



## Μείωση κερδών, τζίρου και απασχόλησης στις εμπορικές επιχειρήσεις

ΠΕΡΙΟΔΟΣ  
 ■ 2009-2010  
 ■ 2010-2011  
 ■ 2011-2012 (εκτίμηση)  
 ■ 2009-2012 (εκτίμηση)

# Οι εμπορικές επιχειρήσεις έχασαν τα μισά κέρδη τους σε μία 3ετία

Ακόμη και μεγάλες αλυσίδες πλύνονται από την ύφεση και κλείνουν καταστήματα

Της **ΜΑΙΡΗΣ ΛΕΜΠΕΣΗ**

**Σήμερα** οι εμπορικές επιχειρήσεις δίνουν μάχη επιβίωσης, όταν έως πρότινος η Ελλάδα χαρακτηριζόταν το «καλύτερα κρυμμένο μυστικό» από στελέχη ξένων εταιρειών ειδών πολυτελείας.

Ήταν καλοκαίρι του 2008 όταν έκανε τη σχετική δήλωση στην «K» ο Serge Brunswig, τότε πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος του γαλλικού οίκου πολυτελών ειδών «Celine», διάστημα κατά το οποίο ο οίκος λειτουργούσε δύο καταστήματα στην Αθήνα και σχεδίαζε το άνοιγμα περισσότερων. Επαναφορά στο σήμερα, όπου οι συλλογές του διάσημου οίκου διατίθενται μόνο μέσα από το –δραστικά συρρικνωμένο– δίκτυο της εταιρείας Carouzos, ενώ η τελευταία πρόσφατα ζήτησε προστασία από τους πισωγυρισμένους της.

Η προσαρμογή στα νέα δεδομένα αποτελεί πλέον το ζητούμενο για όλους, αφού ακόμη και οι πιο οργανωμένες αλυσίδες που διαθέτουν τα περίφημα είδη «με την καλύτερη συσχέτιση ποιότητας και τιμής» πλύνονται σφοδρά από την ύφεση, που ταλανίζει τη χώρα μας για πέμπτο συνεχές έτος. Με δεδομένο ότι ο ηγέτης στην αγορά του ενδύματος, η αλυσίδα Zara Hellas, εμφάνισε ζημίες το 2011 για πρώτη φορά στην περίπου 20ετή παρουσία της στη χώρα μας, συνάγεται το συμπέρασμα ότι η δραστηριοποίηση σε μία αγορά που συρρικνώνεται έχει καταστεί άθλημα για «δεινούς παίκτες». Εξάλλου, εκτιμάται πως η αγορά ένδυσης/υπό-

δνσης έχει συρρικνωθεί κατά 50% συγκριτικά με το 2007, με την αξία της να υπολογίζεται σε περίπου 3,5 δισ. ευρώ από 7 δισ. προ πενταετίας. Στο περιβάλλον αυτό, ακόμη και ισχυροί όμιλοι όπως ο ισπανικός Inditex, στον οποίο ανήκει η Zara, προχωρούν σε προσαρμογές. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα περιορίσε το δίκτυό της κατά 6 καταστήματα το 2011, μετρώντας σήμερα συνολικά 160 σημεία και των 8 αλυσίδων που ελέγχει διεθνώς. Ανάλογες κινήσεις ή και εννοπούσεις σημείων δεν αποκλείονται και για φέτος.

Σε πολύ δύσκολη θέση έχει πε-

**Η αξία της αγοράς ένδυσης/υπόδησης υπολογίζεται σε περίπου 3,5 δισ. ευρώ από 7 δισ. το 2007.**

ριέλθει την τελευταία διετία η ελληνική Sprider Stores, αλυσίδα που διαθέτει είδη σε πολύ προσιτή τιμή. Η αναδιάρθρωση του δικτύου της αποτελεί προτεραιότητα για την αλυσίδα, που μείωσε το δίκτυό της κατά 5 σημεία μέσα στο 2011 και δεν αποκλείει το κλείσιμο κι άλλων. Πρόσφατα η διοίκηση της εταιρείας αποφάσισε την απομάκρυνση της και από τη ζημιόγρονη αγορά της Ρουμανίας, περιορίζοντας πλέον την παρουσία της σε Ελλάδα, Κύπρο και Βουλγαρία με 93 καταστήματα. Στο πρώτο τρί-

