

## **Μίνι έρευνα από το INEMY της ΕΣΕΕ για την «BLACK FRIDAY»**

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, πραγματοποιήθηκε ο διεθνής θεσμός των καταστημάτων, η «Black Friday», σε μια προσπάθεια ελάφρυνσης του διευρυμένου αρνητικού κλίματος. Πρόκειται για παραδοσιακό θεσμό των ΗΠΑ, που έχει καθιερωθεί ήδη από το 1930, και για τους Αμερικανούς είναι εφάμιλλος με την έναρξη της εορταστικής χριστουγεννιάτικης περιόδου αγορών.

Φέτος τα ελληνικά καταστήματα κάνουν την πρώτη τους «απόπειρα» συμμετοχής στο συγκεκριμένο θεσμό, με προσφορές και εκπτώσεις.

Η ΕΣΕΕ θέλοντας να διερευνήσει την πρώτη «απόπειρα» της «Black Friday», στις κατά τόπους εμπορικές αγορές αλλά και να εξετάσει το αν τελικά υιοθετήθηκε από την αγορά, συγκέντρωσε τη γνώμη των εκπροσώπων των Εμπορικών Συλλόγων, πραγματοποιώντας ποιοτική έρευνα σε κεντρικές πόλεις της χώρας στο εκτενές δίκτυο Συλλόγων-Μελών της.

Σύμφωνα με τους εκπροσώπους των Εμπορικών Συλλόγων σε κεντρικές πόλεις, οι επιχειρηματίες διατηρούν επιφυλακτική στάση υπό προϋποθέσεις, για την αποτελεσματικότητα του θεσμού.

Τα βασικά συμπεράσματα που συνάγονται είναι τα ακόλουθα:

- Οι καταναλωτές σε κεντρικές αγορές φάνηκαν να είναι πιο έτοιμοι από τους καταστηματάρχες, κυρίως λόγω των προωθητικών ενεργειών μεγάλων εμπορικών αλυσίδων, οπότε η κίνηση της αγοράς ήταν αυξημένη.

- Το γεγονός ότι η εφαρμογή του θεσμού συνέπεσε με μια σημαντική ονομαστική εορτή δεν μπορεί να δώσει σαφή εικόνα για την κίνηση των καταστημάτων.
- Οι εκπρόσωποι των εμπορικών συλλόγων δήλωσαν αιφνιδιασμό και ανέφεραν έλλειμμα ενημέρωσης.
- Αναφορικά με την εφαρμογή του θεσμού εάν τελικώς υιοθετηθεί, θα πρέπει να υπάρξει οργάνωση και συντονισμένες ενέργειες για την ενημέρωση των καταστηματαρχών.
- Η αγορά δε φαίνεται να συμπεριφέρθηκε ομοιόμορφα αναφορικά με τον νεοεισερχόμενο θεσμό, καθώς υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ των εμπορικών καταστημάτων και των μεγάλων αλυσίδων.

Παρακάτω παρατίθενται ποιοτικά οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων των Εμπορικών Συλλόγων σε κεντρικές πόλεις σχετικά με τη συμμετοχή των καταστημάτων της περιοχής τους στην «Black Friday», την κίνηση της αγοράς και τη γνώμη τους αναφορικά με τη συγκεκριμένη πρακτική:

- Οι κεντρικές αγορές της Αττικής:

#### 1. Αθήνα

- ✓ Συμμετοχή των καταστημάτων σε μικρό ποσοστό. Συμμετείχαν κυρίως τα επώνυμα και οι αλυσίδες, με επίπεδο εκπτώσεων περίπου 21-40%.
- ✓ Υψηλή επισκεψιμότητα στο κέντρο της Αθήνας, αλλά κυρίως στις μεγάλες αλυσίδες. Δεν υπάρχει εικόνα για τα μικρά καταστήματα.
- ✓ Το αποτέλεσμα του συγκεκριμένου θεσμού θα κρίνει την υιοθέτησή του ή όχι.

#### 2. Πειραιάς

- ✓ Συμμετοχή των καταστημάτων της περιοχής κατά ένα ποσοστό 40 με 50%, με επίπεδο εκπτώσεων της τάξεως του 11-20%.

✓ Τα καταστήματα που συμμετείχαν πραγματοποίησαν εκπτώσεις σε όλα τα εμπορεύματα ανεξαιρέτως (stock/σεζόν) και θα κρατούσαν τις εκπτώσεις μόνο για σήμερα.

✓ Θετικά/Μεγάλη επισκεψιμότητα και αύξηση τζίρου. Θετικό για το τέλος του μήνα.

✓ Η ενδεχόμενη καθιέρωση του θεσμού προϋποθέτει οργάνωση, προβολή και ενημέρωση. Λόγω έλλειψης ενημέρωσης της περιοχής δεν είχαν τη δυνατότητα προετοιμασίας.

### 3. Περιστέρι

✓ Συμμετείχε περίπου το 15% των εμπορικών καταστημάτων, ενώ ανεξαιρέτως συμμετείχαν όλε οι αλυσίδες, οι οποίες προώθησαν και τον θεσμό συμπαρασύροντας τα μικρά μαγαζιά.

