



**Αποτελέσματα έρευνας αποτύπωσης της
εμπορικής κίνησης κατά την Πασχαλινή
περίοδο σε επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου
για το Σύνολο της χώρας και την περιοχή της
Αττικής**

**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS CHAMBER OF TRADESMEN**



Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (INEMY) της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και
Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)

Βασικά Συμπεράσματα

Συρρίκνωση των πωλήσεων, περιφερειακές ανισότητες και "ατελής" ψηφιακός μετασχηματισμός

Βασικά Συμπεράσματα

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων στην Αττική εμφανίζει **μέτρια ικανοποίηση από τις πωλήσεις (49%)**, κάτι που δείχνει συγκρατημένη απόδοση της αγοράς, παρά την επισκεψιμότητα που καταγράφεται στα εμπορικά καταστήματα (μια στις τέσσερις επιχειρήσεις δηλώνει πολύ-πέρα πολύ ικανοποιημένη από την επισκεψιμότητα).

Οι πωλήσεις της Πασχαλινής περιόδου στην **Αττική** παρουσιάζουν πτώση σε σχέση με το 2025, στοιχείο το οποίο συνδέεται με τις γενικότερες τάσεις της αγοράς που καταγράφονται συνολικά για το πρώτο τετράμηνο του 2026. Σε ετήσια βάση, το **41%** των επιχειρήσεων αναφέρει **μείωση πωλήσεων το 2026 σε σχέση με το 2025**, στοιχείο που δείχνει συνολική επιβράδυνση της αγοράς

Βασικά Συμπεράσματα

Η πτώση στην Αττική είναι χαμηλότερη σε σχέση με το σύνολο της υπόλοιπης χώρας, παρά τη "μεγάλη έξοδο" που καταγράφηκε κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Εβδομάδας.

Επιπλέον η περίοδος υψηλότερης αγοραστικής κίνησης στην περιοχή της Αττικής αποτέλεσε το διάστημα πριν την Μεγάλη Εβδομάδα. Τα στοιχεία αυτά αντανακλούν **τις σημαντικές προκλήσεις που καλούνται να υπερβούν οι εμπορικές επιχειρήσεις της περιφέρειας.**

Βασικά Συμπεράσματα

Το μέγεθος της αύξησης για όσες επιχειρήσεις της Αττικής δήλωσαν αύξηση των πωλήσεων σε σχέση με το 2025 είναι μικρό αφού το **62% από αυτές παρουσίασε αύξηση της τάξης του 1-10%**.

Για πάνω από 4 στις 10 επιχειρήσεις στην περιοχή της Αττικής η μείωση των πωλήσεων σε σχέση με το 2025 **ξεπέρασε ποσοστά της τάξεως του 20%**, καταγράφοντας επίσης υψηλότερα ποσοστά μείωσης και από το σύνολο του δείγματος.

Βασικά Συμπεράσματα

Τα **φθηνότερα προϊόντα**, τόσο στην Αττική, όσο, κυρίως, στην υπόλοιπη επικράτεια είναι αυτά που προτιμήθηκαν περισσότερο, επιβεβαιώνοντας μια **στροφή** προς πιο οικονομικά ασφαλείς επιλογές.

Βασικά Συμπεράσματα

Η χρήση καρτών κυριαρχεί ξεκάθαρα, με **77% των συναλλαγών**, επιβεβαιώνοντας τη στροφή στις ηλεκτρονικές πληρωμές και αναδεικνύοντας τη διασύνδεση του εμπορίου με τη φορολογική διοίκηση

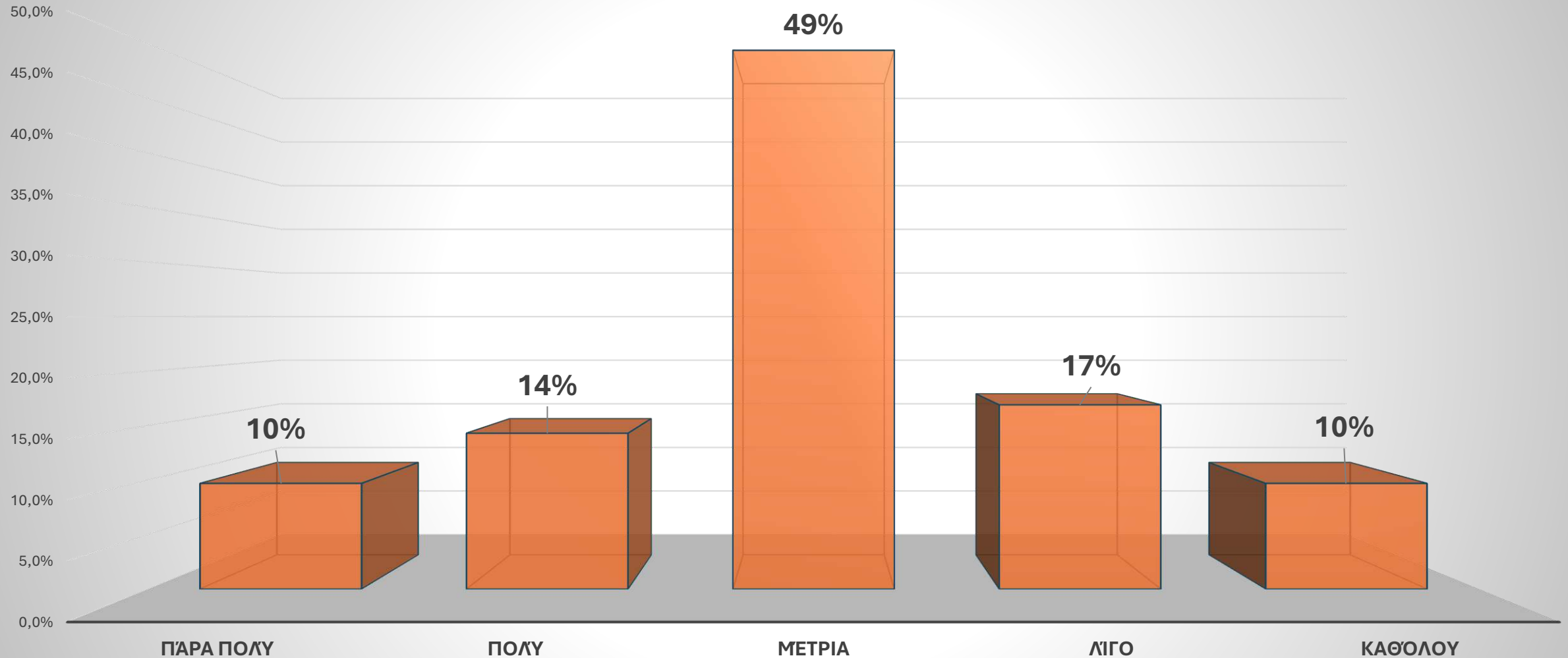
Το ψηφιακό κανάλι των πωλήσεων παρουσιάζει υστέρηση αφού **μονάχα το 38% των επιχειρήσεων της Αττικής διαθέτει τη δυνατότητα απομακρυσμένων πωλήσεων.**

Βαθμός ικανοποίησης από τις πωλήσεις κατά την πασχαλινή περίοδο του 2026 (Περιοχή Αττικής)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS CHAMBER OF TRADESMEN

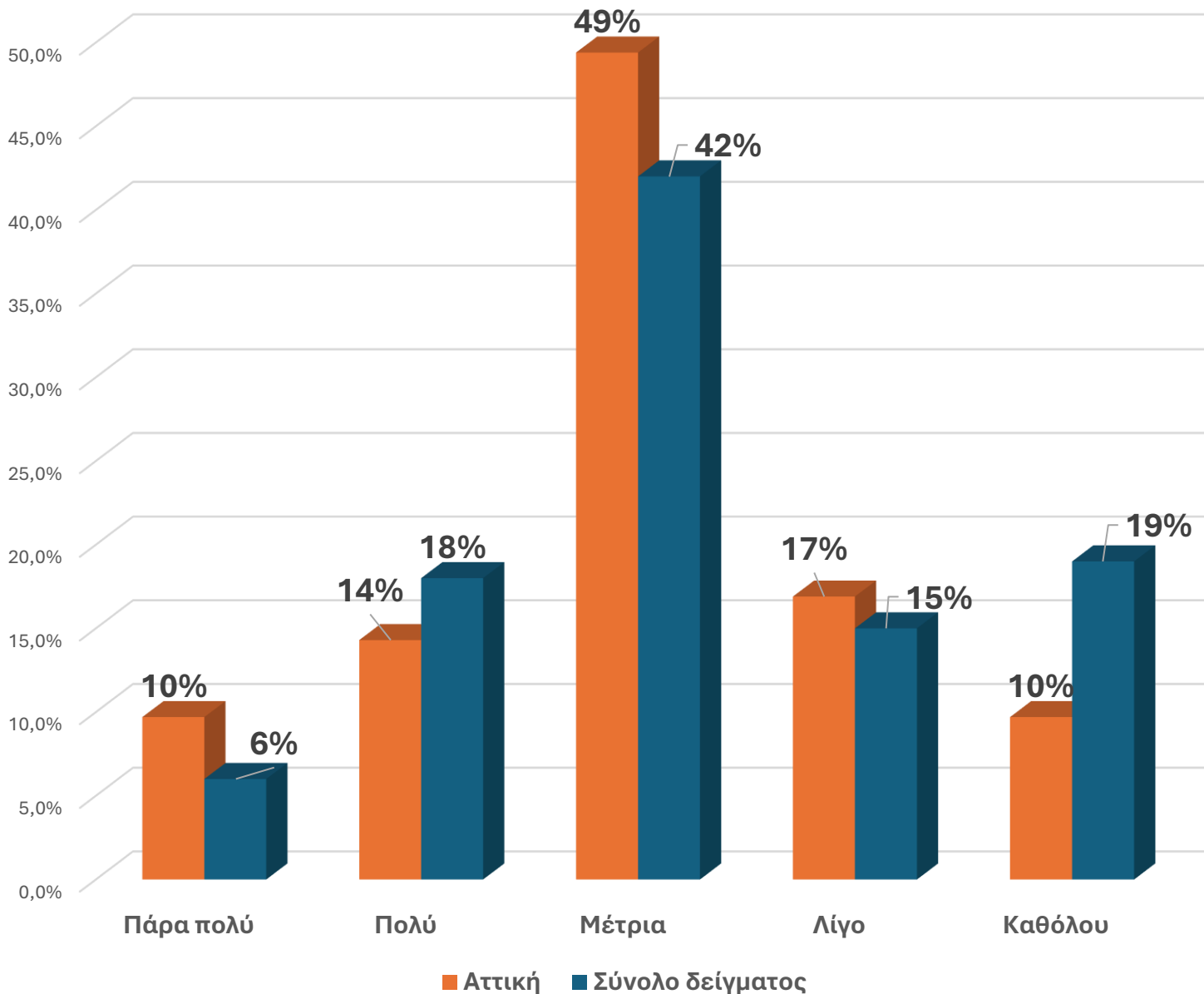


Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝΕΜΥ) της
Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)



