



ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΜΕΤΑ- COVID ΕΠΟΧΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΗΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΤΟΥ ΙΕΛΚΑ

Δρ. Λ. Κιοσές
Γεν. Διευθυντής ΙΕΛΚΑ

Μάρτιος 2022

Ταυτότητα έρευνας

Φορέας διεξαγωγής	ΙΕΛΚΑ
Τύπος και μέθοδος	Ποσοτική έρευνα με συμπλήρωση απευθείας από τον ερωτώμενο σε καταστήματα και χρήση δομημένου Ερωτηματολογίου
Πληθυσμός	Γενικός πληθυσμός – Αγοραστές Σουπερμάρκετ
Κάλυψη	Σύνολο της Επικράτειας
Αριθμός Καταστημάτων	30
Δείγμα Σχεδιασθέν	2.000
Πραγματοποιηθέν	2.300
Ημερομηνία Συλλογής	Δεκέμβριος 2021-Ιανουάριος 2022
Μέθοδος Δειγματοληψίας	Τυχαία δειγματοληψία
Τυπικό σφάλμα	Μέγιστο +/- 2% σε διάστημα εμπιστοσύνης 95%

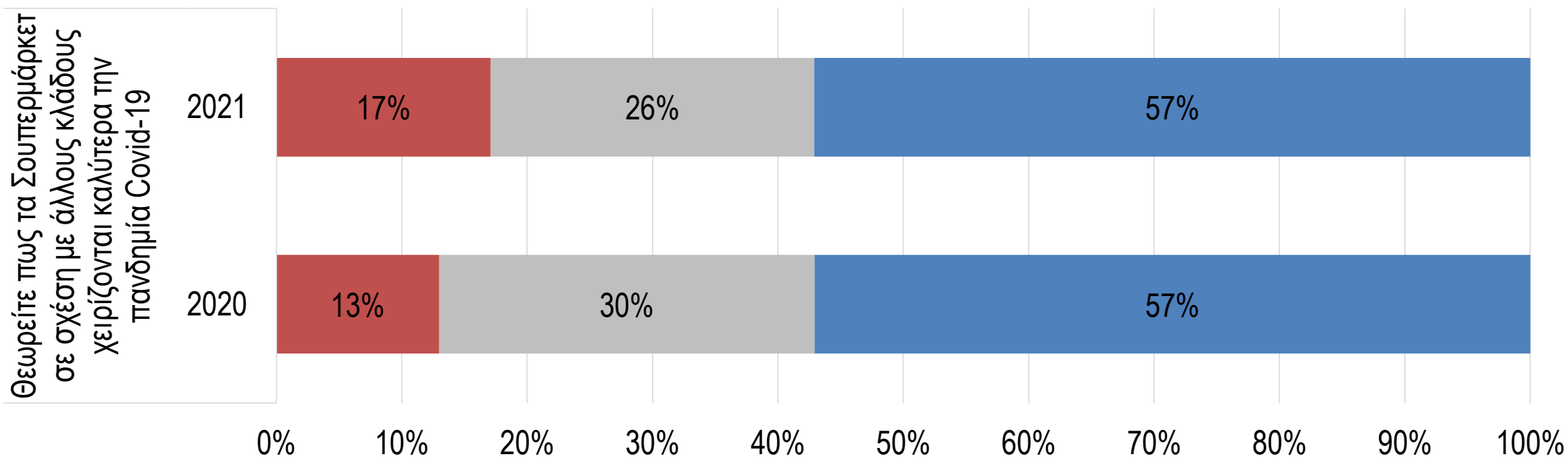
Σουπερμάρκετ και COVID: Επιτυχημένη Διαχείριση της Πανδημίας



Θετική άποψη για τον χειρισμό της πανδημίας

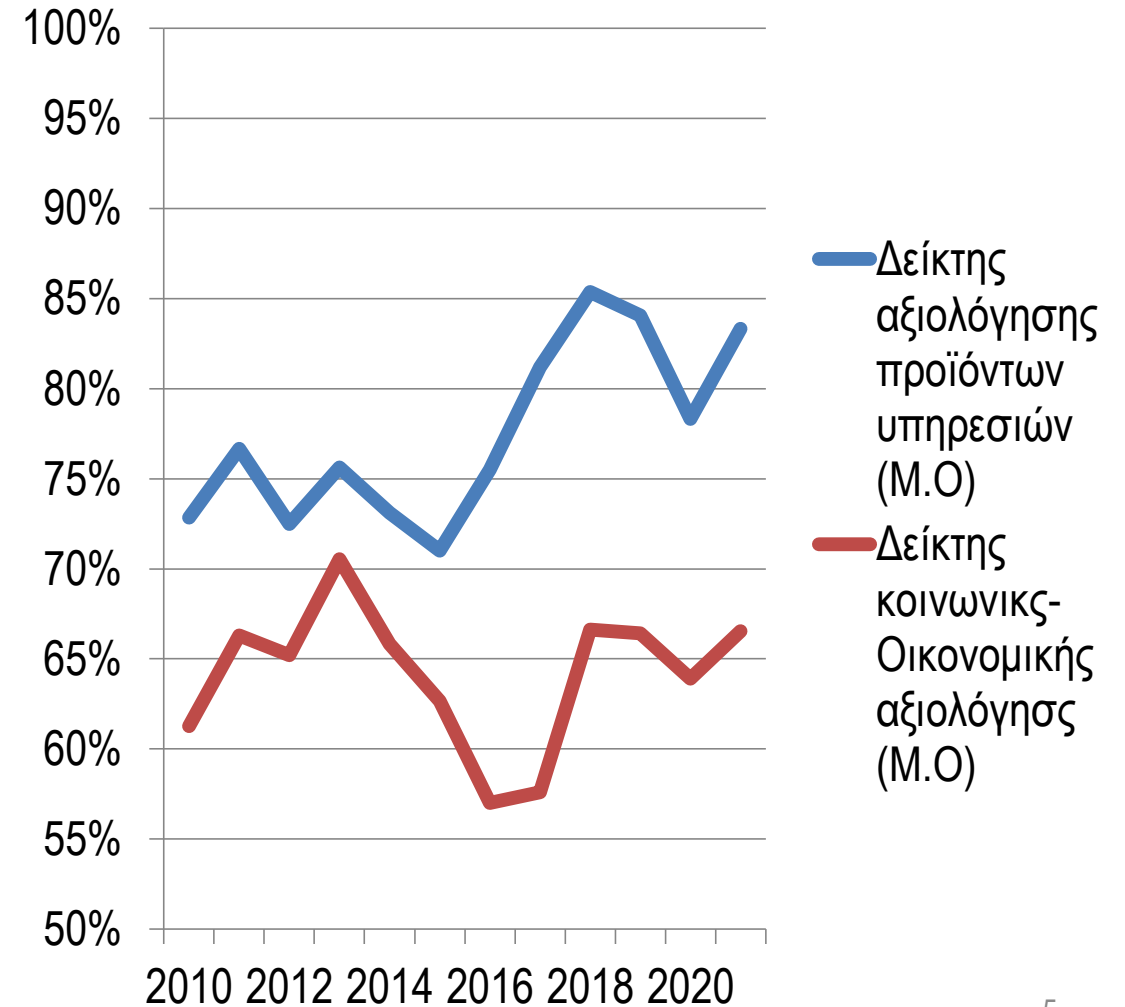
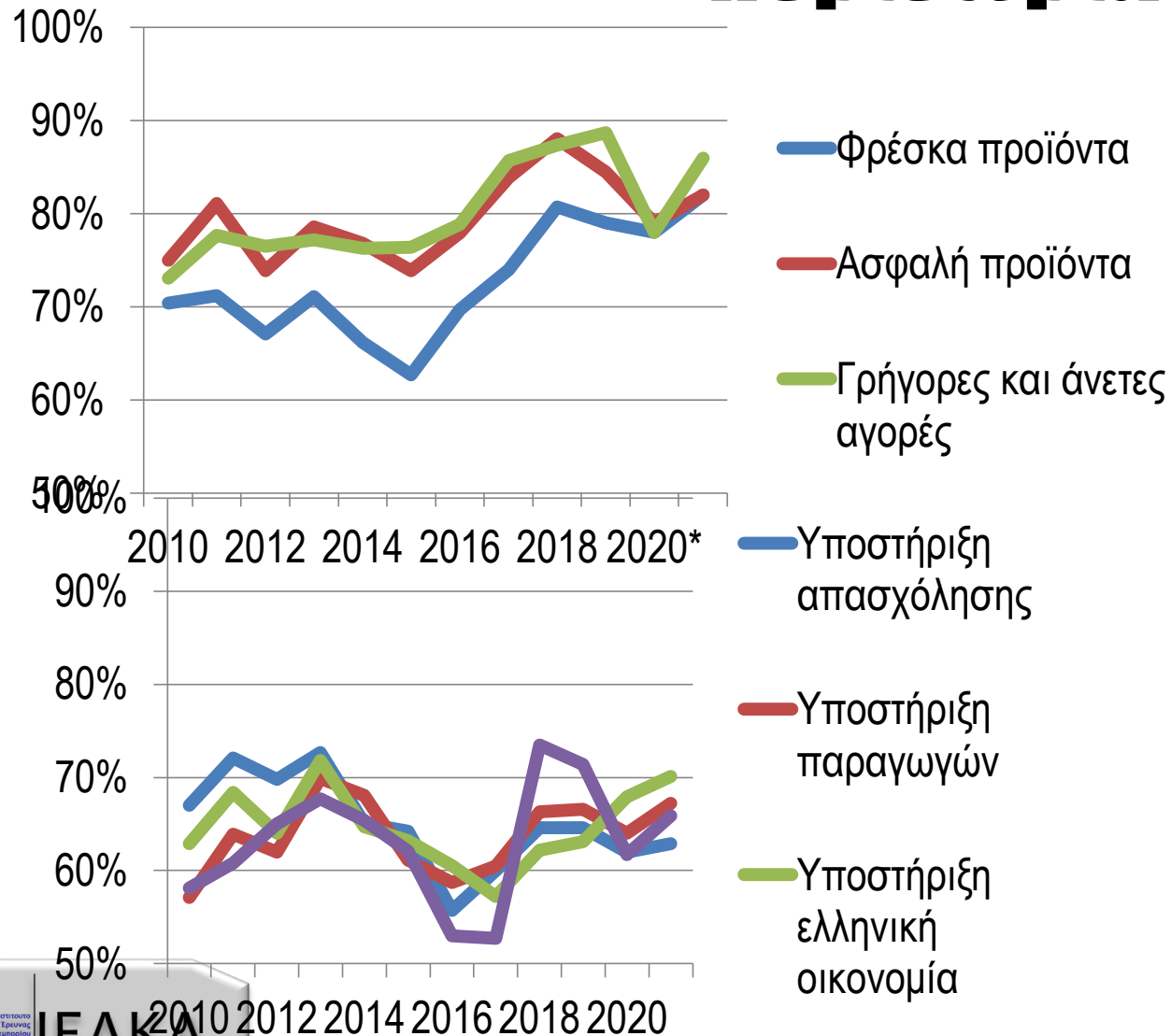
Θεωρείτε πως τα Σουπερμάρκετ σε σχέση με άλλους κλάδους χειρίζονται καλύτερα την πανδημία Covid-19

