



Αθήνα, 31 Αυγούστου 2026

Θερινές Εκπτώσεις 2026: «Στις χαμηλές πωλήσεις του Ά Εξαμήνου προστίθενται και τα αποθαρρυντικά αποτελέσματα των θερινών εκπτώσεων. Επείγουν τα μέτρα στήριξης».

Αποτελέσματα Θερινών Εκπτώσεων 2026

Το Ινστιτούτο της ΕΣΕΕ παρουσιάζει τα αποτελέσματα από την πανελλαδική του Έρευνα για την πορεία των Θερινών Εκπτώσεων 2026.

Στη διάρκεια των φετινών θερινών εκπτώσεων, σχεδόν 6 στις 10 εμπορικές επιχειρήσεις πραγματοποίησαν μικρότερο κύκλο εργασιών και μόλις 1 στις 10 υψηλότερο σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Η εξέλιξη αυτή έρχεται να προστεθεί σε ένα Ά εξάμηνο χαμηλών πωλήσεων και αποτυπώνει τις πιέσεις και τις αναταράξεις που υφίσταται η αγορά. Οι καλύτερες τιμές δεν κατόρθωσαν να προσελκύσουν τους καταναλωτές, οι οποίοι ανακατευθύνουν το διαθέσιμο εισόδημά τους στα λίαν απαραίτητα αγαθά και υπηρεσίες, εν μέσω μάλιστα διεθνών κατακερματισμών και έντονης αβεβαιότητας. Ως εκ τούτου, η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τίθεται εν αμφιβόλω, με τους επιχειρηματίες να εναποθέτουν τις τελευταίες τους ελπίδες στα μέτρα ελάφρυνσης των επιβαρύνσεων που αναμένονται να ανακοινωθούν στη ΔΕΘ.

Μέλος των:



Βασικά Ευρήματα Έρευνας για τις Θερινές Εκπτώσεις:

- Σχεδόν 6 στις 10 (57,5%) επιχειρήσεις στο λιανικό εμπόριο κατέγραψαν χειρότερες πωλήσεις κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων συγκριτικά με πέρυσι, ενώ μόλις 1 στις 10 κατέγραψε υψηλότερο τζίρο (Διάγραμμα 1).
- Ως εκ τούτου, σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις (47,2%) εμφανίστηκαν Λίγο έως Καθόλου Ικανοποιημένες από το τζίρο τους κατά την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων (Διάγραμμα 2).
- Η ανάγκη περαιτέρω προώθησης των πωλήσεων προθυμοποιεί σχεδόν 4 στους 10 επιχειρηματίες (37,7%) να διατηρήσουν τις χαμηλές τιμές και τις προσφορές και μετά το επίσημο πέρας των εκπτώσεων, παρά τους περιορισμούς του σχετικού θεσμικού πλαισίου (Διάγραμμα 3).
- Υπό αυτό το πρίσμα, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι σχεδόν 6 στις 10 επιχειρήσεις (57,6%) υιοθέτησαν ποσοστά εκπτώσεων άνω του 30%, με το «κλιμάκιο έκπτωσης» 31% - 40% να συγκεντρώνει την ισχυρότερη προτίμηση (Διάγραμμα 4).
- Για περισσότερες από 4 στις 10 επιχειρήσεις (44,3%) η περίοδος με την υψηλότερη αγοραστική κίνηση ήταν ο Ιούλιος. Το εύρημα αυτό συμφωνεί με παλαιότερες έρευνες με εξαίρεση την περυσινή, οπότε είχε καταγραφεί ως καλύτερη περίοδος πωλήσεων το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου (Διάγραμμα 5).
- Για περισσότερες από 5 στις 10 επιχειρήσεις (53,3%) στις **οποίες καταγράφηκαν χαμηλότερες πωλήσεις συγκριτικά** με την αντίστοιχη εκπτωτική περίοδο πέρυσι, η μείωση διαμορφώθηκε έως 10% (Διάγραμμα 6). Αυτό το αποτέλεσμα είναι μεν βελτιωμένο σχετικά με πέρυσι αλλά σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί θετικό.

- Στο ίδιο πλαίσιο, για περίπου τις μισές επιχειρήσεις (52,2%) που **δήλωσαν αύξηση των πωλήσεων**, η άνοδος δεν υπερέβη το 10% σε σχέση με πέρυσι (Διάγραμμα 7).
- Δύο στις 3 επιχειρήσεις (66,0%) υιοθέτησαν τα ίδια, με το καλοκαίρι του 2025, ποσοστά εκπτώσεων (Διάγραμμα 8), αποτέλεσμα ενδεικτικό των ορίων της αγοράς.
- Τέσσερις στις 10 επιχειρήσεις (41,5%) πραγματοποίησαν εκπτώσεις σε όλα ανεξαιρέτως τα εμπορεύματα του καταστήματος (Διάγραμμα 9).
- Επίσης, 4 στις 10 επιχειρήσεις (43,9%) κατέγραψαν **χαμηλότερη** επισκεψιμότητα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, ποσοστό σχεδόν ίδιο (42,5%) με όσες επιχειρήσεις αξιολόγησαν την επισκεψιμότητά τους **στα περυσινά** επίπεδα (Διάγραμμα 10).
- Κατόπιν των παραπάνω, μόνο το 16,0% των επιχειρηματιών δήλωσε πολύ ικανοποιημένο από την επισκεψιμότητα στα καταστήματα (Διάγραμμα 11).