Βαθμός ικανοποίησης από τις πωλήσεις κατά την πασχαλινή περίοδο του 2026

Αττική- Σύνολο δείγματος

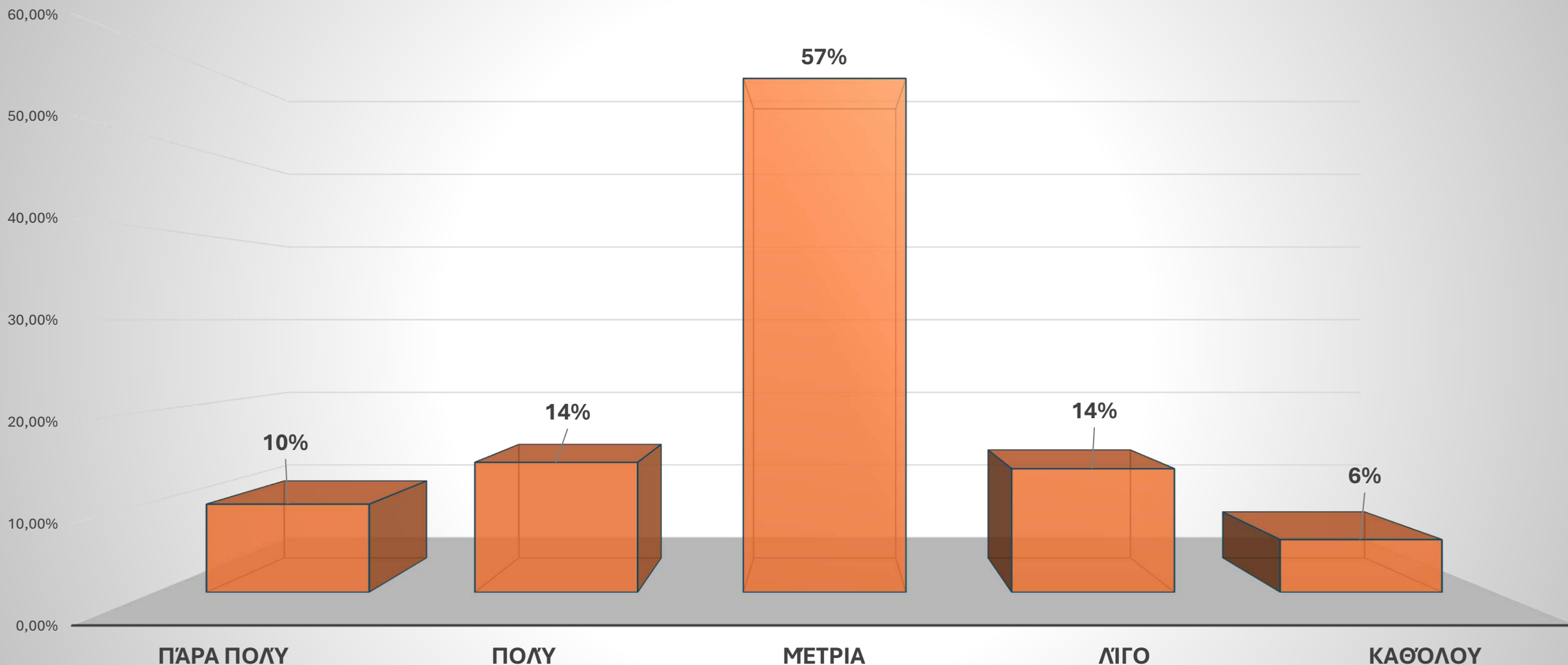


Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα κατά την πασχαλινή περίοδο του 2026 (Περιοχή Αττικής)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS CHAMBER OF TRADESMEN

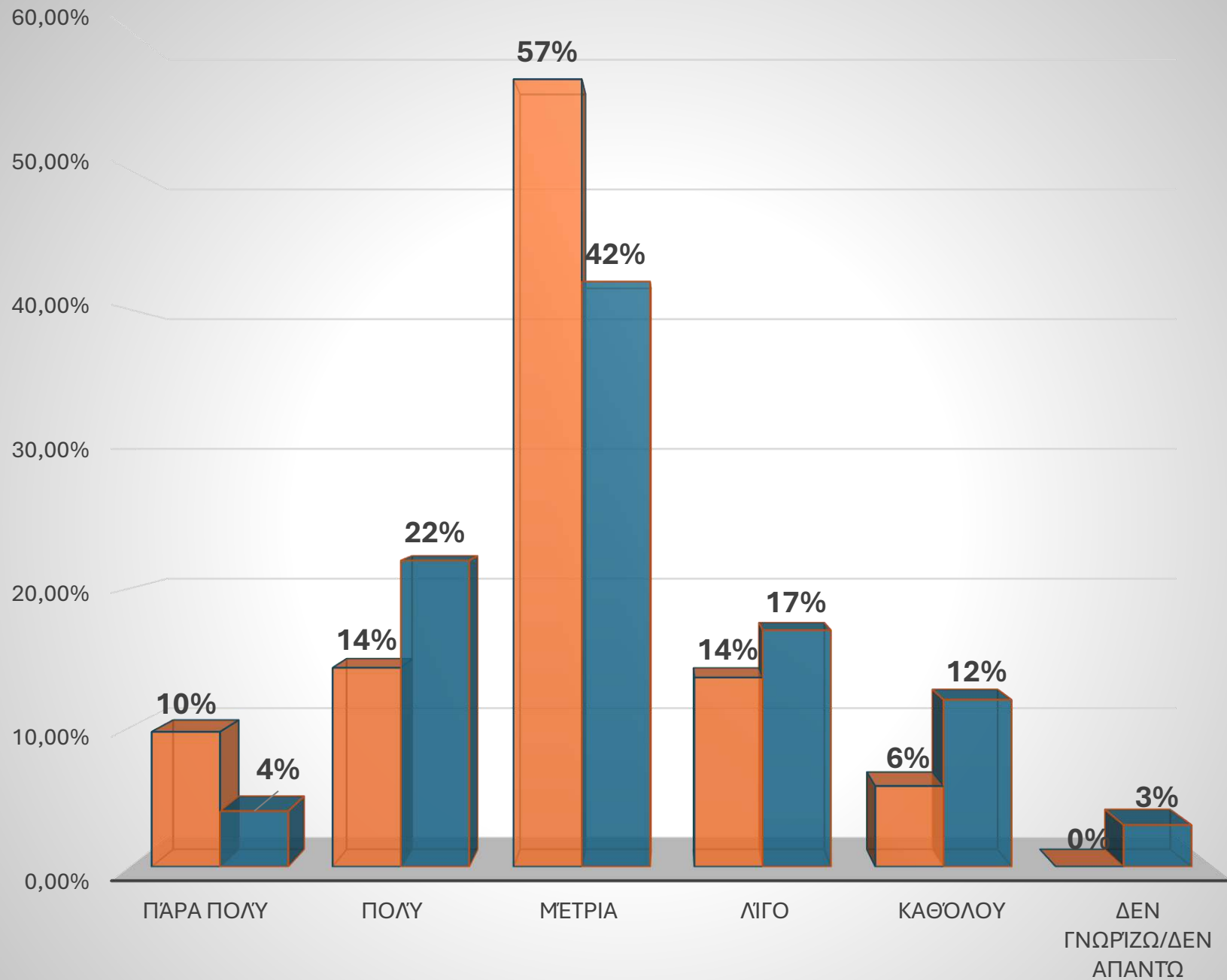


Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝΕΜΥ) της
Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)



Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα κατά την πασχαλινή περίοδο του 2026

Αττική- Σύνολο δείγματος

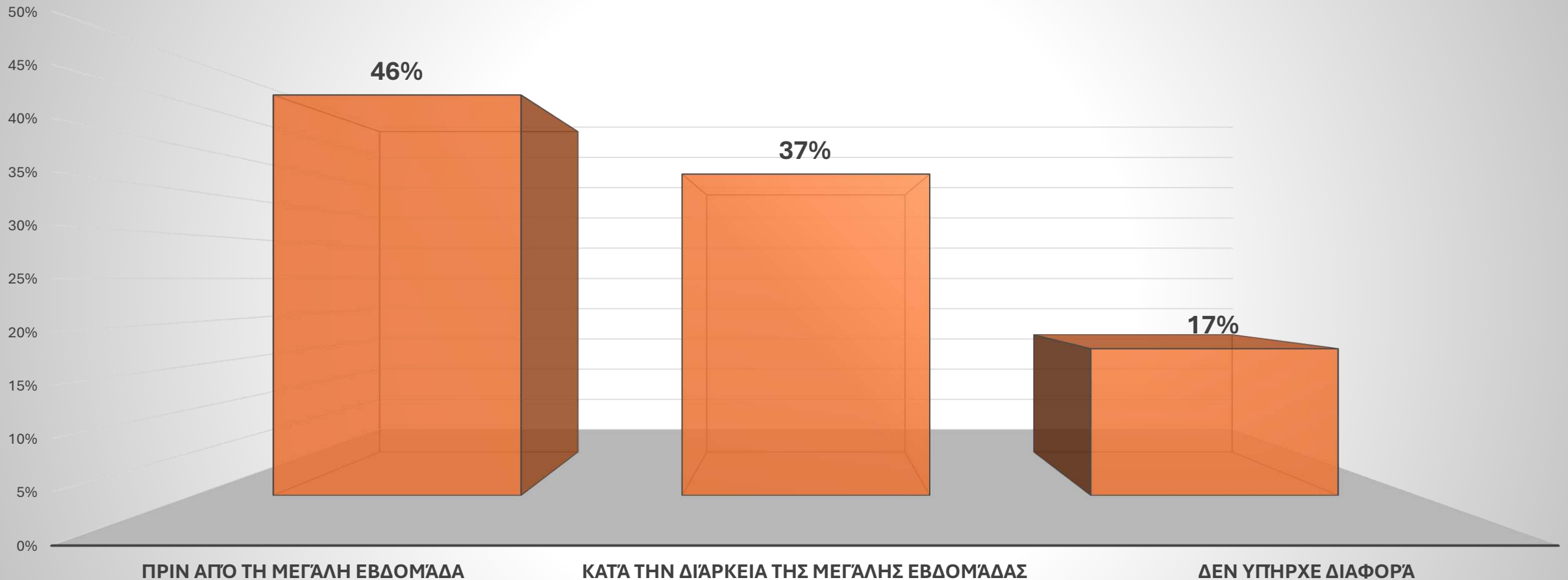


Περίοδος υψηλότερης αγοραστικής κίνησης κατά την Πασχαλινή περίοδο 2026 (Περιοχή Αττικής)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS CHAMBER OF TRADESMEN

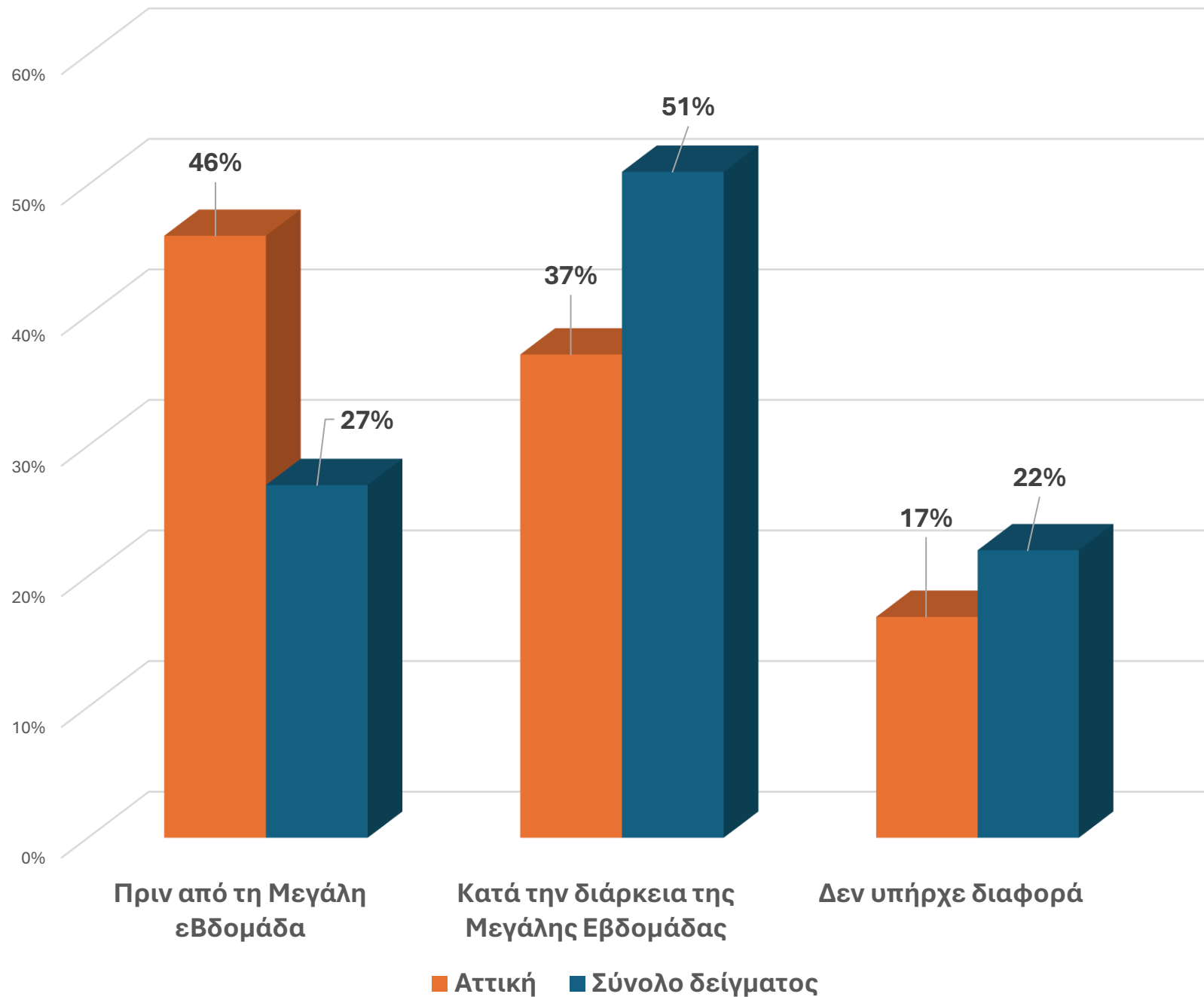


Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝΕΜΥ) της
Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)

