

Αθήνα, 5<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2024

**ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ**

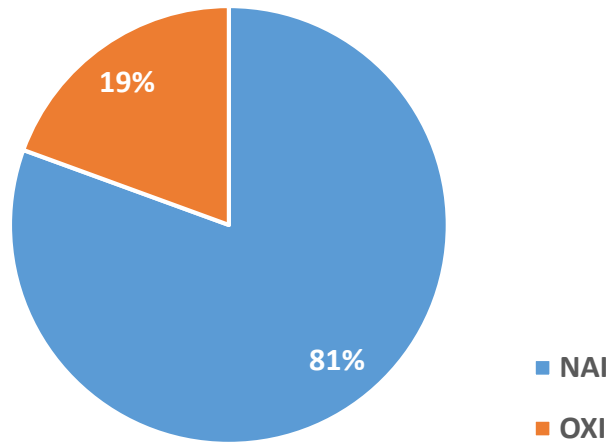
**Χωρίς τη θετική έκπληξη για την αγορά η “Black Friday 2024”**

Το INEMY-ΕΣΕΕ, για ένατη χρονιά, διερεύνησε τη συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων στη “Black Friday” και αξιολόγησε τα κυριότερα χαρακτηριστικά της, πραγματοποιώντας έρευνα σε τυχαίο πανελλαδικό δείγμα 400 επιχειρήσεων του λιανικού που πραγματοποιούν εκπτώσεις.

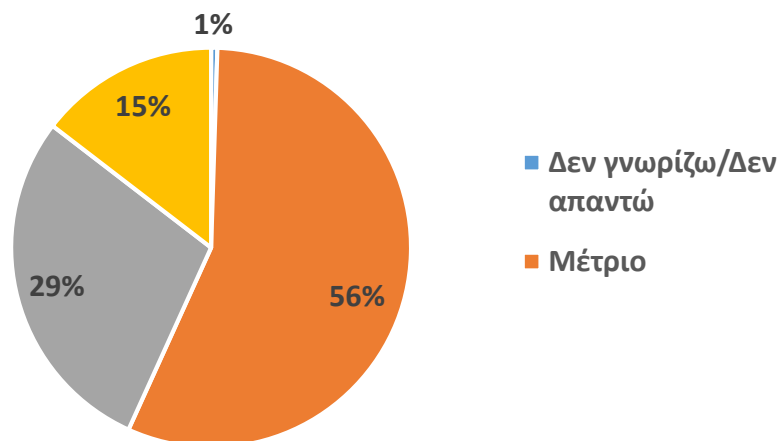
- Στην φετινή περίοδο της “Black Friday” συμμετείχε μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων (81%) συγκριτικά με προηγούμενες χρονιές (Διάγραμμα 1).
- Περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (56%) δήλωσαν **μέτρια ικανοποίηση** από τις πωλήσεις τους (Διάγραμμα 2).
- Σχεδόν οι 5 στις 10 επιχειρήσεις είχαν αύξηση πωλήσεων συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο 2022/2023 (Διάγραμμα 3).
- Αναφορικά με την επισκεψιμότητα στα καταστήματα, 9 στις 10 επιχειρήσεις εμφανίζονται από μέτρια έως πολύ ικανοποιημένες (Διάγραμμα 4), παρά την ανησυχία για τις καιρικές συνθήκες την εν λόγω περίοδο (κακοκαιρία “Bora”).
- Σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις επέλεξαν να διευρύνουν τη “Black Friday” σε όλη την εβδομάδα, ενώ το 30% των επιχειρήσεων συμμετείχε μόνο το τριήμερο (Παρασκευή 29/11 – Κυριακή 01/12) (Διάγραμμα 5).
- Έξι στις δέκα επιχειρήσεις (59%) πραγματοποίησαν εκπτώσεις από 21% έως 40% της αρχικής τιμής (Διάγραμμα 6).
- Κατά τη διάρκεια της “Black Friday”, περισσότερες από 1 στις 3 επιχειρήσεις πραγματοποίησε εκπτώσεις στο σύνολο των προϊόντων της (Διάγραμμα 7).

