις συνήθειες να είναι 31% και 29% αντίστοιχα.
- Όσον αφορά την αγορά της εστίασης που είναι κλειστή, το 34% ή 1 στους 3 θα ξεκινήσει άμεσα (μέσα στο επόμενο 2μηνο) την συνήθεια του φαγητού σε εστιατόριο-ταβέρνα, ενώ 30% αργότερα μέστο στον χρόνο. 1 στους 3 (33%) όμως δεν θα επιστρέψει στην οργανωμένη εστίαση μέσα στο 2021.
- Όσον αφορά την αγορά της λιανικής η οποία άνοιξε με αυστηρά μέτρα την προηγούμενη Δευτέρα (την ημέρα που ολοκληρώθηκε η συλλογή των ερωτηματολογίων), το 21% αγοράζει ήδη προϊόντα στα καταστήματα (κυρίως στις περιοχές που τα καταστήματα είναι ανοιχτά), αλλά η πλειοψηφία του κοινού σε ποσοστό 41% θα τα επισκεφθεί άμεσα (μέσα στο πρώτο δίμηνο) και το 24% αργότερα μέσα στο 2021.

Παρότι η πρόθεση για επίσκεψη της αγοράς της εστίασης το επόμενο δίμηνο έχει μικρότερη πληθυσμιακή διείσδυση (σχήμα 2) συγκριτικά με την διείσδυση του λιανεμπορίου, είναι αυτή που παρουσιάζει την μεγαλύτερη πρόθεση ποσοστιαίας αύξησης της δαπάνης (σχήμα 3). Η αιτία είναι ότι συγκριτικά ξεκινάει με πολύ χαμηλότερη βάση η δαπάνη, ενώ αντίθετα η δαπάνη του λιανεμπορίου διατηρείται σε ένα βαθμό λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρόλα αυτά,

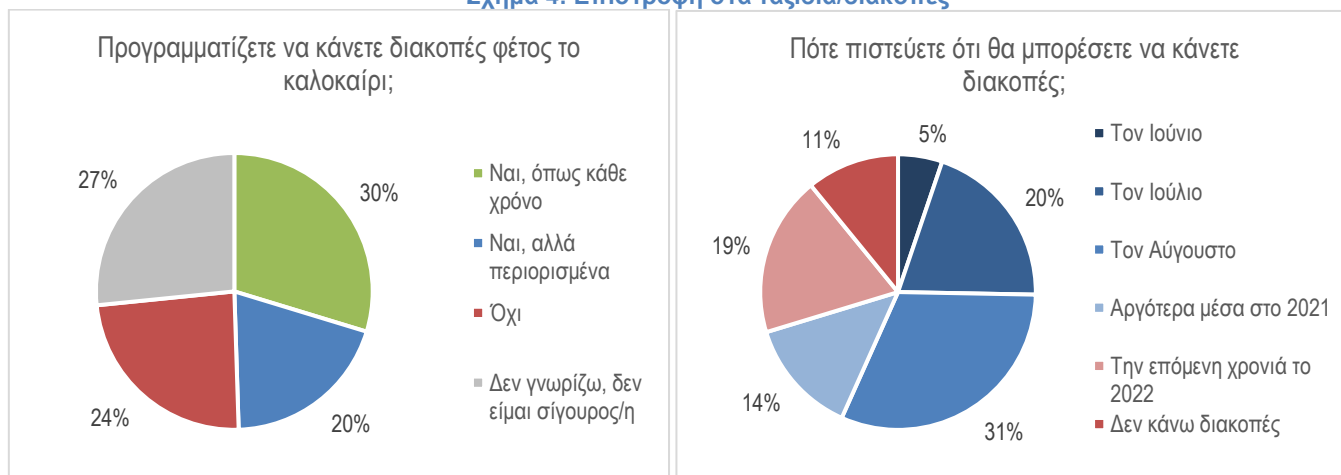
ενδεικτικό της διάθεσης του κοινού για αγορές είναι ότι όλες ανεξαιρέτως οι κατηγορίες που εξετάζονται στο σχήμα 3 παρουσιάζουν αυξητική τάση. Συγκεκριμένα:

- Τη μεγαλύτερη προσδοκώμενη αύξηση της δαπάνης παρουσιάζουν οι δαπάνες που έχουν να κάνουν με την διασκέδαση. Η εστίαση κατά 50%, οι αγορές διασκέδασης (π.χ. συναυλίες) κατά 42% και τα ταξίδια κατά 39%.
- Ακολουθούν οι αγορές του λιανεμπορίου με τις αγορές ρούχων και παπουτσιών με αύξηση 35%, τις αγορές ειδών οικιακής βελτίωσης κατά 26%, τις αγορές παιχνιδιών και ειδών δώρου κατά 21%, τις αγορές τροφίμων και ποτών κατά 13%, τις αγορές ειδών γραφείου κατά 9% και τις αγορές ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών κατά 7%. Είναι χαρακτηριστική η διαφορά ανάμεσα στους κλάδους που εξυπηρετούνται επαρκώς μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου (είδη γραφείου, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη) ή είναι ανοιχτοί (αγορά τροφίμων) και στους κλάδους που δεν συμβαίνει κάτι τέτοιο.

**Σχήμα 3: Εκτίμηση πορείας δαπάνης σε βασικές κατηγορίες αγαθών και υπηρεσιών το επόμενο δίμηνο**



**Σχήμα 4: Επιστροφή στα ταξίδια/διακοπές**



Ενδιαφέροντα ευρήματα καταγράφονται σε σχέση με τις προβλέψεις των καταναλωτών σε σχέση με τις διακοπές. 1 στους 3 καταναλωτές (30%) δηλώνει ότι θα κάνει διακοπές όπως

έκανε κάθε χρόνο. 20% ότι θα κάνει διακοπές, αλλά πιο περιορισμένα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Το 24% δεν θα κάνει διακοπές φέτος, ενώ ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό 27% (1 στους 3) δεν γνωρίζει ακόμα τι θα κάνει. Η πλειοψηφία σε ποσοστό 31% εκτιμά ότι θα έχει τη δυνατότητα να κάνει διακοπές τον Αύγουστο, το 20% νωρίτερα από τον Ιούλιο και το 14% αργότερα μετά το καλοκαίρι μέσα στο 2020. Το 19% θεωρεί ότι δεν θα μπορέσει φέτος να κάνει διακοπές, ενώ ένα 11% θεωρεί ότι δεν μπορέσει κάνει διακοπές ούτε το 2022.

---

Για περισσότερες πληροφορίες:

- Δρ. Λευτέρης Κιοσές
- Γενικός Διευθυντής
- ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών)
- Αμερικής 8, Αθήνα, Κολωνάκι, 10671
- Τηλ. 212 1019954, Κιν. 6948538456, e-mail: [info@ielka.gr](mailto:info@ielka.gr), [www.ielka.gr](http://www.ielka.gr)