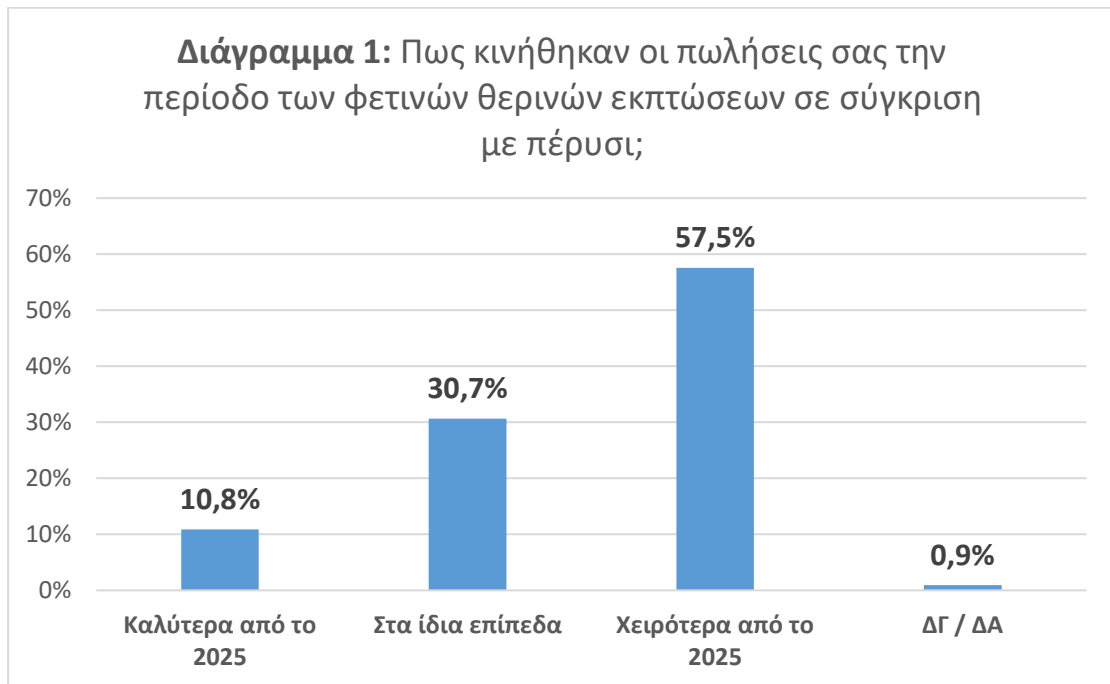
Απαντήσεις επιχειρηματιών σε κρίσιμα Θέματα

- Παρά την ενίσχυση των ψηφιακής ωριμότητας επιχειρήσεων και καταναλωτών τα τελευταία χρόνια, 3 στους 4 επιχειρηματίες (75%) δήλωσε πως οι πωλήσεις του ψηφιακών καταστήματος ήταν χαμηλότερες του φυσικού (Διάγραμμα 12). Το παρόν εύρημα, κατά πολύ αυξημένο σε σχέση με πέρυσι, είναι ενδεικτικό τόσο των κινήτρων που πρέπει να δοθούν για την περαιτέρω ψηφιακή μετάβαση αλλά και των παγιωμένων προτιμήσεων των εγχώριων καταναλωτών, για τους οποίους οι αγορές συνδυάζονται και με άλλες δραστηριότητες (διασκέδαση, συναναστροφή με φίλους κ.ά.).
- Οι επιχειρηματίες αξιολογούν κατά σειρά την ακρίβεια, το μειωμένο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών για αγορές, την αύξηση του λειτουργικού κόστους και την αύξηση των τιμών προμηθευτών ως τα πλέον σημαντικά προβλήματα που επιβαρύνουν την επιχειρηματικότητα (Διάγραμμα 13).
- Για 8 στις 10 επιχειρήσεις (81,2%) το λειτουργικό τους κόστος έχει διογκωθεί έως 20% από τις αρχές του έτους έως σήμερα, λόγω αύξησης των τιμών ενέργειας (Διάγραμμα 14). Η επιβάρυνση αυτή δεν μπορεί να θεωρηθεί ήπια, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη η σωρευτική επίδραση της ενέργειας στο κόστος λειτουργίας τα τελευταία χρόνια.
- Απαισιόδοξοι εμφανίζονται οι επιχειρηματίες του κλάδου αναφορικά με την αποτελεσματικότητα των μέτρων της ΕΕ για τον περιορισμό της ασύδοτης δραστηριότητας των ασιατικών ψηφιακών πλατφορμών. Σχεδόν 6 στους 10 επιχειρηματίες (57,6%) πιστεύει πως τα εν λόγω μέτρα δεν θα αναχαιτίσουν καθόλου τις πωλήσεις των πλατφορμών ή θα λειτουργήσουν σε πολύ μικρό μόνο βαθμό (Διάγραμμα 15).