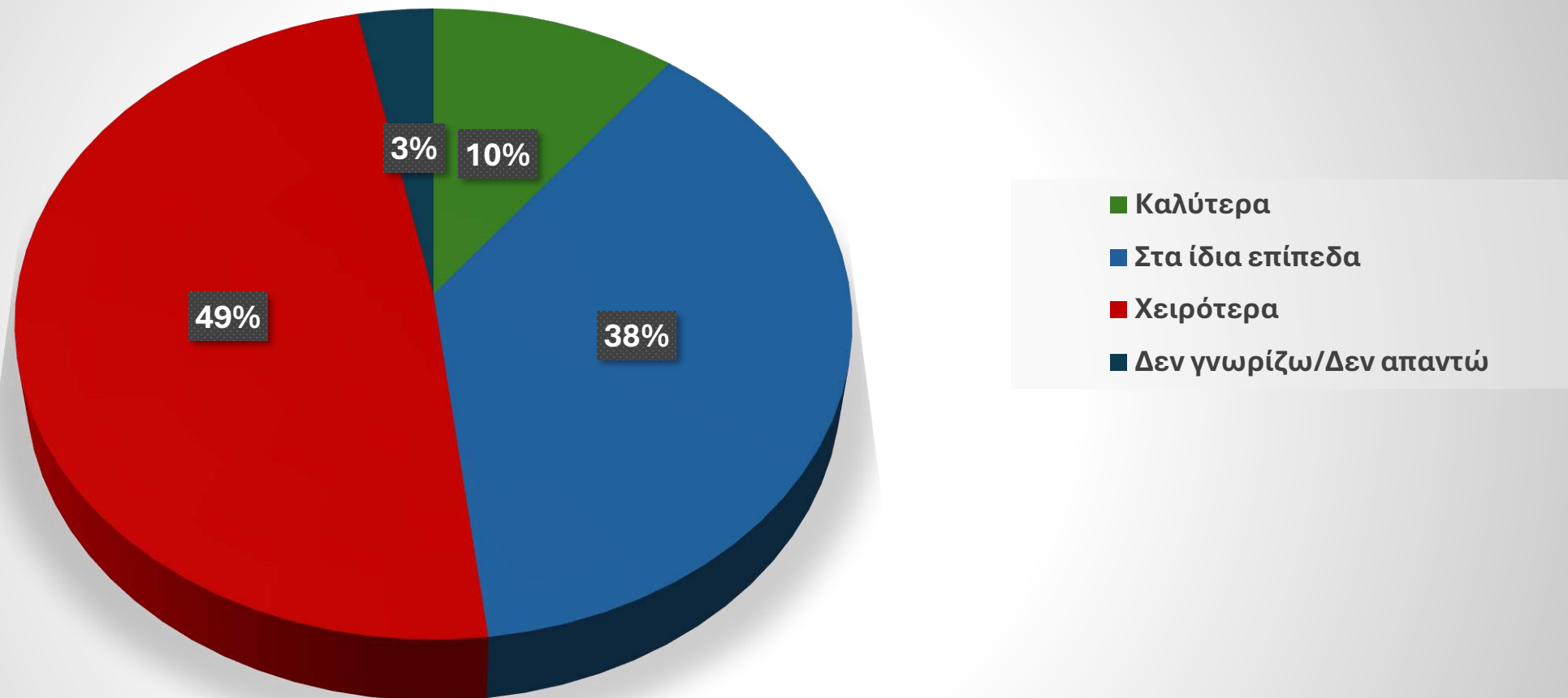


Περίοδος υψηλότερης αγοραστικής κίνησης κατά την Πασχαλινή περίοδο 2026

Αττική- Σύνολο δείγματος

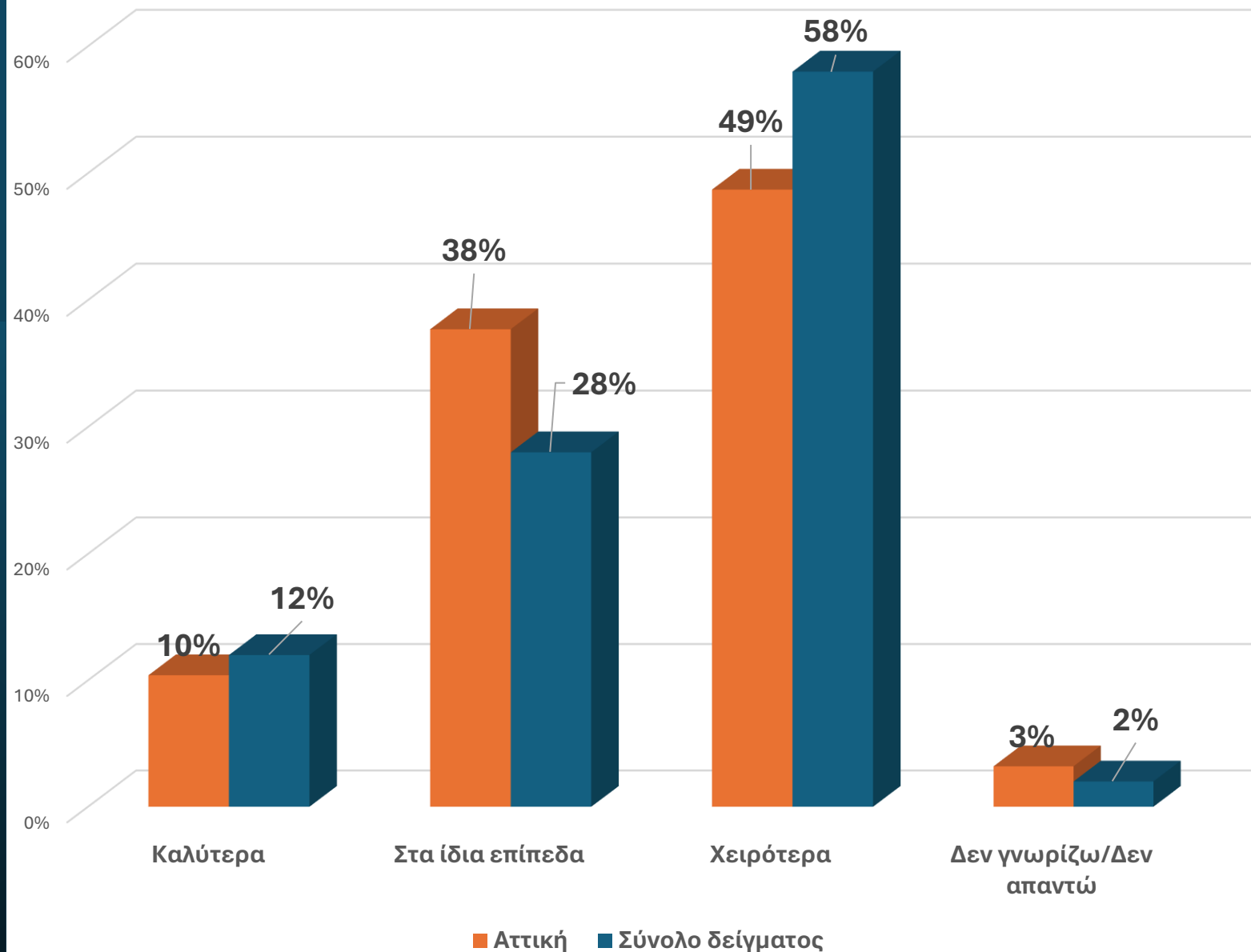


Πωλήσεις την Πασχαλινή περίοδο 2026 συγκριτικά με το 2025 (Περιοχή Αττικής)

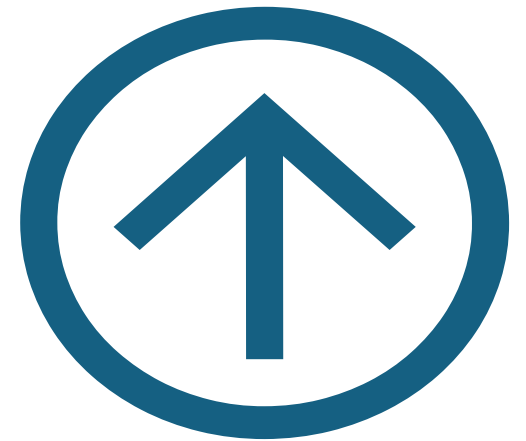
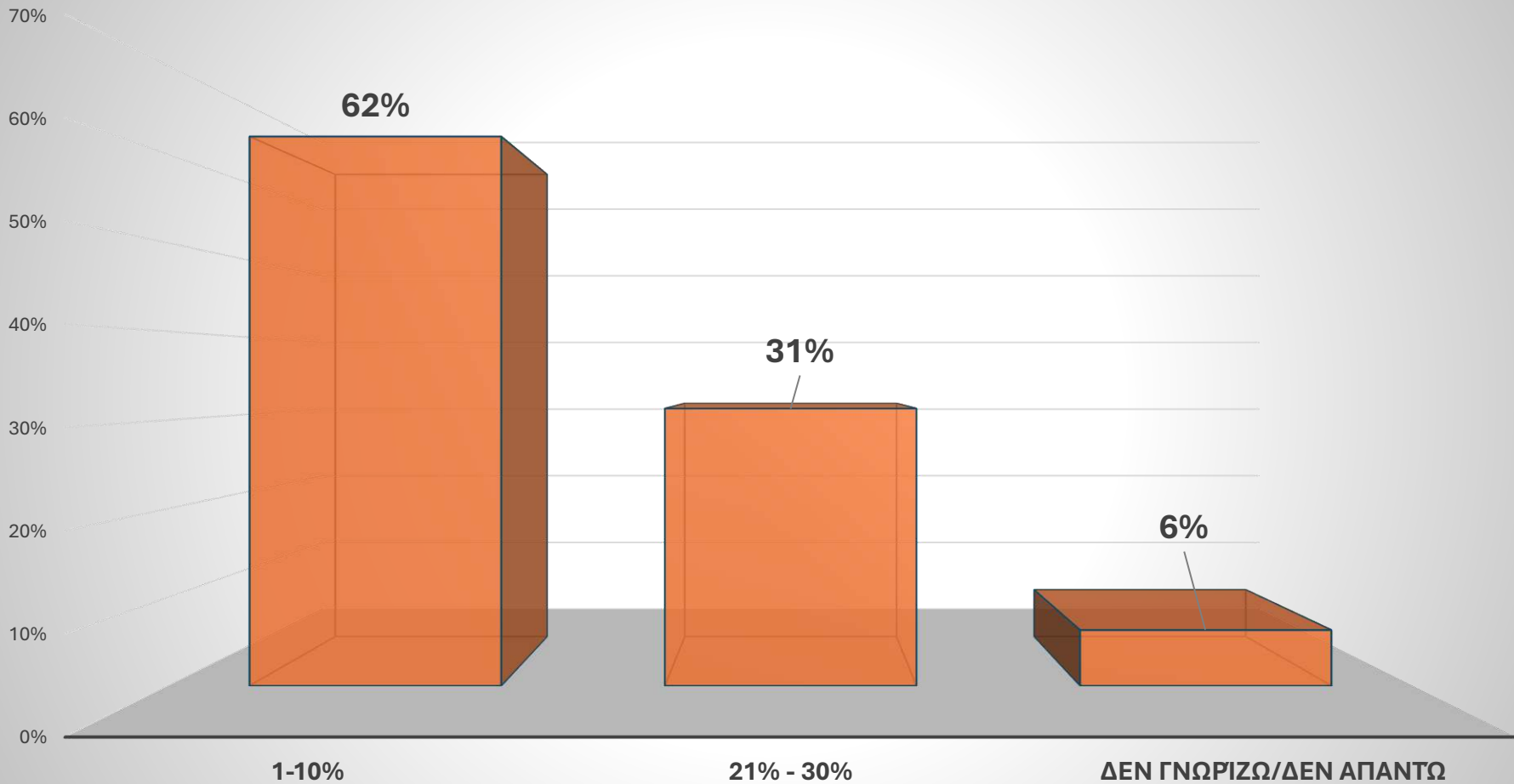