μηνο του έτους η Sprider είχε αυξημένες ζημίες μετά φόρων ύψους 20 εκατ. ευρώ από 6,1 εκατ. ευρώ πέρυσι, με αποτέλεσμα να μην αποκλείεται το κλείσιμο και άλλων σημείων. Περαιτέρω, η πυρκαγιά που κατέστρεψε σημαντικό τμήμα αποθεμάτων και εξοπλισμού καθιστά την είσπραξη των ασφαλιστικών αποζημιώσεων ζωτικής σημασίας για το μέλλον της Sprider.

Στην αγορά των επώνυμων εισαγόμενων ειδών, η εικόνα είναι εξίσου δυσμενής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της εταιρείας Βέρβας, η οποία στο τέλος του 2009 ήλγχε δίκτυο συνολικά 36 ανεξάρτητων καταστημάτων. Αυτά σήμερα έχουν περιοριστεί σε 18, καθώς η εταιρεία λαμβάνει όλα τα αναγκαία μέτρα ώστε να προσαρμοστεί στα δεδομένα της αγοράς. Σε ανάλογες κινήσεις προβαίνει επίσης ο εισαγωγικός όμιλος Φ. Κ. Λεμονής. Συγκεκριμένα, τερμάτισε τη λειτουργία του καταστήματος της φίρμας Fendi στο κέντρο της Αθήνας, το οποίο άνοιξε το 2010 από κοινού με τον όμιλο LVMH, έκλεισε μη αποδοτικά σημεία των αλυσίδων που διαχειρίζεται και προχώρησε σε μείωση τιμών 25%-30% στις συλλογές υποδημάτων της ιδιόκτητης φίρμας «Καλογήρου».

Η προσφυγή, τέλος, και της εταιρείας Καρούζος στις διατάξεις του άρθρου 99, μετά το κλείσιμο 10 καταστημάτων την τελευταία διετία, είναι ενδεικτική της σφοδρότητας με την οποία συρρικνώνεται η αγορά της λιανικής. Το δίκτυο Carouzos μετράει πλέον μόλις 8 σημεία.

## Διαρκής πτώση στην ένδυση

**Τη διαρκή πτώση των πωλήσεων των αλυσίδων ένδυσης πιστοποιεί σχετική μελέτη της ICAP. Η ραγδαία ανάπτυξη που κατέγραψαν μεταξύ 1996 και 2008, με μέσο ετήσιο ρυθμό 12,6%, αναστράφηκε το 2009, με την συρρίκνωση της αγοράς κατά 12,2% έναντι του 2008. Η πτωτική πορεία συνεχίστηκε και την επόμενη διετία, με την αξία των πωλήσεων να υποχωρεί κατά 18,1% το 2010 συγκριτικά με το 2009, ενώ ακόμη μεγαλύτερη εκμύμηση ότι ήταν η μείωση το 2011 συγκριτικά με το 2010. Επίσης, σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία, ο τζίρος στα είδη ένδυσης/υπόδησης υποχώρησε κατά 22,3% στο πεντάμηνο του 2012 συγκριτικά με το αντίστοιχο περσιό διάστημα, ενώ οι απώλειες αντιστοιχούν σε 11,5% για τα πολυκαταστήματα. Τέλος, πρόσφατη έρευνα της ΕΣΕΕ (Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου) προδικάζει μείωση του τζίρου των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων φέτος κατά 53,4% σε σχέση με πέρσι, και κατά 66% έναντι του 2009, ενώ το ποσοστό κέρδους στο λιανικό εμπόριο συρρικνώνεται φέτος κατά 72,9% συγκριτικά με το 2009.**