

Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία :
17 Φεβρουαρίου 2011

Σπύρος Καμηλέρης
GfK Retail & Technology
Τηλ. +30 210 7572603
Fax +30 210 7564664
spyros.camileris@gfk.com

Η αγορά των τεχνολογικών καταναλωτικών αγαθών συνεχίζει να παρουσιάζει μείωση

Αποτελέσματα της GfK TEMAX® Ελλάδα για το 4^ο τρίμηνο του 2010

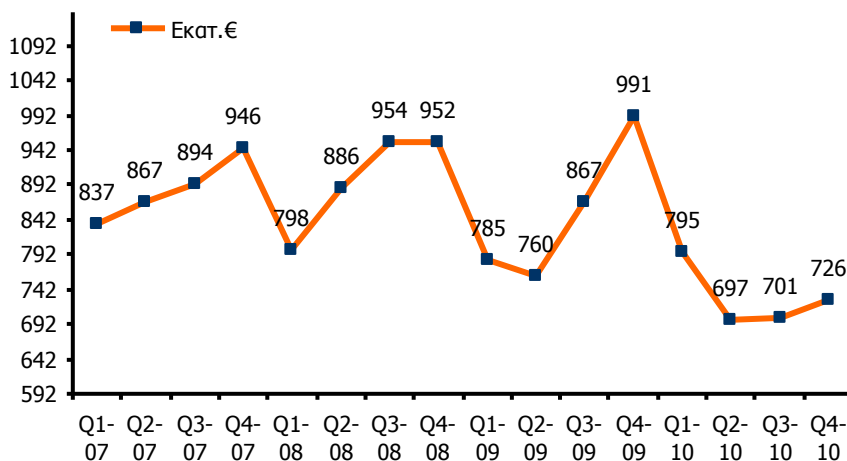
Αθήνα, 17 Φεβρουαρίου 2011 – παρά τις προσδοκίες λόγω της περιόδου των Χριστουγέννων, η αγορά των τεχνολογικών καταναλωτικών αγαθών μειώθηκε το 4^ο τρίμηνο κατά 26.7%. Όλοι οι τομείς μειώθηκαν με τον τομέα των Προϊόντων Πληροφορικής να υποφέρει περισσότερο εξαιτίας της σύγκρισης με ένα εξαιρετικό θετικό αντίστοιχο τρίμηνο του 2009. Ο τομέας που επηρεάστηκε λιγότερο ήταν των Μικρών Οικιακών Συσκευών (SDA).

Η συνολική αγορά για τα ηλεκτρικά αγαθά που καταγράφονται από την έρευνα GfK TEMAX ανήλθε σε 726.4 εκατομμύρια ευρώ το τέταρτο τρίμηνο του 2010, αντιπροσωπεύοντας μια μείωση στις πωλήσεις της τάξεως του 26.7% έναντι της ίδιας περιόδου του προηγούμενου χρόνου. Τα πρώτα 3 τρίμηνα καταγράφηκε μια μείωση της τάξεως του 9.1% και το 4^ο τρίμηνο ενισχύθηκε περαιτέρω η αρνητική απόδοση της αγοράς.

Ανάπτυξη του Τζίρου για τα Τεχνολογικά Καταναλωτικά προϊόντα στην Ελλάδα

GfK Hellas
16 Laodikias & 1-3 Nimfeou Str.
115 28 Athens, Greece

Tel. +30 210 7572600
Fax +30 210 7564664
contactrt@gfk.com
www.gfk.com



Πηγή : GfK TEMAX® Ελλάδα, GfK Retail and Technology

Όλοι οι τομείς παρουσίασαν αρνητική απόδοση.

Ο τομέας της Προϊόντων Πληροφορικής μειώθηκε πιά πολύ (- 47,4%) και ακολουθείται απρόσμενα από τον τομέα των τηλεπικοινωνιών (- 25,4%). Οι τομείς των Ηλεκτρονικών καταναλωτικών αγαθών και των Φωτογραφικών Ειδών μοιράστηκαν μια παρόμοια μείωση κατά 24.1% και 24.0% αντίστοιχα. Στην αρχή αυτού του έτους ο τομέας των Ειδών Εξοπλισμού Γραφείου παρουσίασε ενδείξεις επανάκαμψης αλλά για άλλη μια φορά παρουσιάζει σημαντική πτώση (- 17,3%) για δεύτερο διαδοχικό τρίμηνο.