Πωλήσεις την Πασχαλινή περίοδο 2026 συγκριτικά με το 2025

Αττική- Σύνολο
δείγματος

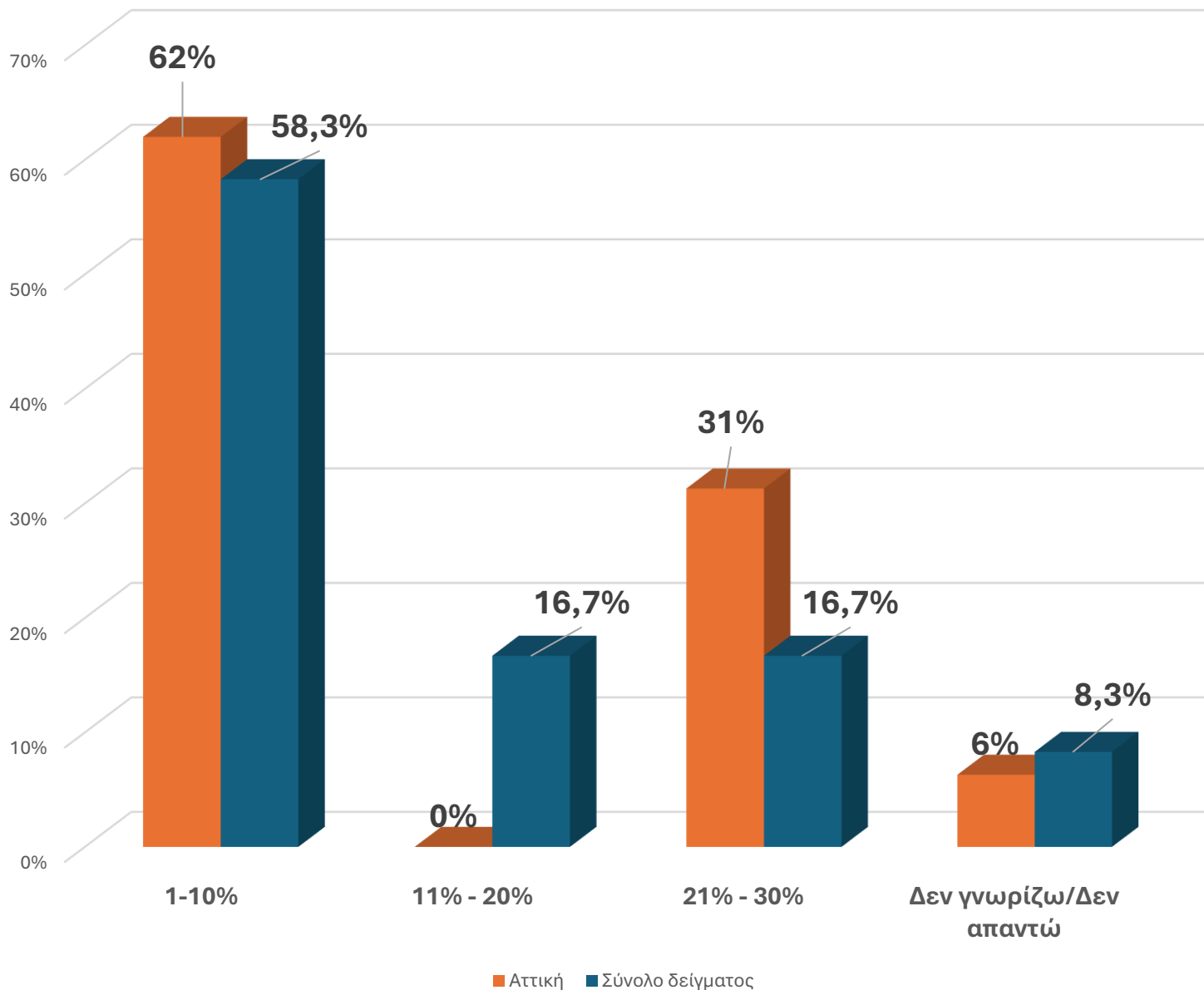


Ποσοστό αύξησης των πωλήσεων την Πασχαλινή περίοδο συγκριτικά με το 2025 (Από όσες επιχειρήσεις δήλωσαν αύξηση)- Περιοχή Αττικής

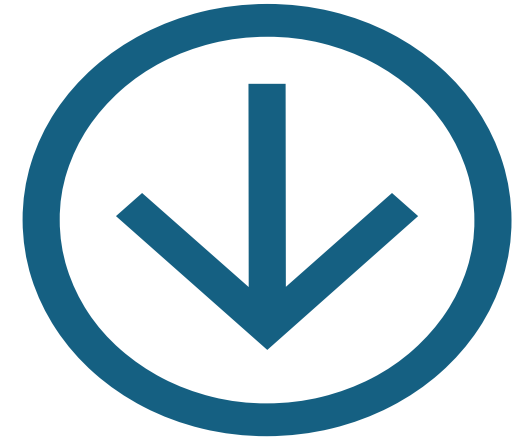
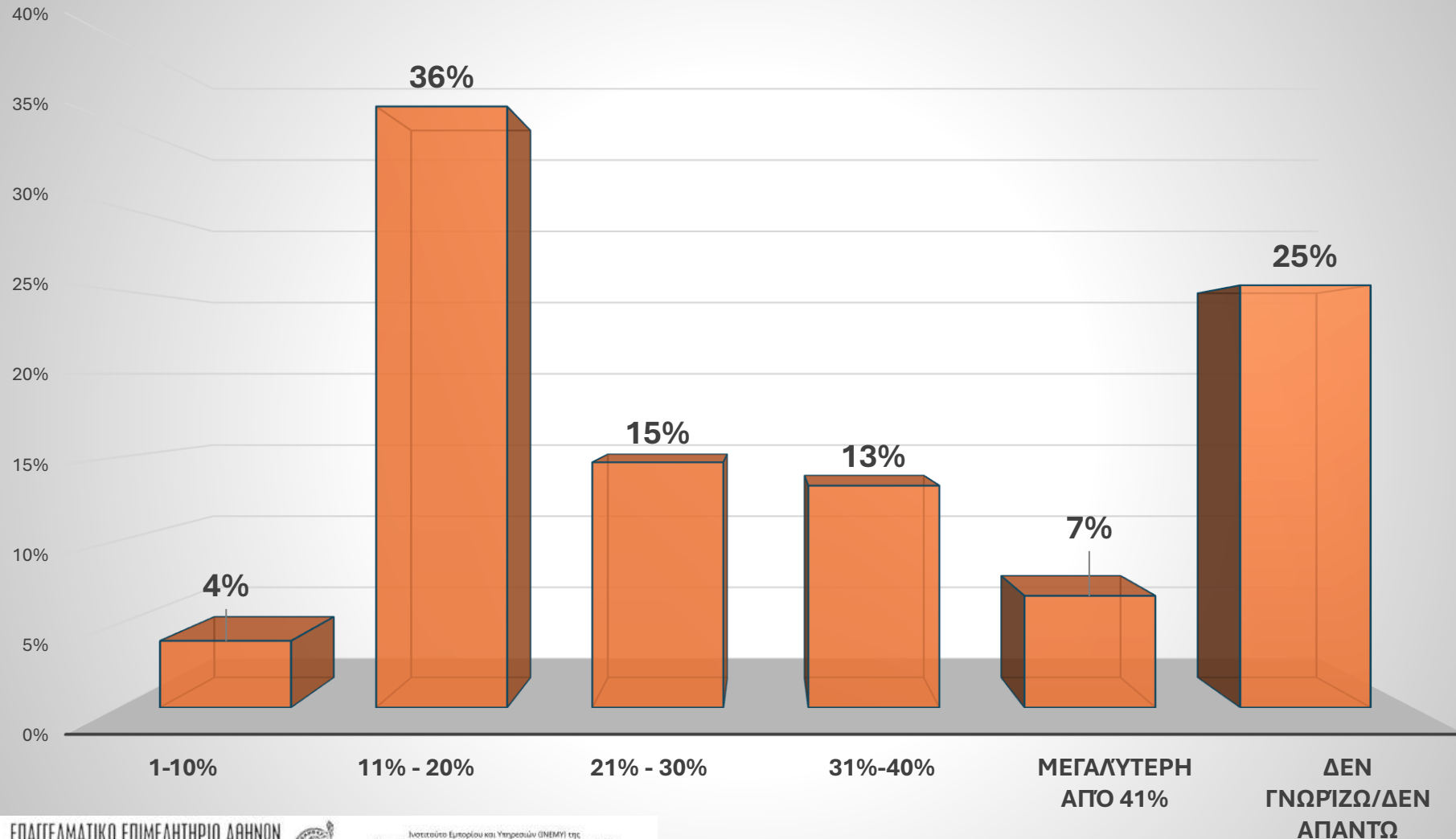


Ποσοστό αύξησης των πωλήσεων την Πασχαλινή περίοδο συγκριτικά με το 2025 (Απ' όσες επιχειρήσεις δήλωσαν αύξηση)

Αττική- Σύνολο δείγματος

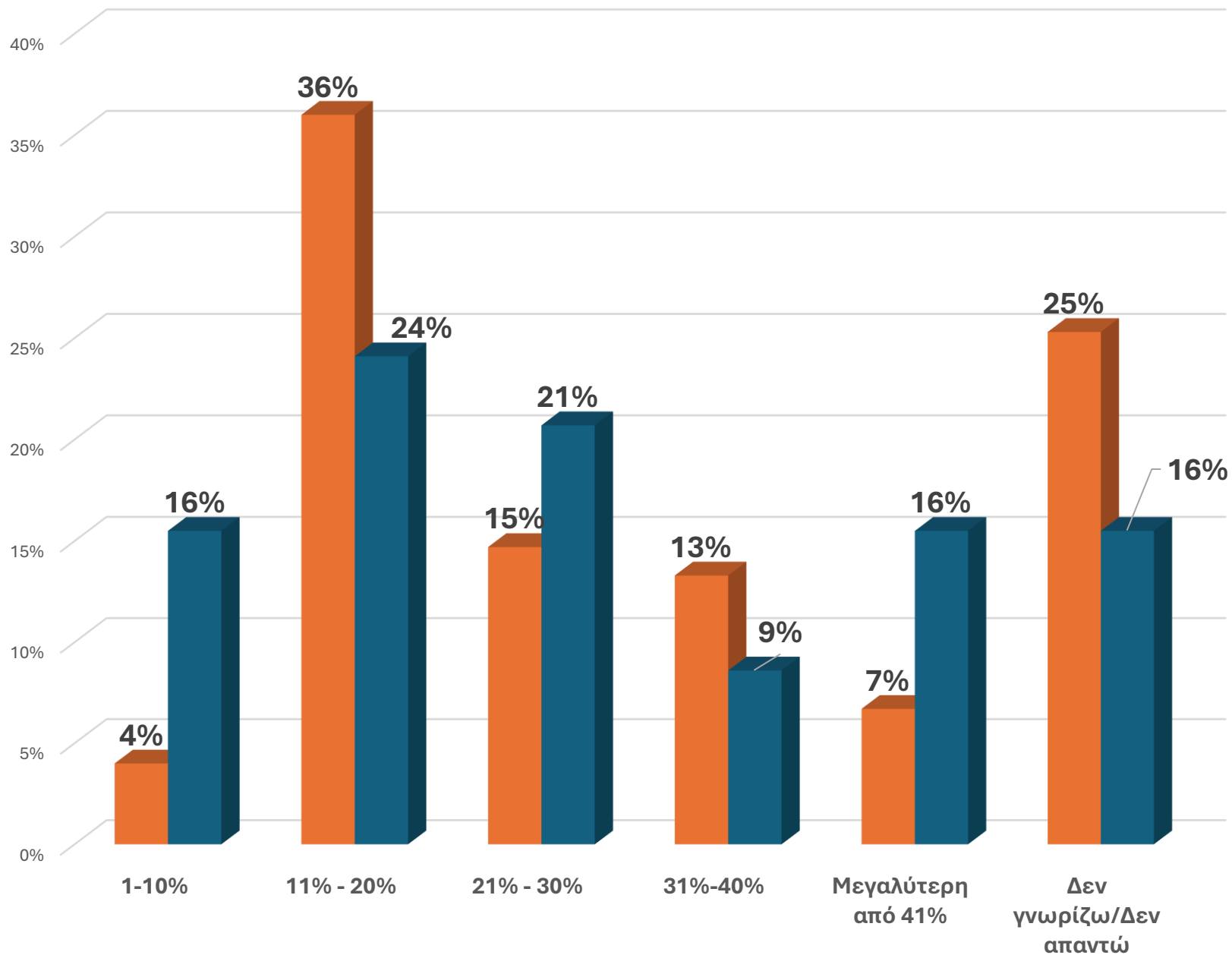


Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων την Πασχαλινή περίοδο συγκριτικά με το 2025 (Από όσες επιχειρήσεις δήλωσαν μείωση)- Περιοχή Αττικής



