



Global Blue

Η Ελληνική αγορά του Tax Free Shopping

(ΙΑΝ.-ΔΕΚ. 2020)

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020



- 
- A woman with long brown hair and sunglasses is looking at her smartphone. She is wearing a dark jacket with a patterned sleeve and a light-colored skirt. The background is a blurred shopping area with other people and store displays.
- Το σύνολο Αγοράς Tax Free Shopping (TFS) στην Ελλάδα
 - Η αγορά TFS ανά περιφέρεια
 - Η αγορά TFS ανά κατηγορία προϊόντων
 - Σχόλια - Συμπεράσματα

Η Ελλάδα σημειώνει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης

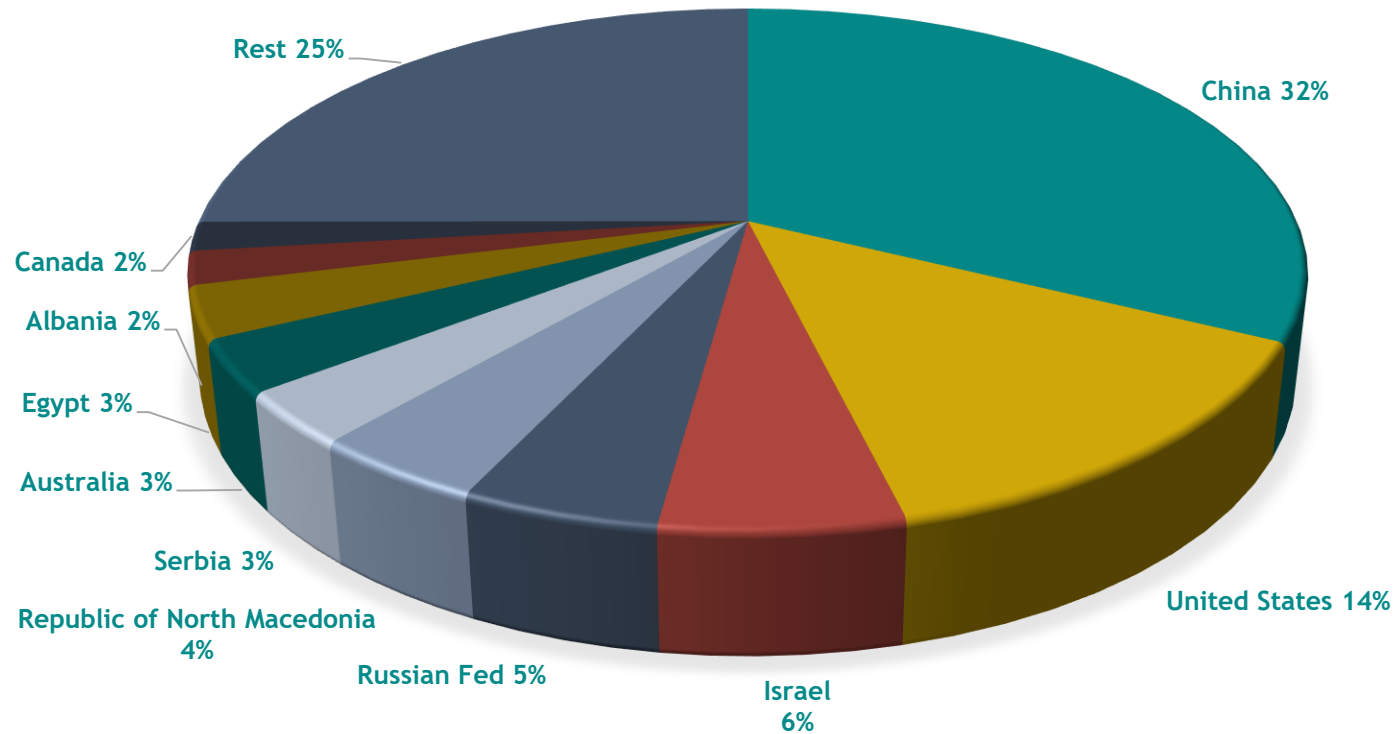
Σύνολο Συναλλαγών: Αύξηση 18%

Αξία Αγορών: Αύξηση 23%

Μέση Κατανάλωση: Αύξηση 4%



Αξία Αγορών ανά εθνικότητα %

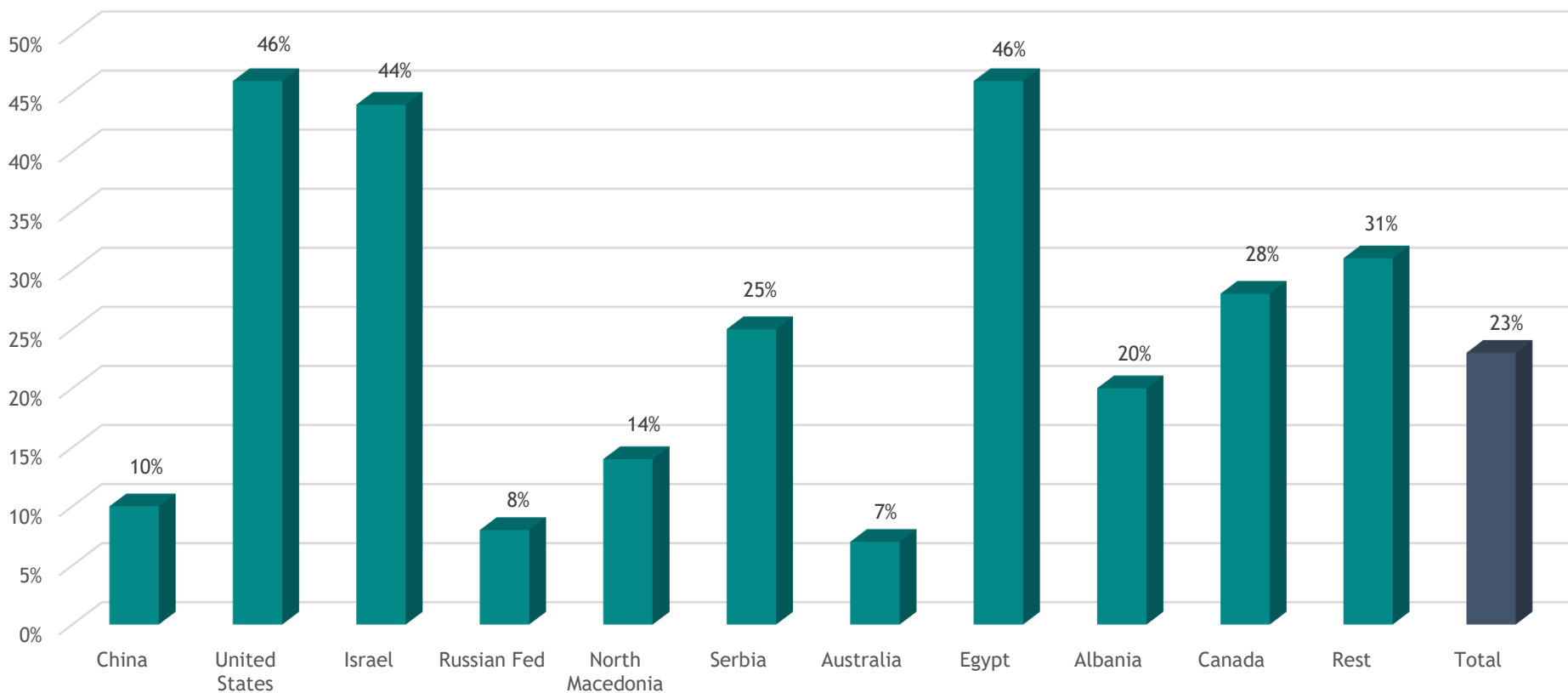


TOP #3



Αξία Αγορών ανά εθνικότητα

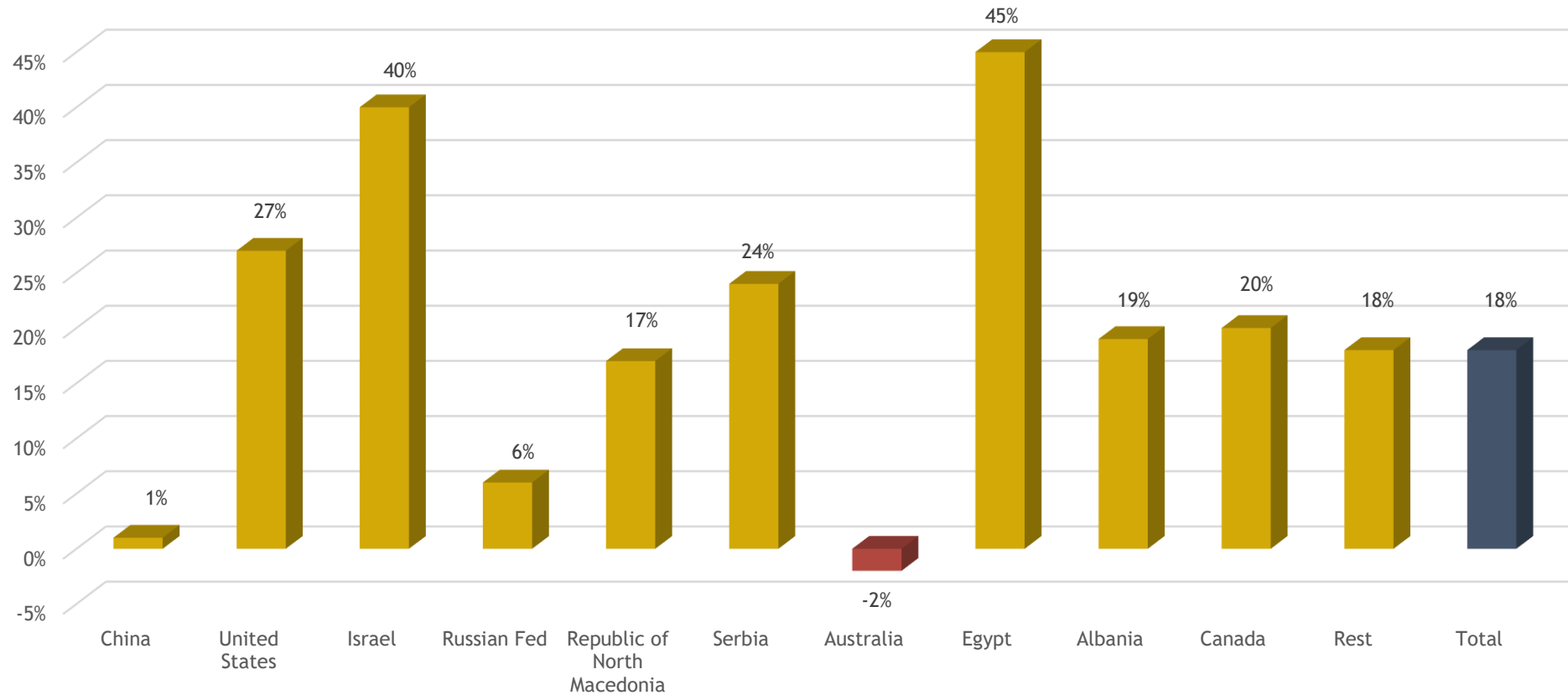
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