Η αγορά των Μεγάλων Οικιακών συσκευών (MDA) και των Μικρών Οικιακών Συσκευών SDA είναι επίσης αρνητική, αλλά σε μια μικρότερη έκταση.

Μικρές Οικιακές Συσκευές: Δύο κατηγορίες διατηρούν τη θετική απόδοση

Η ισχυρή αρνητική απόδοση των κλιματιστικών μηχανημάτων νωρίτερα αυτό το χρόνο (θερινοί μήνες) είχε σημαντικές επιπτώσεις στον τομέα στα προηγούμενα δύο τρίμηνα. Τα κλιματιστικά μηχανήματα συνεχίζουν ακόμα να μειώνονται αλλά σε μικρότερο ρυθμό και επομένως το 4^ο τρίμηνο του 2010, ο τομέας των Μικρών Οικιακών Συσκευών παρουσίασε μια σχετική βελτίωση σε σχέση με τα δύο προηγούμενα τρίμηνα. Εντούτοις ο τομέας παρουσιάζει μείωση -11.4% σε σχέση με το 4^ο τρίμηνο του 2009 και 11 κατηγορίες παρουσιάζουν διψήφια πτώση.

Από την άλλη πλευρά, δύο κατηγορίες, οι παρασκευαστές ζεστών ροφημάτων και οι συσκευές οδοντιατρικής περιποίησης – παρουσίασαν σημαντική αύξηση σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους.

Μεγάλες Οικιακές Συσκευές: Οι πωλήσεις του Οκτωβρίου διατήρησαν την μείωση σε ικανοποιητικά επίπεδα

Λόγω των απεργιών των ιδιοκτητών φορτηγών η αγορά πάγωσε το Σεπτέμβριο. Οι καταναλωτές καθυστέρησαν τις αγορές τους μέχρι τον Οκτώβριο και αυτό διατήρησε την απόδοση ολόκληρου του τριμήνου στο επίπεδο του -14.0%. Τα ψυγεία ήταν η μόνη κατηγορία που κατέγραψε μονοψήφια πτώση.

Προϊόντα Πληροφορικής: Η αγορά υποφέρει από τη έλλειψη των κρατικών επιχορηγήσεων

Τον περασμένο Οκτώβριο η κυβέρνηση επιχορήγησε την αγορά ενός νέου netbook για τους σπουδαστές της Α΄ Γυμνασίου δίνοντας ώθηση στην αγορά. Αν εξαιρέσουμε από το 2009 τις πωλήσεις που έγιναν λόγω των κρατικών επιχορηγήσεων τότε η αγορά των φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι περίπου σταθερή.

Αυτός είναι ο λόγος για την εντυπωσιακή μείωση της τάξεως του -47.4%, εντούτοις ο τομέας συνεχίζει και υστερεί σημαντικά στις υπόλοιπες κατηγορίες του εκτός των φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Ηλεκτρονικά Καταναλωτικά Αγαθά: Η ατμομηχανή ξέμεινε από ατμό

Η αγορά της επίπεδης τηλεόρασης ήταν θετική μέχρι το τέλος του πρώτου εξαμήνου του 2010 λόγω του επερχόμενου Παγκόσμιου Κυπέλλου της FIFA και των νέων μοντέλων που λανσαρίστηκαν στις αρχές του 2010.

Εντούτοις παρά τις σημαντικές προωθητικές ενέργειες οι πωλήσεις των τηλεοράσεων μειώθηκαν από το 3^ο τρίμηνο και μετά. Αυτό έχει επηρεάσει περαιτέρω ολόκληρο τον τομέα, ο οποίος παρουσιάζει μείωση απόδοσης για αρκετά τρίμηνα τώρα. Η μόνη κατηγορία που παρουσιάζει ελαφρώς θετική απόδοση είναι τα ακουστικά.

Είδη εξοπλισμού Γραφείου: Επιστροφή στη διψήφια μείωση.

Ο τομέας είχε παρουσιάσει σημάδια της αποκατάστασης στην αρχή του έτους δεδομένου ότι υπήρξε μια σημαντική επιβράδυνση στη τάση μείωσης. Παρόλα αυτά μετά από το 3^ο τρίμηνο η τάση μείωσης αυξήθηκε και ο τομέας παρουσίασε μείωση απόδοσης της τάξεως του -17.3%. Είναι εντυπωσιακό ότι η μείωση των MFD είναι διπλάσια σε αναλογία με αυτή των εκτυπωτών.

