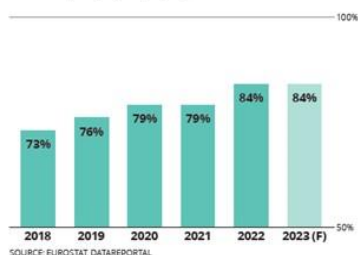




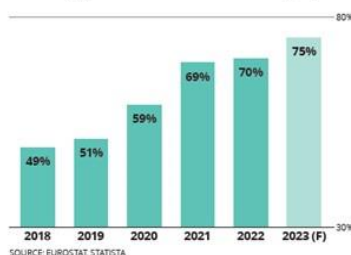
Πειραιάς, 26 Σεπτεμβρίου 2023

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ**Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχίζει να αναπτύσσεται στην ΕΕ παρά το μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον****Έκθεση ηλεκτρονικού Εμπορίου 2023**
Στοιχεία για την Ελλάδα**Χρήση Internet**

Ποσοστό πληθυσμού με πρόσβαση στο Internet

**Χρήστες ηλεκτρονικού εμπορίου**

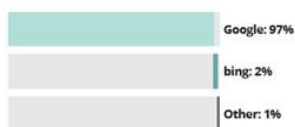
Ποσοστό χρηστών διαδικτύου που κάνουν online αγορές

**ΑΕΠ - ΑΕΠ ηλ. εμπορίου (δισ €)**

Το ΑΕΠ σε δισ € και το ποσοστό συμμετοχής του ηλεκτρονικού εμπορίου στο ΑΕΠ

**Μερίδιο αγοράς μηχανών αναζήτησης**

Οι πιο δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης το 2022

**Κύκλος εργασιών ηλεκτρονικού εμπορίου B2C (δισ €)**

Το **Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς** ενημερώνει, πως οι οργανώσεις **Ecommerce Europe** και **EuroCommerce** δημοσίευσαν, από κοινού, την Έκθεση για το **Ευρωπαϊκό Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2023**. Το 2022, ο κύκλος εργασιών του B2C αυξήθηκε από 849 δισ ευρώ το 2021, σε 899 δισ ευρώ το 2022, παρά το μεταβαλλόμενο οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον. Αν και ο ρυθμός ανάπτυξης για το 2022, φθάνοντας το 6%, είναι χαμηλότερος από το 2021 που έφτασε το 12% λόγω πανδημίας, ο κλάδος συνεχίζει να προχωρά και αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται το 2023.

Καθ' όλη τη διάρκεια του 2022, η Ευρώπη επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από τον αντίκτυπο του ρωσικού πολέμου στην Ουκρανία, κυρίως από τους υψηλούς ρυθμούς πληθωρισμού που ασκούσαν πτωτική πίεση στην αγοραστική δύναμη των καταναλωτών. Η έκθεση υπογραμμίζει ότι οι υψηλότερες τιμές ήταν ο κύριος μοχλός στην αύξηση του κύκλου εργασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, οι χαμηλότερες τιμές αντισταθμίστηκαν εν μέρει από την αύξηση των αγορών διαδικτυακών υπηρεσιών και κυρίως στα ταξίδια. Ταυτόχρονα, οι ευρωπαίοι φορείς λήψης αποφάσεων έχουν την ευκαιρία να προσαρμόσουν το ρυθμιστικό τοπίο στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που θέτει η ψηφιακή και πράσινη μετάβαση.

Για να καταδείξει τη σημαντική επίδραση του πληθωρισμού στον κλάδο, η φετινή έκθεση πρόσθεσε αριθμούς ανάπτυξης προσαρμοσμένους στον πληθωρισμό για την Ευρώπη και όλες τις περιφέρειές της. Το 2021, η προσαρμοσμένη στον πληθωρισμό ανάπτυξη του ευρωπαϊκού