✓ Η μικρή μερίδα των εμπορικών καταστημάτων που συμμετείχε πραγματοποίησε εκπτώσεις κυρίως σε «stock» εμπορεύματα.

✓ Σαν γενική εικόνα, σημειώθηκε υψηλότερη επισκεψιμότητα στην εμπορική αγορά σε σχέση με τον υπόλοιπο μήνα.

✓ Η ενδεχόμενη υιοθέτηση της «Black Friday» χρειάζεται οργάνωση και συνεργασία καθώς τόσο ο κόσμος όσο και τα καταστήματα δεν ήταν ενημερωμένοι.

### 4. Ν. Ιωνία

✓ Η «Black Friday» μπορεί να χαρακτηριστεί ως «εικονική» για την εν λόγω περιοχή

✓ Πολύ λίγα καταστήματα συμμετείχαν (10-15%), με επίπεδο εκπτώσεων της τάξεως του 20-40%, κυρίως σε εμπορεύματα της σεζόν και μόνο για τη σημερινή ημέρα.

✓ Υψηλή επισκεψιμότητα στην αγορά, χωρίς όμως να φαίνεται ότι οι καταναλωτές επιδίδονταν και σε αγορές.

✓ Πρόκειται για μια «Αμερικανιά» που στα εμπορικά καταστήματα δεν προσδίδει κάτι ιδιαίτερο, καθώς οι πωλήσεις κινήθηκαν σε χαμηλά επίπεδα όπως και τις υπόλοιπες ημέρες.

#### 5. Κηφισιά

✓ Λίγα καταστήματα συμμετείχαν, κυρίως αλυσίδες.

✓ Δεν υπήρξε οργάνωση και συντονισμός. Θα πρέπει να υπάρξει ενημέρωση των εμπόρων.

✓ Γενικά θετική άποψη για το θεσμό.

#### 6. Μαρούσι

✓ Συμμετοχή καταστημάτων με υψηλά επίπεδα εκπτώσεων (της τάξεως του 50%) σε εμπορεύματα stock αλλά και της σεζόν, οι οποίες θα διατηρηθούν και αύριο.

✓ Κινήθηκαν καλύτερα οι πωλήσεις σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες, καθώς όπως χαρακτηριστικά αναφέρθηκε «Ο κόσμος αγκάλιασε το θεσμό».

#### 7. Χαλάνδρι

✓ Συμμετείχε περίπου το 30-40% των εμπορικών καταστημάτων της περιοχής, με εκπτώσεις που κυμάνθηκαν στο 21-40% και κυρίως σε εμπορεύματα stock.

✓ Δεν υπήρξε ιδιαίτερη διαφοροποίηση της επισκεψιμότητας σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες.

✓ Διαφορετική λειτουργία της «Black Friday», στο εξωτερικό, σε διαφορετικά δεδομένα καθώς συνέπεσε χρονικά με εορταστική περίοδο.

✓ Έλλειψη οργάνωσης, με αποτέλεσμα να είναι απροετοίμαστα.

#### 8. Η Θεσσαλονίκη:

✓ Συμμετείχαν ελάχιστα καταστήματα στην «Black Friday», κυρίως συμμετείχαν τα μεγάλα καταστήματα και οι πολυεθνικές, στα οποία χαρακτηριστικά δημιουργήθηκαν «ουρές» από καταναλωτές.

✓ Τα λίγα εμπορικά καταστήματα που συμμετείχαν έκαναν εκπτώσεις τις τάξεως του 10% και κυρίως σε μικρό μέρος των νέων παραλαβών.

✓ Η «Black Friday» είναι ένα νέο «τρικ» για προσέγγιση καταναλωτών και δεν έχει καμία σχέση με το εξωτερικό αλλά λαμβάνει περισσότερο τη μορφή προσφορών.

#### 9. Πάτρα:

✓ Συμμετοχή κυρίως μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%).

✓ Τα λίγα εμπορικά καταστήματα που συμμετείχαν έκαναν εκπτώσεις της τάξεως του 20-40%, κυρίως σε εμπορεύματα stock και πολύ μικρό μέρος της νέας σεζόν.

✓ Πιο υψηλή επισκεψιμότητα στην εμπορική αγορά σήμερα σε σχέση με τον υπόλοιπο μήνα.

✓ Δεν υπήρξε σωστή προώθηση, ενημέρωση και οργάνωση του θεσμού.

✓ Μέτρο με «ξενόφερτο» χαρακτήρα. Με βάση την ελληνική πραγματικότητα θα μπορούσαμε να υιοθετήσουμε άλλες πρακτικές.

#### • Υπόλοιπη Ελλάδα:

#### 10. Ιωάννινα

✓ Συμμετοχή αρκετών καταστημάτων, (σχεδόν του 50%), με εκπτώσεις της τάξεως του 20-30%.

✓ Πραγματοποίηση εκπτώσεων της τάξεως του 20% σε εμπορεύματα της νέας σεζόν και 50% σε εμπορεύματα «stock».