■ Διαφωνώ (1-2) ■ Ούτε διαφωνώ-Ούτε συμφωνώ (3-4) ■ Συμφωνώ (5-7)

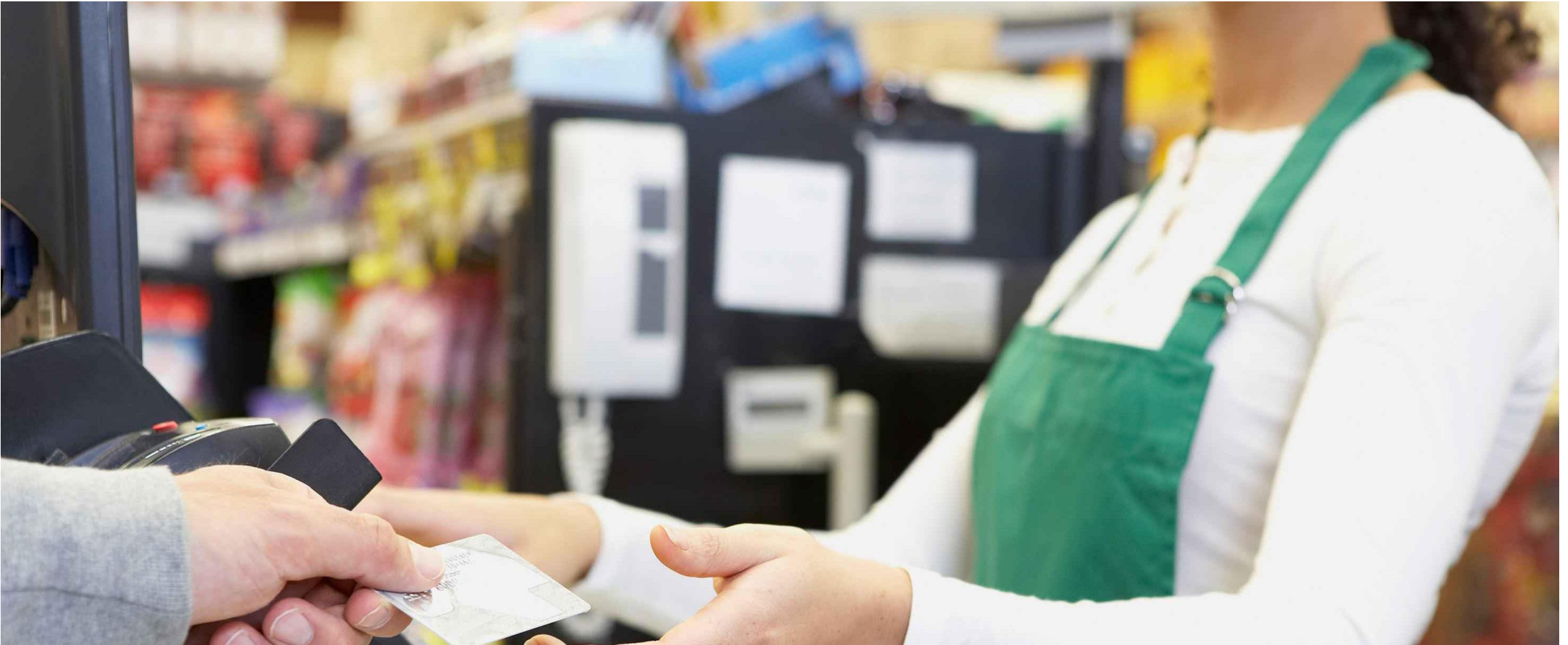


Θεωρείτε πως τα Σουπερμάρκετ σε σχέση με άλλους κλάδους χειρίζονται καλύτερα την πανδημία Covid-19