- Τα ψηφιακά μέσα πληρωμών κυριάρχησαν στις συναλλαγές που διεκπεραιώθηκαν κατά τη διάρκεια της “Black Friday”, ενώ σε μόλις 1 στις 10 χρησιμοποιήθηκαν μόνο μετρητά (Διάγραμμα 8).
- Η βιτρίνα του καταστήματος και η αποστολή ενημερωτικών μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποτέλεσαν τη βασική επικοινωνιακή στρατηγική των επιχειρήσεων (Διάγραμμα 9).

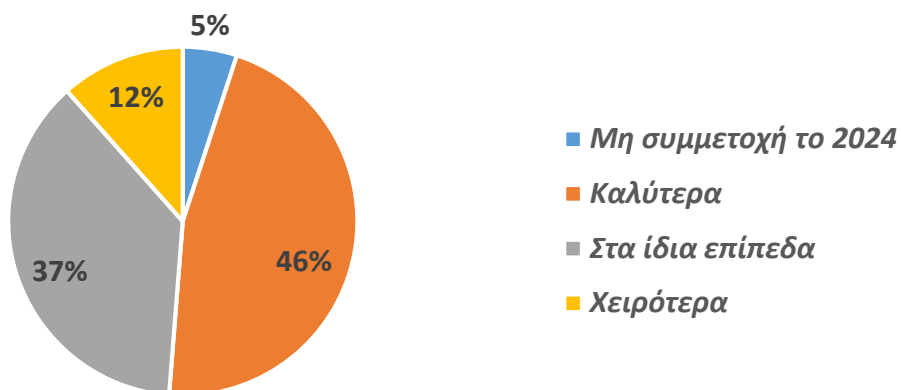
**Διάγραμμα 1: Συμμετοχή (%) επιχειρήσεων στην πρακτική της Black Friday (2024)**



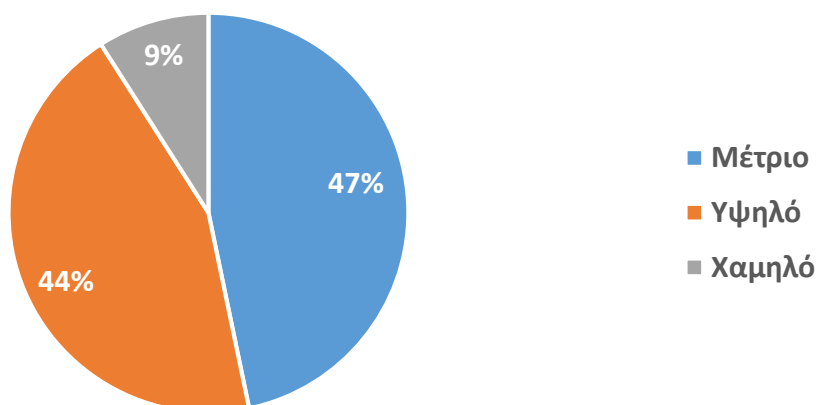
**Διάγραμμα 2: Βαθμός ικανοποίησης από τις πωλήσεις/τζίρο την περίοδο της Black Friday**



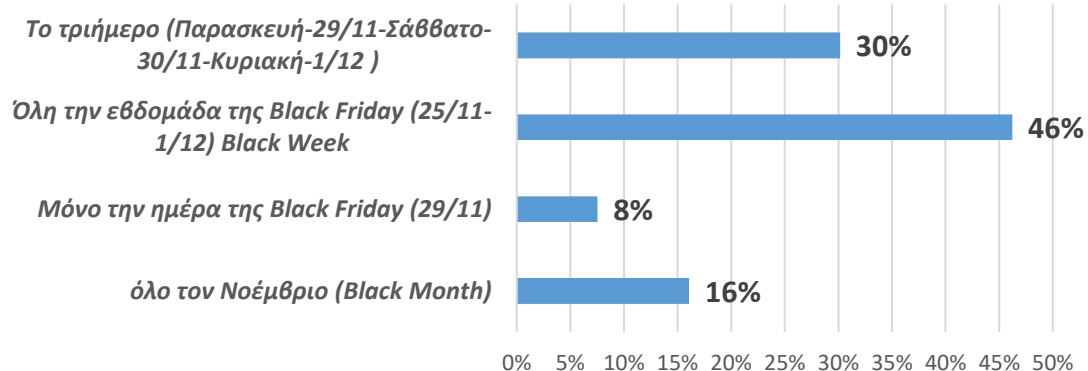
**Διάγραμμα 3: Σύγκριση πωλήσεων κατά την περίοδο της Black Friday (2023-2024)**



