

Αθήνα, 12 Ιανουαρίου 2026

Δελτίο Τύπου

Αποτελέσματα της πανελλαδικής έρευνας για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου 2025-2026

Σύνοψη Αποτελεσμάτων

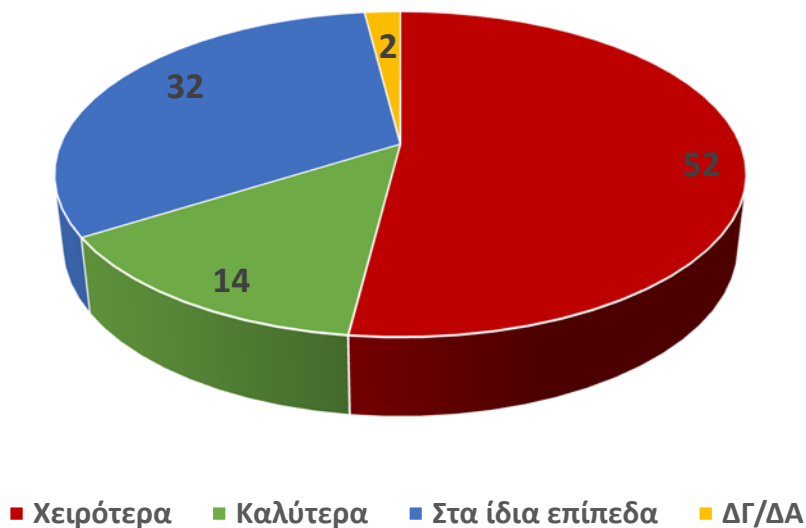
1. Κατά τη φετινή εορταστική περίοδο περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (52%) κατέγραψαν **χαμηλότερες** πωλήσεις συγκριτικά με πέρυσι, ενώ επίσης υψηλό ήταν το ποσοστό (32%) των επιχειρήσεων με πωλήσεις στα περυσινά επίπεδα (Διάγραμμα 1). Τα αποτελέσματα διαφοροποιούνται ανάλογα με το είδος των διακινούμενων προϊόντων καθώς τα τρόφιμα σημείωσαν σαφώς καλύτερες επιδόσεις αναφορικά με τα υπόλοιπα αγαθά.
2. Στις επιχειρήσεις που πραγματοποίησαν **χαμηλότερες** πωλήσεις κατά τη φετινή εορταστική περίοδο, το 46% δήλωσε μείωση έως 10%, και 1 στις 3 (34%) δήλωσε πτώση τζίρου από 11% έως 20% (Διάγραμμα 2). Αυτό σημαίνει πως, **με αναγωγή επί του συνόλου των επιχειρήσεων του δείγματος της Έρευνας, 4 στις 10 (42%) δήλωσαν μείωση τζίρου έως και 20%.**
3. Τέσσερις στις 10 επιχειρήσεις (41%) εμφανίζονται μέτρια ικανοποιημένες από **την επισκεψιμότητα** στα καταστήματα, ενώ 3 στις 10 (33%) παρουσιάζονται λίγο έως καθόλου ικανοποιημένες (Διάγραμμα 3).
4. Σε παλαιότερες έρευνες, η καλύτερη περίοδος για την αγοραστική κίνηση εντοπιζόταν στο χρονικό διάστημα που προηγείτο των

Χριστουγέννων. Φέτος, για 4 στις 10 επιχειρήσεις (40%), η **αγοραστική κίνηση κορυφώθηκε μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς** (Διάγραμμα 4), εύρημα που είχε παρατηρηθεί και την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