Υψηλή Κοινωνική-Οικονομική αξιολόγηση με περιθώρια βελτίωσης

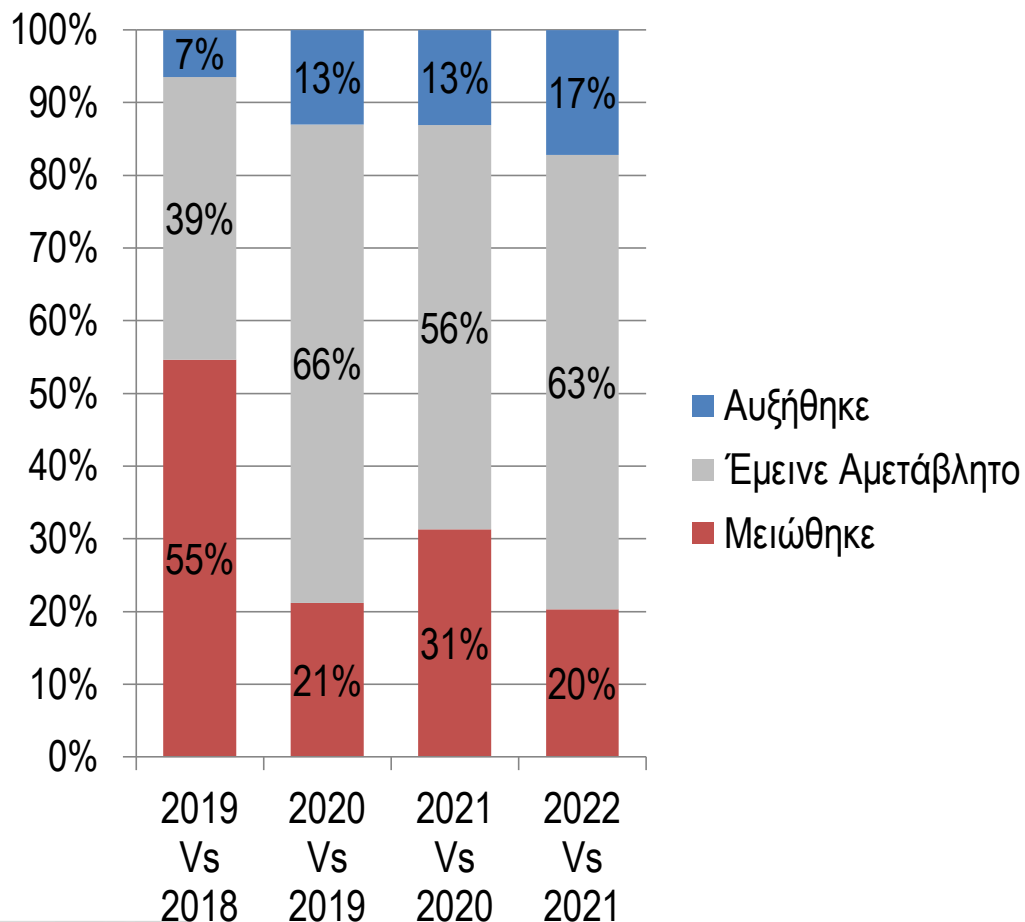


Εισόδημα και Δαπάνες: Εκτίμηση για αυξημένες δαπάνες λόγω τιμών

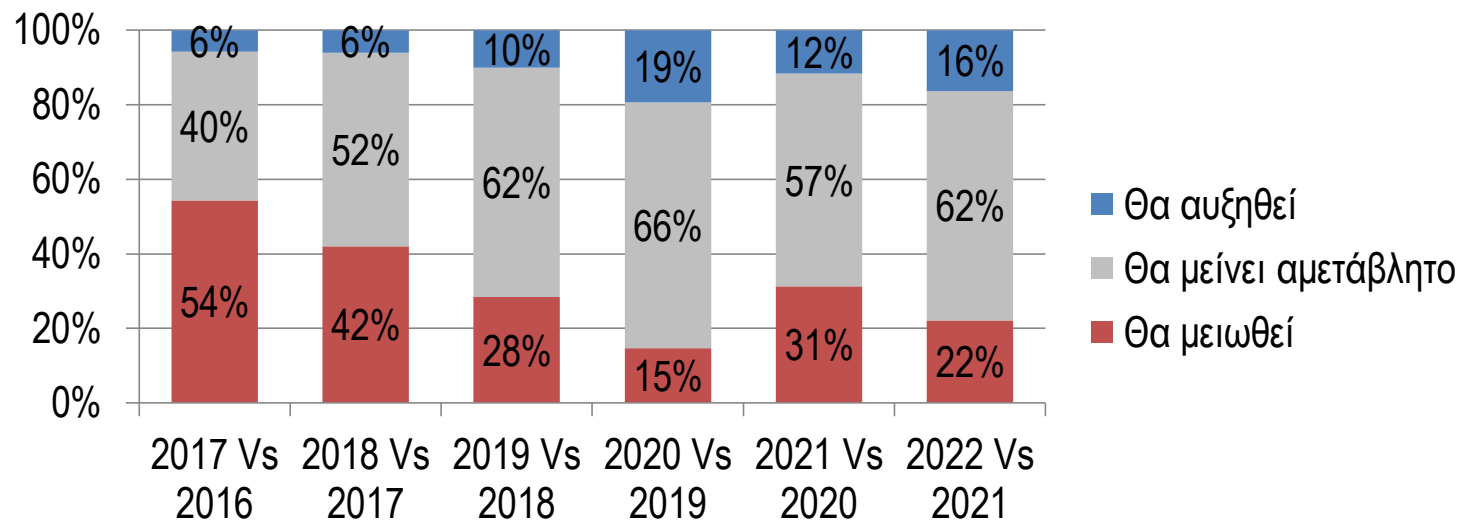


Εισόδημα, δαπάνες και σουπερμάρκετ

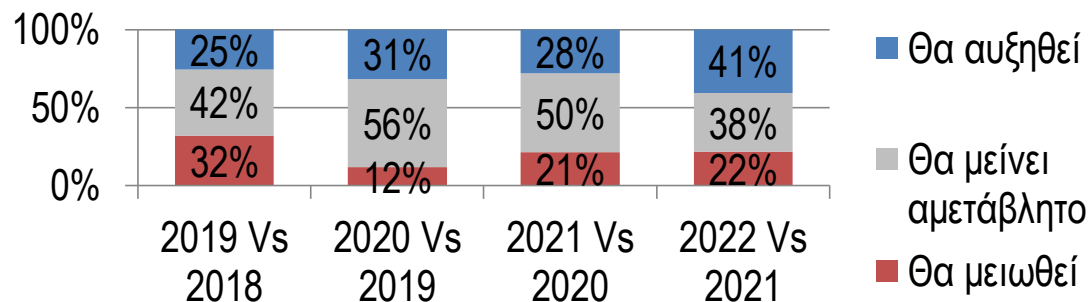
Το τελευταίο 12μηνο το εισόδημα σας;



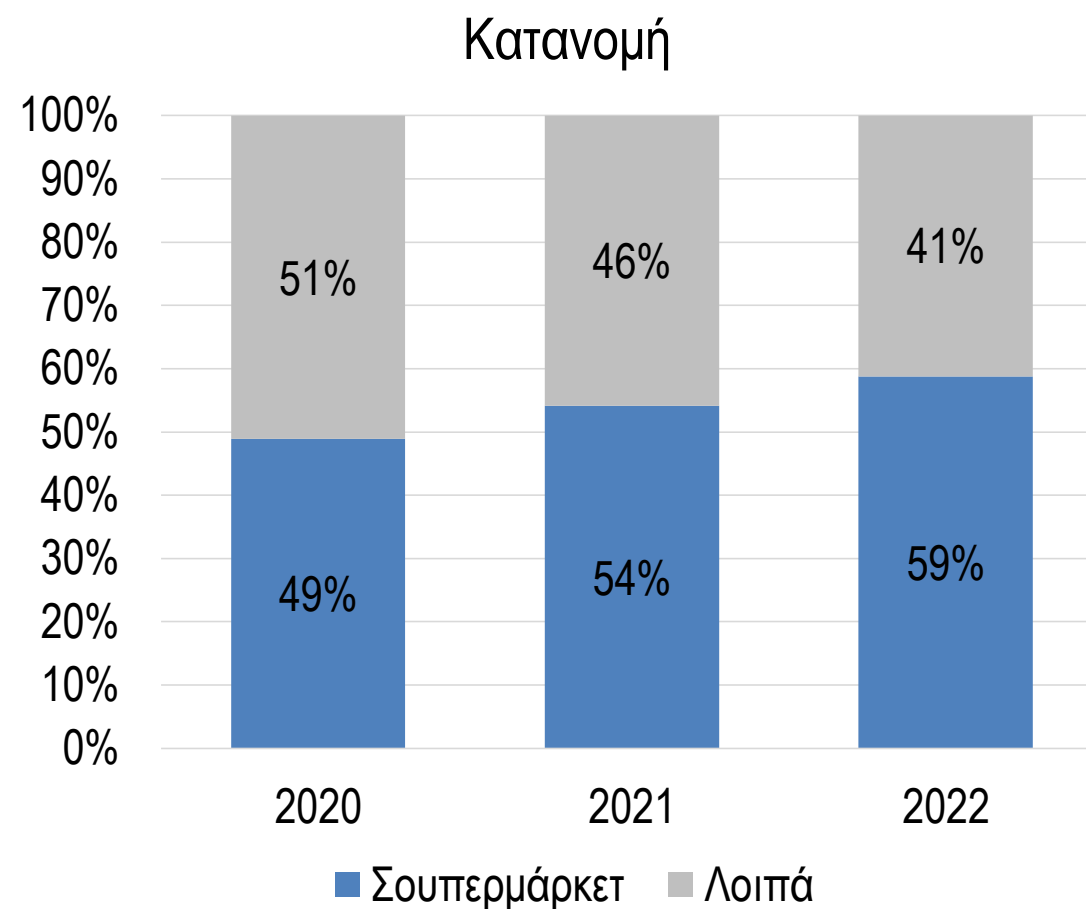
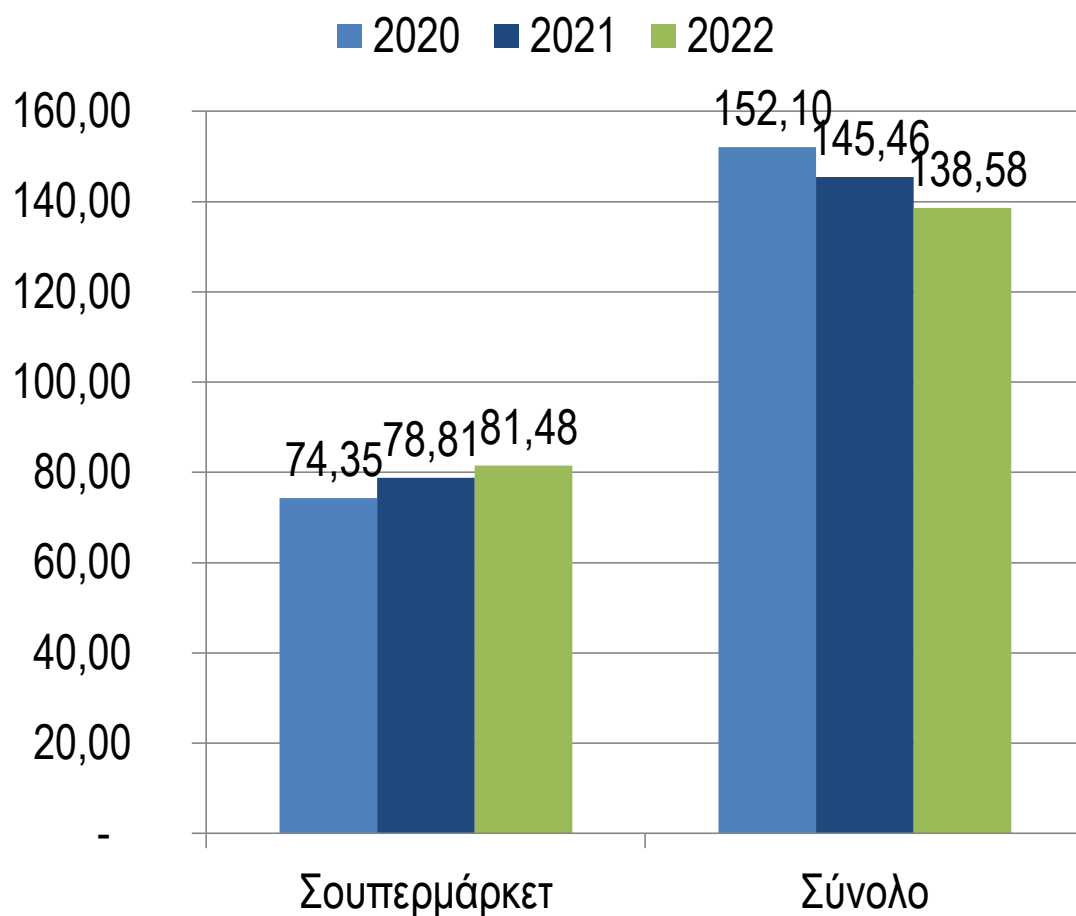
Πιστεύετε ότι το επόμενο 12μηνο το εισόδημα σας:



Πιστεύετε ότι η συνολική αξία των αγορών σας από Σουπερμάρκετ το 2022 σε σχέση με το 2021:



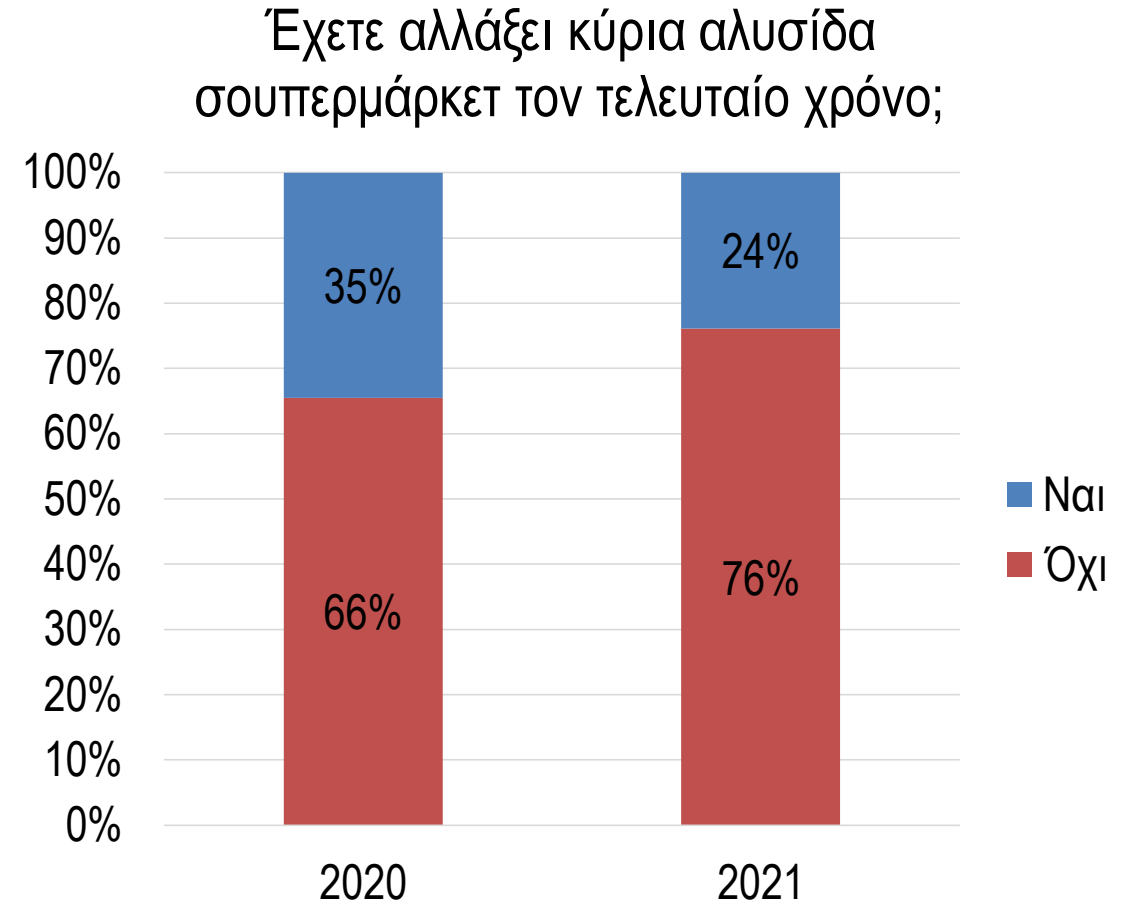
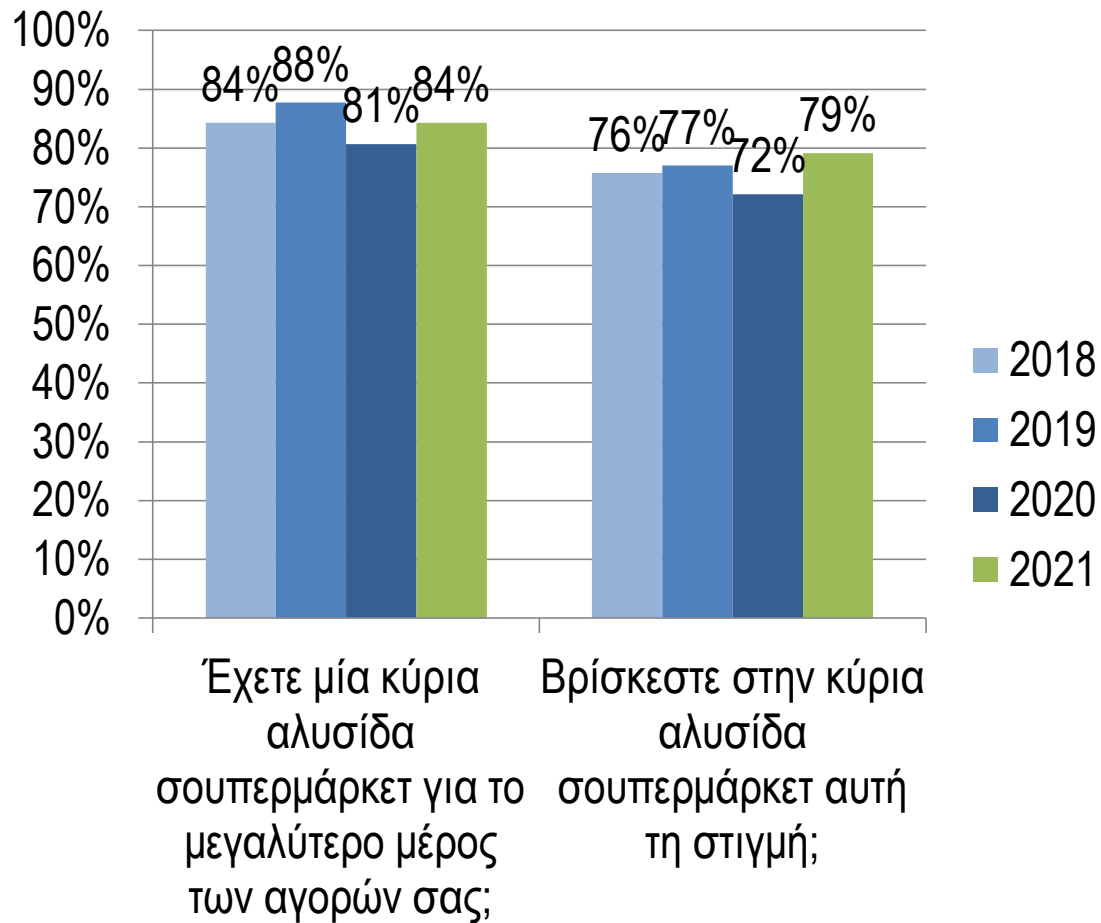
Κατανομή δαπάνης από σουπερμάρκετ και αλλού