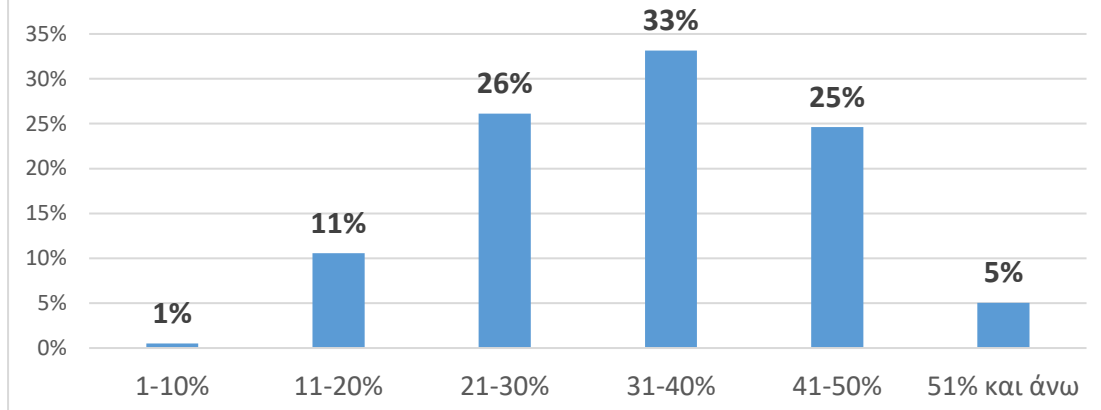
**Διάγραμμα 4: Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα την περίοδο της Black Friday**



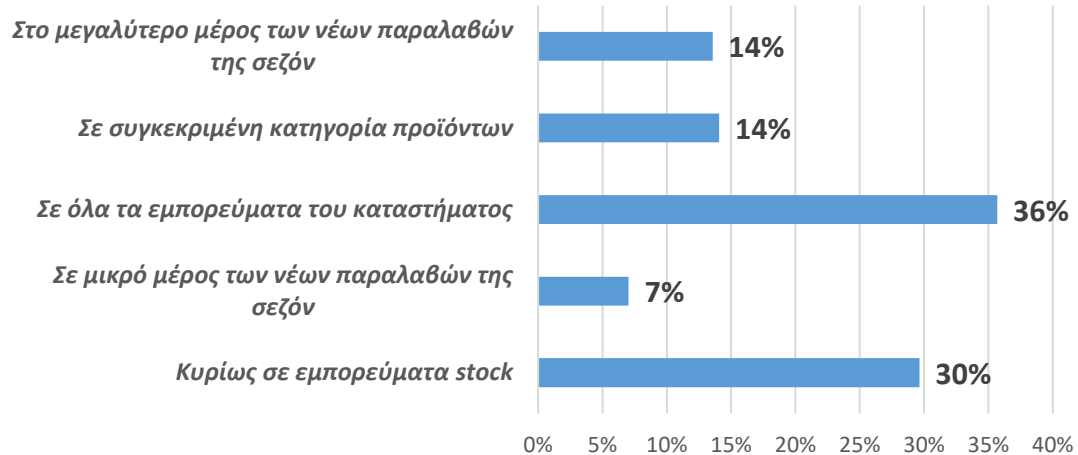
**Διάγραμμα 5: Χρονικό διάστημα συμμετοχής στην Black Friday**