Συναλλαγές ανά εθνικότητα

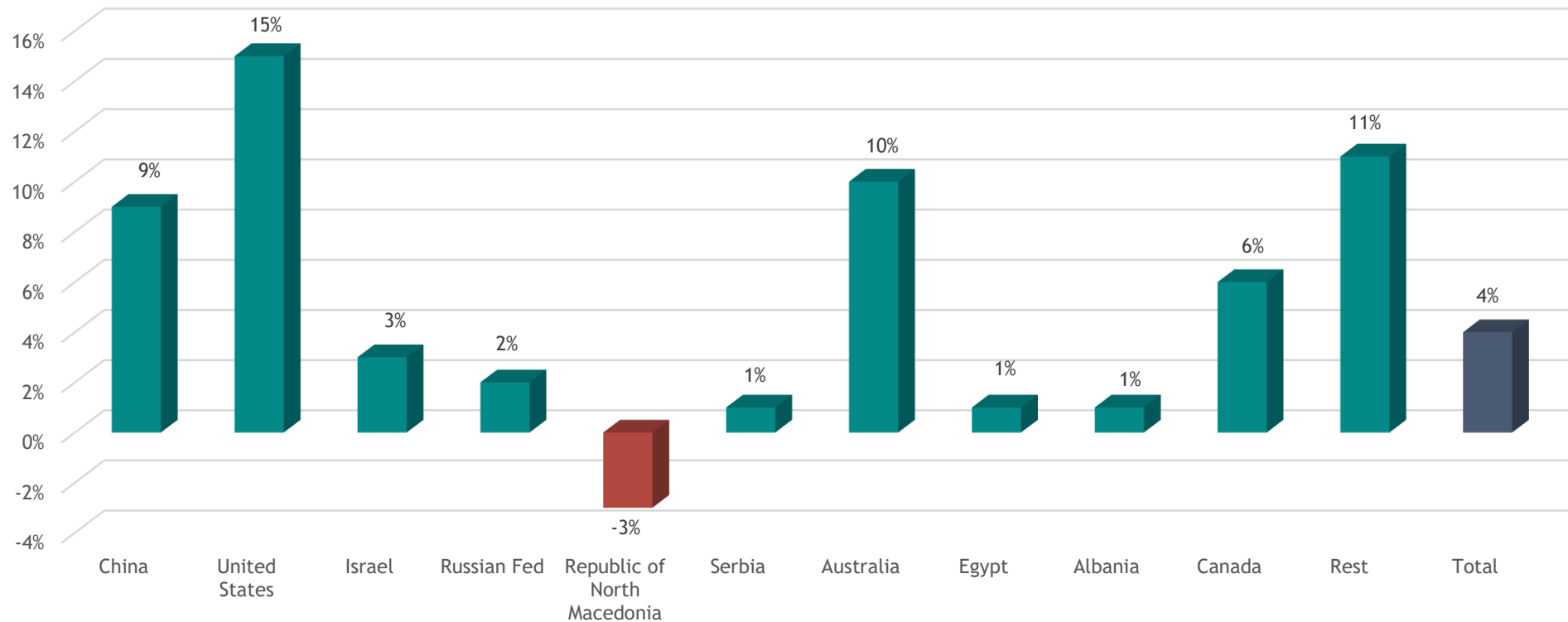
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



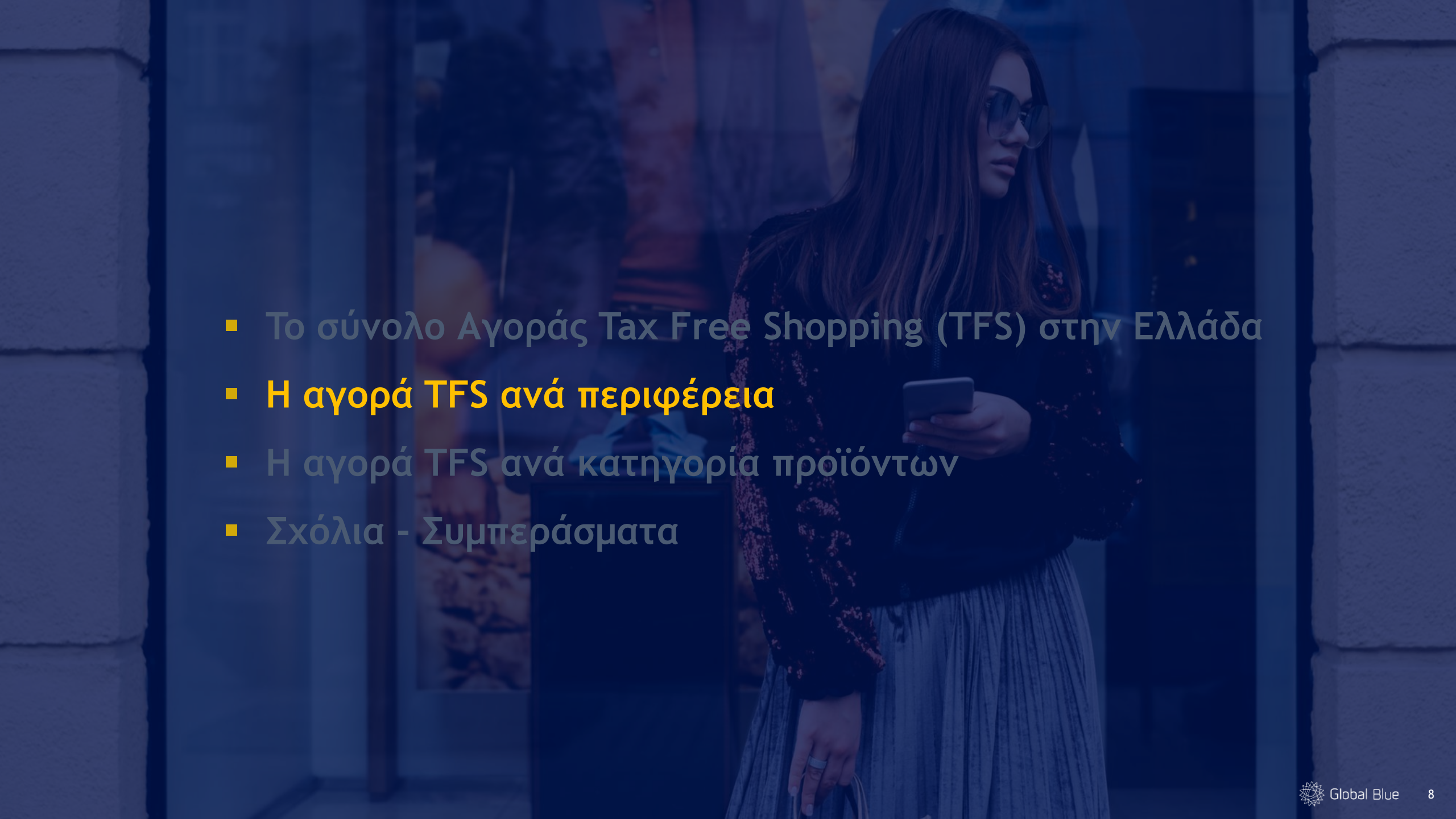
ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