Κινητικότητα και Loyalty: Παγίωση του κινητικού καταναλωτή

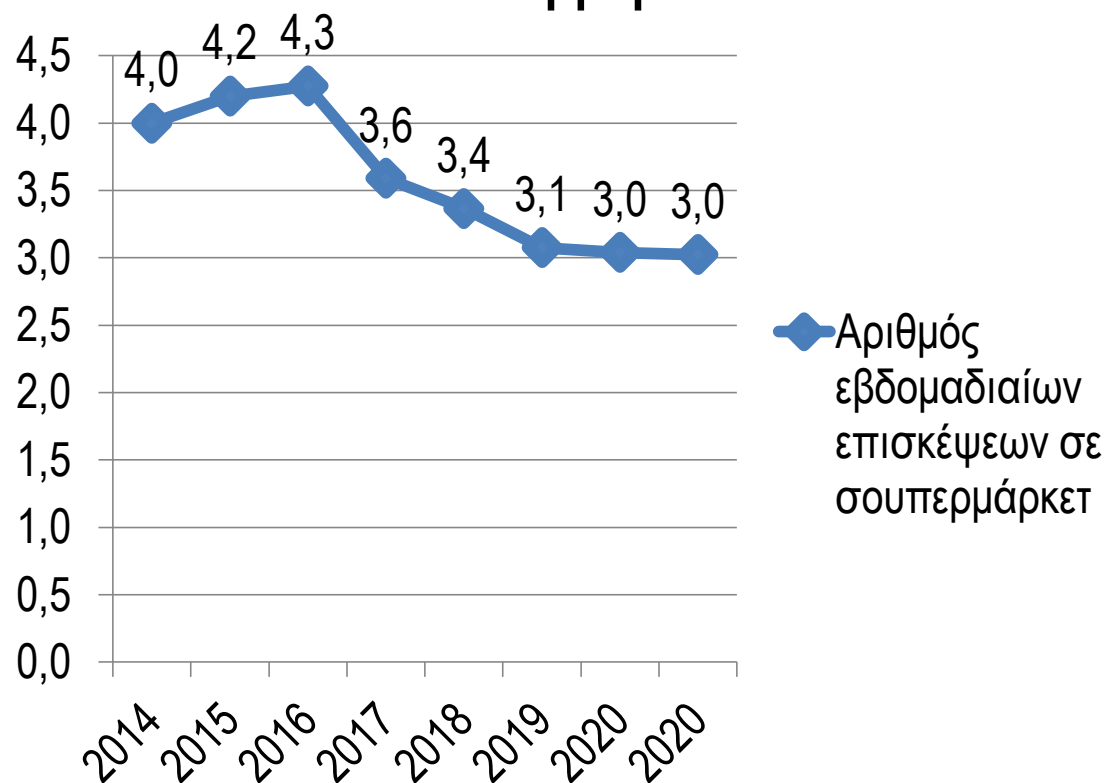


Κύρια αλυσίδα και συμπληρωματική

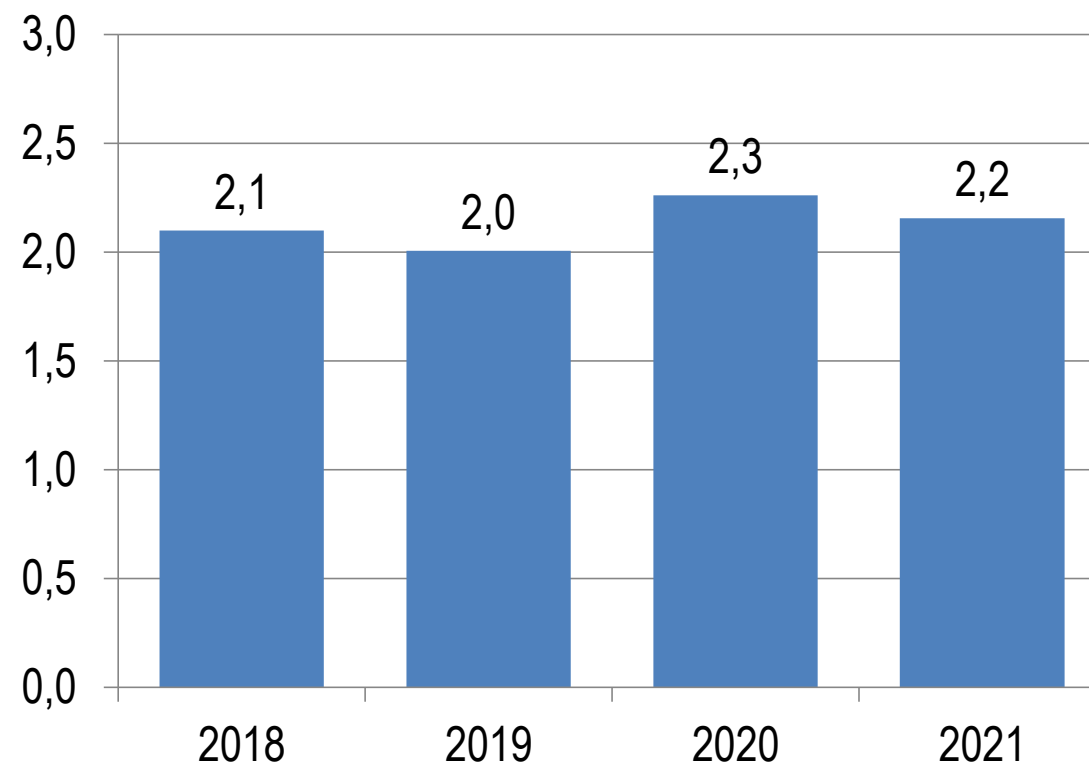


Πολλαπλές επισκέψεις σε πολλαπλά καταστήματα

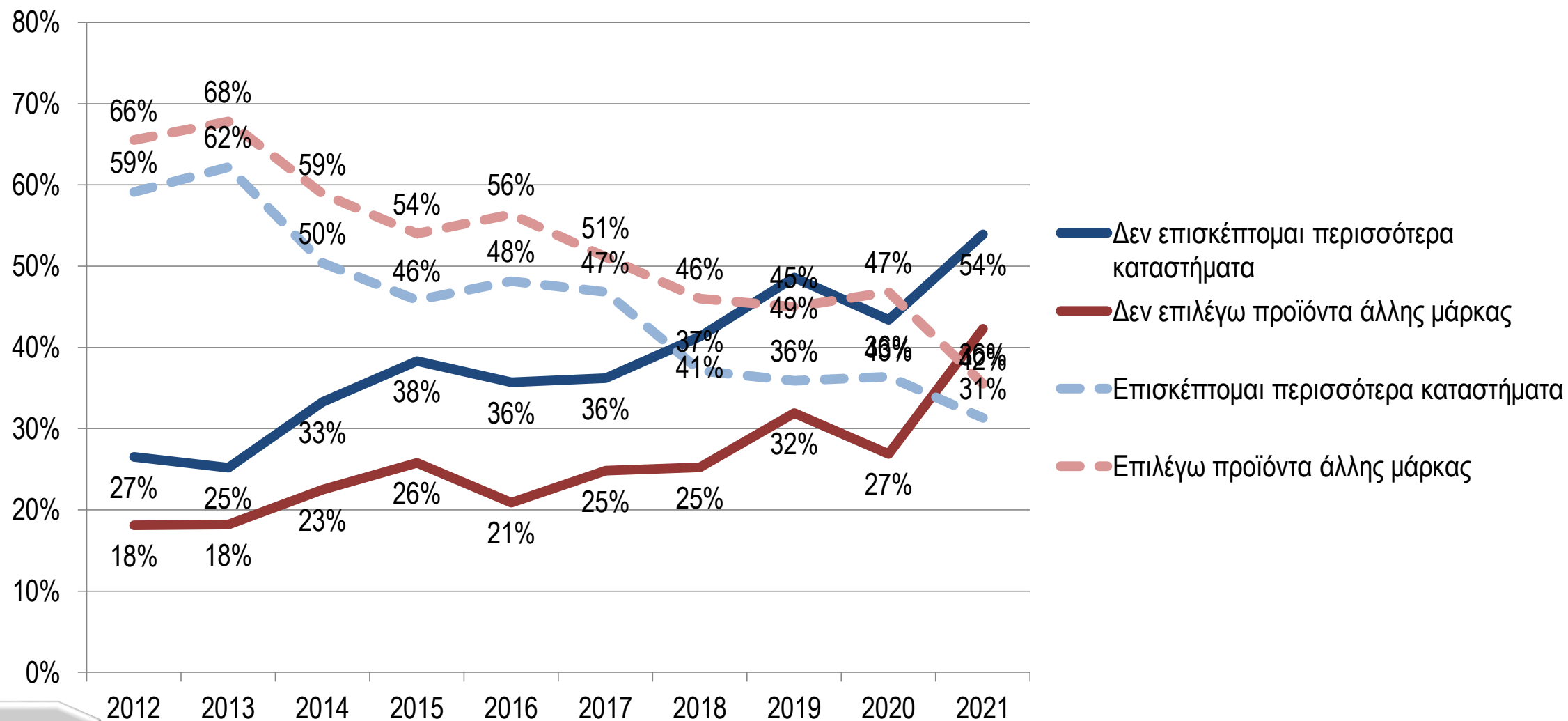
Αριθμός εβδομαδιαίων επισκέψεων σε
σουπερμάρκετ



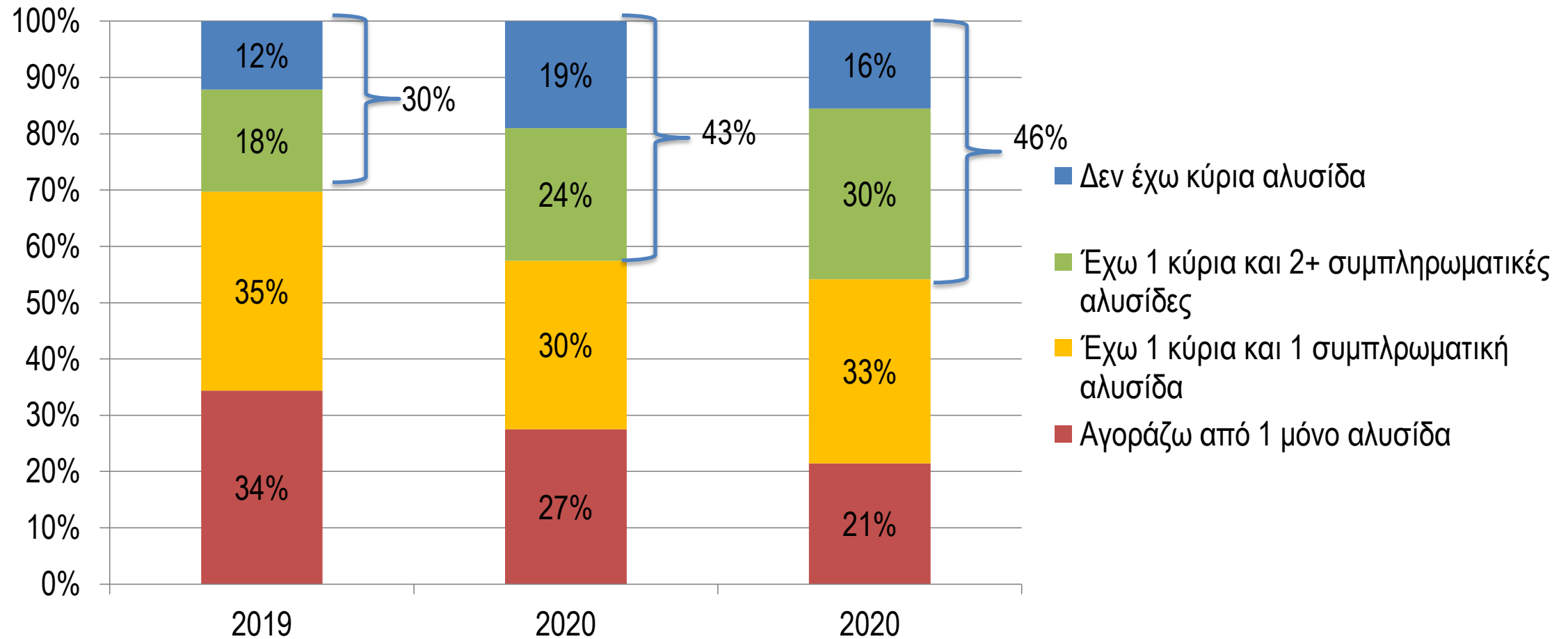
Από πόσες διαφορετικές αλυσίδες
Σουπερμάρκετ



Αύξηση του Store & Brand “loyalty”

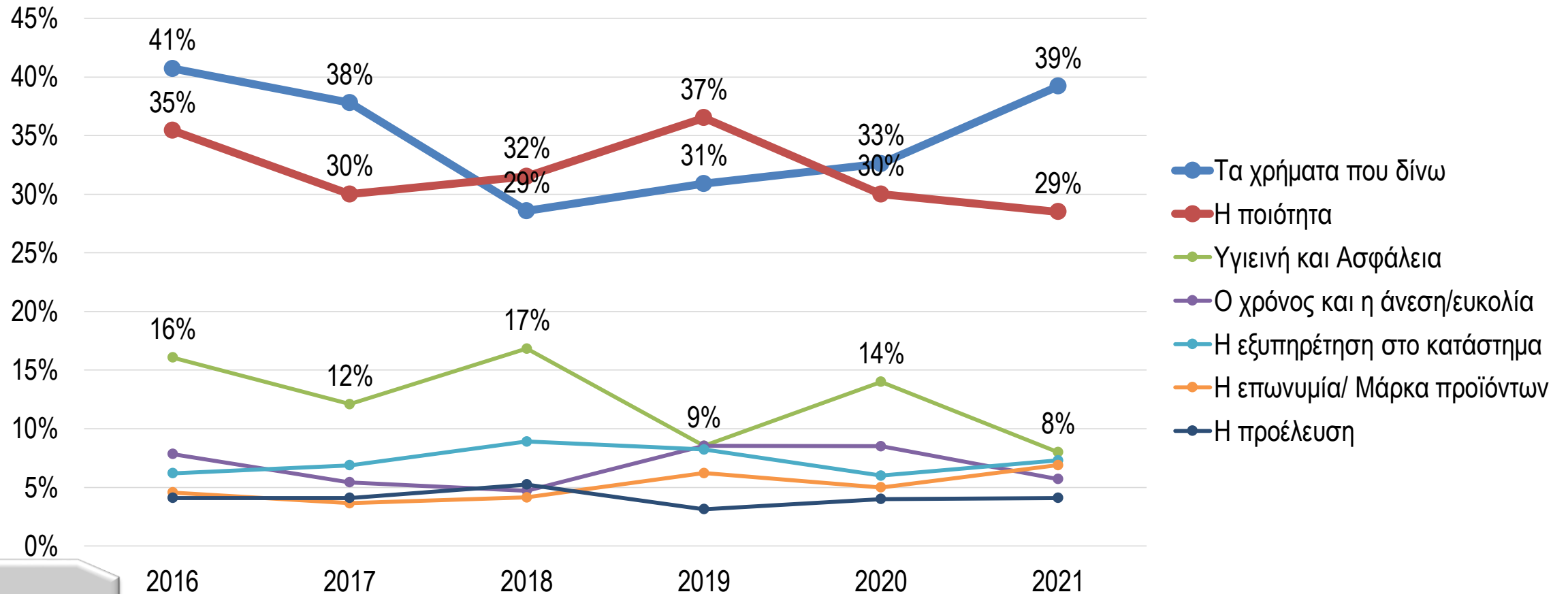


4 διακριτές τάσεις για αγορές από διαφορετικές αλυσίδες



Τα χρήματα ο κύριος παράγοντας επιλογής προϊόντων

Αυτή τη στιγμή ποιος είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας επιλογής όταν ψωνίζετε τρόφιμα;
(επιλέξτε μόνο ένα)