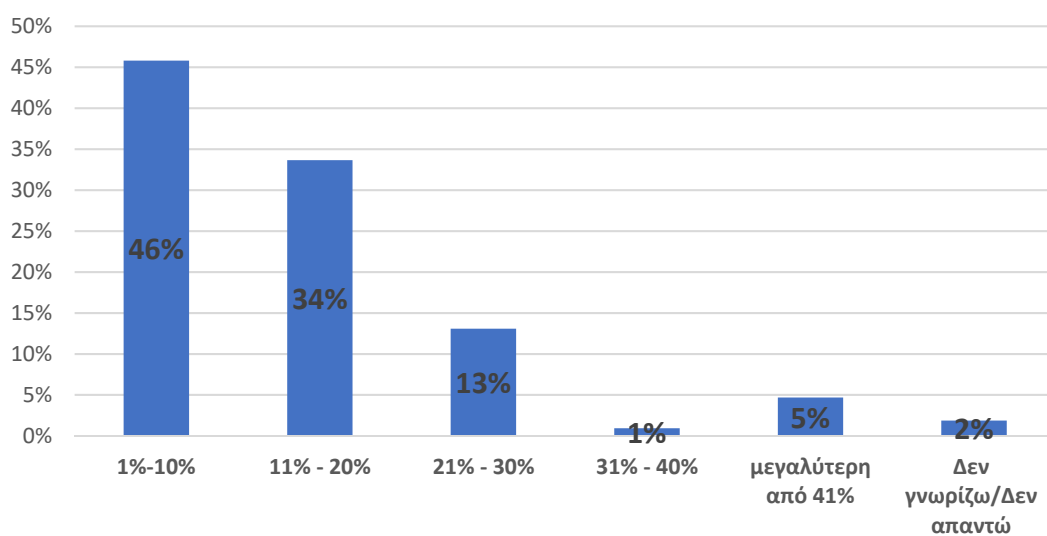
5. Οι εμπορικές επιχειρήσεις είχαν διαμορφώσει **σχετικά χαμηλές προσδοκίες** για την κίνηση της εορταστικής περιόδου αφού περισσότερες από 4 στις 10 επιχειρήσεις (43%) προέβλεψαν σε ίδιο, με πέρυσι, όγκο παραγγελιών από προμηθευτές. Στο ίδιο πλαίσιο, μία στις τρεις επιχειρήσεις (30%) προμηθεύτηκε μικρότερο όγκο εμπορευμάτων για την εν λόγω περίοδο (Διάγραμμα 5).
6. Η μείωση του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματος, σε συνδυασμό με το αυξημένο λειτουργικό κόστος και την αβεβαιότητα, ανάγκασε 4 στις 10 επιχειρήσεις (42%) **να πραγματοποιήσουν προσφορές/εκπτώσεις** κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου (Διάγραμμα 6). Ειδικότερα, το 48% των επιχειρήσεων που προχώρησαν σε εκπτώσεις, μειώνοντας τις τιμές των προϊόντων τους από 11% έως 20%.
7. Κατά τη φετινή εορταστική περίοδο οι προτιμήσεις των καταναλωτών ανάμεσα σε ακριβά και φθηνά προϊόντα ήταν σχεδόν απόλυτα ισορροπημένη (48% και 49%), (Διάγραμμα 7).
8. Η ψηφιακή ωριμότητα, η οποία επιταχύνθηκε εξαιτίας και της υγειονομικής κρίσης του κορωνοϊού, έχει μεταβάλει τον τρόπο πληρωμής των καταναλωτών καθώς μόλις **στο 13% των επιχειρήσεων** οι συναλλαγές πραγματοποιήθηκαν κυρίως με μετρητά (Διάγραμμα 8).
9. Για το σύνολο του 2025, οι μισές επιχειρήσεις (49%) εκτιμούν μείωση πωλήσεων συγκριτικά με μόλις το 15% που εκτιμά πως η κίνηση είχε ανοδική πορεία (Διάγραμμα 9).
10. Οι πρόσφατες εξελίξεις καθιστούν τις επιχειρήσεις **μάλλον συγκρατημένες αναφορικά με τις προβλέψεις τους για τις πωλήσεις κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων του 2026** (Διάγραμμα 10). Οι μισές επιχειρήσεις (47%) αναμένουν τις πωλήσεις τους να κινηθούν σε χαμηλά επίπεδα ενώ 1 στις 3 (35%) σε μέτρια.
11. Στις κυριότερες προκλήσεις οι επιχειρήσεις ιεραρχούν το Λειτουργικό κόστος, τις Οικονομικές Υποχρεώσεις, τη Μείωση της καταναλωτικής δαπάνης, την Αύξηση κόστους προμηθευτών, τη Διαχείριση των ανατιμήσεων κ.ά. (Διάγραμμα 11).
12. Ενδεικτικό των πιέσεων στην αγορά είναι το γεγονός πως 1 στις 3 εμπορικές επιχειρήσεις δεν έχει καταφέρει να καλύψει πλήρως τις υποχρεώσεις της προς την Εφορία και τα Ασφαλιστικά Ταμεία.

