

Δελτίο Τύπου

Λευκωσία, 09 Δεκεμβρίου 2020

Έρευνα EY *Future Consumer Index*: Η πανδημία του COVID-19 θα διαταράξει τα σχέδια των εορταστικών αγορών των καταναλωτών

- ▶ Περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές (54%) αναμένεται να συμμετάσχουν σε εκπτώσεις ή άλλες προσφορές ενώ το 42% αναμένεται να ξοδέψουν λιγότερα από ότι πριν από ένα χρόνο
- ▶ Το 91% αυτών που θα συμμετάσχουν θα αναζητήσουν προσφορές στο διαδίκτυο
- ▶ Η διείδυση των διαδικτυακών αγορών διαφέρει μεταξύ αγορών και κατηγοριών

Η πανδημία του COVID-19 έχει επιταχύνει τη μετάβαση στις διαδικτυακές αγορές και τη μακροπρόθεσμη υιοθέτησή τους σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων και σε κάποιες αγορές, σύμφωνα με την πέμπτη έκδοση της έρευνας της EY, [Future Consumer Index](#). Πάνω από το ένα τρίτο (37%) των 14.467 ερωτηθέντων καταναλωτών δηλώνουν ότι η πανδημία θα συνεχίσει να επηρεάζει τη ζωή τους για τουλάχιστον ένα ακόμη έτος. Αυτό το ποσοστό αυξάνεται στο 43% στην Ευρώπη και στο 66% στην Ιαπωνία, ενώ οι καταναλωτές στην Ινδία (19%) και στην Κίνα (18%) είναι αισθητά πιο αισιόδοξοι. Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι ερωτηθέντες καταναλωτές πιστεύουν ότι ο τρόπος με τον οποίο ψωνίζουν θα αλλάξει μακροπρόθεσμα ενώ το 39% δηλώνουν ότι θα ψωνίσουν διαδικτυακά πράγματα που αγόραζαν στα καταστήματα.

Η υιοθέτηση διαδικτυακών αγορών διαφέρει ανάλογα με τις αγορές και τις κατηγορίες

Η έρευνα της EY, *Future Consumer Index*, έδειξε ότι οι καταναλωτές στην Κίνα και, σε μικρότερο βαθμό, στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι πιο πιθανό να κάνουν ηλεκτρονικές αγορές και να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο ως το κύριο κανάλι αγορών τους, σε σχέση με καταναλωτές άλλων

χωρών. Οι καταναλωτές στην Γερμανία και στην Γαλλία δεν είναι τόσο εξοικειωμένοι με αυτή την ιδέα.

Συνολικά, οι ερωτηθέντες αναγνώρισαν τις ηλεκτρονικές συσκευές και την τεχνολογία (53%) ως κατηγορία προϊόντων που θα αγοράσουν κυρίως διαδικτυακά, ενώ τα ποτά και τα φρέσκα τρόφιμα είναι κατηγορίες που θα προτιμήσουν να αγοράσουν σε φυσικά καταστήματα.

Η διείδυση των ηλεκτρονικών αγορών στην κατηγορία των φρούτων και λαχανικών εξακολουθεί να είναι η χαμηλότερη στις περισσότερες αγορές. Ωστόσο, κατά τη διάρκεια της πανδημίας, το 55% των καταναλωτών αγόρασαν τα είδη αυτά ηλεκτρονικά, τουλάχιστον μία φορά. Το 42% των καταναλωτών αυτών δηλώνουν ότι πλέον παραγγέλνουν φρούτα και λαχανικά μέσω διαδικτύου πιο συχνά, λόγω της πανδημίας COVID-19. Αναφορικά με το μέλλον, το 19% των ερωτηθέντων δηλώνουν ότι θα κάνουν κυρίως ηλεκτρονικές αγορές για φρέσκα τρόφιμα και το 16% για μη αλκοολούχα ποτά, από 3,4% και 1,6% αντίστοιχα το 2019. Αυτή η τάση δείχνει ότι οι διαδικτυακές αγορές, ακόμη και σε κατηγορίες χαμηλής διείδυσης, βρίσκονται σε άνοδο, μια τάση που πιθανότατα θα παραμείνει και μετά την πανδημία.

Η έρευνα σημειώνει επίσης ότι οι κατηγορίες στις οποίες οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να κάνουν ηλεκτρονικές αγορές, είναι οι κατηγορίες στις οποίες είναι πιθανότερο να εκτιμήσουν την εξυπηρέτηση και τις συμβουλές όταν πραγματοποιούν μια αγορά – όπως η τεχνολογία, η ομορφιά και τα καλλυντικά, τα ρούχα, τα παπούτσια και τα αξεσουάρ.

