

## Οι καταναλωτές εμπιστεύονται τα μαγαζιά της γειτονιάς

13/Νοε/2019 08:05

Της Αλεξάνδρας Γκίτση

Εκτός των αλυσίδων σούπερ μάρκετ πραγματοποιείται το 43% του τζίρου του λιανεμπορίου τροφίμων, σύμφωνα με το Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ). Στοιχείο που επιβεβαιώνει ότι οι καταναλωτές εξακολουθούν να παραμένουν πιστοί στην παράδοση και συνεχίζουν να κάνουν τις αγορές τους από εξειδικευμένα σημεία πώλησης όπως οι φούρνοι, τα σπρωροπωλεία, τα κρεοπωλεία, κ.λπ. Αλλά και ότι οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ δεν έχουν καταφέρει να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Αυτή είναι η μια ανάγνωση των στοιχείων από την έρευνα του ΙΕΛΚΑ. Η άλλη είναι ότι τα εξειδικευμένα συνοικιακά καταστήματα εξακολουθούν να διατηρούν τις δυνάμεις τους αφ ενός λόγω της εγγύτητας με το σπίτι ή το γραφείο του καταναλωτή και αφ ετέρου λόγω των ισχυρών διαπροσωπικών δεσμών που έχουν κτίσει με τους πελάτες – καταναλωτές τους όλα αυτά τα χρόνια. Εκεί εντοπίζεται και η έλλειψη των αλυσίδων σούπερ μάρκετ οι οποίες, παρά τις προσπάθειες που έχουν κάνει δεν έχουν καταφέρει να προσεγγίσουν το 43% της αγοράς. Κάτι που επιχειρούν τα τελευταία χρόνια με την επέκταση του δικτύου τους στις γειτονιές, τη δημιουργία εναλλακτικού τύπου καταστημάτων όπως είναι τα convenience stores και την κάθοδό τους στα αστικά κέντρα, όπως είναι το κέντρο της Αθήνας.

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, η δαπάνη ανά νοικοκυριό σε είδη παντοπωλείου διαμορφώθηκε πέρυσι στα 366,67 ευρώ αυξημένη κατά 0,86%, ενώ η συνολική δαπάνη σε είδη παντοπωλείου στη χώρα έμεινε σχεδόν αμετάβλητη στα 17,81 δις. ευρώ λόγω της μείωσης που παρουσίασε ο αριθμός των νοικοκυριών.

Με δεδομένο ότι οι αλυσίδες σουπερμάρκετ πραγματοποιούν πωλήσεις 10 δις. ευρώ (πηγή: Πανόραμα των Αλυσίδων Σουπερμάρκετ 2019) αυτό σημαίνει ότι τουλάχιστον το 43% της αγοράς του λιανεμπορίου τροφίμων πραγματοποιείται εκτός αλυσίδων σουπερμάρκετ. Το 57% είναι από τα χαμηλότερα ποσοστά στην Ευρώπη όπου το επίπεδο του μεριδίου αγοράς των αλυσίδων σουπερμάρκετ κυμαίνεται στο 70-80% της συνολικής αγοράς, σημειώνει το ΙΕΛΚΑ.

Η μεταβολή αυτή δεν είναι συνολική και υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά κατηγορία. Μείωση παρουσίασε η δαπάνη σε έλαια και λίπη (-0,87%), σε οινοπνευματώδη ποτά (-1,08%) και σε γαλακτοκομικά και αυγά (-1,68%). Οι υπόλοιπες γενικές κατηγορίες παρουσίασαν αύξηση με

μεγαλύτερη αυτή στα φρούτα (+5,21%), στα είδη ατομικού ευπρεπισμού (+2,50%) και στα μη οينوπνευματώδη ποτά (+2,43%).

Σημαντικές διαφοροποιήσεις καταγράφονται και στη δαπάνη ανά περιφέρεια, με τη δαπάνη να παρουσιάζει μείωση στα Ιόνια Νησιά (-11,87%), στην Πελοπόννησο (-12,15%) και στην Ήπειρο (-8,92%), ενώ αύξηση στη Δυτική Μακεδονία (+21,93%), στη Στερεά Ελλάδα (+19,35%) και στο Βόρειο Αιγαίο (+10,43%). Στη δυτική Μακεδονία και στη Στερεά Ελλάδα συγκεκριμένα υπάρχει αύξηση τόσο στη δαπάνη ανά νοικοκυριό, όσο και αύξηση των νοικοκυριών κατά 11,50% και 5,21% αντίστοιχα, κάτι που οδηγεί σε συνολική αύξηση της δαπάνης.

ΗΑττική εξακολουθεί να είναι η περιοχή με τη μεγαλύτερη δαπάνη 7,78 δις. ευρώ και ποσοστό 43,66% επί του συνόλου. Ακολουθεί η Κεντρική Μακεδονία με 2,77 δις ευρώ και 15,56% και η Θεσσαλία με 1,02 δις ευρώ και ποσοστό 5,73%. Την μικρότερη δαπάνη παρά τη σημαντική αύξηση έχει η περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με 243,56 εκατ. ευρώ και ποσοστό 1,37%.

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ διάφοροι δημογραφικοί και κοινωνικοί παράγοντες επηρεάζουν τα τελευταία χρόνια τη δαπάνη των νοικοκυριών και τη διαμόρφωση της. Παράγοντες όπως η γήρανση του πληθυσμού, η μετανάστευση, οι τουριστικές δραστηριότητες Airbnb επηρεάζουν τόσο το ύψος της δαπάνης, όσο και τη σύνθεση της σε διαφορετικές περιοχές.

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)