Φωτογραφικά Είδη: Όλες οι κατηγορίες παρουσιάζουν μείωση ίδιων ποσοστών

Στο παρελθόν, τα Χριστούγεννα υπήρξαν πάντα μια περίοδος που οι πωλήσεις παρουσίαζαν το μεγαλύτερο ποσοστό για τον τομέα, δεδομένου ότι οι ψηφιακές κορνίζες και οι compact κάμερες θεωρούνται κατάλληλα χριστουγεννιάτικα δώρα.

Αυτή τη χρονιά, η αρνητική ψυχολογία των καταναλωτών και η έλλειψη διαθέσιμου εισοδήματος οδήγησαν τους καταναλωτές στην αγορά πιο απλών και «φθηνότερων» δώρων, προκαλώντας στον τομέα αρνητική απόδοση για το 4^ο τρίμηνο κατά 24%.

Τηλεπικοινωνίες: Η αγορά των Smartphones συνεχίζει να αυξάνεται

Η αγορά των Smart phones συνεχίζει να αυξάνεται κατά ένα μεγάλο ποσοστό αλλά τα κινητά τηλέφωνα, τα ακουστικά και οι τηλεφωνικές συσκευές παρουσιάζουν σημαντική μείωση και επομένως ολόκληρος ο τομέας διατηρεί μια μείωση ίση με -25.4%.

Αυτή τη στιγμή υπάρχει μια σαφής τάση προς τα smartphones και τα νέα μοντέλα που προωθήθηκαν τους τελευταίους μήνες στην ελληνική αγορά ενίσχυσαν αυτήν την τάση. Σε κάθε περίπτωση το ποσοστό αύξησης, αν και είναι ακόμα μεγάλο, επιβραδύνει, καθώς η αγορά των smartphones, γίνεται μεγαλύτερη και ο προϋπολογισμός των καταναλωτών περιορίζεται όλο και περισσότερο.

Σύνοψη

Η χρονιά 2010 ήταν πολύ δύσκολη για την ελληνική αγορά, ειδικά το τελευταίο τρίμηνο. Οι αλλαγές στην ελληνική κοινωνία έχουν σημαντικές επιπτώσεις στην καταναλωτική συμπεριφορά.

Οι καταναλωτές έχουν γίνει πιο προσγειωμένοι, αγοράζουν πιο συνειδητά και ψάχνουν προϊόντα που έχουν μεγαλύτερη αξία για τα χρήματα που δίνουν.

Αυτό έχει μετατρέψει την ελληνική αγορά σε πολύ ανταγωνιστική και καθώς μειώνονται οι λιανικές πωλήσεις η αγορά γίνεται δυσκολότερη για εκείνους που δεν μπορούν να προσφέρουν την αξία της αγοράς στους καταναλωτές.

We expect 2011 to be a year full of both challenges and opportunities.

	Q1 2010	Q2 2010	Q3 2010	Q4 2010	Q4 10 /Q4 09	Q1-4 2010	Q1-4 10 /Q1-4 09
	Εκατ.€	Εκατ.€	Εκατ.€	Εκατ.€	+/-%	Εκατ.€	+/-%
Ηλεκτρονικά Καταναλωτικά Άγαθα (CE)	178	135	125	172	-24,1%	611	-16,2%
Φωτογραφικά Είδη (PH)	24	19	24	23	-24,0%	90	-17,7%
Μεγάλες Οικιακές Συσκευές (MDA)	159	146	163	147	-14,0%	614	-9,7%
Μικρές Οικιακές Συσκευές (SDA)	73	92	91	73	-11,4%	329	-23,7%
Προϊόντα Πληροφορικής (IT)	139	89	98	114	-47,4%	440	-21,0%
Τηλεπικοινωνίες (TC)	216	210	194	190	-25,4%	810	-6,7%
Είδη Εξοπλισμού Γραφείου & Αναλαωσίμων (OE)	8	6	6	8	-17,3%	27	-12,4%
GfK TEMAX® Ελλάδα	795	697	701	726	-26,7%	2.920	-14,2%

Πηγή : GfK TEMAX® Ελλάδα, GfK Retail and Technology



The survey

GfK TEMAX[®] is an index developed by GfK Retail and Technology to track the technical consumer goods markets. The findings are based on surveys carried out on a regular basis by the retail panel of GfK Retail and Technology. The retail panel comprises data from over 340,000 retail outlets worldwide. Since February 2009, GfK Retail and Technology has also been compiling the GfK TEMAX[®] index at international level, in more than 30 countries. It is the first index that includes all of the markets for technical consumer goods in different countries. All reports and press releases are available at www.gfktemax.com.