Ο αντίκτυπος της πανδημίας του COVID-19 σε μεγάλες εκπτώσεις και προσφορές

Ως αποτέλεσμα της πανδημίας του COVID-19, το 40% των ερωτηθέντων έχουν δει τα εισοδήματά τους να μειώνονται, ενώ η πλειοψηφία (το 60%) σκέφτεται τώρα πιο προσεκτικά για το πώς ξοδεύουν τα χρήματά τους. Επιπλέον, το 41% των καταναλωτών έχουν μειώσει τις δαπάνες για μη βασικά προϊόντα ενώ το 46% αναβάλλουν την αγορά ή την αντικατάσταση προϊόντων υψηλής αξίας. Αυτές οι τάσεις δείχνουν μια δυνητικά πιο υποτονική περίοδο εορταστικών αγορών στο τέλος του χρόνου.

Παρόλο που περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες καταναλωτές (54%) αναμένουν να συμμετάσχουν στην επόμενη μεγάλη διοργάνωση εκπτώσεων ή προσφορών, τα δεδομένα της

έρευνας της EY, *Future Consumer Index*, δείχνουν ότι το 42% των καταναλωτών, παγκοσμίως, σχεδιάζουν να δαπανήσουν λιγότερα χρήματα σε αγορές κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου, από ό, τι πριν από ένα χρόνο. Από αυτούς που θα συμμετάσχουν, το 91% θα ξοδέψουν διαδικτυακά τουλάχιστον τα μισά από τα χρήματα που έχουν προϋπολογίσει για τις αγορές τους, επιβεβαιώνοντας τη σημασία του ηλεκτρονικού λιανικού εμπορίου αυτή τη σεζόν.

Σχολιάζοντας τα ευρήματα της έρευνας, ο **Χαράλαμπος Κωνσταντίνου**, Συνέταιρος και Επικεφαλής Συμβουλευτικών Υπηρεσιών της EY Κύπρου, παρατηρεί: «Με μια τόσο γρήγορη μετάβαση στις online αγορές, οι επιχειρήσεις πρέπει να αναθεωρήσουν τις υποθέσεις τους σχετικά με το τι θέλει ο ψηφιακός καταναλωτής. Μέσα από την πανδημία αναδεικνύονται ευκαιρίες πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων και τώρα είναι η ώρα να αναπτυχθούν καινοτόμες ηλεκτρονικές στρατηγικές. Οι καταναλωτές συνήθιζαν να πηγαίνουν στα φυσικά καταστήματα για να αγγίξουν και να αισθανθούν το προϊόν, αλλά στη συνέχεια έκαναν τις αγορές τους διαδικτυακά, όπου τα προϊόντα μπορεί να είναι φθηνότερα. Σήμερα, οι καταναλωτές στρέφονται περισσότερο στις online αγορές για αυτό και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιδράσουν, δημιουργώντας και παρέχοντας μια omnichannel εμπειρία στους καταναλωτές τους».

Η τελευταία έκδοση της έρευνας *Future Consumer Index* είναι διαθέσιμη [εδώ](#).

- τέλος -

Για περισσότερες πληροφορίες:

Ειρήνη Χαρίτου
EY Brand, Marketing & Communications
+357 2220 9999
Irene.Charitou@cy.ey.com

Website: www.ey.com/cy

Twitter: [@EY_Cyprus](https://twitter.com/EY_Cyprus) | Facebook: [@EYCyprus](https://www.facebook.com/EYCyprus) | Instagram: [eycyprus](https://www.instagram.com/eycyprus)

Σχετικά με την EY

EY | Ελεγκτικές | Φορολογικές | Στρατηγικές & Συναλλακτικές | Συμβουλευτικές Υπηρεσίες

Η EY κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στον χώρο των ελεγκτικών, φορολογικών, στρατηγικών & συναλλακτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών. Η βαθιά γνώση και η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουμε συμβάλουν στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης στις κεφαλαιαγορές και τις οικονομίες σε ολόκληρο τον κόσμο. Δημιουργούμε ηγετικά στελέχη που συνεργάζονται για να τηρήσουν τις υποσχέσεις μας προς όλους τους εταίρους μας. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλουμε σημαντικά στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου για τους ανθρώπους μας, για τους πελάτες μας και για τις κοινωνίες μας.

Το λογότυπο EY αφορά μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη της Ernst & Young Global Limited, καθεμία από τις οποίες αποτελεί ξεχωριστή νομική οντότητα. Η Ernst & Young Global Limited είναι μια βρετανική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, δεν παρέχει υπηρεσίες σε πελάτες. Πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο που η εταιρεία συλλέγει και χρησιμοποιεί προσωπικά δεδομένα καθώς και την περιγραφή των δικαιωμάτων που έχουν τα άτομα βάσει της νομοθεσίας για την προστασία των δεδομένων, είναι διαθέσιμα μέσω του ey.com/privacy. Για περισσότερες πληροφορίες για τον οργανισμό μας, παρακαλούμε επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.ey.com.

-τέλος-