Διαγραμματική Αποτύπωση Αποτελεσμάτων

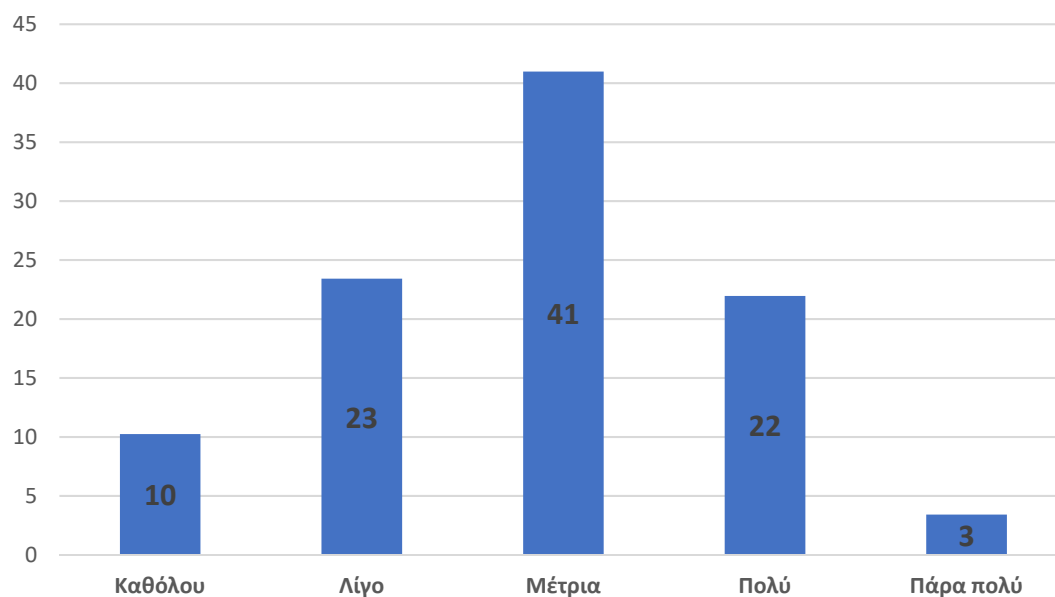
Διάγραμμα 1: Σύγκριση πωλήσεων μεταξύ των εορταστικών περιόδων 2024 και 2025 (%)



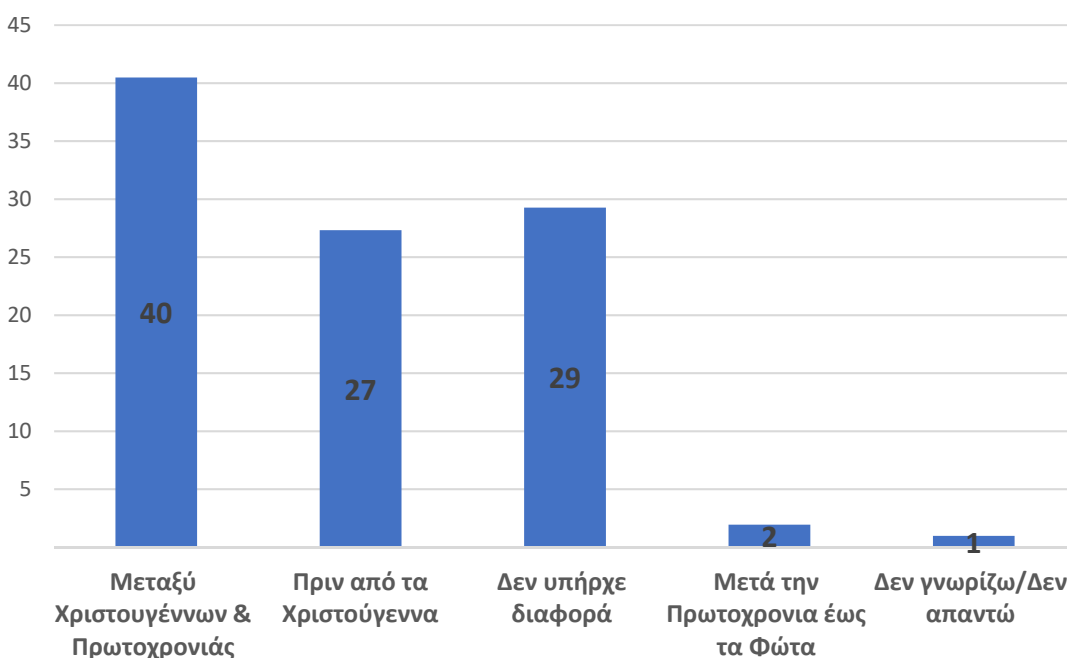
Διάγραμμα 2: Εκτίμηση ποσοστού **μείωσης** των πωλήσεων εορταστικής περιόδου σε σύγκριση με πέρυσι (για επιχειρήσεις με πτώση πωλήσεων)