✓ Καλύτερη κίνηση των πωλήσεων σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες, κατά την διάρκεια των οποίων η αγορά δεν είχε καθόλου κόσμο.

#### 11. Ρόδος

✓ Συμμετοχή κυρίως των μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%) με ειδικές προσφορές στα καταστήματα ηλεκτρικών ειδών.

#### 12. Αλεξανδρούπολη

✓ Συμμετοχή πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%), παρακινημένοι από τις διαφημίσεις των μεγάλων αλυσίδων, με εκπτώσεις κυρίως σε συγκεκριμένη κατηγορία εμπορευμάτων.

✓ Υπήρξε μια σχετική εμπορική κίνηση στην αγορά χωρίς να υπάρχει ακόμα εικόνα αν προσέδωσε και θετική τάση στο τζίρο.

✓ Δεν υπήρξε κάποια οργάνωση σχετικά με το θεσμό.

#### 13. Λάρισα

✓ Συμμετοχή κυρίως μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%).

✓ Η συνεχόμενη ύπαρξη εκπτώσεων και προσφορών στα καταστήματα δεν καθιστά τον θεσμό σε κάποιο ιδιαίτερο γεγονός.

#### 14. Σπάρτη

✓ Συμμετοχή κυρίως μεγάλων αλυσίδων συμμετείχαν και επώνυμων καταστημάτων, ενώ τα μικρότερα καταστήματα δεν ήταν προετοιμασμένα.

✓ Πιο συντονισμένη οργάνωση και ενημέρωση για τα μικρότερα καταστήματα.

#### 15. Βόλος

✓ Συμμετείχαν οι μεγάλες αλυσίδες, ενώ τα καταστήματα δεν είχαν ενημερωθεί.

✓ Να καθιερωθεί σαν ημέρα «stock» και να πραγματοποιείται πριν το εκπτώτικό δεκαήμερο του Νοεμβρίου.

#### 16. Ρέθυμνο

✓ Δεν συμμετείχαν στο Ρέθυμνο καθώς δεν υπήρξε ενημέρωση των καταστημάτων.

✓ Θετική στάση απέναντι στον διεθνή θεσμό κυρίως για να μπορέσουν τα καταστήματα να διαθέσουν stock εμπόρευμα.

#### 17. Πύργος

✓ Δεν υπήρξε ιδιαίτερη συμμετοχή, παρά μόνο ένα 10% των εμπορικών καταστημάτων και οι πολυεθνικές.

✓ Αυξημένες πωλήσεις τη σημερινή ημέρα αλλά κυρίως λόγω της εορτής.

✓ Συνεχής πραγματοποίηση εκπτώσεων και προσφορών από τα καταστήματα.

✓ Ο θεσμός είναι ένα «τρικ» με μεγάλη διαφήμιση από τις αλυσίδες.

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι πρόκειται για μια πρωτοβουλία υιοθέτησης του διεθνούς θεσμού από τις μεγάλες αλυσίδες, οι οποίες με τον «βομβαρδισμό» ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τη συγκεκριμένη ημέρα και των συντονισμένων προωθητικών ενεργειών τους, στην ουσία «παρέσυραν» τα εμπορικά καταστήματα, ώστε να συμμετέχουν σχεδόν αιφνιδίως και την τελευταία στιγμή.

Η γενική στάση του επιχειρηματικού κόσμου απέναντι στον θεσμό μπορεί να γίνει θετική αν υπάρξει οργάνωση και σωστός συντονισμός, ώστε η «Black Friday» να λαμβάνεται ως πρωτοβουλία των εμπορικών καταστημάτων στις κεντρικές εμπορικές αγορές και όχι ως μια πρακτική των μεγάλων αλυσίδων που υιοθετείται αναγκαστικά και από τα μικρά καταστήματα.

**Δήλωση Προέδρου ΕΣΕΕ κ. Βασίλη Κορκίδη:**

*«...Η πρώτη «απόπειρα» της «Black Friday» πέτυχε και τελικά υιοθετήθηκε από την ίδια την αγορά, αφού οι καταναλωτές έδωσαν την απάντηση με τη συμμετοχή τους. Επίσης ήταν πιο ενημερωμένοι και προετοιμασμένοι από πολλούς καταστηματαρχες. Η προσπάθεια προσέλκυσης των καταναλωτών είτε για να δουν, είτε για να αγοράσουν είχε εντυπωσιακά αποτελέσματα για τα εμπορικά καταστήματα που συμμετείχαν στην πρωτοβουλία της «Black Friday», είτε με διαφήμιση προσφορών στα ΜΜΕ, είτε με έκπτωση επί του ταμείου. Το γεγονός ότι τονώθηκε η εμπορική κίνηση και ωφελήθηκαν οι καταναλωτές, από μόνο του οδηγεί την ΕΣΕΕ σε συνεργασία με τους εμπορικούς συλλόγους, να το οργανώσει του χρόνου έγκαιρα και πανελλαδικά, στη βάση από όλους, για όλους...»*