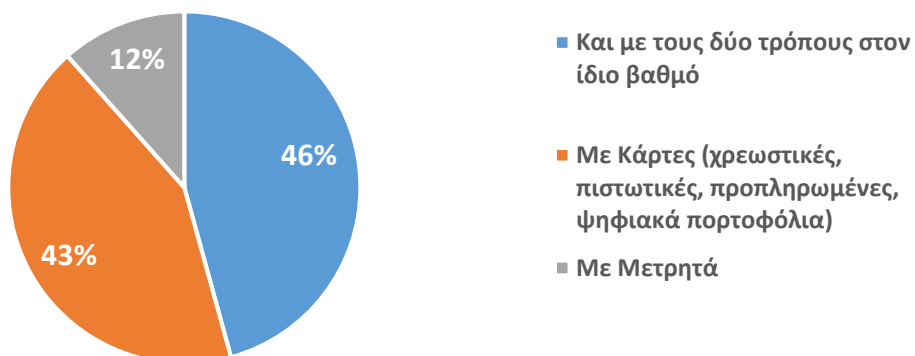
**Διάγραμμα 6: Ποσοστό μείωσης τιμών κατά την διάρκεια της Black Friday**



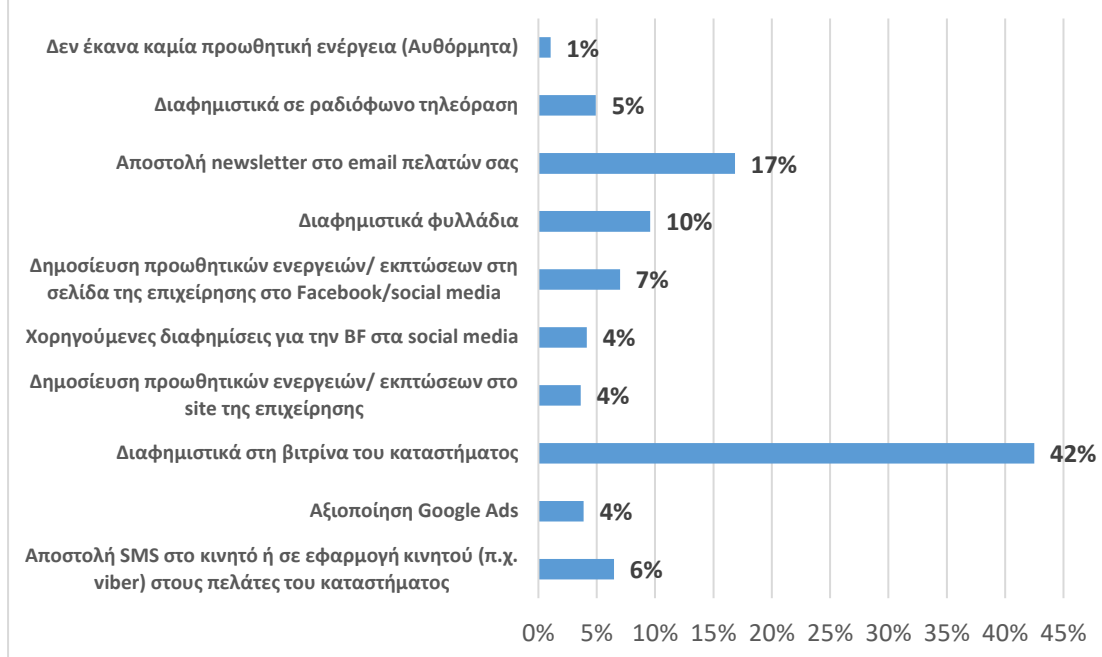
**Διάγραμμα 7: Κατηγορίες εμπορευμάτων που υπόκειντο σε μειώσεις τιμών**



**Διάγραμμα 8: Κύριος τρόπος πληρωμών κατά την διάρκεια της Black Friday**



**Διάγραμμα 9: Είδος προωθητικών ενεργειών (%)**



**Η ταυτότητα της έρευνας:** Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε πανελλαδικό δείγμα 400 επιχειρήσεων με κύρια δραστηριότητα το λιανικό εμπόριο σε επιμέρους κλάδους που συμμετέχουν σε εκπωτικές ενέργειες (είδη οικιακού εξοπλισμού, ψυχαγωγικά-επιμορφωτικά-αθλητικά είδη, ένδυση-υπόδηση και εμπορία Η/Υ και τηλεπικοινωνιακού υλικού, καλλυντικά-κοσμήματα). Το δείγμα καθορίστηκε σύμφωνα με τη δραστηριότητα και τη μεγάλη γεωγραφική περιοχή.