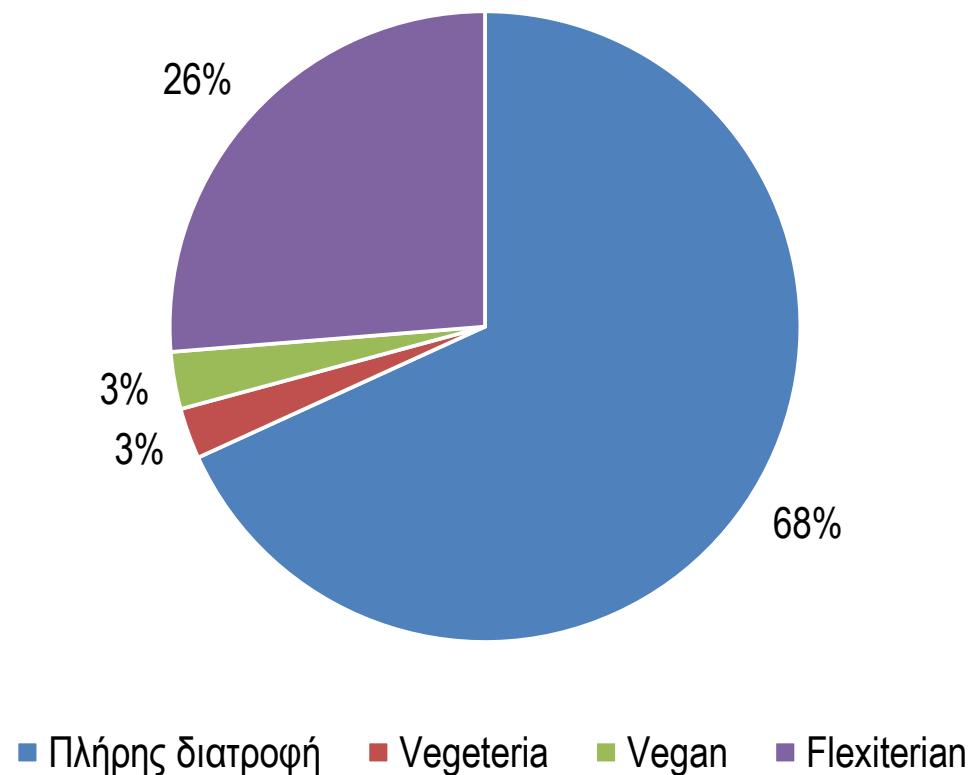


Διατροφικές Τάσεις: Το διακριτό κοινό των χορτοφάγων



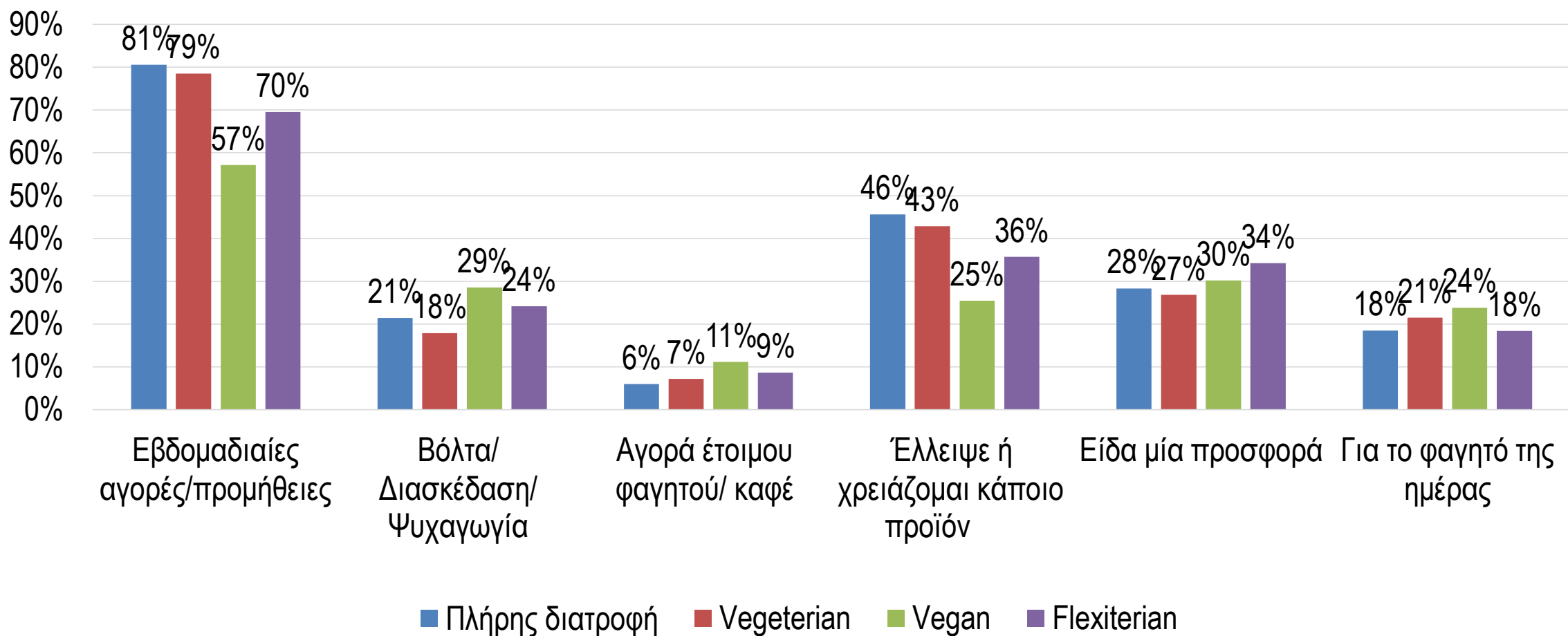
Χορτοφαγικές τάσεις: Η ανάπτυξη των flexiterians

Θα χαρακτηρίζατε τη διατροφή σας;