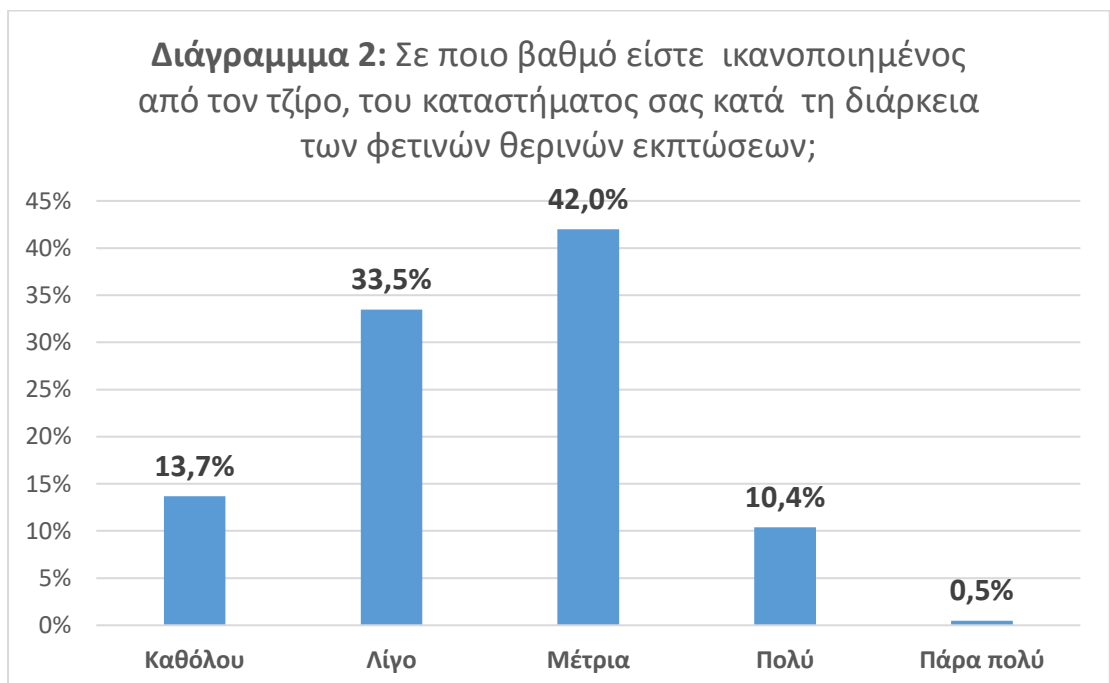
- Αναφορικά με τους επιμέρους κλάδους, ισχυρότερες πιέσεις φαίνονται να υφίστανται τα επιμορφωτικά, ψυχαγωγικά και αθλητικά είδη και ακολουθούν η Ένδυση και η Υπόδηση (Διάγραμμα 16).

Ο Διοικητικός Διευθυντής του Ινστιτούτου της ΕΣΕΕ κος Χαράλαμπος Αράχωβας δήλωσε σχετικά: «Τα αρνητικά αποτελέσματα των θερινών εκπνώσεων προστίθενται σε ένα ήδη φτωχό και αποθαρρυντικό πρώτο εξάμηνο. Έξι στις δέκα επιχειρήσεις σημείωσαν χαμηλότερες πωλήσεις σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, εξέλιξη ενδεικτική των ισχυρών πιέσεων και κλυδωνισμών στην αγορά. Η εικόνα είναι απογοητευτική αν ληφθούν υπόψη αφενός οι χαμηλές πωλήσεις των επιχειρήσεων και αφετέρου η σταθερή άνοδος του επιπέδου των τιμών αλλά και του λειτουργικού κόστους. Η Πολιτεία καλείται να υιοθετήσει άμεσα παρεμβάσεις και δράσεις υποστήριξης της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων, των θέσεων εργασίας αλλά και της ίδιας της κοινωνικής συνοχής. Το εμπόριο και η επιχειρηματικότητα δεν ζητούν μέτρα στήριξης για την περαιτέρω επέκτασή τους αλλά για την ίδια τους την επιβίωση».

Παράρτημα Διαγραμμάτων



Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

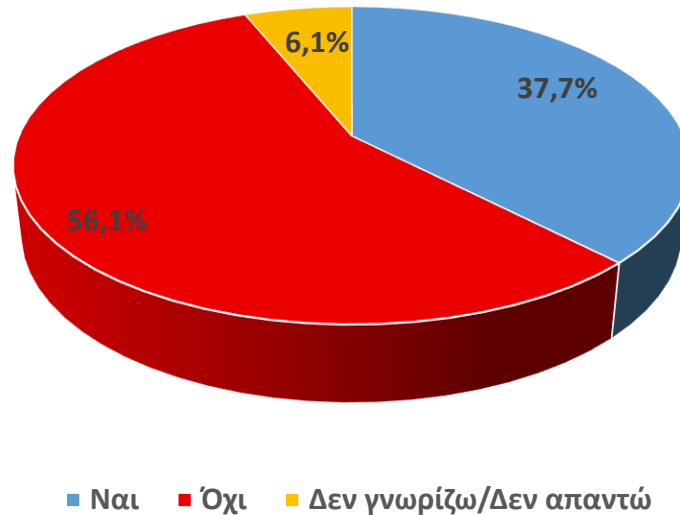


Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:

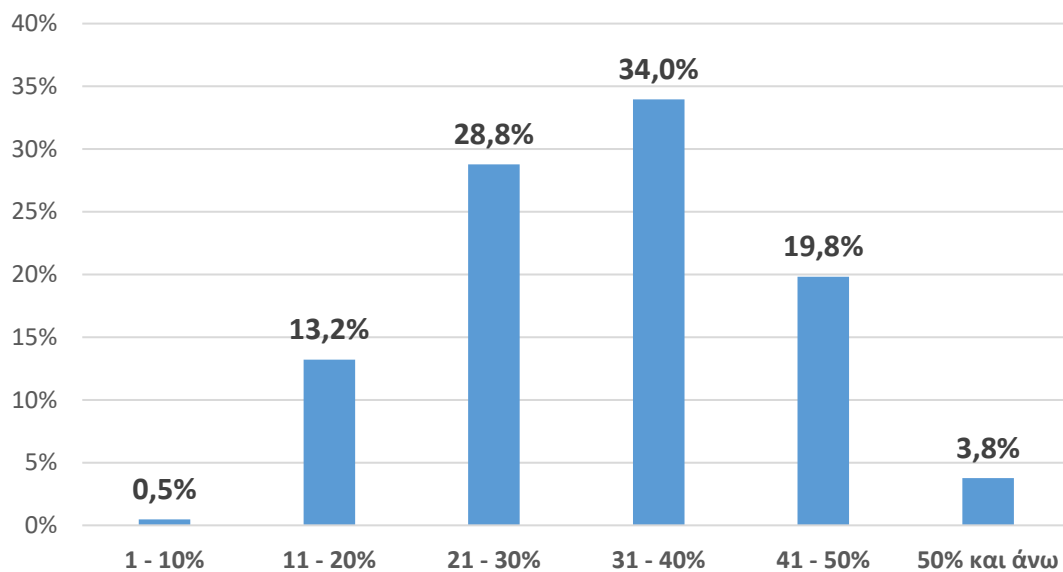


Διάγραμμα 3: Σκοπεύετε να διατηρήσετε τις προσφορές στο κατάστημα σας και μετά το πέρας των θερινών εκπτώσεων;



Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Διάγραμμα 4: Στην επιχείρησή σας, σε ποιο ποσοστό κυρίως διαμορφώθηκαν οι θερινές εκπτώσεις για το 2026 (στον οριζόντιο άξονα τα κλιμάκια έκπτωσης);



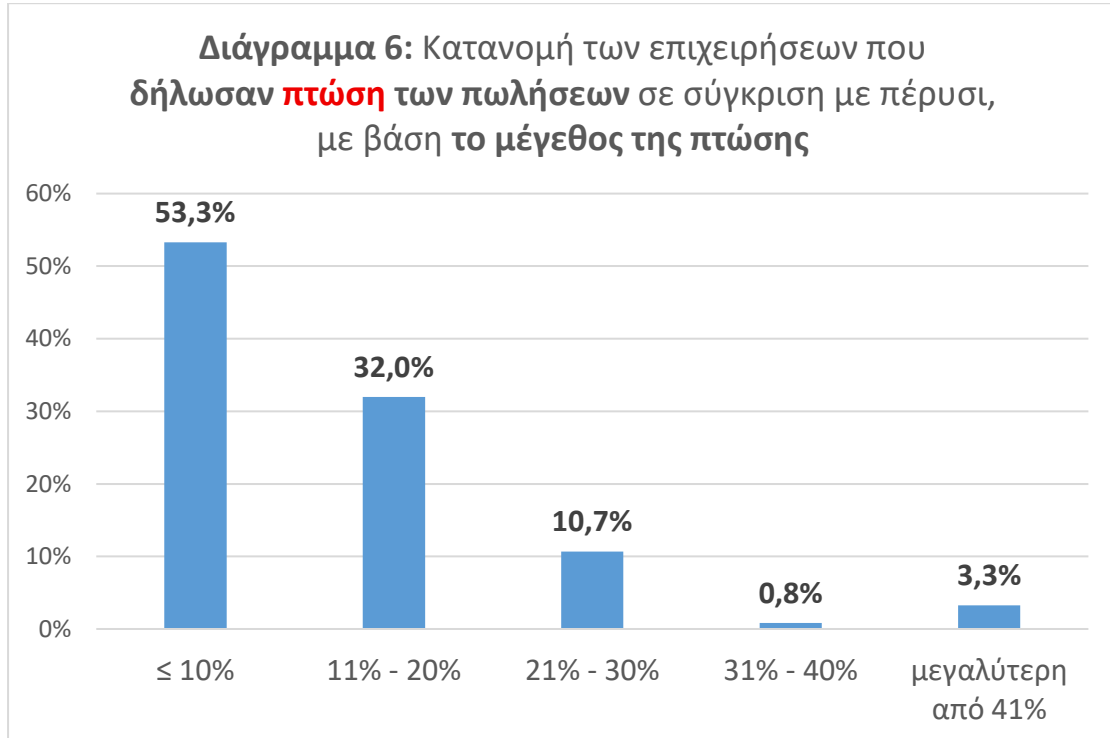
Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:





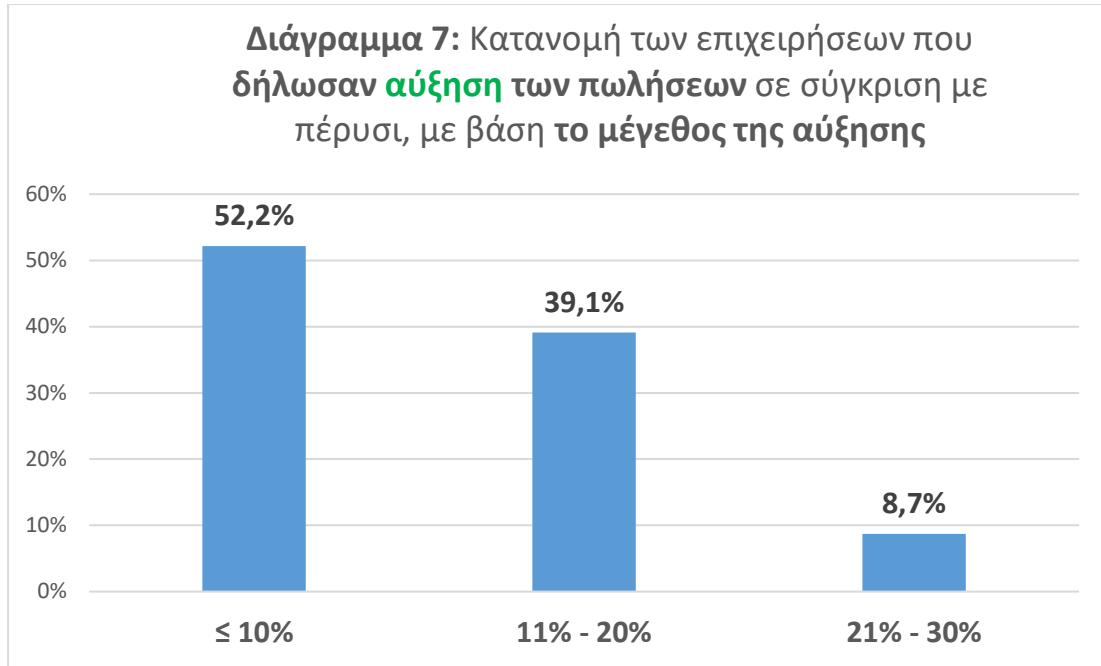
Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ



Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:





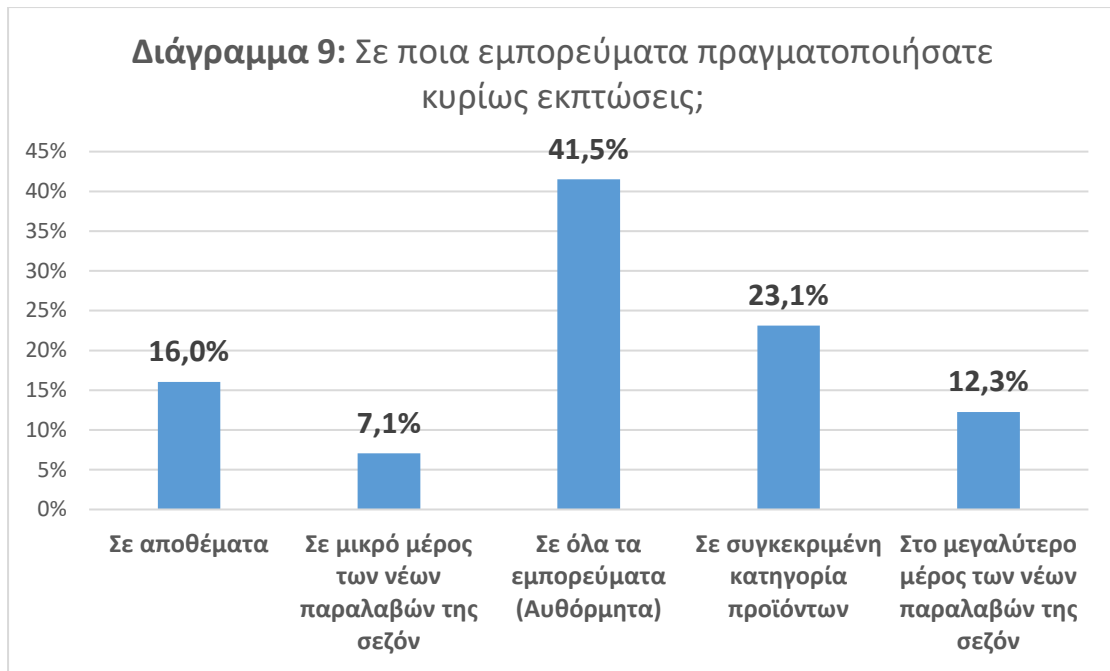
Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ



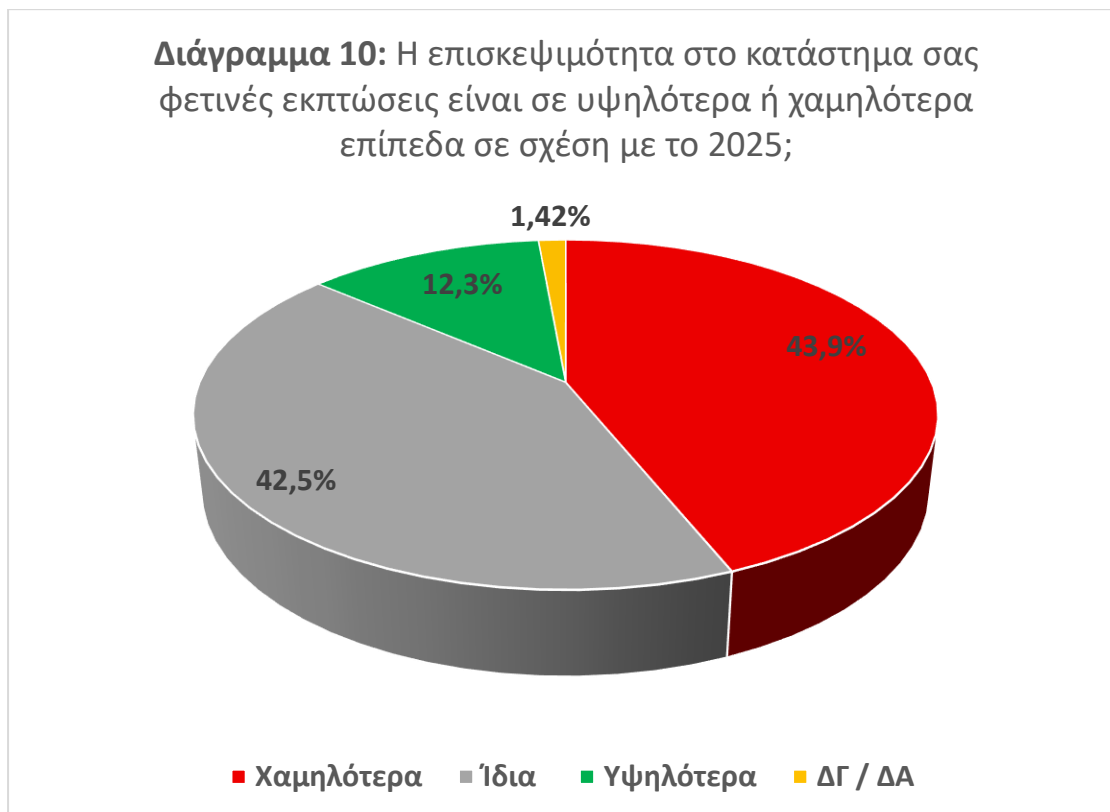
Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:





Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

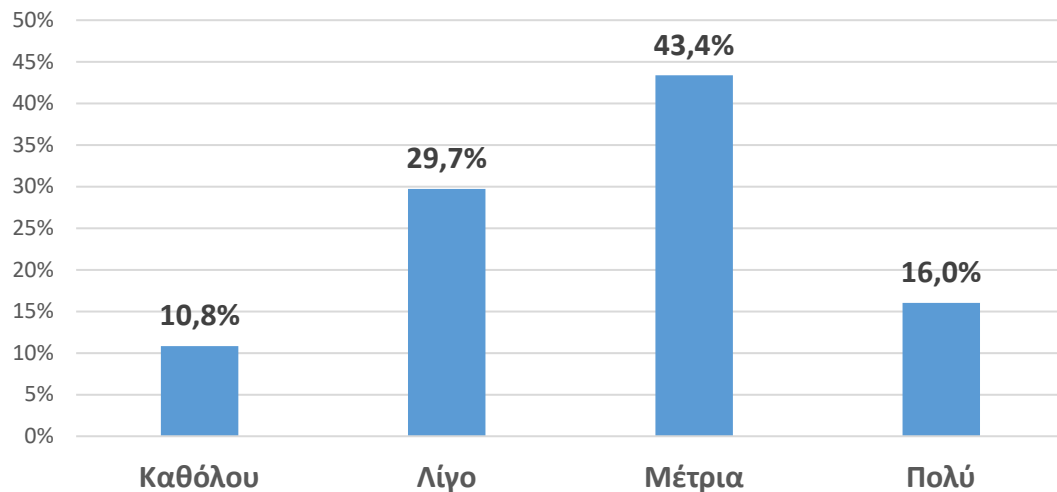


Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:



Διάγραμμα 11: Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος από την επισκεψιμότητα του καταστήματός σας κατά τη διάρκεια των φετινών θερινών εκπτώσεων;



Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

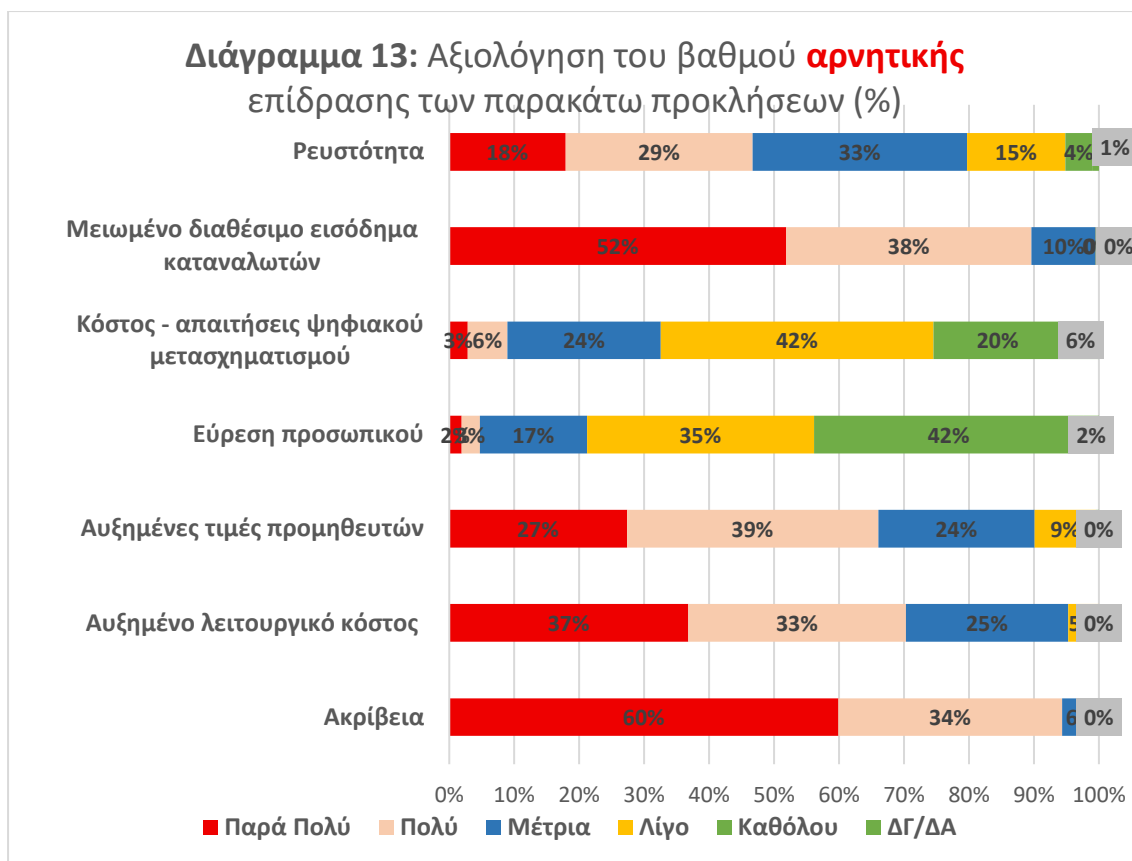
Διάγραμμα 12: Σε περίπτωση που διαθέτετε site, e-shop κλπ, αυτές οι πωλήσεις στις θερινές εκπτώσεις ήταν χαμηλότερες ή υψηλότερες σε σχέση με αυτές του φυσικού καταστήματος;



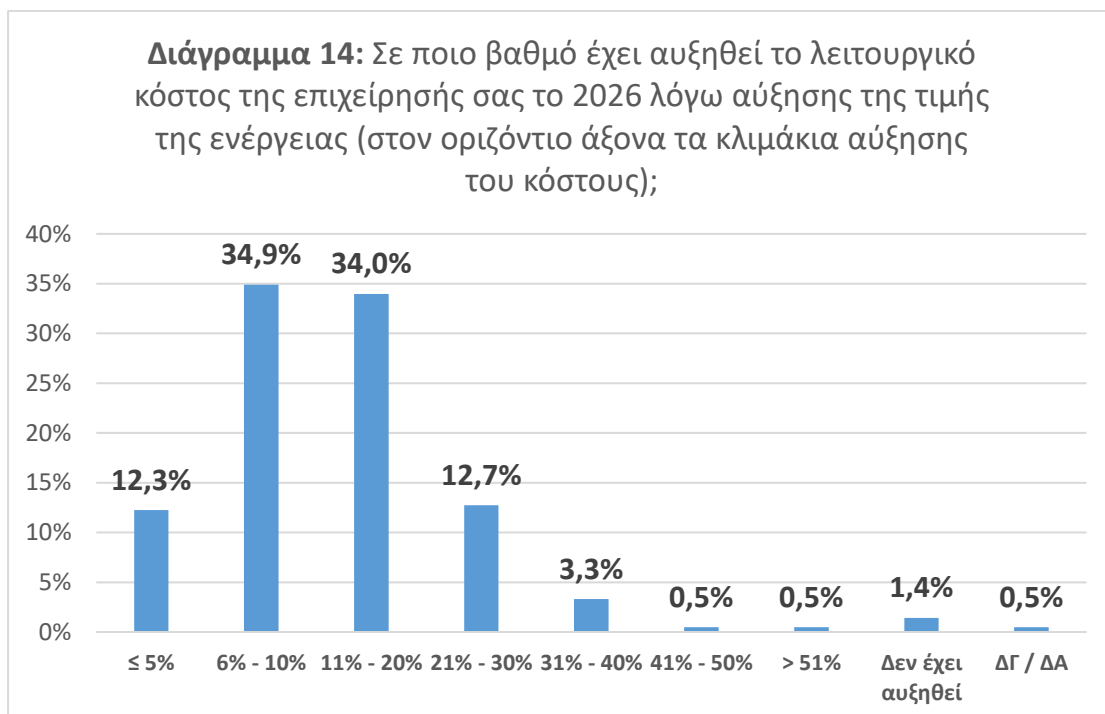
Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:





Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

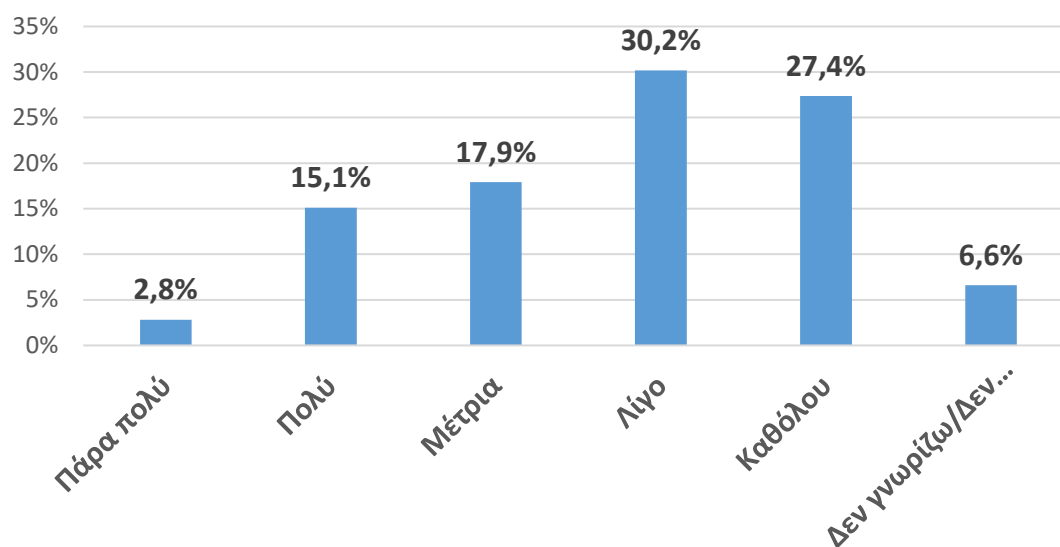


Πηγή: INEMY της ΕΣΕΕ

Μέλος των:

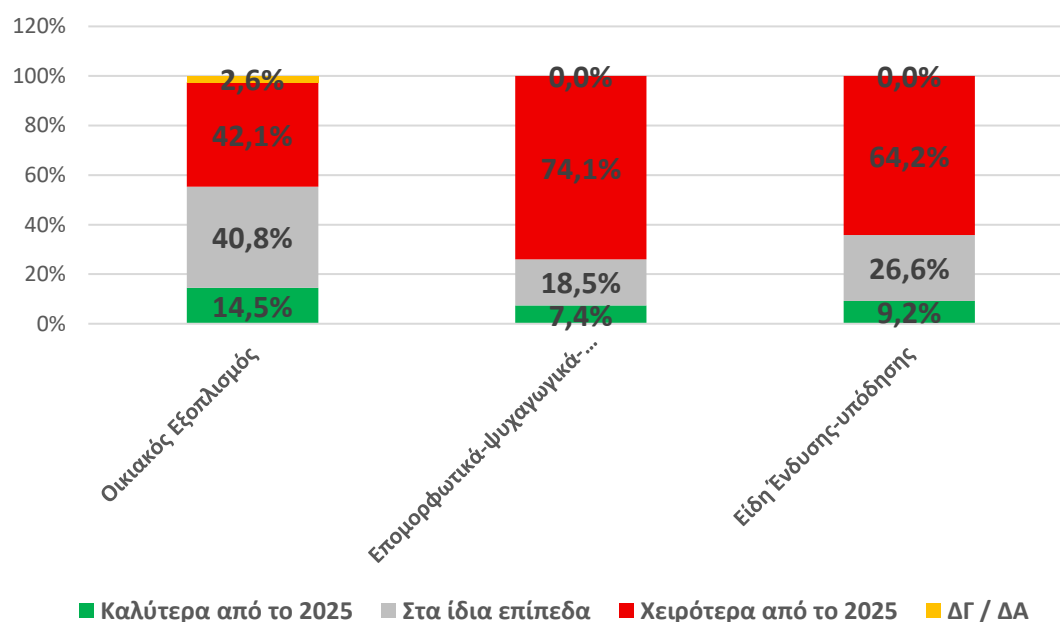


Διάγραμμα 15: Σε ποιο βαθμό εκτιμάτε ότι τα πρόσφατα μέτρα της ΕΕ για τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες Temu και Shein θα ανακόψουν/ περιορίσουν τις πωλήσεις τους;



Πηγή: INEMY της ΕΣΣΕ

Διάγραμμα 16: Εκτίμηση κίνησης των πωλήσεων των θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με πέρυσι ανά κλάδο



Πηγή: INEMY της ΕΣΣΕ

Μέλος των:



Η ταυτότητα της έρευνας: Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε δείγμα 212 επιχειρήσεων που αντιστοιχούν σε σχεδόν 400 σημεία ανά την Ελλάδα που συμμετείχαν στις χειμερινές εκπτώσεις και δραστηριοποιούνταν στον οικιακό εξοπλισμό, στα ψυχαγωγικά/επιμορφωτικά είδη και στην ένδυση/ υπόδηση. Το δείγμα καθορίστηκε βάσει στρωματοποιημένης δειγματοληψίας σύμφωνα με τη δραστηριότητα και τη γεωγραφική περιοχή της επιχείρησης.