If information from this press release or www.gfktemax.com is cited, GfK TEMAX[®] should be explicitly indicated as the source.

For further information, please contact:

Mr. Spyros Camileris, tel: +30 210-7572 603, spyros.camileris@gfk.com

The GfK Group

The GfK Group offers the fundamental knowledge that industry, retailers, services companies and the media need to make market decisions. It delivers a comprehensive range of information and consultancy services in the three business sectors Custom Research, Retail and Technology and Media. The No. 4 market research organization worldwide operates in more than 100 countries and employs over 10,000 staff. In 2009, the GfK Group's sales amounted to EUR 1.16 billion. For further information, visit our website: www.gfk.com. Follow us on Twitter: www.twitter.com/gfk_group.

Responsible under press legislation:

GfK Hellas,

Spyros Camileris

16 Laodikias & 1-3 Nimfeou Str.

115 28 Athens

Tel. +30 210-7572 603

Fax +30 210-7564 664

Spyros.Camileris@gfk.com

Ταυτότητα της έρευνας

Το GfK TEMAX ® είναι ένας δείκτης που αναπτύχθηκε από την GfK Retail and Technology για να ακολουθήσει τις αγορές των τεχνολογικών καταναλωτικών αγαθών. Τα ευρήματα βασίζονται σε έρευνες που διενεργούνται σε τακτική βάση από την ομάδα της GfK Retail & Technology. Τα συμπεράσματα είναι βασισμένα στις έρευνες που πραγματοποιούνται από το δείγμα της GfK Retail & Technology. Το δείγμα περιλαμβάνει τα στοιχεία από περισσότερα από 340.000 καταστήματα λιανεμπορίου παγκοσμίως. Από τον Φεβρουάριο του 2009, η GfK Retail and Technology δημοσιεύει διεθνώς την έκθεση των αποτελεσμάτων της GfK TEMAX® σε περισσότερες από 30 χώρες. Είναι ο πρώτος δείκτης που περιλαμβάνει όλες τις αγορές των τεχνολογικών καταναλωτικών αγαθών σε διαφορετικές χώρες. Όλες οι εκθέσεις και τα δελτία τύπου είναι διαθέσιμα στο www.gfktemax.com.

Εάν οι πληροφορίες από αυτό το δελτίο τύπου ή www.gfktemax.com αυτή αναφερθούν, η GfK TEMAX ® θα πρέπει να αναφέρεται ρητά ως πηγή.

Για περισσότερες λεπτομέρειες παρακαλώ επικοινωνήστε:

Κο Σπύρο Καμηλέρη, τηλ: +30 210-7572 603, spyros.camileris@gfk.com

Ο Όμιλος GfK

Ο όμιλος GfK προσφέρει γνώση εις βάθος που η βιομηχανία, οι έμποροι λιανικής, οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών αλλά και τα μέσα ενημέρωσης χρειάζονται για να λαμβάνουν αποφάσεις για την αγορά. Προσφέρει ένα πλήρες φάσμα πληροφοριών και υπηρεσιών παροχής συμβουλών και από τους τρεις επιχειρηματικούς τομείς Custom Research, Retail and Technology και Έρευνα Μέσων Επικοινωνίας. Είναι ο τέταρτος μεγαλύτερος οργανισμός έρευνας αγοράς παγκοσμίως και δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 100 χώρες και απασχολεί πάνω από 10.000 υπαλλήλους. Το 2009, οι πωλήσεις του Ομίλου GfK ανήλθαν σε 1,16 δισεκατομμύρια ευρώ. Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφτείτε την ιστοσελίδα μας: www.gfk.com. Ακολουθήστε τον όμιλο στο Twitter:

www.twitter.com/gfk_group

Προς τους συντάκτες: Για περαιτέρω πληροφορίες παρακαλούμε απευθυνθείτε :

GfK Hellas,
Σπύρος Καμηλέρης
Λαοδικείας 16 & Νυμφαίου 1-3
115 28 Αθήνα
Τηλ. +30 210-7572 603
Fax +30 210-7564 664
Spyros.Camileris@gfk.com