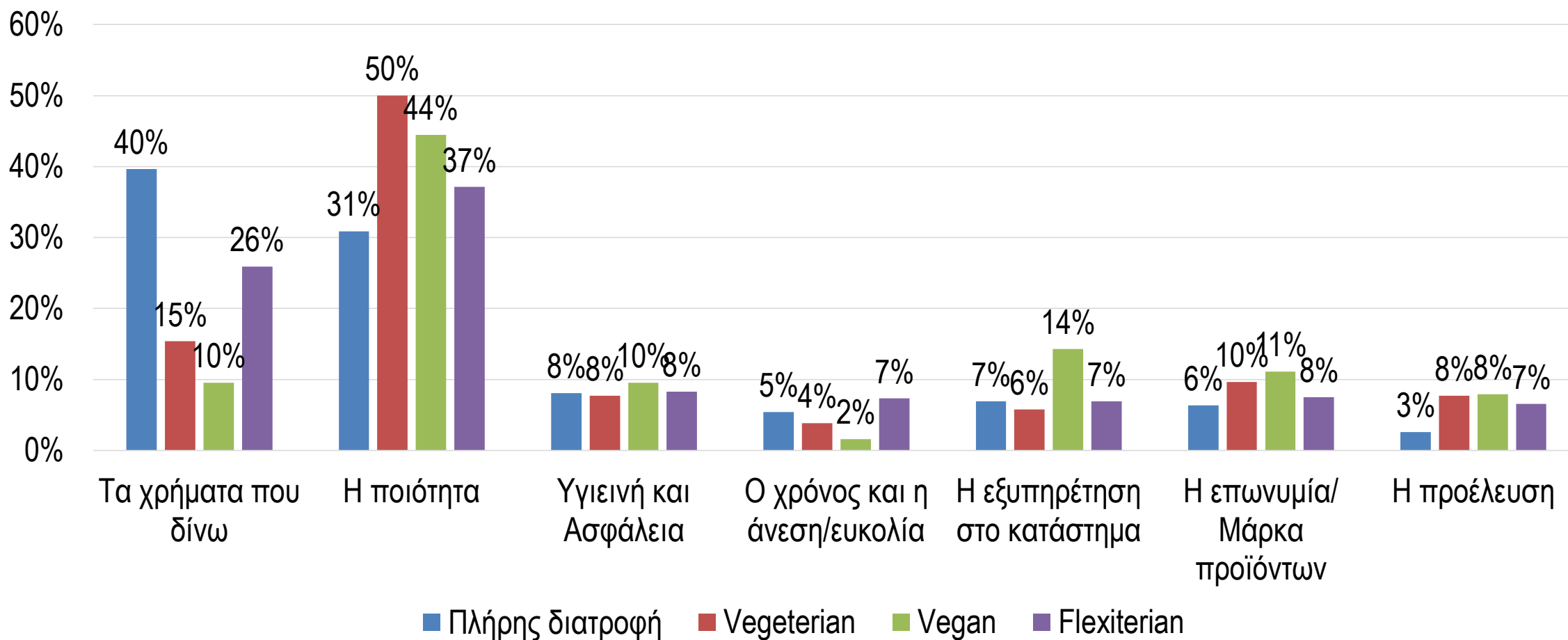


Λόγοι επίσκεψης στο κατάστημα





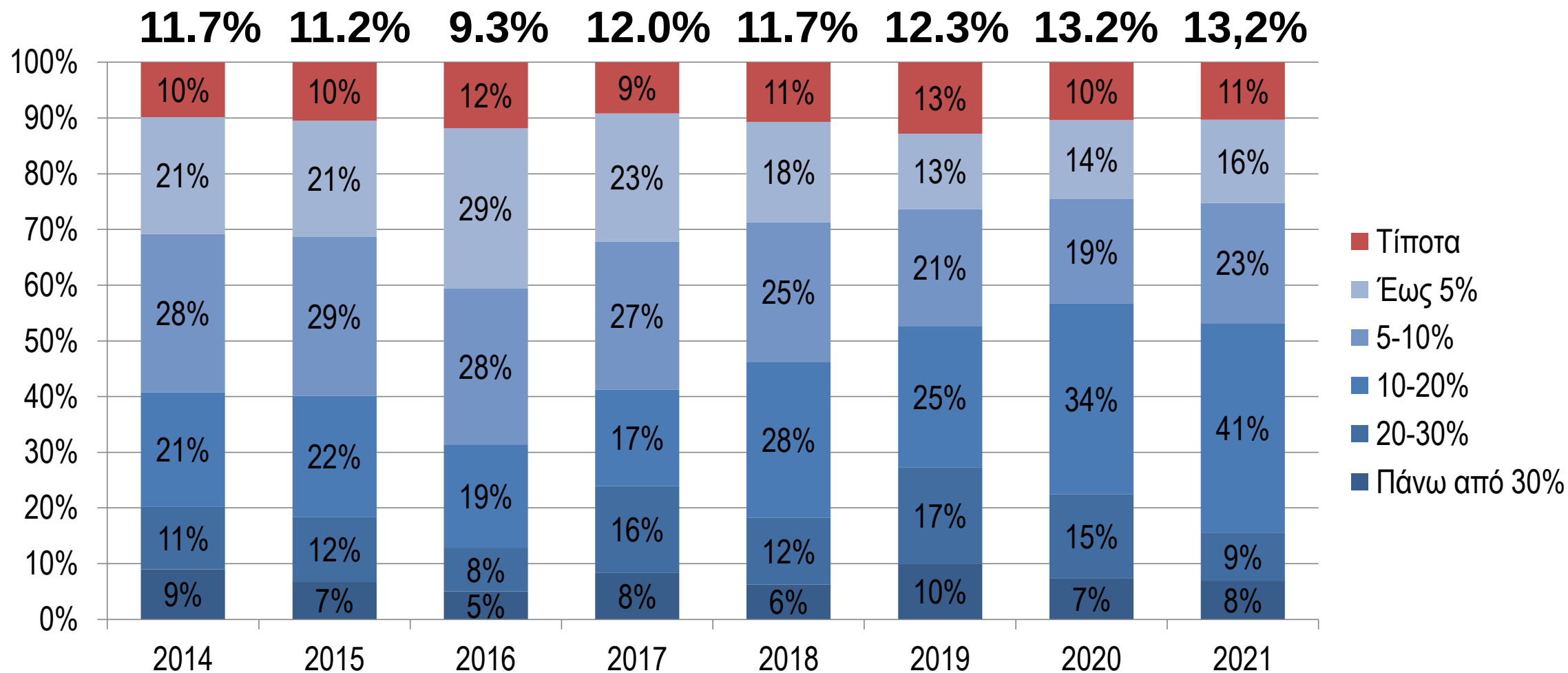
Κριτήρια επιλογής προϊόντων



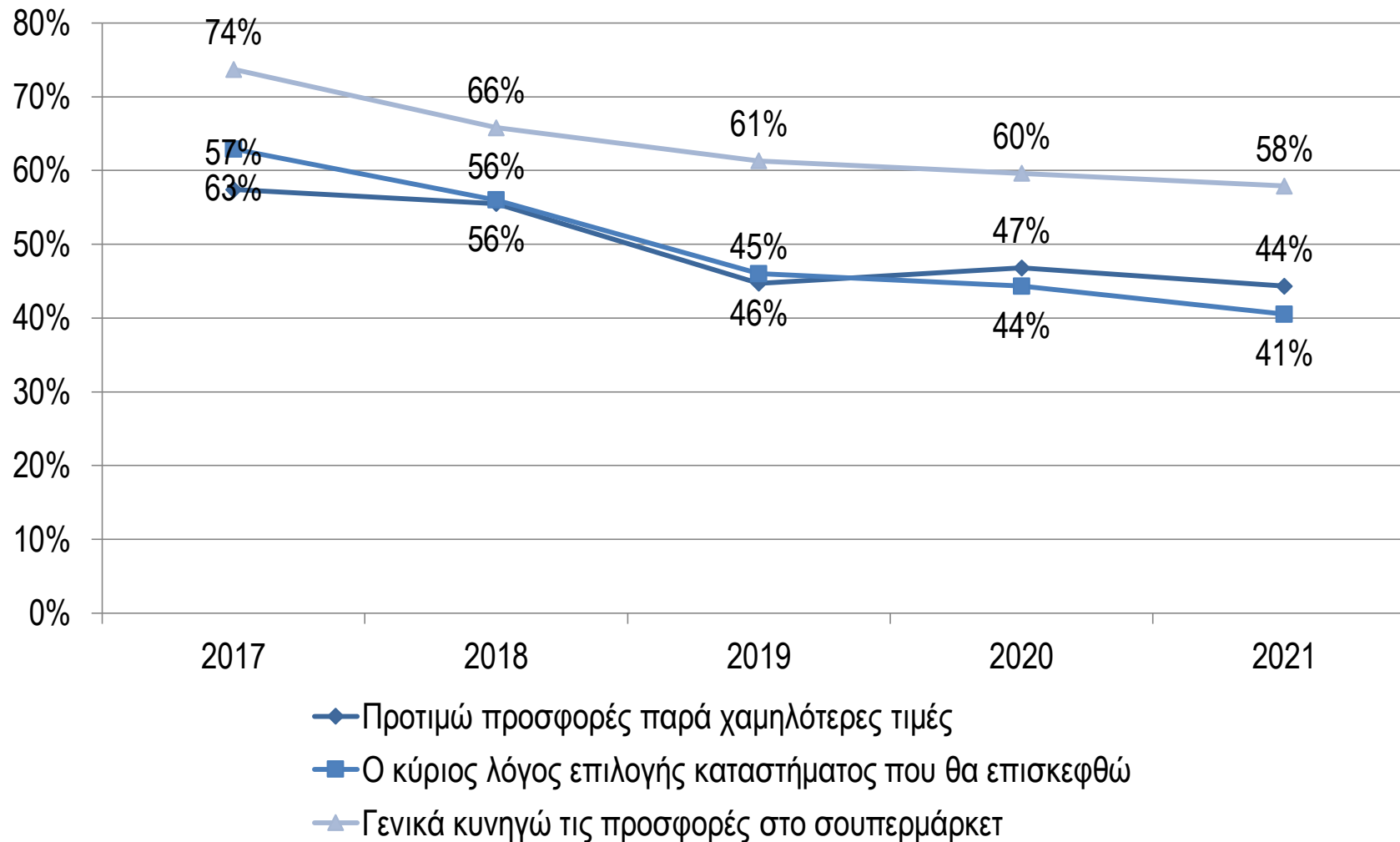
Προωθητικές Ενέργειες



Σοβαρή η εξοικονόμηση χρημάτων από τις προσφορές

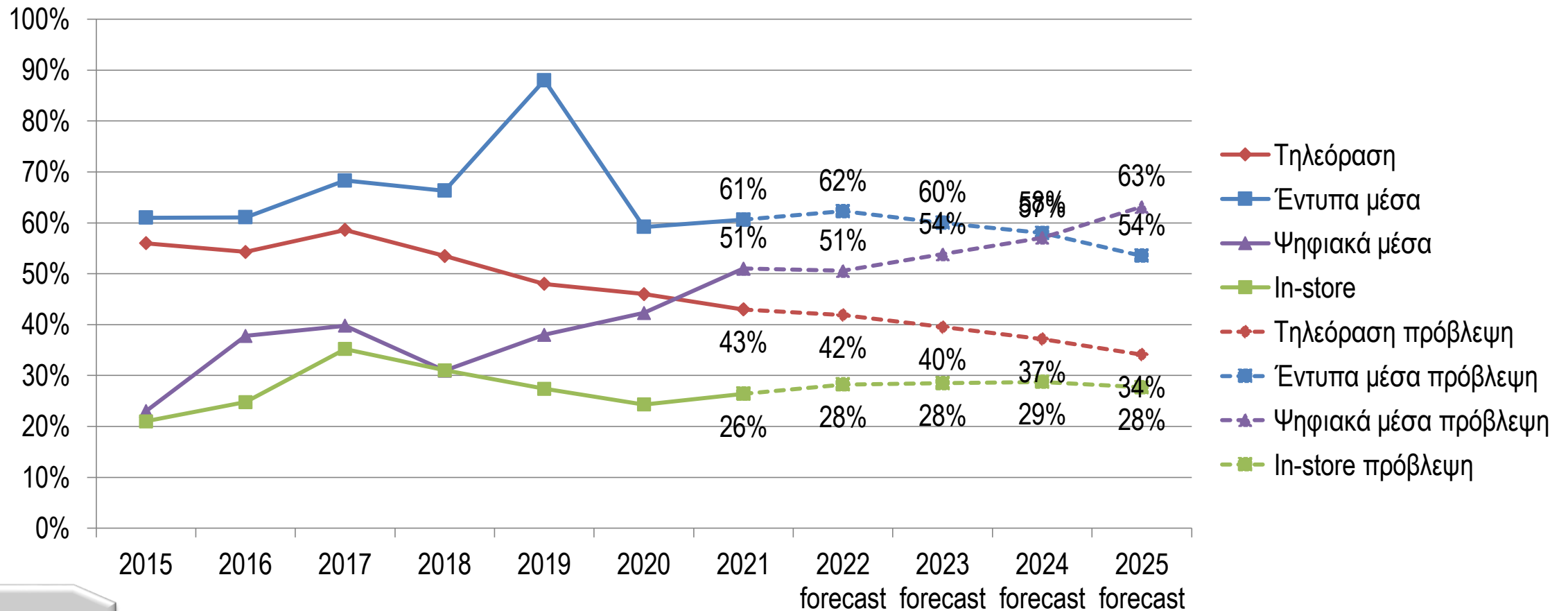


Κόπωση από τις προσφορές?