Μέση Δαπάνη ανά εθνικότητα

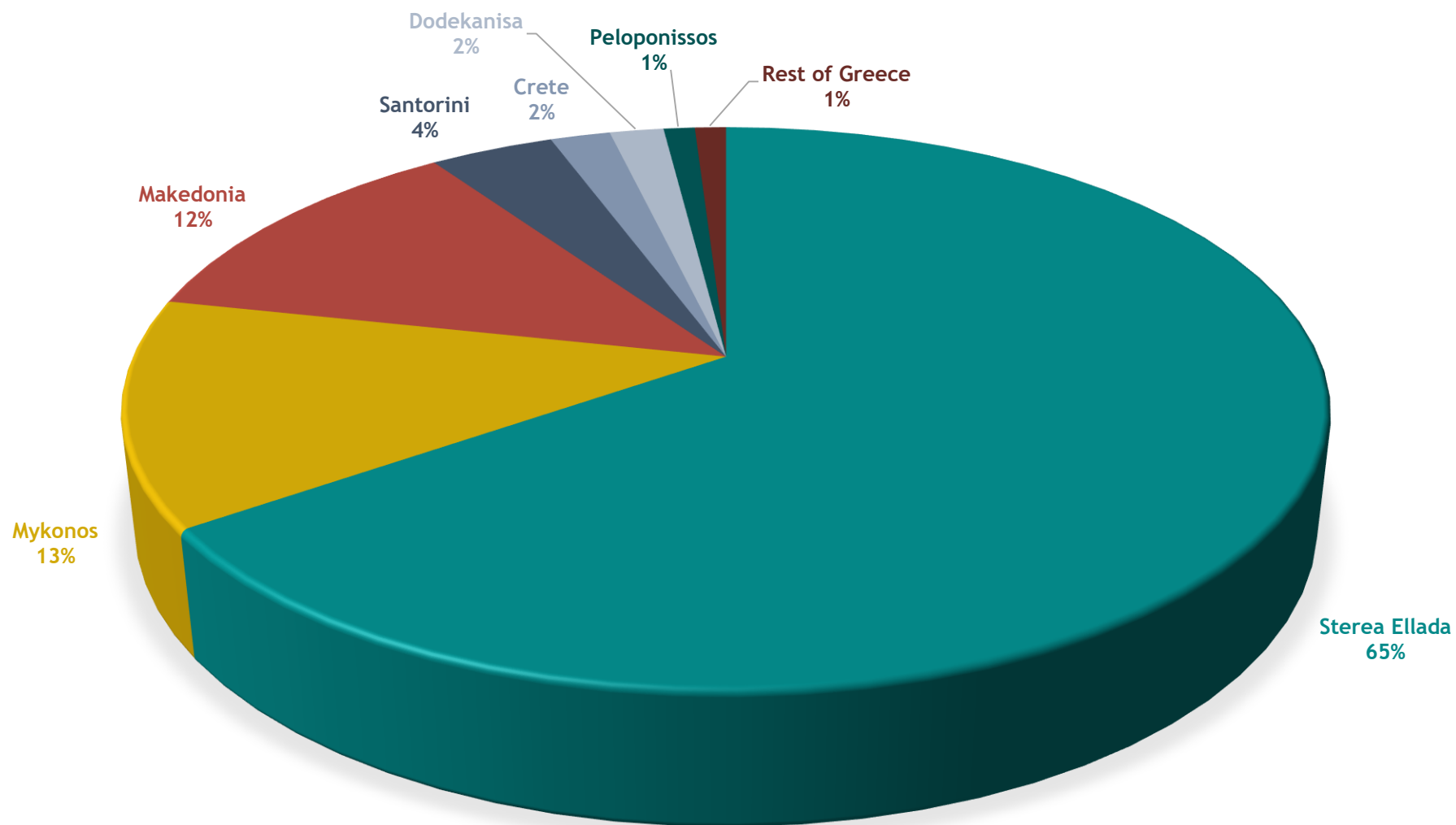
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

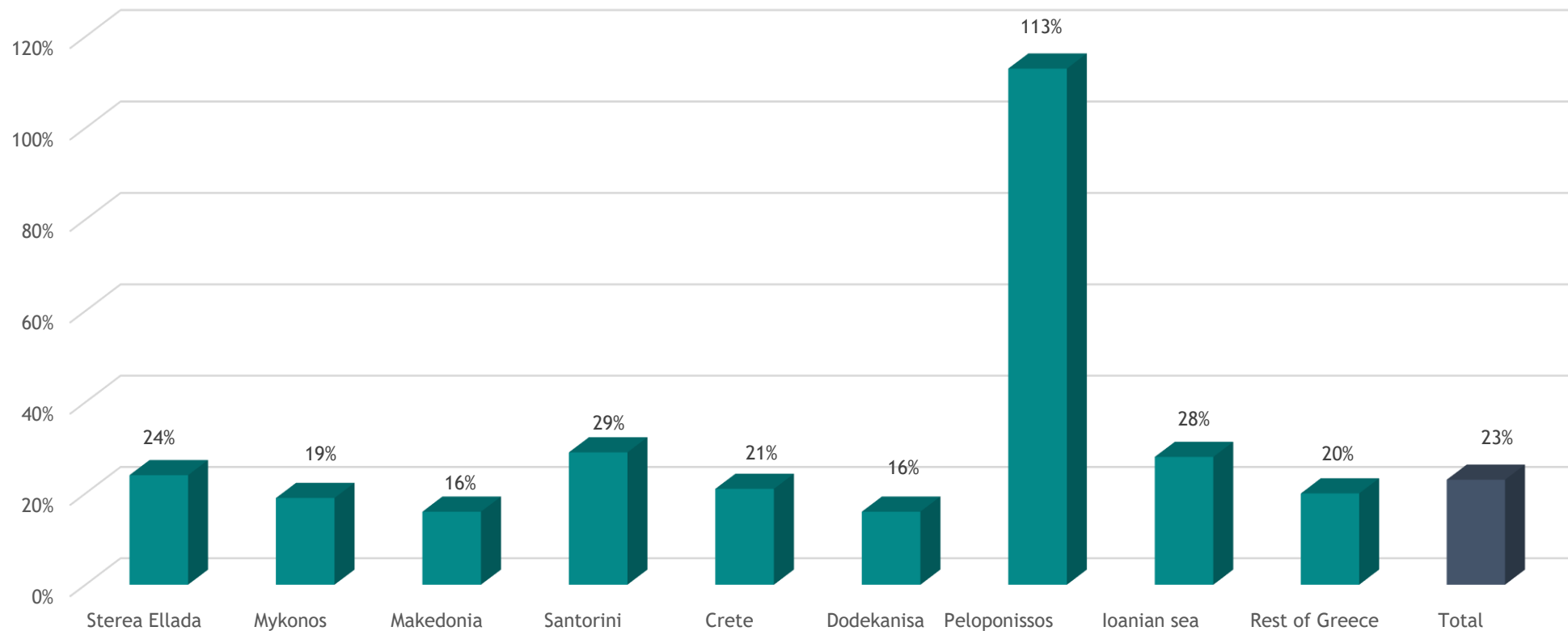
- 
- A woman with long brown hair and sunglasses is looking at her smartphone. She is wearing a dark jacket with a patterned sleeve and a light-colored skirt. The background is a blurred shopping area with other people and storefronts.
- Το σύνολο Αγοράς Tax Free Shopping (TFS) στην Ελλάδα
 - **Η αγορά TFS ανά περιφέρεια**
 - Η αγορά TFS ανά κατηγορία προϊόντων
 - Σχόλια - Συμπεράσματα

Αξία Αγορών ανά γεωγραφική περιφέρεια %



Αξία Αγορών ανά γεωγραφική περιφέρεια

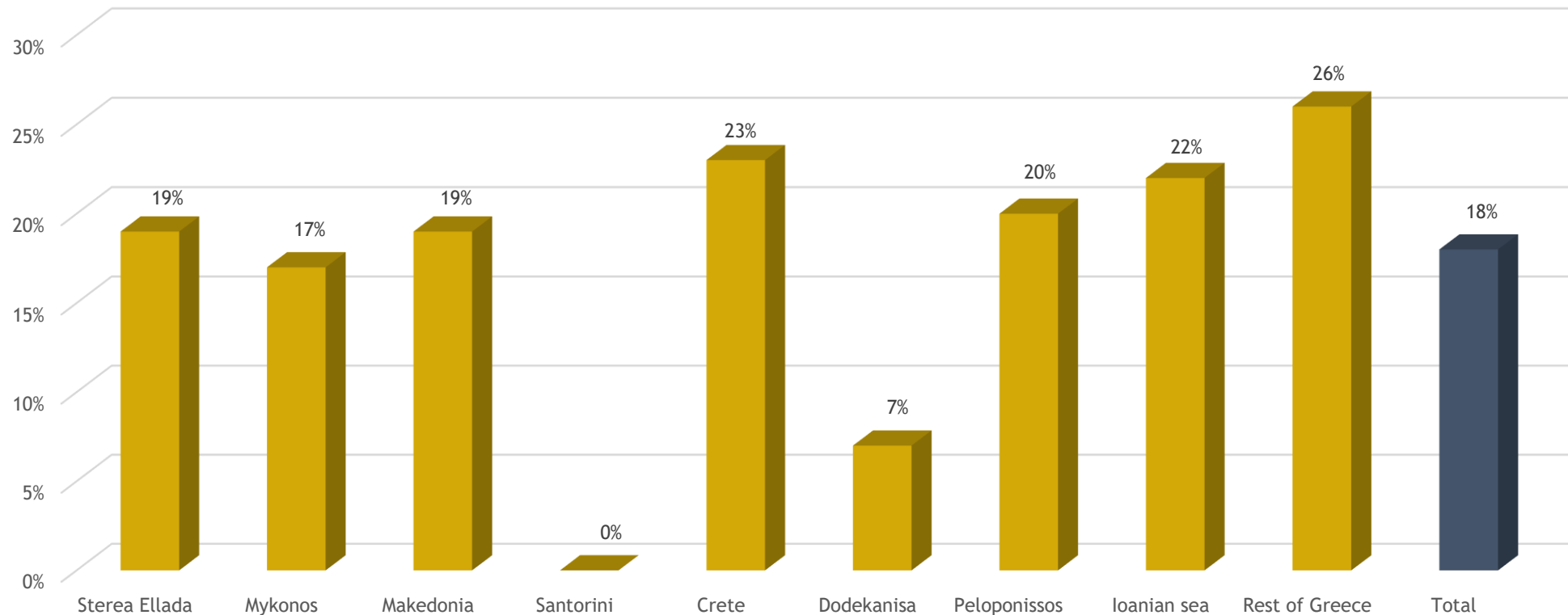
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

Συναλλαγές ανά γεωγραφική περιφέρεια

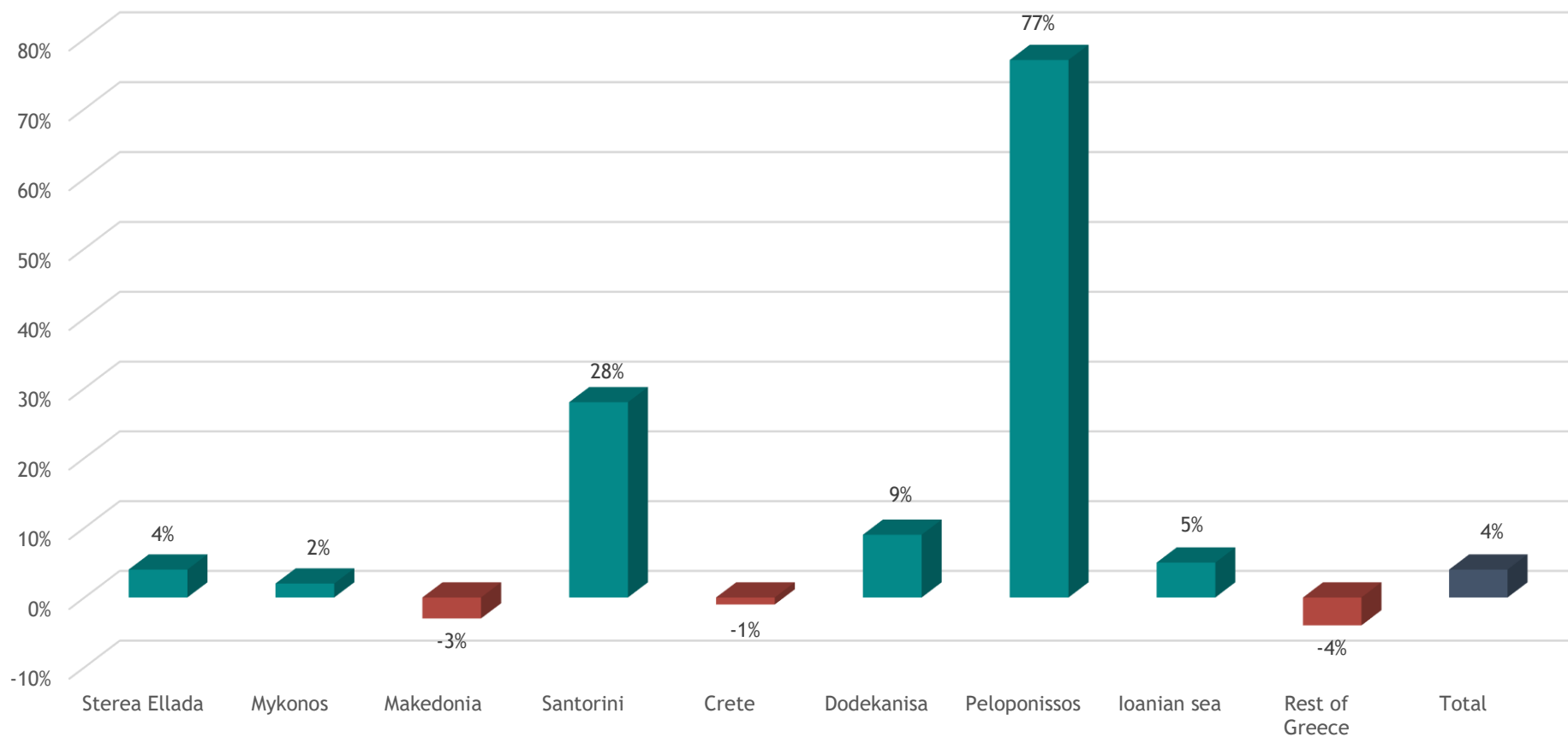
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

Μέση Δαπάνη ανά γεωγραφική περιφέρεια

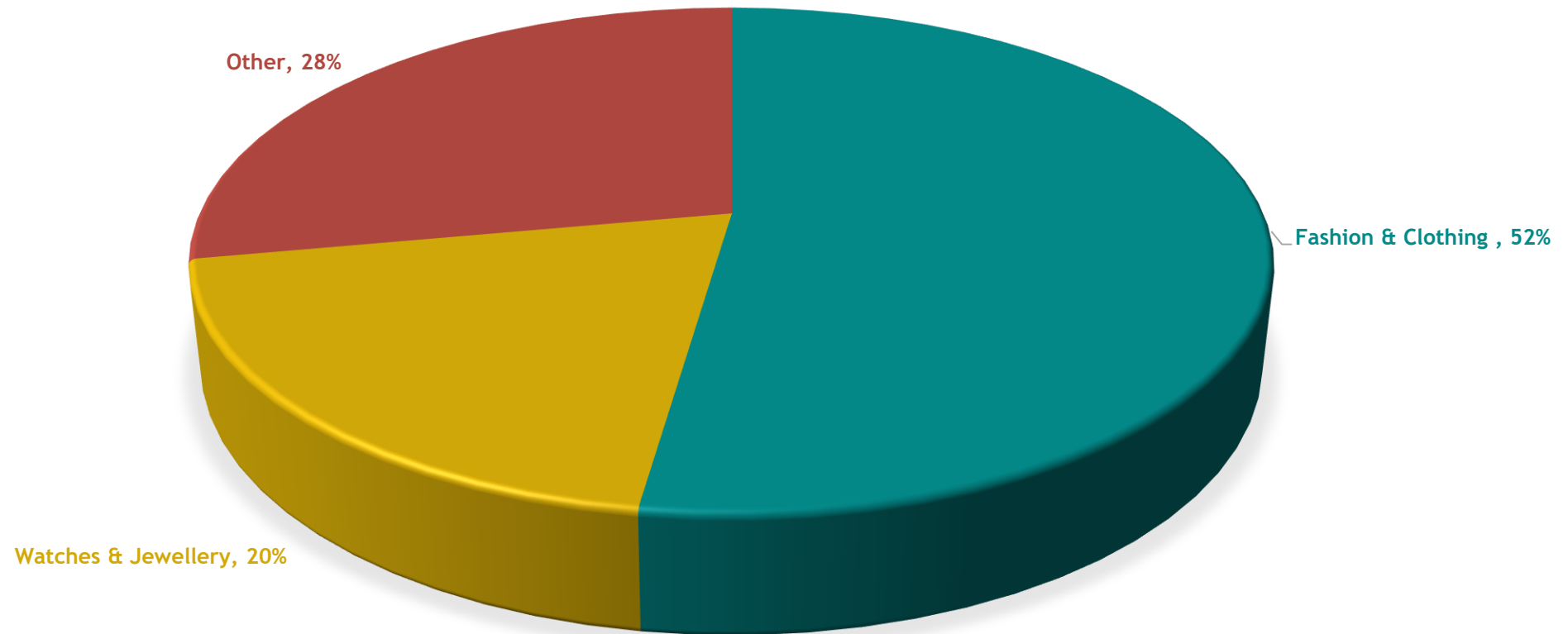
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΣΙΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



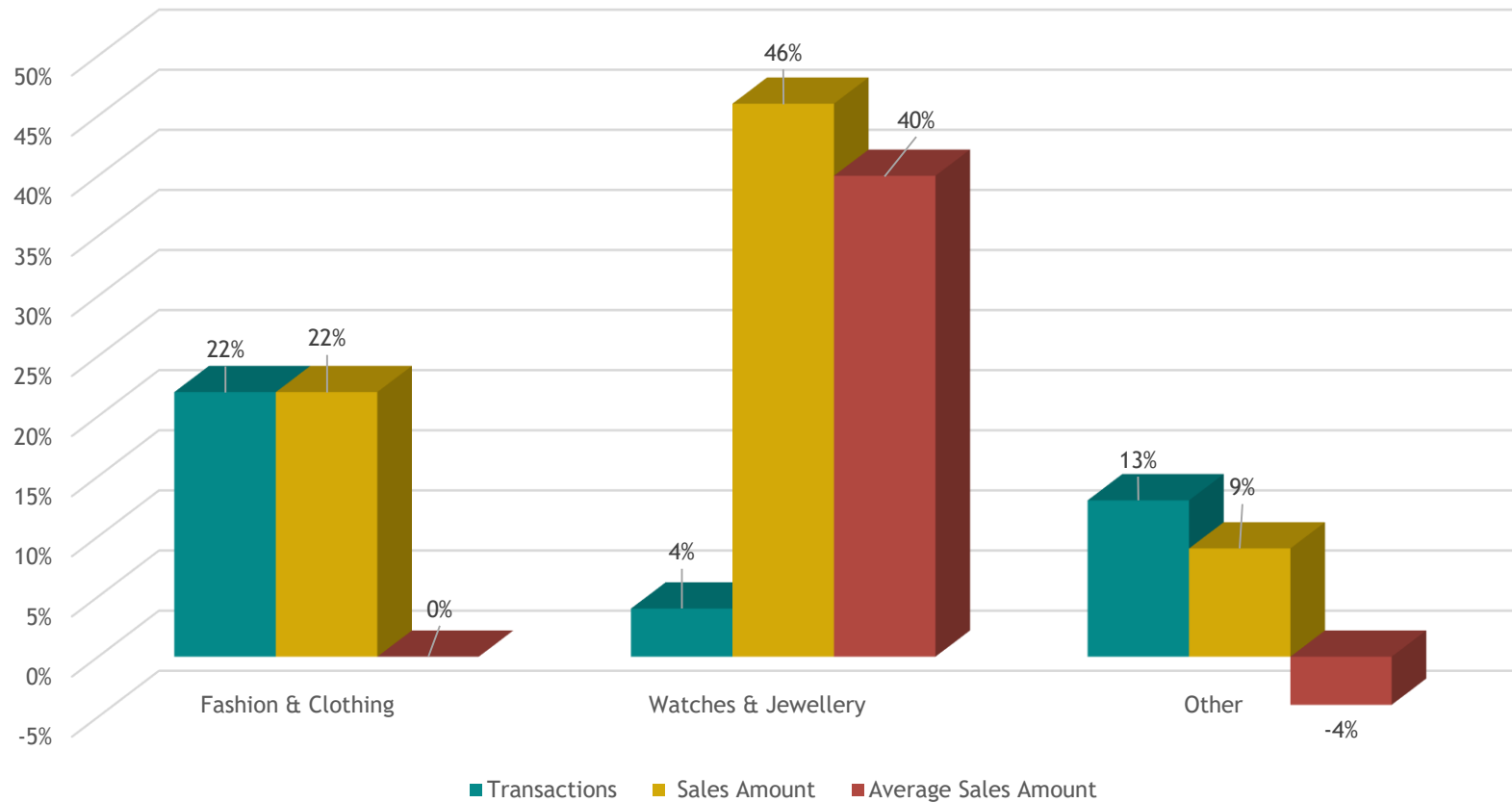
ΠΕΡΙΟΔΟΣ: ΙΑΝ.- ΔΕΚ. 2019

- 
- A woman with long brown hair and sunglasses is looking at her smartphone. She is wearing a dark, patterned jacket and a light-colored skirt. The background is a blurred outdoor setting, possibly a shopping area, with a stone wall on the left and a building entrance on the right. The entire image has a blue tint.
- Το σύνολο Αγοράς Tax Free Shopping (TFS) στην Ελλάδα
 - Η αγορά TFS ανά περιφέρεια
 - **Η αγορά TFS ανά κατηγορία προϊόντων**
 - Σχόλια - Συμπεράσματα

Αξία Αγορών ανά κατηγορία προϊόντων %



Αξία Αγορών, Συναλλαγές και Μέση Δαπάνη ανά κατηγορία



- 
- A woman with long brown hair and sunglasses is looking at her smartphone. She is wearing a dark jacket with a patterned sleeve and a light-colored skirt. The background is a blurred shopping area with other people and storefronts.
- Το σύνολο Αγοράς Tax Free Shopping (TFS) στην Ελλάδα
 - Η αγορά TFS ανά περιφέρεια
 - Η αγορά TFS ανά κατηγορία προϊόντων
 - **Σχόλια - Συμπεράσματα**

Συμπεράσματα

- Η Ελλάδα και το 2019 συνέχισε την ανοδική της πορεία σημειώνοντας υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης στον κλάδο του Tax Free Shopping (TFS).
- Το έτος (Ιαν.- Δεκ. 2019) έκλεισε, με αύξηση 18% στις συναλλαγές, 23% στην αξία αγορών και 4 % στη μέση κατανάλωση σε σχέση με το 2018.
- Κορυφαίοι διεθνείς καταναλωτές συνεχίζουν να παραμένουν οι Κινέζοι με 32%, οι Αμερικάνοι με 14% και οι Ισραηλίτες με 6%. Ωστόσο, παρατηρείται μία σημαντική μείωση της τάσης των Κινέζων international shoppers σε σχέση με τη προηγούμενη χρονιά ενώ οι Αμερικάνοι και Ισραηλινοί παρουσιάζουν μία δυναμική άνοδο.
- Στην αξία αγορών ανά εθνικότητα, οι Αμερικάνοι και οι Αιγύπτιοι παρουσιάζουν αλματώδη ανάπτυξη με ποσοστό που ανέρχεται στο 46%, οι Ισραηλινοί με 44% και οι Καναδοί με 28%. Παράλληλα, οι Κινέζοι συνεχίζουν να αναπτύσσονται σταθερά για 5^η χρονιά με ποσοστό 10%.





Συμπεράσματα

- Οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης παρατηρούνται και στον αριθμό των συναλλαγών. Οι συναλλαγές αυξήθηκαν κατά 45% από Αιγύπτιους, κατά 40% από Ισραηλίτες και κατά 27% από Αμερικάνους.
- Σε ότι αφορά την αξία των συναλλαγών ανά περιφέρεια, η περιοχή της Αττικής διατηρεί το υψηλά ποσοστά με 65%, η Μύκονος κατοχυρώνει τη δεύτερη θέση με ποσοστό 13% και τρίτη ακολουθεί η Μακεδονία με 12%.
- Όλες οι περιφέρειες της Ελλάδας, παρουσιάζουν σημαντική αύξηση στην αξία συναλλαγών, με την Πελοπόννησο να παρουσιάζει αλματώδη πορεία σε ποσοστό 113%.
- Οι διεθνείς καταναλωτές που επισκέπτονται τη χώρα μας συνεχίζουν να επιλέγουν αγορές στη κατηγορία μόδα-ρουχισμός δαπανώντας ποσοστό της τάξεως του 52%, ενώ μόλις το 20% της δαπάνης ανήκει στη κατηγορία κόσμημα/ρολόι.

Αντί Επιλόγου

Η αγορά TFS σημειώνει κατά την τελευταία πενταετία μία σταθερή και σημαντική αύξηση η οποία συνδέεται άρρηκτα με την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Ταυτόχρονα, παραδοσιακοί διεθνείς καταναλωτές όπως οι Αμερικάνοι διαφαίνεται ότι αξιοποιούν το προνόμιό τους για αφορολόγητες αγορές σε σχέση με το παρελθόν, ενώ νέες εθνικότητες όπως οι Ισραηλίτες, αποκτούν τεράστια δυναμική στην αγορά του TFS. Παρά τη δυναμική ανάπτυξη των τελευταίων ετών, η αγορά του TFS έρχεται αντιμέτωπη με μία μεγάλη πρόκληση: το επικείμενο Brexit καθιστά τους Βρετανούς Νο1 Tax Free εθνικότητα (σύμφωνα με την τελευταίο στατιστικό δελτίο του ΙΝΣΕΤΕ, το 2019 αφίχθηκαν 3,5 εκ περίπου ταξιδιώτες από το Ηνωμένο Βασίλειο). Το επερχόμενο διάστημα με την οριστικοποίηση της συμφωνίας, τα σημεία εξόδου και τα τελωνεία της χώρας θα κληθούν να διαχειριστούν έναν τεράστιο όγκο τουριστών.

Σήμερα, το μεγάλο στοίχημα της απλοποίησης των διαδικασιών και της ψηφιοποίησης των τελωνείων, καθίσταται πιο αναγκαίο από ποτέ. Ο μετασχηματισμός των υφιστάμενων διαδικασιών και η αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, θα καταστήσει τους κρατικούς ελεγκτικούς μηχανισμούς αποτελεσματικότερους και αποδοτικότερους. Συνάμα, η ψηφιοποίηση των διαδικασιών επιστροφής ΦΠΑ, θα προσφέρει στη χώρα πολλαπλά οφέλη όπως αυτοματοποίηση διαδικασιών, μείωση αναμονής στα τελωνεία, ασφάλεια, διαφάνεια, εξοικονόμηση πόρων, αύξηση συναλλαγών και βελτίωση της εθνικής μας εικόνας στο εξωτερικό.





Athina Fradelou
Marketing & Communications Specialist
T. +30 210 3230730, M. +30 6970 058527
E. afradelou@globalblue.com



Global Blue

**ENHANCING THE
GLOBE SHOPPER
EXPERIENCE
TOGETHER**