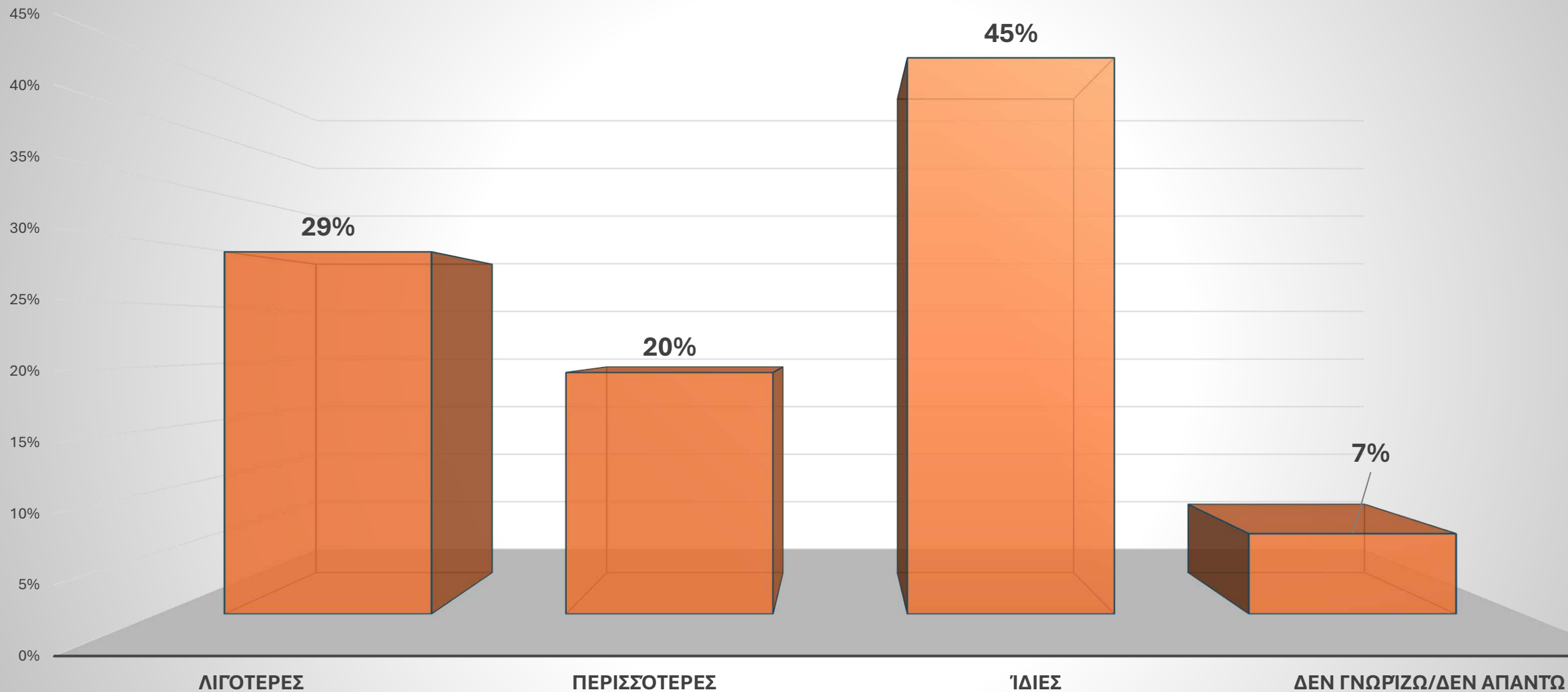
Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων την Πασχαλινή περίοδο συγκριτικά με το 2025 (Απ' όσες επιχειρήσεις δήλωσαν μείωση)

Αττική- Σύνολο δείγματος



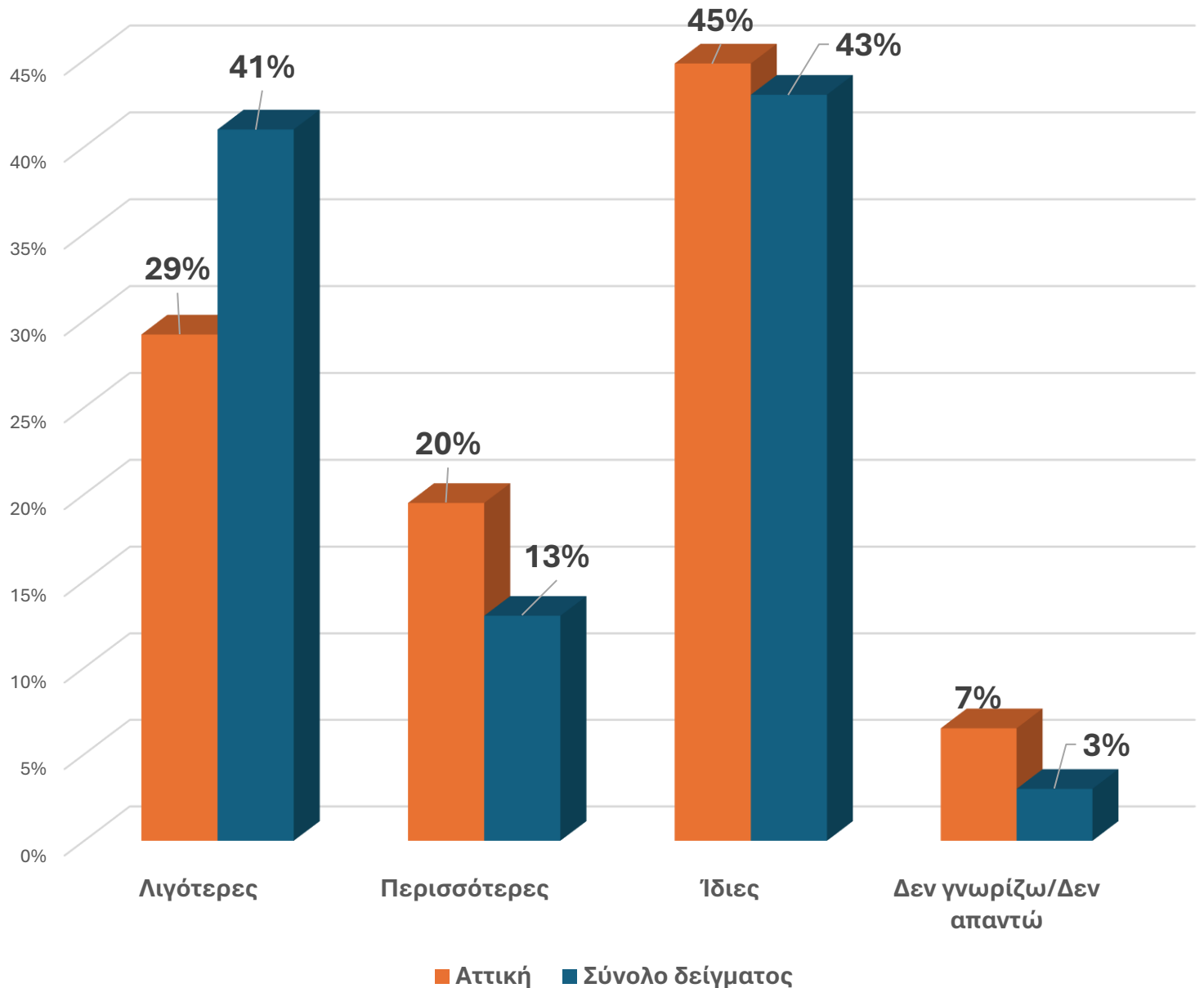
■ Αττική ■ Σύνολο δείγματος

Όγκος παραγγελιών κατά την Πασχαλινή περίοδο από προμηθευτές συγκριτικά με το 2025 (Περιοχή Αττικής)

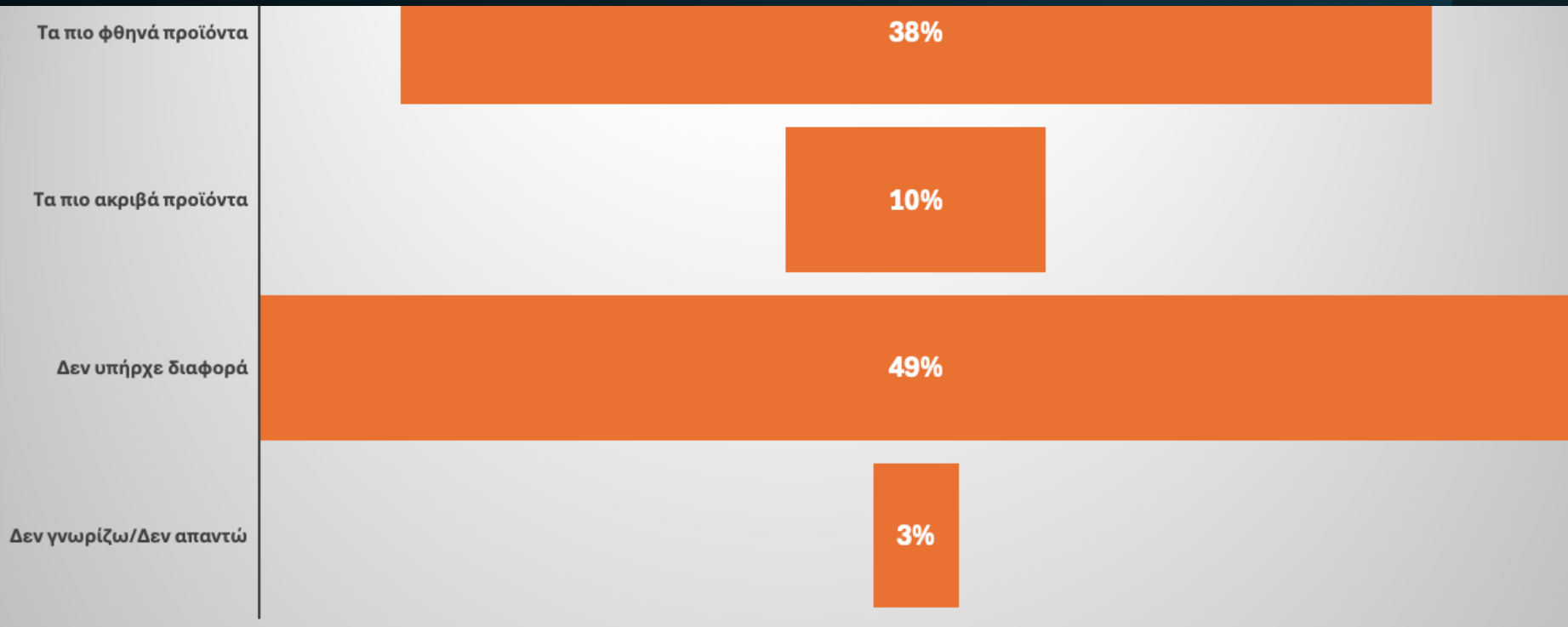


Όγκος παραγγελιών κατά την Πασχαλινή περίοδο από προμηθευτές συγκριτικά με το 2025

Αττική- Σύνολο
δείγματος

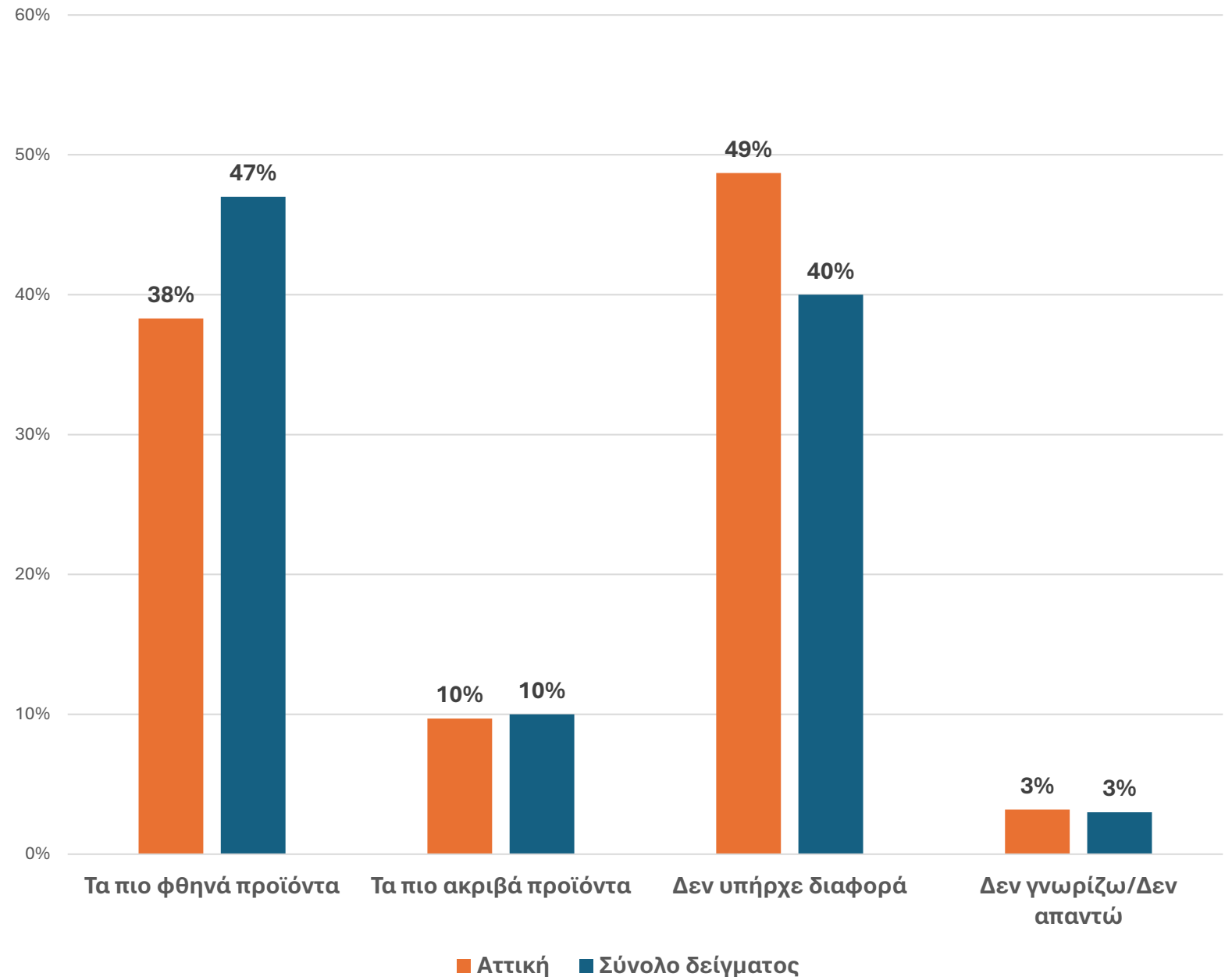


Κατηγορία προϊόντων που πουλήθηκαν περισσότερο κατά την Πασχαλινή περίοδο του 2026 (Περιοχή Αττικής)

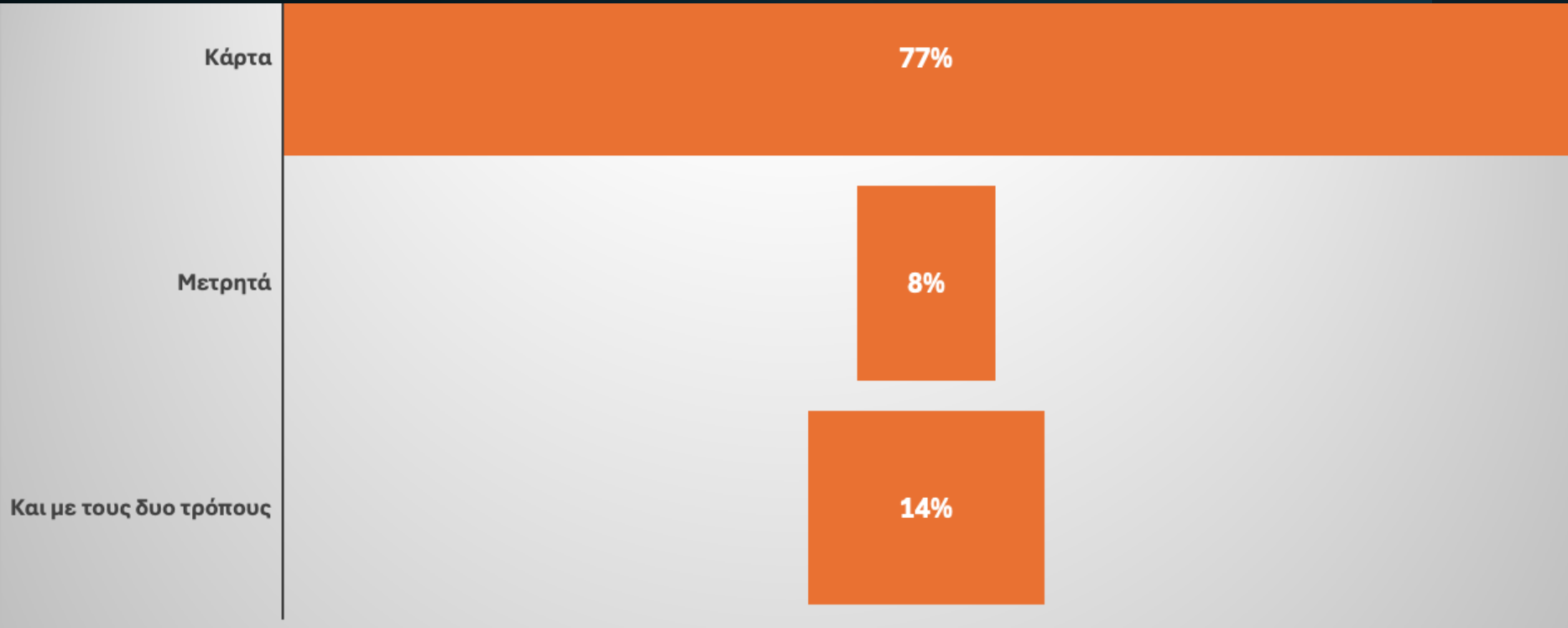


Κατηγορία προϊόντων που πουλήθηκαν περισσότερο κατά την Πασχαλινή περίοδο του 2026

Αττική- Σύνολο δείγματος

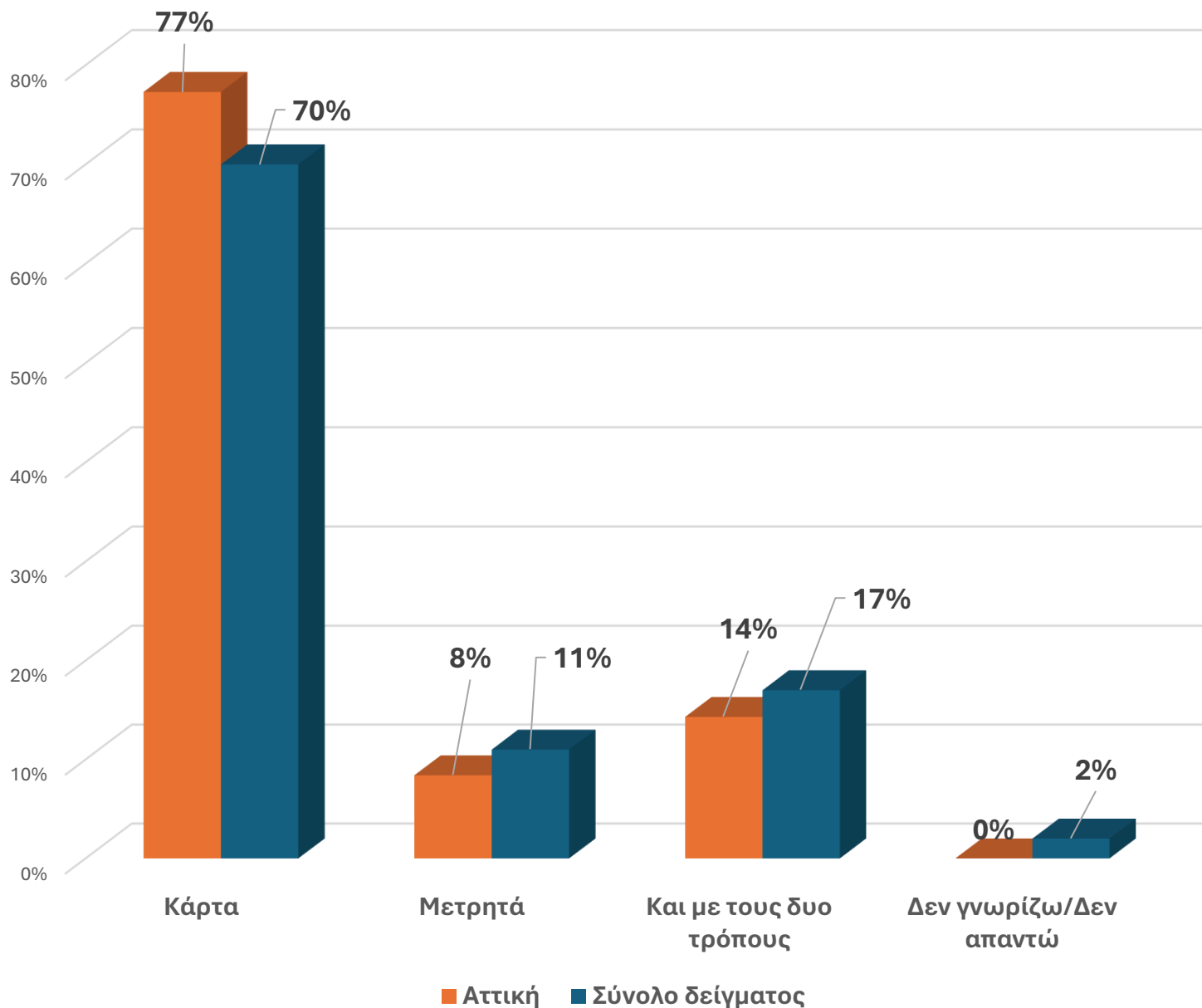


Κύριος τρόπος πληρωμών κατά την Πασχαλινή περίοδο του 2026 (Περιοχή Αττικής)

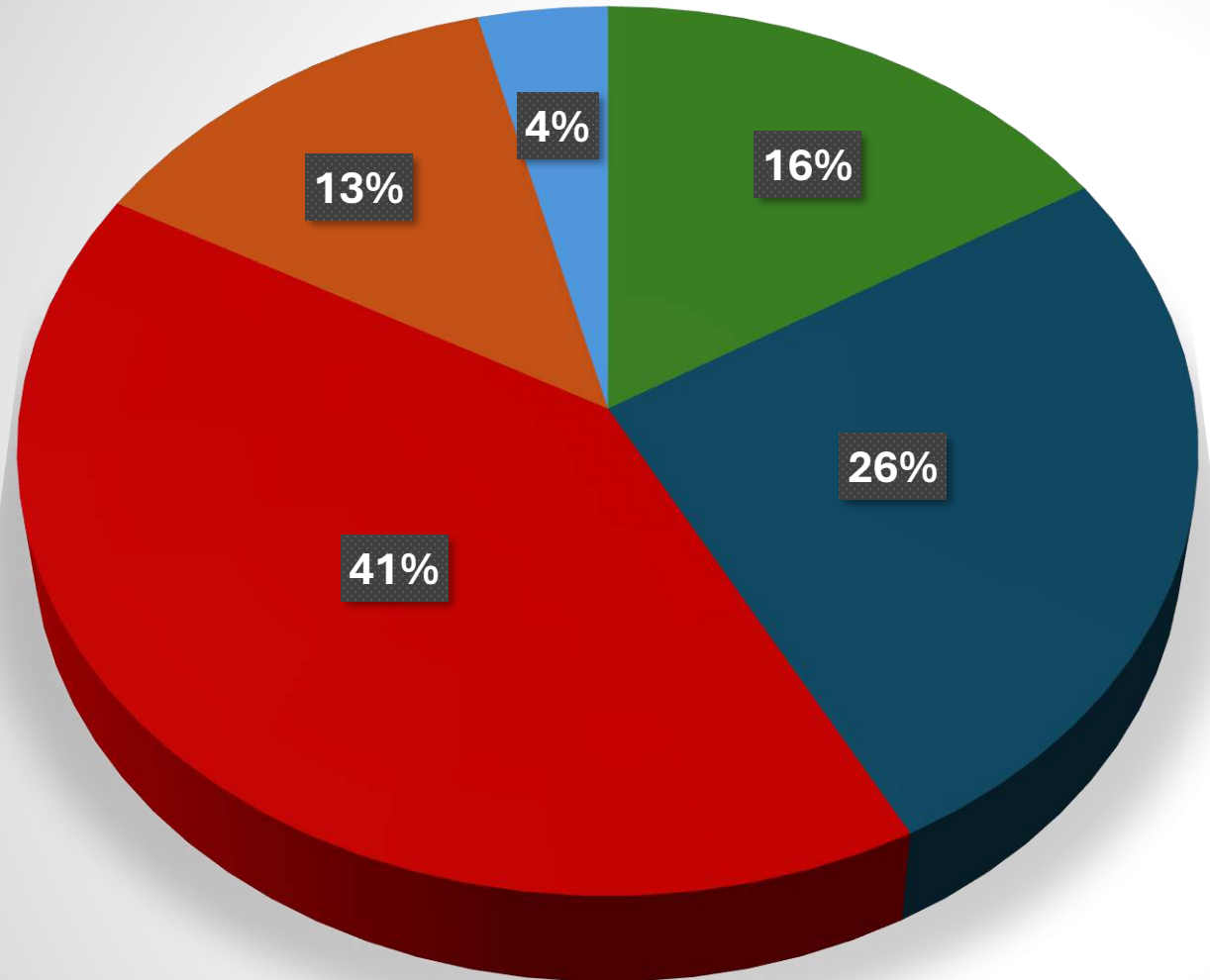


Κύριος τρόπος πληρωμών κατά την Πασχαλινή περίοδο του 2026

Αττική- Σύνολο δείγματος



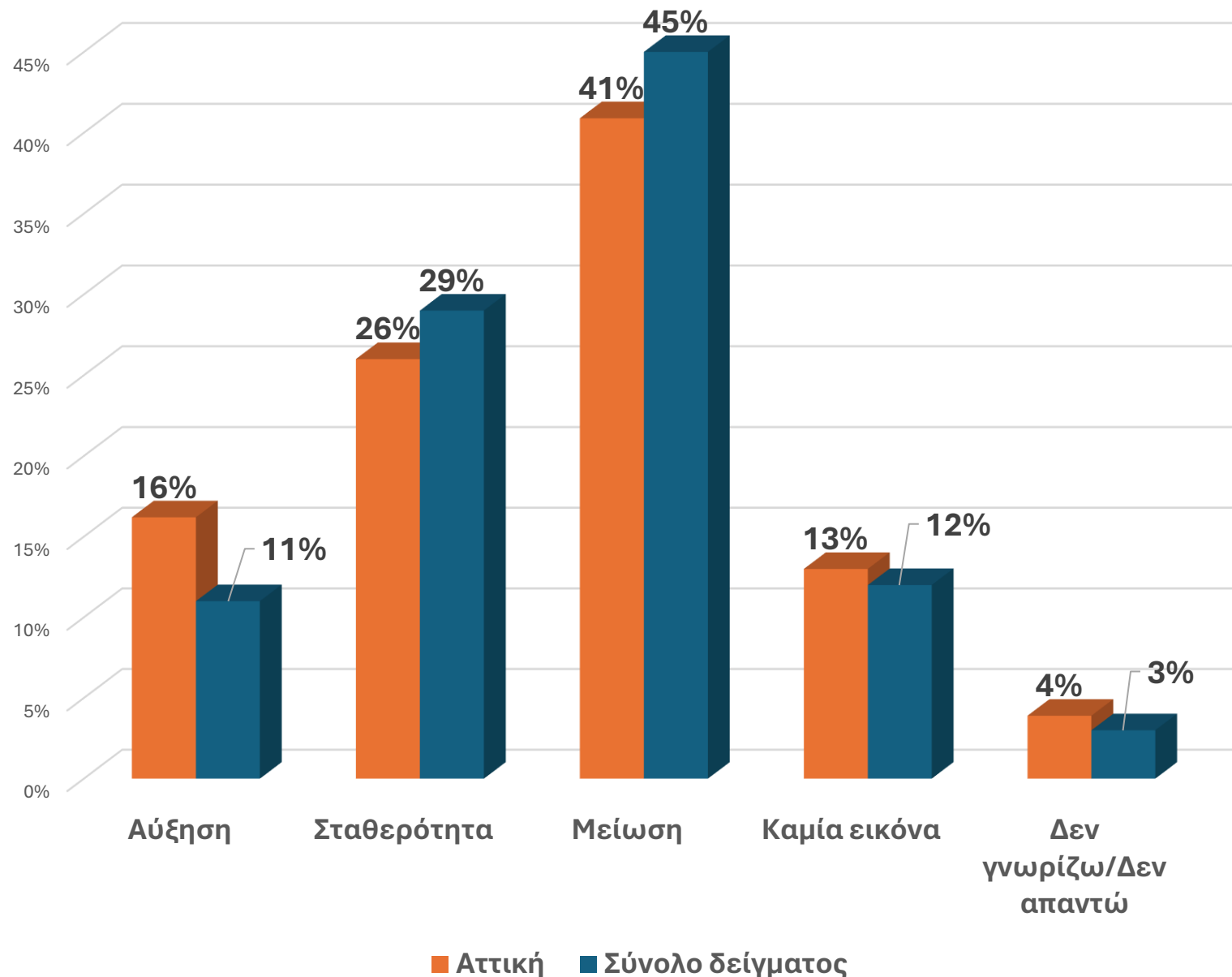
Πορεία πωλήσεων του έτους 2026 συγκριτικά με το 2025 (Περιοχή Αττικής)



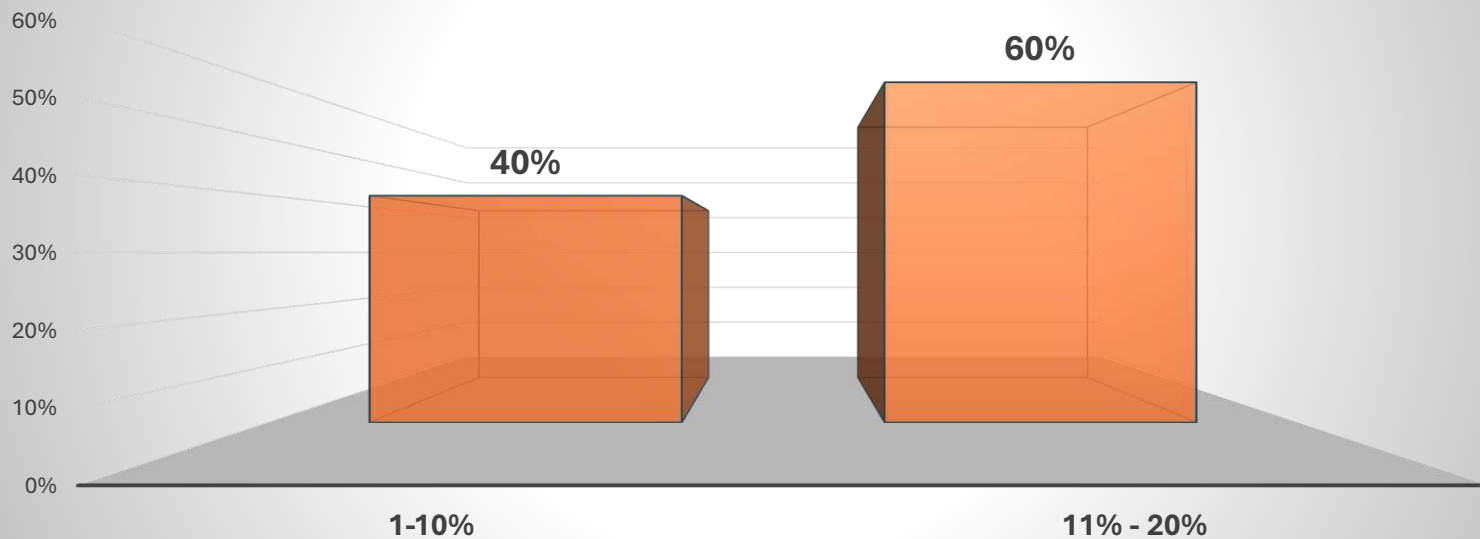
- Αύξηση
- Σταθερότητα
- Μείωση
- Καμία εικόνα
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

Πορεία πωλήσεων του έτους 2026 συγκριτικά με το 2025

Αττική- Σύνολο
δείγματος



Ποσοστό αύξησης των πωλήσεων συγκριτικά με το 2025 (Απ' όσες επιχειρήσεις δήλωσαν αύξηση)- Περιοχή Αττικής

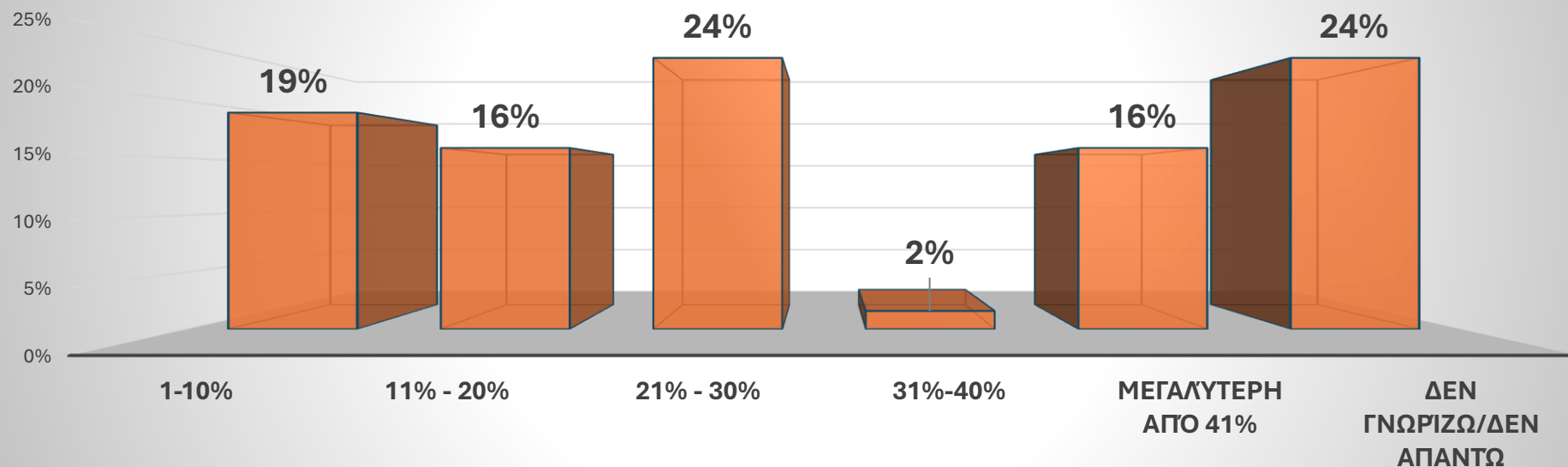


ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS CHAMBER OF TRADESMEN



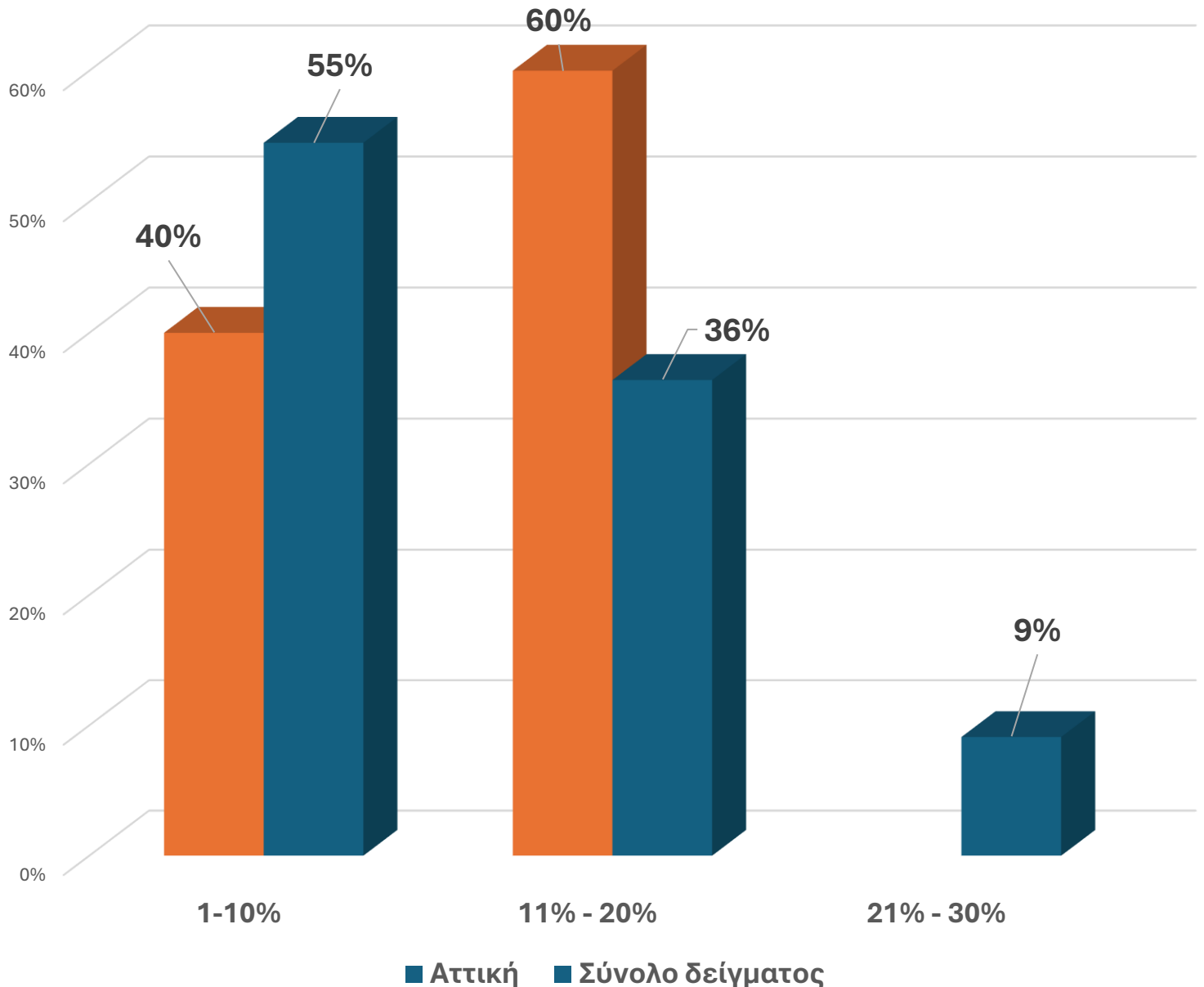
Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝΕΜΥ) της
Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)

Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων συγκριτικά με το 2025 (Απ' όσες επιχειρήσεις δήλωσαν μείωση)- Περιοχή Αττικής



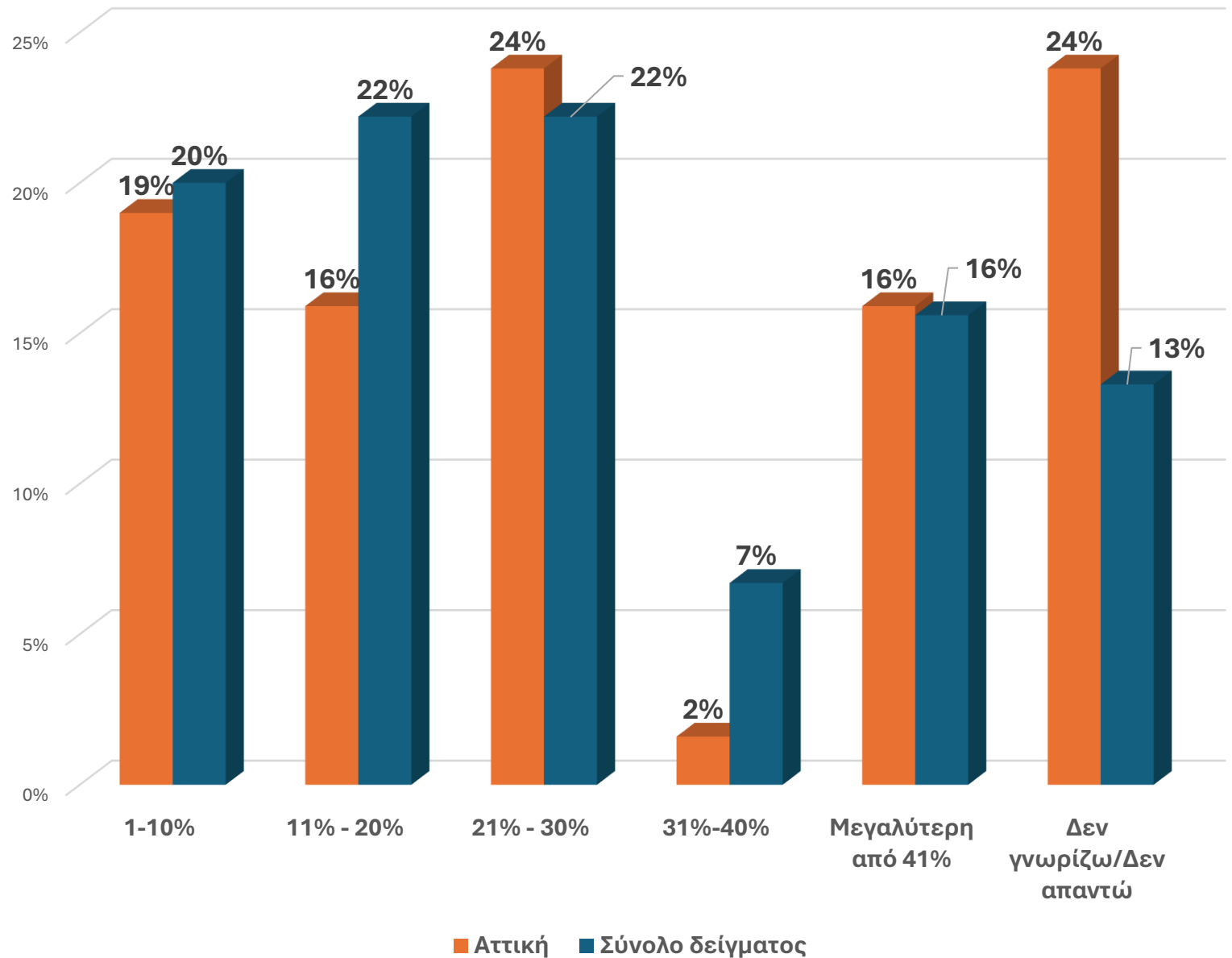
Ποσοστό αύξησης των πωλήσεων συγκριτικά με το 2025 (Από όσες επιχειρήσεις δήλωσαν αύξηση)

Αττική/Σύνολο δείγματος

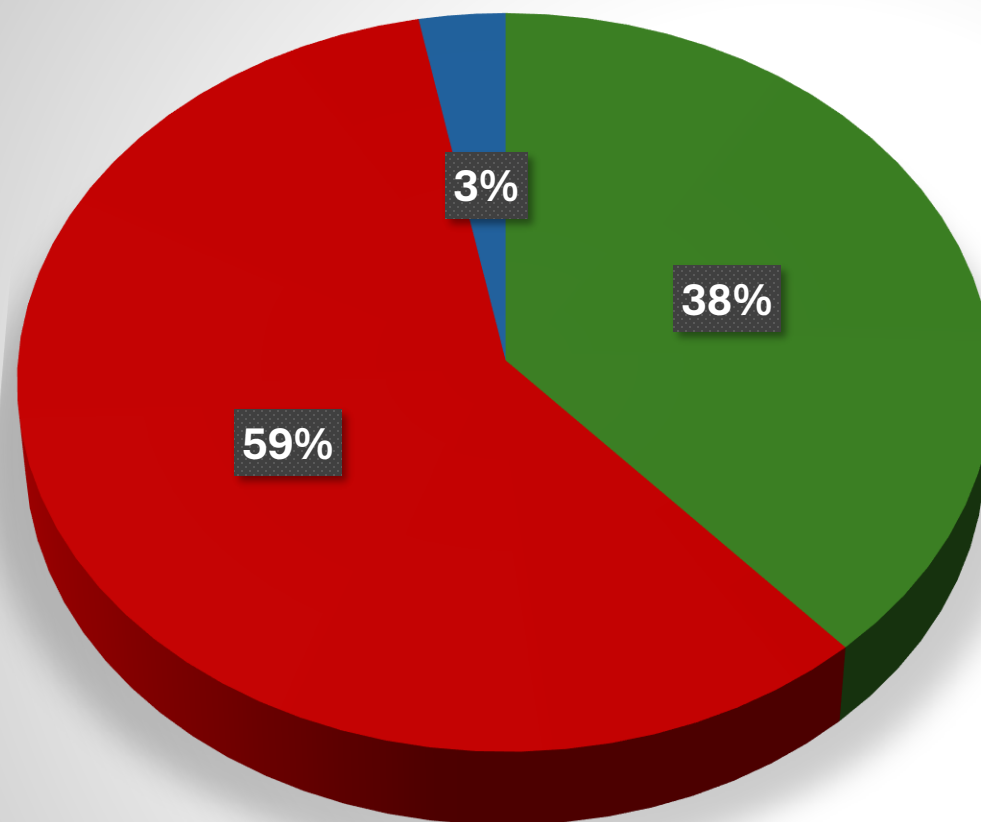


Ποσοστό μείωσης
των πωλήσεων
συγκριτικά με το
2025 (Από όσες
επιχειρήσεις
δήλωσαν μείωση)

Αττική/ Σύνολο
δείγματος



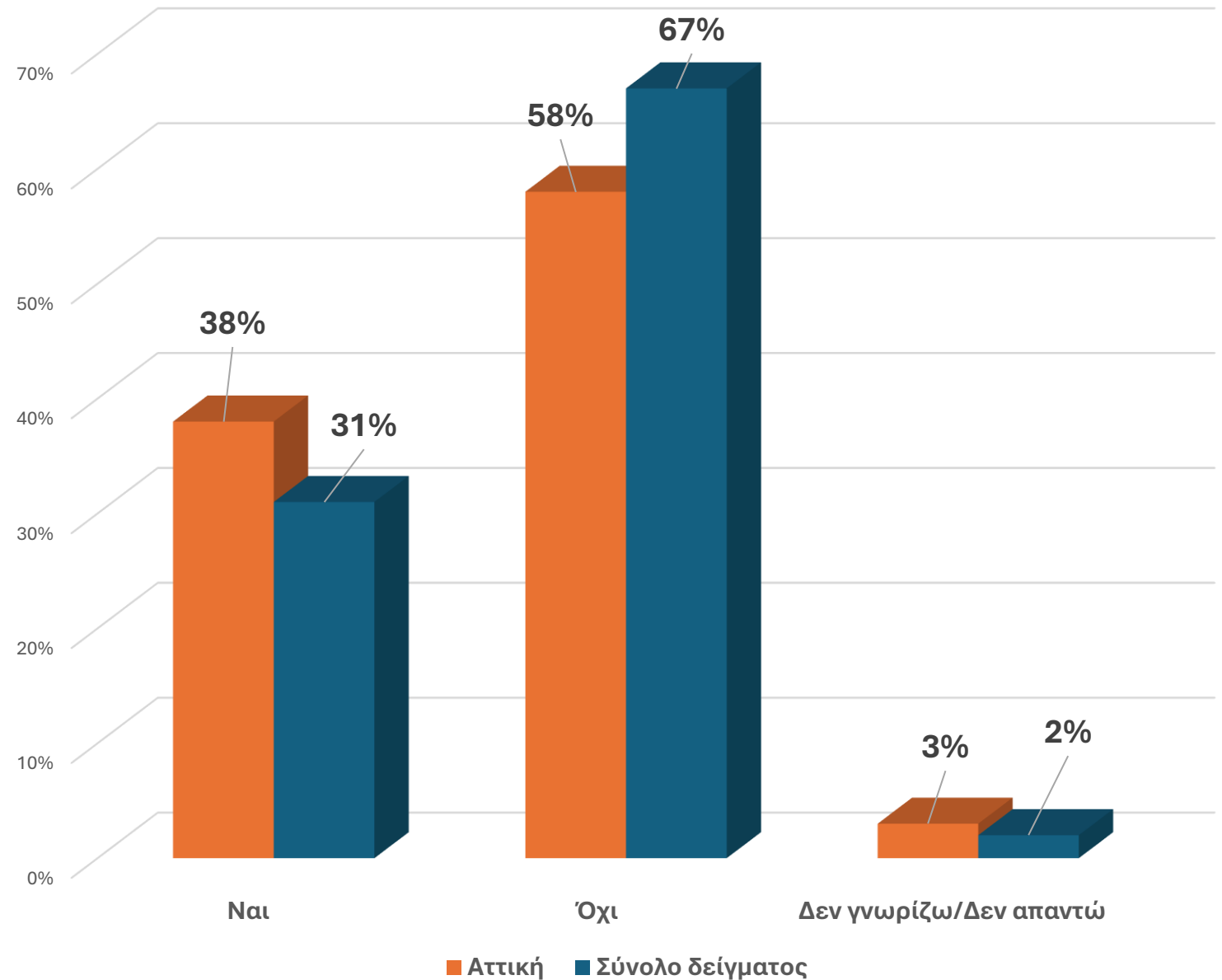
Δυνατότητα
απομακρυσμένων
πωλήσεων πέραν
του φυσικού
καταστήματος
(Περιοχή Αττικής)



- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

Δυνατότητα απομακρυσμένων πωλήσεων πέραν του φυσικού καταστήματος

Αττική- Σύνολο
δείγματος



Ταυτότητα έρευνας

Σκοπός Έρευνας: Διερεύνηση της εμπορικής κίνησης των επιχειρήσεων Λιανικού Εμπορίου κατά την Πασχαλινή περίοδο του έτους 2026.

Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων: Τηλεφωνικές συνεντεύξεις με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου

Μέγεθος Δείγματος: 500 επιχειρήσεις Λιανικού Εμπορίου

Ημερομηνία Διεξαγωγής Έρευνας: 20/04/26 έως 28/04/26

Κάλυψη: Πανελλαδική Πανελλαδική στρωματοποιημένη δειγματοληψία ανά κλάδο δραστηριότητας των επιχειρήσεων & γεωγραφική περιοχή, 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).