ηλεκτρονικού εμπορίου ήταν ακόμα πολύ ισχυρή στο +9%, αλλά έπεσε το 2022 λόγω του πληθωριστικού σοκ και συρρικνώθηκε για πρώτη φορά στο -2%. Οι μόνες περιοχές χωρίς πτώση του ηλεκτρονικού εμπορίου το 2022 ήταν η Ανατολική Ευρώπη με +5% και η Νότια Ευρώπη με +13%. Το 2023, το ηλεκτρονικό εμπόριο άρχισε να ανακάμπτει, καθώς ο πληθωρισμός μειώθηκε, οδηγώντας μας σε πρόβλεψη επιστροφής στην ανάπτυξη περίπου στο +2% το 2023. Η έκθεση προσδιορίζει, επίσης, την τεχνολογική πρόοδο σε 5G, AR/VR, ψηφιακό πορτοφόλι και νέες λύσεις καταστημάτων όπως SaaS, ως οδηγό βαθύτερης διείσδυσης του ηλεκτρονικού εμπορίου και, ως εκ τούτου, ως ευκαιρία εξομάλυνσης των περιφερειακών διαφορών. Μια άλλη πτυχή που αναφέρεται στην έκθεση είναι η αυξανόμενη ζήτηση για πιο βιώσιμο ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο αναμένεται να βασίζεται σε πιο αποτελεσματικές παραδόσεις και επιστροφές, καθώς και σε πιο οικολογικά πρότυπα κατανάλωσης και παραγωγής. Συνολικά, τα βασικά ευρήματα της έκθεσης υποδηλώνουν ότι ο κλάδος αναπτύσσει την απαραίτητη ανθεκτικότητα για να ξεπεράσει τις πολύπλευρες προκλήσεις της εποχής μας.

Η **Christel Delberghe, Γενική Διευθύντρια της EuroCommerce**, σχολίασε πως το ταξίδι των καταναλωτών αλλάζει γρήγορα και ο συνδυασμός της διαδικτυακής και εκτός σύνδεσης αλληλεπίδρασης έχει γίνει το νέο φυσιολογικό. Το 2022, με τον πληθωρισμό στα ύψη, οι καταναλωτές έγιναν πολύ πιο ευαίσθητοι στις τιμές και προσπάθησαν περισσότερο να εξοικονομήσουν χρήματα συγκρίνοντας και διαφοροποιώντας τα διαδικτυακά και offline κανάλια αγορών τους. Αναμένεται ότι οι διαδικτυακές πωλήσεις θα συνεχίσουν να αυξάνονται τα επόμενα χρόνια, φτάνοντας περίπου το 30% των λιανικών πωλήσεων έως το 2030. Η παρουσία στο διαδίκτυο έχει καταστεί ζωτικής σημασίας για πολλούς εμπόρους λιανικής και ειδικά για τις μικρότερες επιχειρήσεις.

Ο Πρόεδρος του Ε.Β.Ε.Π. και μέλος της EuroCommerce, Βασίλης Κορκίδης, αναφέρθηκε στα στοιχεία για την Ελλάδα: «Τόσο το 2022 όσο και 2023, χαρακτηρίζονται από ένα επίμονο υψηλό πληθωρισμό, με αποτέλεσμα οι ευρωπαίοι και οι εγχώριοι καταναλωτές να είναι πολύ πιο ευάλωτοι στις τιμές βασικών αγαθών. Σύμφωνα με τον πίνακα της έρευνας (βλ. συνημμένο) και τα στοιχεία της Eurostat για την χώρα μας είναι εμφανές πως η χρήση του internet από το 79% του 2021 ενισχύθηκε σε 84% τη διετία 2022 και 2023. Από τις πιο δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης με συντριπτικό μερίδιο 97% στην Ελλάδα ήταν η Google. Αντίστοιχα οι Έλληνες διαδικτυακοί καταναλωτές συνεχίζουν να αυξάνονται από το 51% το 2019 στο 70% το 2022 και στο 75% το 2023. Οι διαδικτυακές πωλήσεις B2C συνεχίζουν να αυξάνονται διαρκώς από τα 7,5 δις ευρώ το 2019, κατά 8-10% ετησίως, με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών 17,33 δις ευρώ το 2023. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΔΝΤ για το E-GDP, ακολουθεί με ποσοστό συμμετοχής 7,9% την αύξηση του ΑΕΠ στην Ελλάδα. Οι καταναλωτικές συνήθειες αλλάζουν γρήγορα και η ελληνική επιχειρηματικότητα φαίνεται να προσαρμόζεται.»

Συνημμένο:

