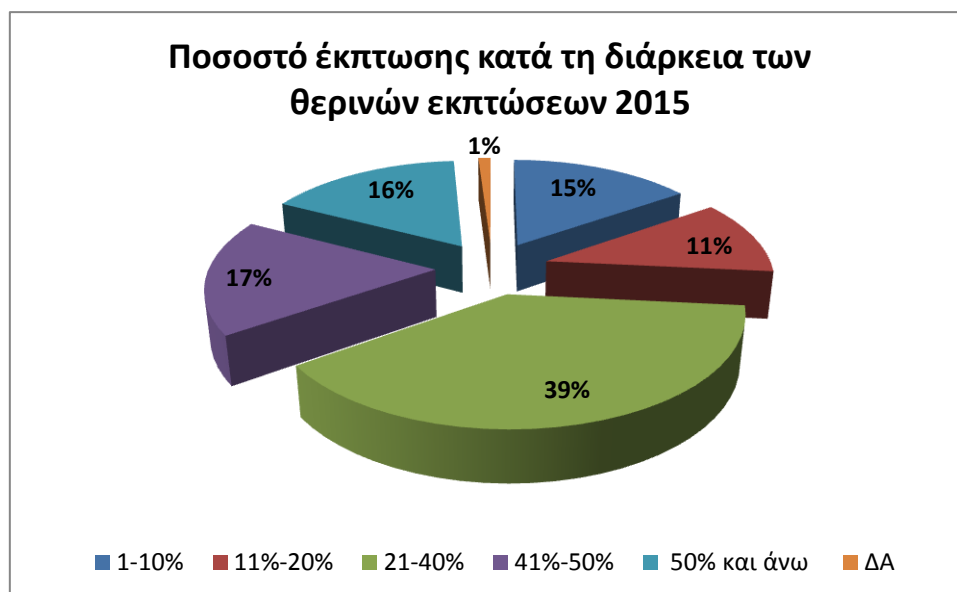


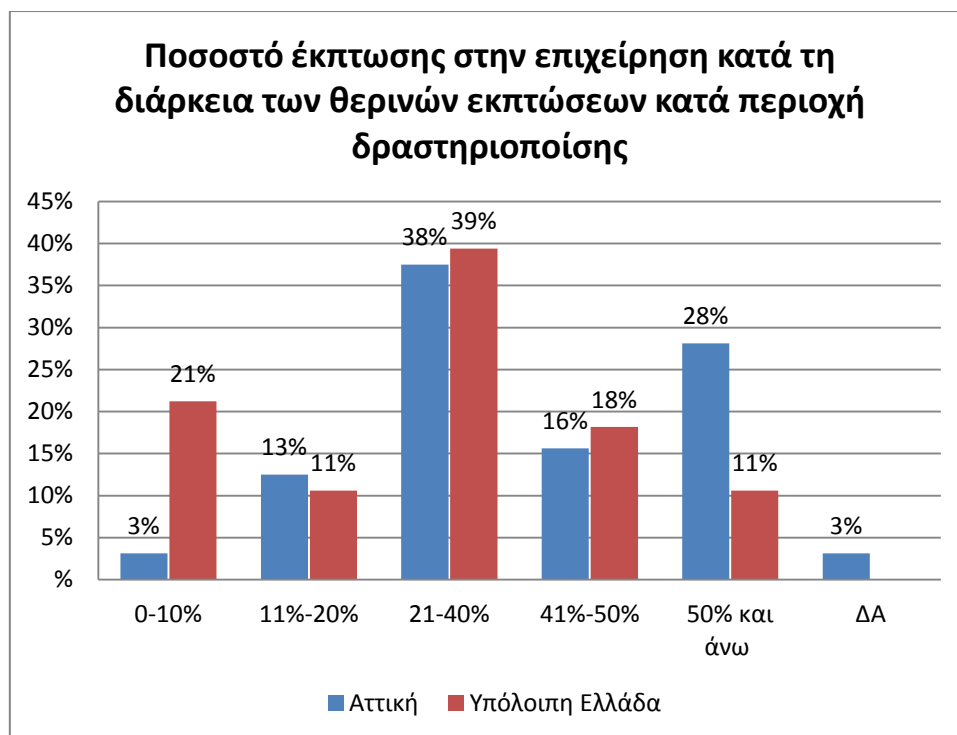
**« Αναλυτικά τα στοιχεία της έρευνας:
Αποτελέσματα των θερινών εκπτώσεων 2015»**

Η ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την περιοδική έρευνα για τις θερινές εκπτώσεις και διερεύννησε τη στάση και τις απόψεις των εμπόρων για το άνοιγμα των Κυριακών. Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα 98 εμπορικών επιχειρήσεων σε παραδοσιακές εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας. Επίσης καταγράφηκαν οι απόψεις πολλών Εμπορικών Συλλόγων από όλη τη χώρα.

Εκπτώσεις

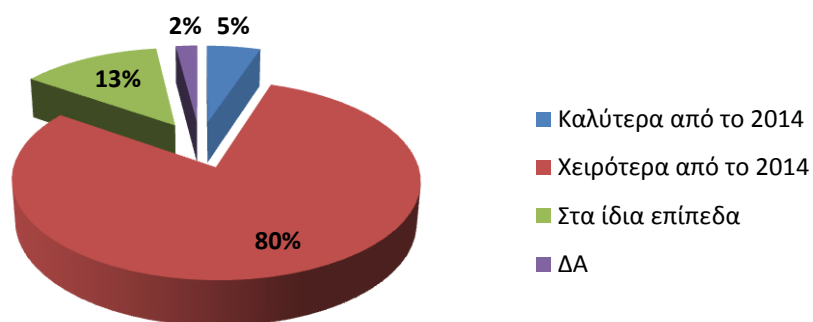
Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων, το επίπεδο των εκπτώσεων ήταν μεταξύ 20% και 40%, συγκεκριμένα περίπου 4 στις 10 επιχειρήσεις διαμόρφωσαν τις εκπτώσεις τους σε αυτό το εύρος. Επίσης μία στις τρεις επιχειρήσεις είχαν εκπτώσεις στα προϊόντα τους άνω του 40%, ποσοστό που καταγράφηκε σχεδόν πανομοιότυπο και στις προηγούμενες 2 εκπτωτικές περιόδους, χειμερινές 2015 και θερινές 2014. Στην περιφέρεια της Αττικής παρατηρείται μία τάση των επιχειρήσεων να έχουν μεγαλύτερες εκπτώσεις σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις σε όλο τον υπόλοιπο ελλαδικό χώρο. Ενδεικτικά να αναφερθεί ότι έκπτωση ύψους 1%-10% πραγματοποίησε το 3% των επιχειρήσεων στην Αττική ενώ στην υπόλοιπη Ελλάδα το 21%, ενώ μεγάλες εκπτώσεις, 50% και άνω, στην Αττική πραγματοποίησε το 28% ενώ στην υπόλοιπη Ελλάδα το 11% των επιχειρήσεων.





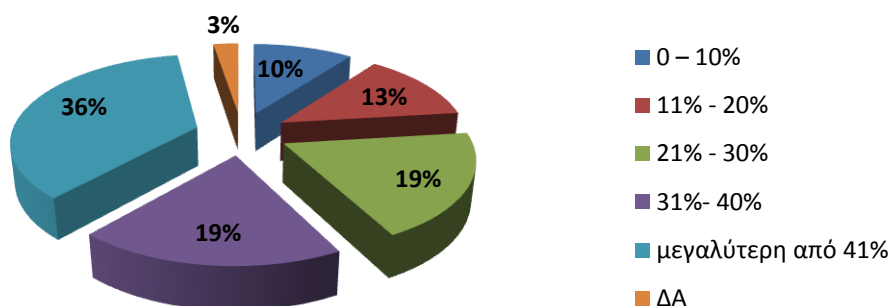
Η θερινή εκπωτική περίοδος, όσον αφορά τις πωλήσεις, κινήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα από την αντίστοιχη περσινή για 8 στις 10 επιχειρήσεις. Το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι έχουν μικρότερο τζίρο σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος αυξάνεται στις δύο τελευταίες εκπωτικές περιόδους. Συγκεκριμένα στις θερινές εκπτώσεις του 2014 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 54% και στις χειμερινές του 2015 διαμορφώθηκε στο 70%. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που είδαν το τζίρο τους να κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με τα περσινά ήταν 13% και σε καλύτερα επίπεδα μόλις το 5%. Το συντριπτικό ποσοστό των επιχειρήσεων με μικρότερες πωλήσεις, της τάξης του 80%, δεν διαφοροποιείται στατιστικά σημαντικά από κανέναν δημογραφικό παράγοντα των επιχειρήσεων, δηλαδή διαμορφώνεται μία καθολική δυσμενής κατάσταση στον επιχειρηματικό κόσμο ανεξάρτητα του μεγέθους της επιχείρησης, της περιοχής και του κλάδου δραστηριοποίησης.

Πωλήσεις στις θερινές εκπτώσεις του 2015 συγκριτικά με το 2014



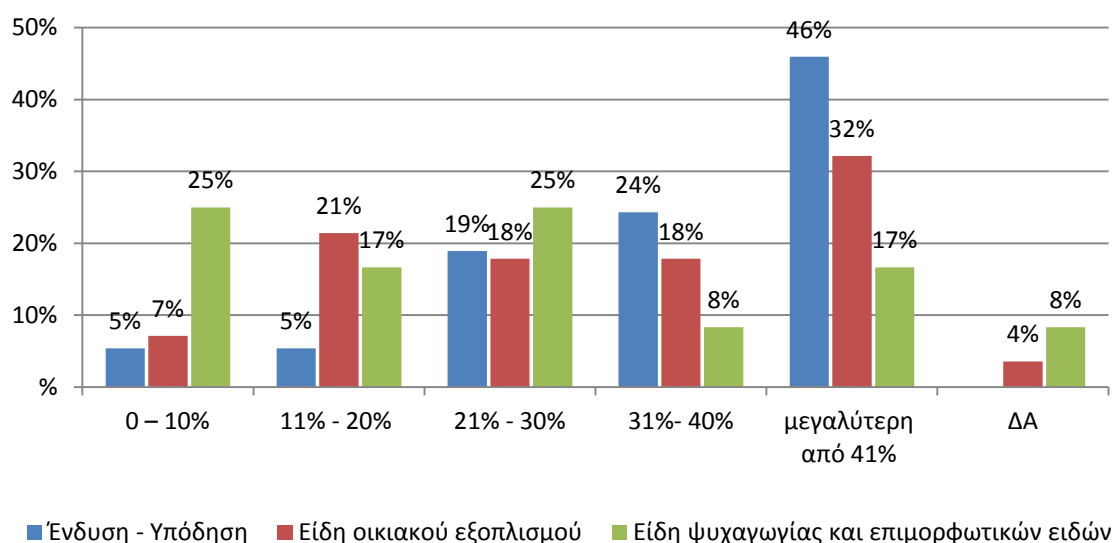
Όσον αφορά το μέγεθος της μείωσης των πωλήσεων διαπιστώθηκε ότι για μία στις δύο επιχειρήσεις συρρικνώθηκε ο τζίρος της πάνω από ένα τρίτο σε σύγκριση με το 2014. Αναλυτικότερα μία στις τρεις επιχειρήσεις εμφάνισε απώλεια τζίρου μεγαλύτερη του 41%, μία στις πέντε 31% με 40%, και 21% με 30% καθώς και μία στις δέκα είχε μικρότερες πωλήσεις μεταξύ 11% έως 20% και 1% έως 10%.

Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων τη θερινή εκπτωτική περίοδο του 2015 σε σύγκριση με το 2014



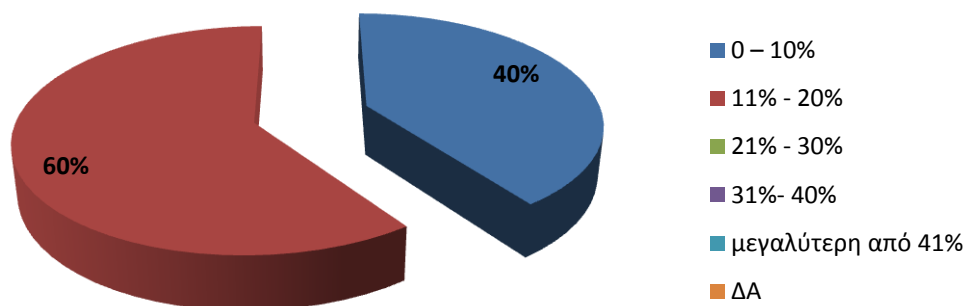
Η ανάλυση της ερώτησης για το ύψος των απωλειών, κατά κλάδο δραστηριοποίησης, αναδεικνύει ότι μεγαλύτερη πίεση δέχονται οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου ένδυσης και υπόδησης, για τις οποίες το ποσοστό που είδε τον τζίρο τους να συρρικνώνεται πάνω από 30% ανέρχεται στο 70% των περιπτώσεων. Αντιθέτως ο κλάδος του λιανικού εμπορίου ειδών ψυχαγωγίας και επιμορφωτικών ειδών δέχεται τη μικρότερη πίεση, αφού το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται στο 25% των περιπτώσεων.

Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων κατά κλάδο δραστηριοποίησης



Οι επιχειρήσεις που είχαν αύξηση των πωλήσεων σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, παρουσιάζουν πολύ μικρά ποσοστά αύξησης. Συγκεκριμένα το 40% των περιπτώσεων δήλωσε ότι παρουσίασε αύξηση των πωλήσεων μεταξύ 1% και 10%, ενώ οι υπόλοιπες μεταξύ 11% και 20%.

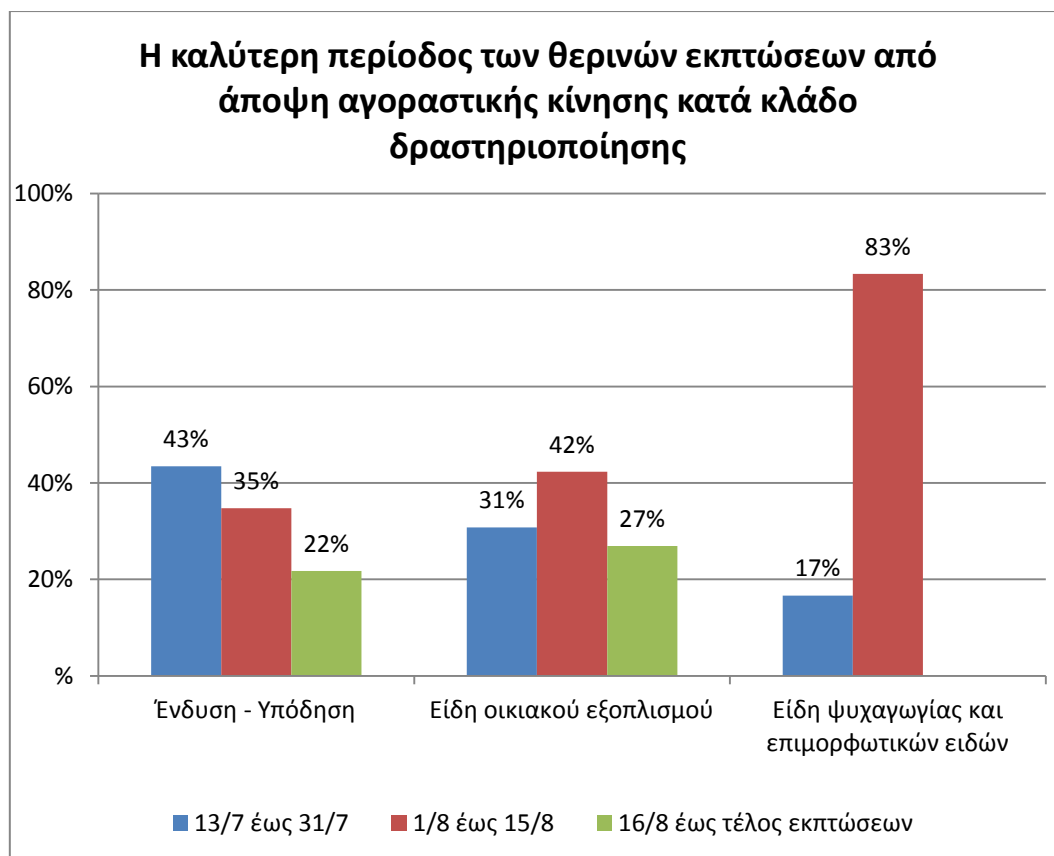
Ποσοστό αύξησης των πωλήσεων τη θερινή εκπτωτική περίοδο του 2015 σε σύγκριση με το 2014



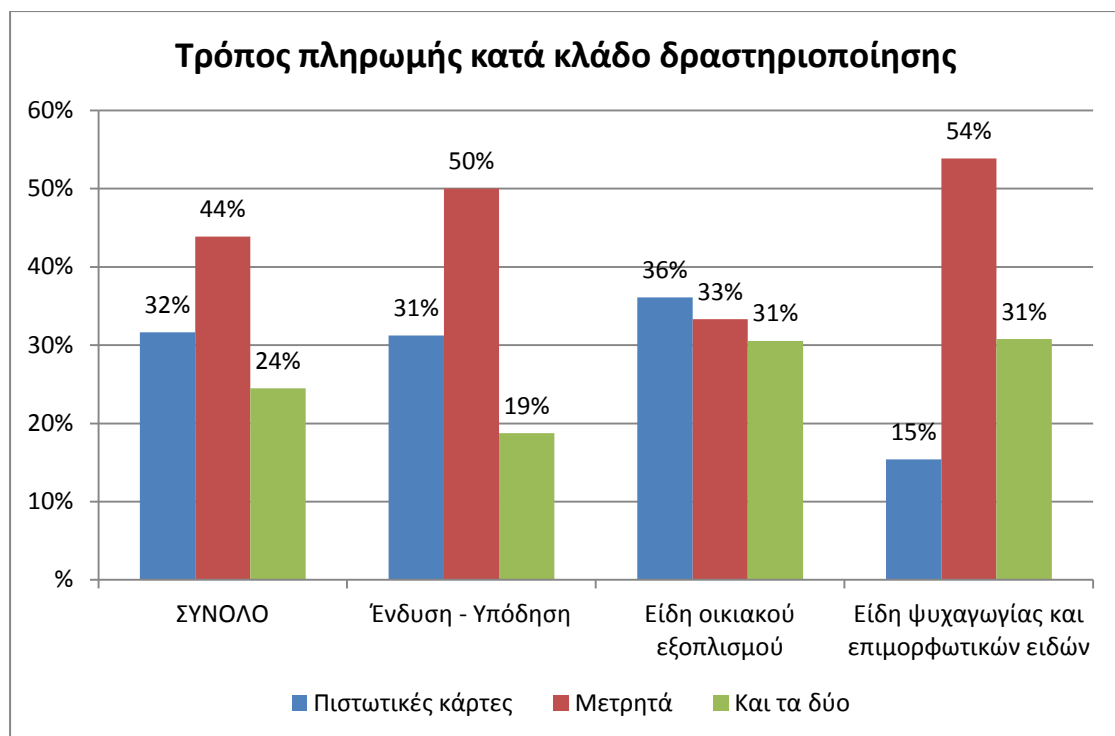
Η πλειονότητα των ερωτώμενων, δήλωσε ότι η καλύτερη περίοδος των θερινών εκπτώσεων ήταν το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου σε ποσοστό 44%, ακολουθεί η περίοδος 13/7/2015 έως 31/7/2015 με ποσοστό 35% και τέλος η περίοδος 16/8/2015 έως το τέλος των εκπτώσεων με ποσοστό 21%.



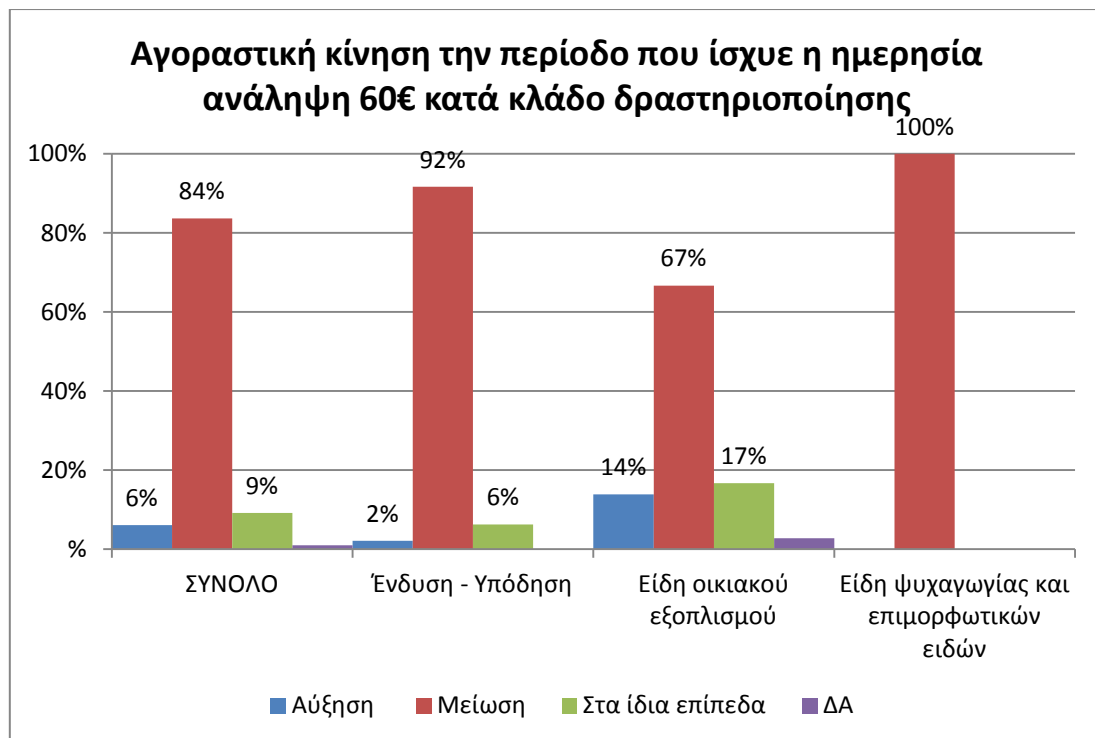
Το πρότυπο αυτό ακολουθούν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται είτε στο λιανικό εμπόριο οικιακού εξοπλισμού, είτε στο λιανικό εμπόριο ειδών ψυχαγωγίας και επιμορφωτικών ειδών. Αντιθέτως οι επιχειρήσεις ένδυσης-υπόδησης διαφοροποιούνται δηλώνοντας ότι η καλύτερη περίοδος των θερινών εκπτώσεων ήταν το δεκαπενθήμερο του Ιουλίου σε ποσοστό 44% και σε συνέχεια το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου σε ποσοστό 35%.



Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις στην ερώτηση για τον τρόπο πληρωμής των αγορών κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων. Το 44% των ερωτώμενων δήλωσε ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούσαν κυρίως μετρητά, το 32% κυρίως πιστωτικές κάρτες και το υπόλοιπο 24% και τους δύο τρόπους το ίδιο. Αν συγκριθούν τα ποσοστά αυτά με τα αντίστοιχα περσινά παρατηρείται ότι η χρήση των πιστωτικών καρτών δεκαπλασιάστηκε, δεδομένου ότι στις θερινές εκπτώσεις του 2014 η απάντηση αυτή είχε συγκεντρώσει μόλις το 3% των περιπτώσεων. Να σημειωθεί επίσης ότι την περίοδο των θερινών εκπτώσεων του 2014 το 80% προτίμησε να πληρώσει με μετρητά για τις αγορές του, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από το φετινό. Επιπροσθέτως η χρήση του πλαστικού χρήματος αποτέλεσε την πρώτη επιλογή στην αγορά προϊόντων που συσχετίζονται με τον οικιακό εξοπλισμό όπως έπιπλα, ηλεκτρικές συσκευές κτλ. με ποσοστό 36%, έναντι των μετρητών που το ποσοστό διαμορφώθηκε στο 33%. Είναι προφανές ότι η στροφή του αγοραστικού κοινού στη χρήση πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, για ακριβές κυρίως αγορές στις θερινές εκπτώσεις του 2015, οφείλεται στο γεγονός ότι η εκπτωτική περίοδος συνέπεσε με το μέτρο του ελέγχου κίνησης κεφαλαίων.



Ο κλάδος των ειδών οικιακού εξοπλισμού είναι αυτός που πείστηκε λιγότερο την περίοδο που ίσχυε η ημερήσια ανάληψη μετρητών έως 60€. Δύο στις τρεις επιχειρήσεις του κλάδου είδαν μείωση στην αγοραστική κίνηση, το 17% δεν παρατήρησε κάποια αλλαγή ενώ το 14% αναφέρει ότι υπήρξε αύξηση της αγοραστικής κίνησης παρά την επιβολή του μέτρου. Για τους άλλους δύο κλάδους η κατάσταση ήταν άκρως απογοητευτική αφού η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρηματιών δήλωσε ότι υπήρξε μείωση της αγοραστικής κίνησης. Συγκεκριμένα για τον κλάδο της ένδυσης-υπόδησης το ποσοστό ανέρχεται στο 92% και για τον κλάδο των ειδών ψυχαγωγίας και επιμορφωτικών ειδών στο απόλυτο 100%.



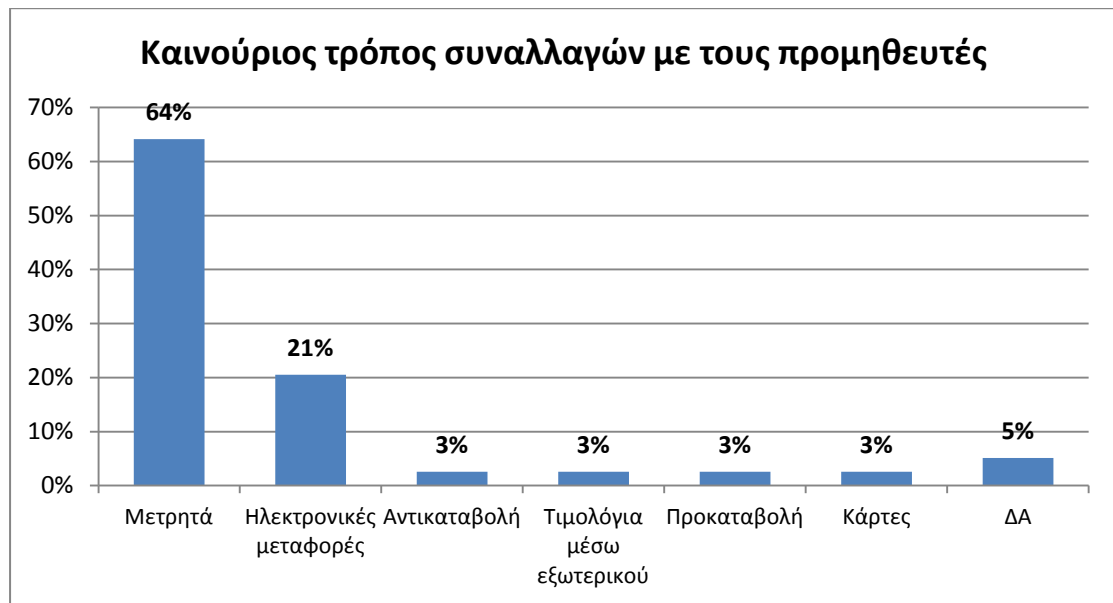
Εκτός από τη μείωση της αγοραστικής κίνησης που προέκυψε λόγω του μέτρου, επιπλέον η επιβολή του επέφερε στην πλειονότητα του επιχειρηματικού κόσμου σημαντικά προβλήματα στις συναλλαγές με τους προμηθευτές τους. Συγκεκριμένα οχτώ στους δέκα επιχειρηματίες δήλωσαν ότι ανέκυψαν σημαντικές δυσκολίες στις συναλλαγές ανεξαρτήτως οποιουδήποτε δημογραφικού παράγοντα της επιχείρησης, ενώ ένας στους πέντε δήλωσε ότι δεν αντιμετώπισε τέτοιου είδους προβλήματα.



Το γεγονός ότι οι περισσότεροι έμποροι αυτή τη στιγμή αντιμετωπίζουν τέτοιου είδους δυσκολίες δεν έχει άμεση συνέπεια στον τρόπο με τον οποίο συναλλάσσονται με τους προμηθευτές τους. Το 57% δηλώνει ότι δεν έχει αλλάξει τον τρόπο συναλλαγής, ενώ το 40% ακολούθησε κάποιον άλλον τρόπο πέρα από τον σύνηθες που χρησιμοποιούσε, ώστε να ανταπεξέλθει στα προβλήματα που δημιουργήθηκαν.



Από το 40% ζητήθηκε να δηλώσει ποίος είναι ο καινούριος τρόπος που χρησιμοποιεί πλέον για τις συναλλαγές με τους προμηθευτές του και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο επόμενο γράφημα. Η χρήση μετρητών έρχονται ως πρώτη εναλλακτική επιλογή σε ποσοστό 64% και εν συνεχεία οι ηλεκτρονικές μεταφορές χρημάτων με ποσοστό 21%.



Στο πλαίσιο της έρευνας, οι έμποροι ρωτήθηκαν εάν άνοιξαν τα καταστήματά τους την Κυριακή 19 Ιουλίου.

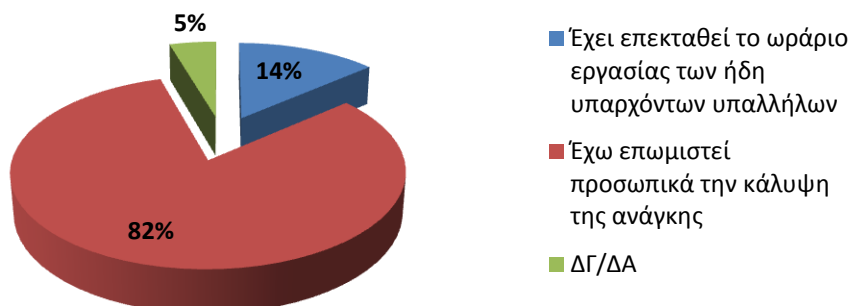
Για τα καταστήματα που άνοιξαν παρατηρείται ότι μόλις το 5% των επιχειρηματιών πιστεύει ότι το άνοιγμα του καταστήματος την Κυριακή επηρέασε θετικά τον συνολικό τζίρο της θερινής εκπωτικής περιόδου και το 27% ότι δεν επηρεάστηκε. Εντυπωσιακό είναι το ποσοστό που δηλώνει ότι το άνοιγμα επηρέασε αρνητικά τις πωλήσεις τους εντός των εκπτώσεων, το οποίο ανέρχεται σε 68%. Δεδομένου ότι μία επιπλέον μέρα λειτουργίας κάποιου καταστήματος δεν μπορεί να μειώσει τον συνολικό τζίρο, το πιθανότερο είναι ότι οι επιχειρηματίες απάντησαν σκεπτόμενοι ότι δεν είχαν τον προσδοκώμενο τζίρο τη συγκεκριμένη μέρα, οπότε κρίνουν το μέτρο αρνητικά. Υπάρχει βέβαια και η περίπτωση να ισχύει ότι η λειτουργία των καταστημάτων τις Κυριακές οδηγεί περισσότερο κόσμο σε μεγάλα εμπορικά καταστήματα από ότι τις καθημερινές, οπότε το άνοιγμα να έχει όντως αρνητική

επίδραση στις συνολικές πωλήσεις της εκπτώτικής περιόδου στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.



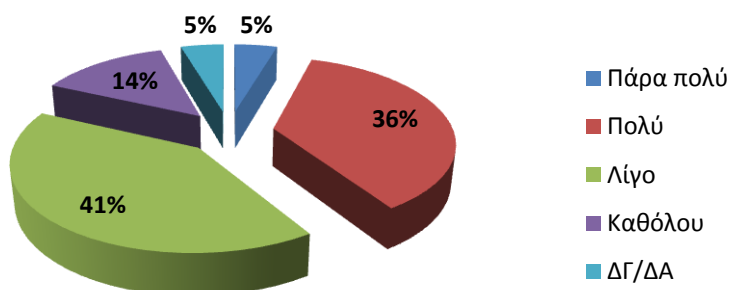
Σε ακόμα μία έρευνα επιβεβαιώνεται ότι το άνοιγμα των καταστημάτων τις Κυριακές δεν είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης. Μόλις το 5% δηλώνει ότι έχει προσλάβει επιπλέον υπάλληλο λόγω του ότι ανοίγει τις Κυριακές. Η πλειονότητα σε ποσοστό 82% έχει επωμιστεί προσωπικά την κάλυψη της συγκεκριμένης ανάγκης και το υπόλοιπο 14% των επιχειρήσεων έχει επεκτείνει το ωράριο των ήδη υπαρχόντων υπαλλήλων.

**Πως καλύπτουν την ανάγκη απασχόλησης
προσωπικού για τη λειτουργία του
καταστήματος την Κυριακή**

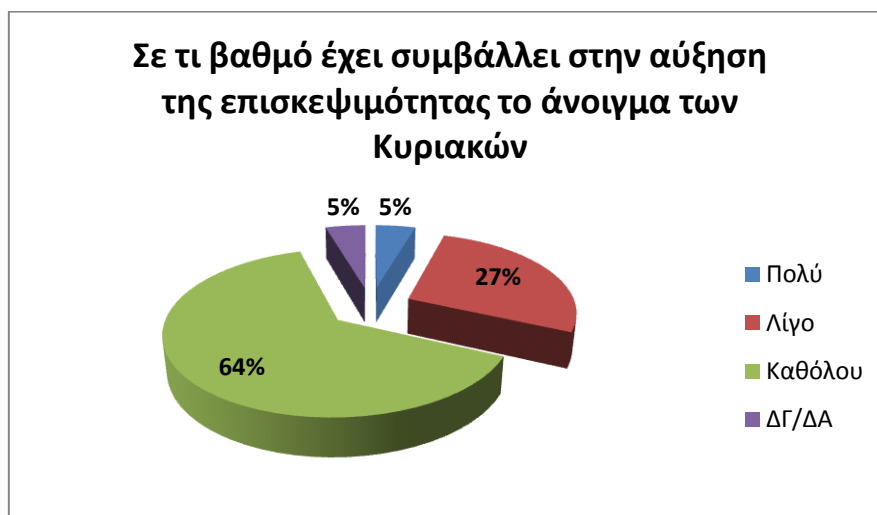


Όσον αφορά το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης, το 82% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι επιβαρύνεται σε κάποιο βαθμό από το άνοιγμα των Κυριακών, ενώ το 14% δήλωσε ότι δεν έχει επιβαρυνθεί καθόλου. Οι επιχειρηματίες που φέρεται να έχουν επιβαρυνθεί από το συγκεκριμένο μέτρο είναι μοιρασμένοι, με τους μισούς να δηλώνουν ότι η επιβάρυνση είναι είτε πάρα πολύ μεγάλη, είτε πολύ μεγάλη και τους άλλες μισούς να δηλώνουν ότι το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης έχει επιβαρυνθεί λίγο.

**Σε τι βαθμό έχει επιβαρύνει το λειτουργικό
κόστος του καταστήματος το άνοιγμα των
Κυριακών**



Τέλος, η επισκεψιμότητα, στο 64% των επιχειρήσεων δεν έχει αυξηθεί καθόλου από το γεγονός ότι παραμένουν ανοιχτά τις Κυριακές. Το 27% των επιχειρηματιών διακρίνει μία μικρή αύξηση ενώ μόλις το 5% δηλώνει ότι το άνοιγμα της επιχείρησής του τις Κυριακές αύξησε κατά πολύ την επισκεψιμότητα.



Πίνακας 1: Εκτιμήσεις 60 Εμπορικών Συλλόγων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών κατά τη διάρκεια των Θερινών Εκπτώσεων	
Εμπορικοί Σύλλογοι	Μεταβολή (%) τζίρου κατά τη διάρκεια των Θερινών Εκπτώσεων 2015/2014
1. Ε.Σ. Αθηνών	Πτώση 31-40%
2. Ε.Σ. Θεσσαλονίκης	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
3. Ε.Σ. Πειραιώς	Πτώση 11-20%
4. Ε.Σ. Πάτρας	Πτώση 31-40%
5. Ε.Σ. Ηρακλείου	Πτώση 31-40%
6. Ε.Σ. Χανίων	Πτώση 31-40%
7. Ε.Σ. Βόλου	Πτώση 31-40%
8. Ε.Σ. Λάρισας	Πτώση 0-10%
9. Ε.Σ. Χαλανδρίου	Πτώση 31-40%
10. Ε.Σ. Περιστερίου	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
11. Ε.Σ. Γλυφάδας	Πτώση 11-20%
12. Ε.Σ. Ν. Ιωνίας	Πτώση 11-20%
13. Ε.Σ. Παλαιού Φαλήρου	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
14. Ε.Σ. Νίκαιας	Πτώση 21-30%
15. Ε.Σ. Γαλατσίου	Πτώση 11-20%
16. Ε.Σ. Καλλιθέας	Πτώση 11-20%
17. Ε.Σ. Μοσχάτου	Πτώση 11-20%

18. Ε.Σ. Κηφισιάς	Πτώση 0-10%
19. Ε.Σ. Αμαρουσίου	Πτώση 21-30%
20. Ε.Σ. Ρεθύμνου	Πτώση 21-30%
21. Ε.Σ. Γιαννιτσών	Πτώση 31-40%
22. Ε.Σ. Βέροιας	Πτώση 11-20%
23. Ε.Σ. Ναυπλίου	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
24. Ε.Σ. Κορίνθου	Πτώση 11-20%
25. Ε.Σ. Σύρου	Αύξηση 0-10%
26. Ε.Σ. Καλαμάτας	Σταθερότητα (Αύγουστος) - Πτώση 31-40% (Ιούλιος)
27. Ε.Σ. Ζακύνθου	Πτώση 21-30%
28. Ε.Σ. Αργοστολίου	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
29. Ε.Σ. Σητείας	Πτώση 11-20%
30. Ε.Σ. Μυτιλήνης	Πτώση 11-20%
31. Ε.Σ. Λιβαδειάς	Πτώση 31-40%
32. Ε.Σ. Λήμνου	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
33. Ε.Σ. Καρδίτσας	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
34. Ε.Σ. Έδεσσας	Πτώση 21-30%
35. Ε.Σ. Ελασσόνας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
36. Ε.Σ. Πύργου	Πτώση 21-30%
37. Ε.Σ. Καστοριάς	Πτώση 21-30%
38. Ε.Σ. Πτολεμαΐδας	Πτώση 21-30%
39. Ε.Σ. Ρόδου	Πτώση 11-20%
40. Ε.Σ. Φλώρινας	Πτώση 31-40%
41. Ε.Σ. Χαλκίδας	Πτώση 11-20%
42. Ε.Σ. Τρικάλων	Πτώση 31-40%
43. Ε.Σ. Ηγουμενίτσας	Πτώση 21-30%
44. Ε.Σ. Αλεξανδρούπολης	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
45. Ε.Σ. Κιλκίς	Πτώση 11-30%
46. Ε.Σ. Θηβών	Πτώση 21-30%
47. Ε.Σ. Λαμίας	Πτώση 31-40%
48. Ε.Σ. Λευκάδας	Πτώση 11-20%
49. Ε.Σ. Ένωση Εμπόρων- Επαγγελματιών Βιοτεχνών Αγίου Κωνσταντίνου	Αύξηση 0-10%
50. Ε.Σ. Ιωαννίνων	Πτώση 11-20%
51. Ε.Σ. Άρτας	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
52. Ε.Σ. Αγίου Νικολάου Κρήτης	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
53. Ε.Σ. Σερρών	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
54. Ε.Σ. Κατερίνης	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
55. Ε.Σ. Δράμας	Πτώση μεγαλύτερη από 41%
56. Ε.Σ. Ξάνθης	Πτώση 11-20%
57. Ε.Σ. Καβάλας	Σταθερότητα (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
58. Ε.Σ. Σπάρτης	Πτώση (Ιούλιος) – Αύξηση (Αύγουστος)
59. Ε.Σ. Κέρκυρας	Πτώση 11-20%
60. Ε.Σ. Κιάτου	Πτώση 11-20%
ΜΕΣΟΣΤΑΘΜΙΚΗ ΜΕΙΩΣΗ	-30%

Συγκριτικοί πίνακες Ζετίας καλοκαιρινού τζίρου στο λιανικό εμπόριο

Οι τζίροι των μηνών Ιουνίου, Ιουλίου και Αυγούστου του 2015 δεν έχουν δημοσιευτεί ακόμη από την ΕΛ.ΣΤΑΤ., αλλά αποτελούν προϊόν εκτίμησης (μεσοσταθμική μείωση 5% σε σχέση με τους αντίστοιχους μήνες του 2014).

Κατά τη διάρκεια των Capital Controls και ιδιαίτερα για τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο του τρέχοντος έτους, έχουν γίνει οι παρακάτω εκτιμήσεις/παραδοχές:

Τον Ιούλιο του 2015 η ζήτηση για τρόφιμα και καύσιμα ήταν αυξημένη κατά περίπου 25% σε σχέση με τις προσδοκίες της αγοράς, ενώ αντίθετα οι λοιποί κλάδοι του Λιανεμπορίου κατέγραψαν κατακόρυφη πτώση του κύκλου εργασιών τους κατά περίπου 75%. Τον Αύγουστο του 2015 η κατάσταση εξομαλύνθηκε έως έναν βαθμό, καθώς η ζήτηση για τρόφιμα και καύσιμα παρουσίασε άνοδο κατά 5% σε σύγκριση με την προσδοκώμενη αγοραστική δαπάνη, με τους λοιπούς κλάδους του Λιανεμπορίου να εμφανίζουν μία συρρίκνωση του τζίρου τους κατά περίπου 45%.

Ιδιαίτερα για την ομάδα της ένδυσης και της υπόδησης οι επιπτώσεις ήταν ακόμη πιο επώδυνες αφού η εκτίμηση για την πτώση του κύκλου εργασιών τον Ιούλιο ανήλθε στο 80% και τον Αύγουστο στο 60%.

Πίνακας 2: Εξέλιξη τζίρου Καλοκαιριού στο Λιανικό Εμπόριο 2013-2014-2015

	Εκτιμώμενος συνολικός ετήσιος τζίρος Λιανεμπορίου	Εκτιμώμενος τζίρος Ιουνίου	Εκτιμώμενος τζίρος Ιουλίου	Εκτιμώμενος τζίρος Αυγούστου	Συνολικός τζίρος καλοκαιριού (Ιουνίου, Ιουλίου, Αυγούστου)
2013	43,26 δις €	3,51 δις €	3,43 δις €	3,48 δις €	10,42 δις €
2014	42,71 δις €	3,52 δις €	3,48 δις €	3,58 δις €	10,58 δις €
2015	-	3,33 δις €	2,96 δις €	2,96 δις €	9,25 δις €
Ποσοστιαίες μεταβολές (%)					
2014/2013		0,0%	1,5%	2,9%	1,5%
2015/2013		-5,1%	-13,7%	-14,9%	-11,2%
2015/2014		-5,4%	-14,9%	-17,3%	-12,6%
Μεταβολές σε απόλυτα ποσά					
2014/2013		10 εκ. €	50 εκ. €	100 εκ. €	160 εκ. €
2015/2013		- 180 εκ. €	- 470 εκ. €	- 520 εκ. €	- 1,17 δις €
2015/2014		- 190 εκ. €	- 520 εκ. €	- 620 εκ. €	- 1,33 δις €

Πίνακας 3: Αναλυτική εξέλιξη τζίρου Καλοκαιριού στο Λιανικό Εμπόριο 2013-2014-2015 ανά ομάδες προϊόντων (κωδ. ΣΤΑΚΟΔ 471-479)

		Ιούνιος 2013	Ιούλιος 2013	Αύγουστος 2013	Σύνολο Καλοκαίρι 2013
Τρόφιμα – Καύσιμα (κωδικοί 471-473)		2,18 δις €	2,13 δις €	2,16 δις €	6,47 δις €
Λοιποί υποκλάδοι εμπορικής δραστηριότητας (κωδικοί 474-479)		1,33 δις €	1,29 δις €	1,31 δις €	3,93 δις €
		Ιούνιος 2014	Ιούλιος 2014	Αύγουστος 2014	Σύνολο Καλοκαίρι 2014
Τρόφιμα – Καύσιμα (κωδικοί 471-473)		2,17 δις €	2,13 δις €	2,21 δις €	6,51 δις €
Λοιποί υποκλάδοι εμπορικής δραστηριότητας (κωδικοί 474-479)		1,36 δις €	1,35 δις €	1,37 δις €	4,08 δις €
		Ιούνιος 2015	Ιούλιος 2015	Αύγουστος 2015	Σύνολο Καλοκαίρι 2015
Τρόφιμα – Καύσιμα (κωδικοί 471-473)		2,05 δις €	2,67 δις €	2,33 δις €	7,05 δις €
Λοιποί υποκλάδοι εμπορικής δραστηριότητας (κωδικοί 474-479)		1,28 δις €	0,31 δις €	0,65 δις €	2,24 δις €
(%) Μεταβολές					
		Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σύνολο Καλοκαίρι
Τρόφιμα – Καύσιμα (κωδικοί 471-473)	2015/2013	-6,0%	25,4%	7,9%	9,0%
	2015/2014	-5,5%	25,4%	5,4%	8,3%
Λοιποί υποκλάδοι εμπορικής δραστηριότητας (κωδικοί 474-479)	2015/2013	-3,8%	-76,0%	-50,4%	-43,0%
	2015/2014	-5,9%	-77,0%	-52,6%	-45,1%
Μεταβολές σε απόλυτα μεγέθη					
Τρόφιμα – Καύσιμα (κωδικοί 471-473)	2015/2013	-130 εκ. €	540 εκ. €	170 εκ. €	580 εκ. €
	2015/2014	-120 εκ. €	540 εκ. €	120 εκ. €	540 εκ. €
Λοιποί υποκλάδοι εμπορικής δραστηριότητας (κωδικοί 474-479)	2015/2013	-50 εκ. €	-980 εκ. €	-660 εκ. €	-1,69 δις €
	2015/2014	-80 εκ. €	-1,04 δις €	-720 εκ. €	-1,84 δις €