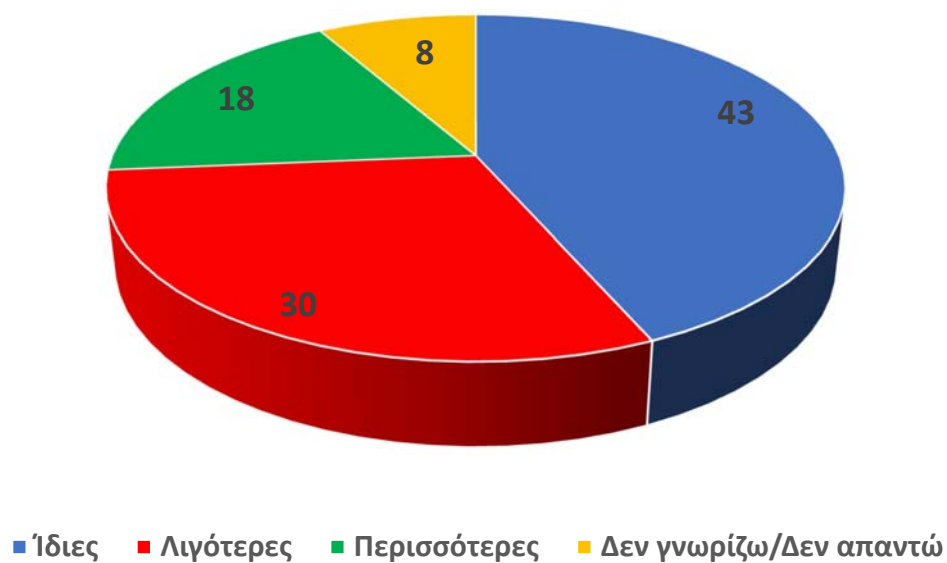
Διάγραμμα 3: Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα στην επιχειρήση κατά την εορταστική περίοδο (%)



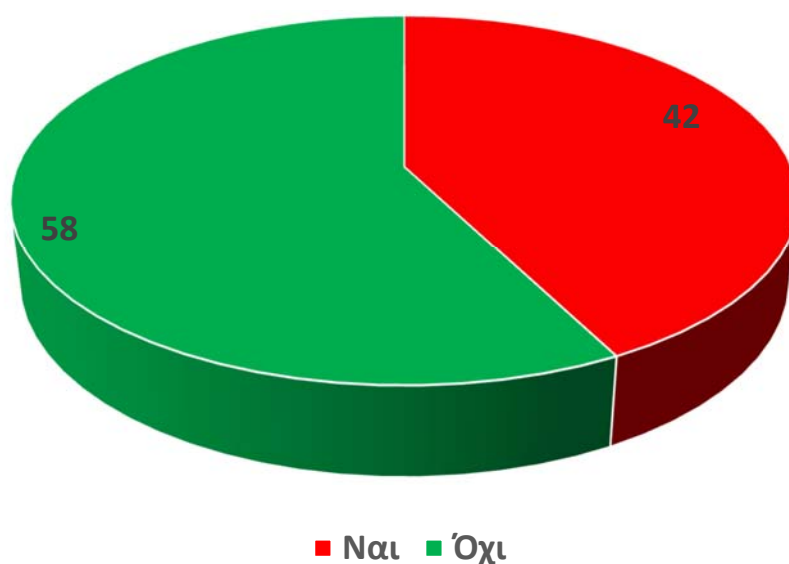
Διάγραμμα 4: Περίοδος υψηλότερης αγοραστικής κίνησης (%)



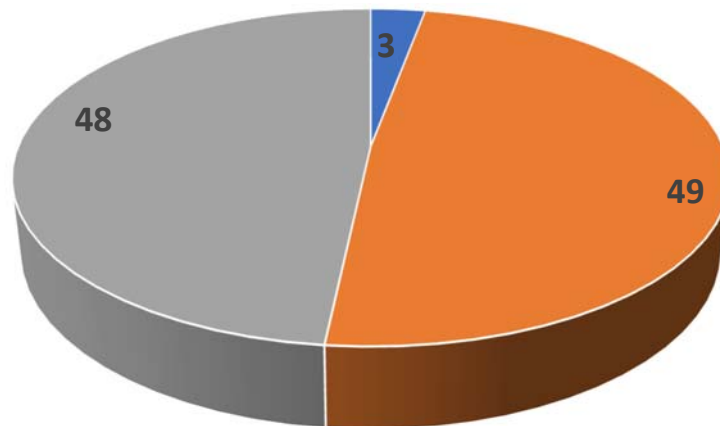
Διάγραμμα 5: Όγκος παραγγελιών από προμηθευτές για την εορταστική περίοδο συγκριτικά με πέρυσι (%)



Διάγραμμα 6: Διενέργεια προσφορών κατά την εορταστική περίοδο

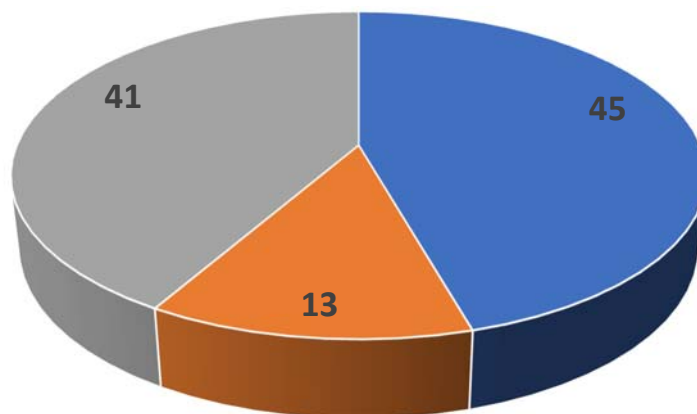


Διάγραμμα 7: Κατηγορία προϊόντων που κινήθηκαν περισσότερο την εορταστική περίοδο



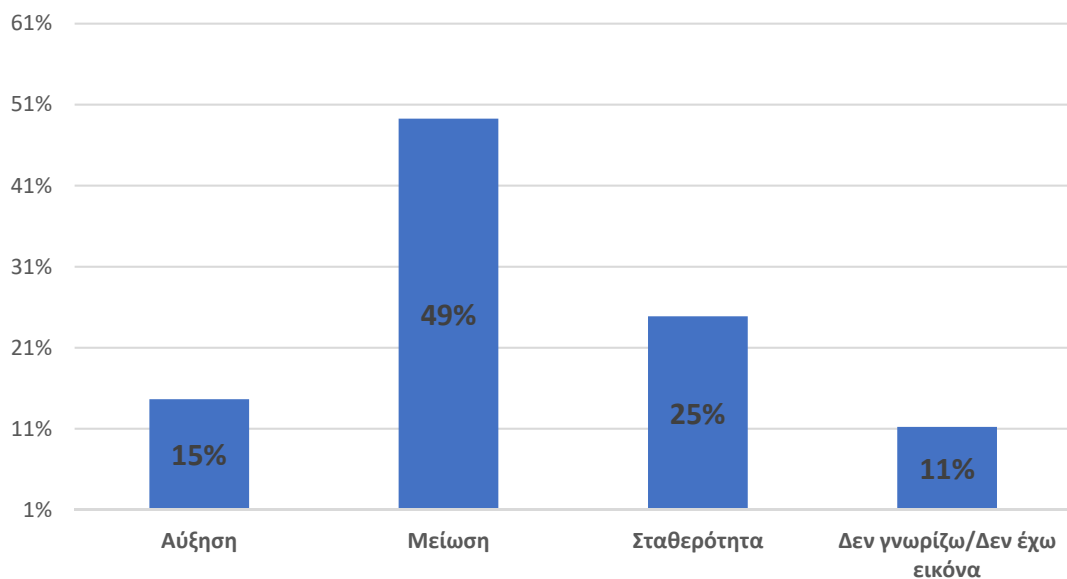
■ Τα πιο ακριβά προϊόντα ■ Τα πιο φθηνά προϊόντα ■ Δεν υπήρχε διαφορά

Διάγραμμα 8: Κύριος τρόπος πληρωμής των πελατών κατά την περίοδο των εορτών (%)

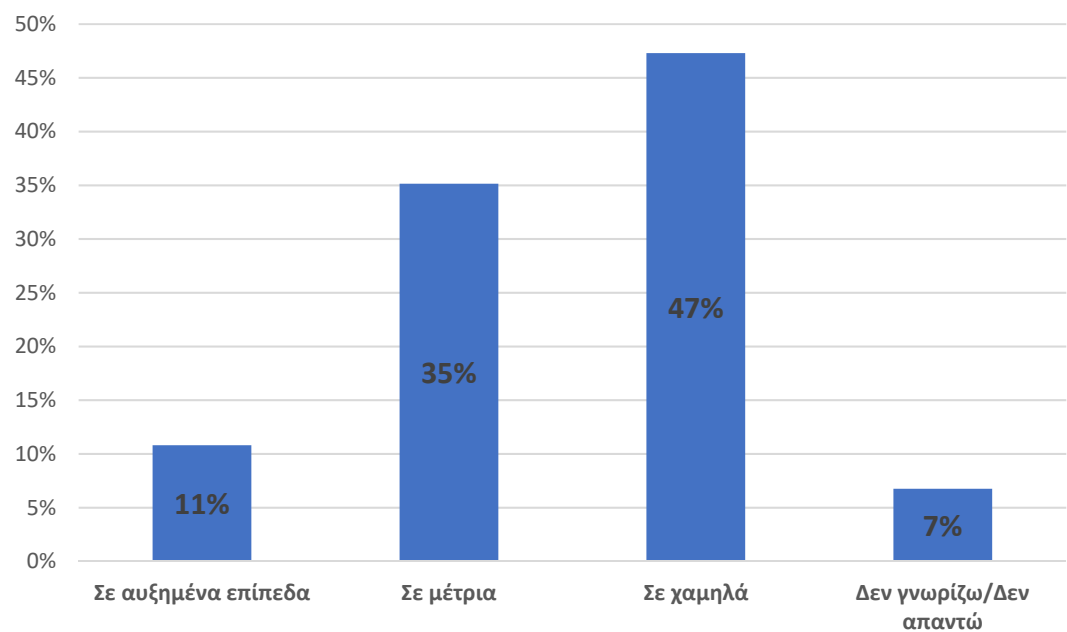


■ Κάρτα ■ Μετρητά ■ Και οι δυο τρόποι στον ίδιο

Διάγραμμα 9: Συνολική αποτίμηση πωλήσεων για το έτος 2025 σε σύγκριση με το 2024



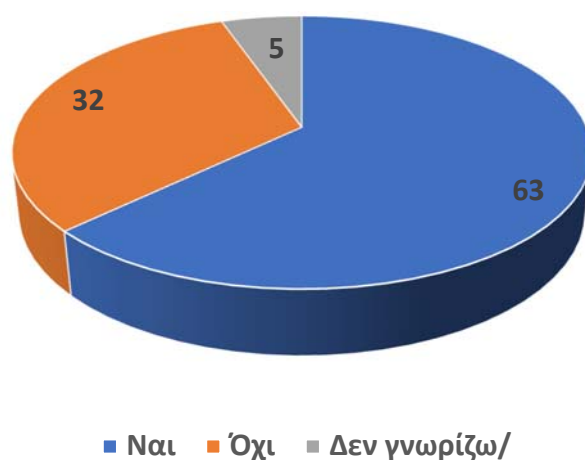
Διάγραμμα 10: Πρόβλεψη κίνησης πωλήσεων για τις επικείμενες χειμερινές εκπτώσεις του 2026



Διάγραμμα 11: Κύρια προβλήματα της επιχείρησης το 2025



Διάγραμμα 12: Πλήρη κάλυψη οικονομικών υποχρεώσεων προς την Εφορία & τα Ασφαλιστικά Ταμεία για το 2025; (%)



Ταυτότητα της έρευνας

Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.

Μέγεθος δείγματος: 205 επιχειρήσεις

Περίοδος διενέργειας: 7-9 Ιανουαρίου 2026

Κάλυψη: Πανελλαδική στρωματοποιημένη δειγματοληψία με αναλογική αντιπροσώπευση βάσει γεωγραφικής περιοχής και δραστηριότητας των επιχειρήσεων σύμφωνα με το μητρώο της ΕΛΣΤΑΤ στους κλάδους: Εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, Οικιακός εξοπλισμός, Ένδυση-Υπόδηση και Υπόλοιπο Λιανικό (αθλητικά είδη, ανθοπωλεία, κοσμήματα, καλλυντικά, βιβλιοπωλεία και παιχνίδια).