Πηγές πληροφόρησης για προσφορές

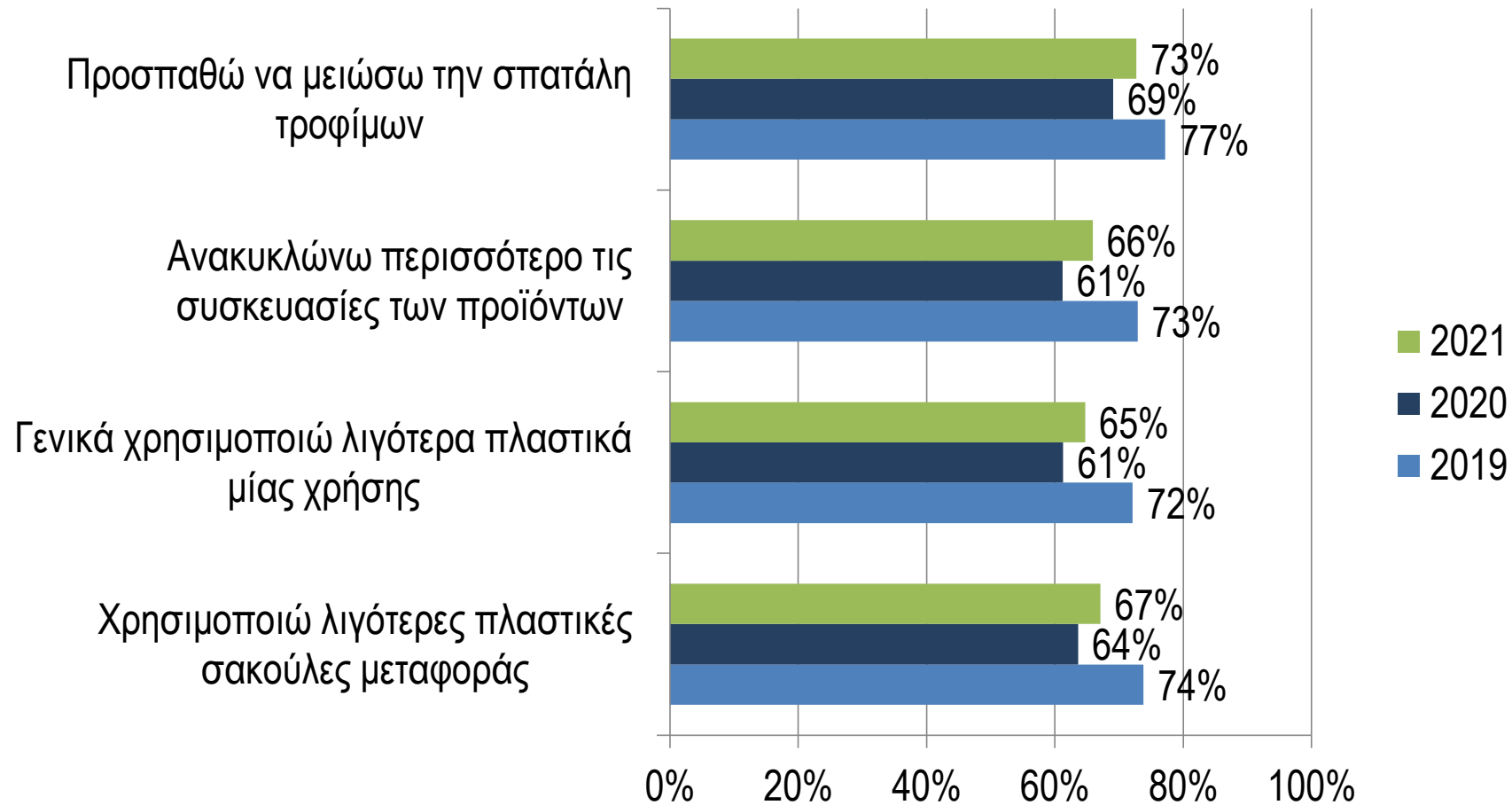
Ποιες είναι οι πηγές πληροφόρησης σας για τις προσφορές στο σουπερμάρκετ; (Μέχρι 3 απαντήσεις)



Περιβαλλοντικά θέματα: Ανάκαμψη του περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος



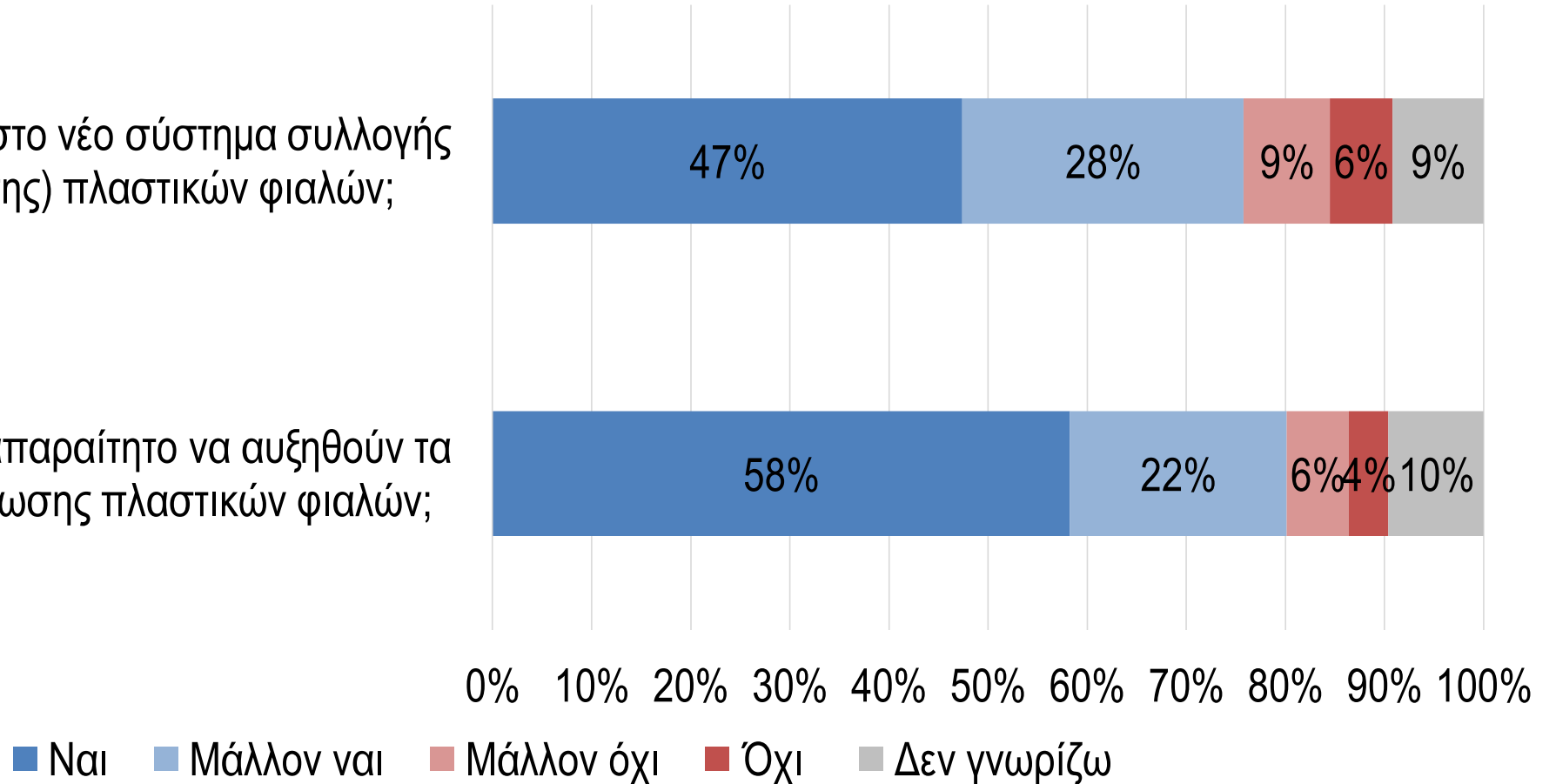
Περιβαλλοντικά θέματα



Συμμετοχή στο σύστημα εγγυοδοσίας, αλλά και ανάγκη ενημέρωσης

Θα συμμετείχατε ενεργά στο νέο σύστημα συλλογής
(με επιστροφή εγγύησης) πλαστικών φιαλών;

Θεωρείτε ότι είναι απαραίτητο να αυξηθούν τα
ποσοστά ανακύκλωσης πλαστικών φιαλών;





ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΜΕΤΑ- COVID ΕΠΟΧΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΗΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΤΟΥ ΙΕΛΚΑ

Δρ. Λ. Κιοσές
Γεν. Διευθυντής ΙΕΛΚΑ

Μάρτιος 2022