

1. Αθήνα

- Συμμετοχή των καταστημάτων σε μικρό ποσοστό, κυρίως συμμετείχαν τα επώνυμα και οι αλυσίδες, με επίπεδο εκπτώσεων περίπου 21-40%.
- Υψηλή επισκεψιμότητα στο κέντρο της Αθήνας, αλλά κυρίως στις μεγάλες αλυσίδες. Δεν υπάρχει εικόνα για τα μικρά καταστήματα.
- Το αποτέλεσμα του συγκεκριμένου θεσμού, θα κρίνει την υιοθέτησή του ή όχι.

2. Πειραιάς

- Συμμετοχή των καταστημάτων της περιοχής κατά ένα ποσοστό 40 με 50%, με επίπεδο εκπτώσεων της τάξεως του 11-20%.
- Τα καταστήματα που συμμετείχαν πραγματοποίησαν εκπτώσεις σε όλα τα εμπορεύματα ανεξαιρέτως (stock/σεζόν).
- Θετικά/Μεγάλη επισκεψιμότητα και αύξηση τζίρου. Θετικό για το τέλος του μήνα.
- Η ενδεχόμενη καθιέρωση του θεσμού προϋποθέτει οργάνωση, προβολή και ενημέρωση, καθώς δεν υπήρξε ενημέρωση και τα καταστήματα της περιοχής δεν είχαν τη δυνατότητα προετοιμασίας.

3. Περιστερι

- Συμμετείχε περίπου το 15% των εμπορικών καταστημάτων, ενώ ανεξαιρέτως συμμετείχαν όλες οι αλυσίδες, οι οποίες προώθησαν και το θεσμό συμπαρασύροντας τα μικρά μαγαζιά.
- Η μικρή μερίδα των εμπορικών καταστημάτων που συμμετείχε πραγματοποίησε εκπτώσεις κυρίως σε «stock» εμπορεύματα.
- Σαν γενική εικόνα, σημειώθηκε υψηλότερη επισκεψιμότητα στην εμπορική αγορά σε σχέση με τον υπόλοιπο μήνα.
- Η ενδεχόμενη υιοθέτηση της «Black Friday» χρειάζεται οργάνωση και συνεργασία καθώς τόσο ο κόσμος αλλά και τα καταστήματα δεν ήταν ενημερωμένοι.

4. Ν. Ιωνία

- Η «Black Friday» μπορεί να χαρακτηριστεί ως «εικονική» για την εν λόγω περιοχή
- Πολύ λίγα καταστήματα συμμετείχαν (10-15%), με επίπεδο εκπτώσεων της τάξεως του 20-40%, κυρίως σε εμπορεύματα της σεζόν και μόνο για τη σημερινή ημέρα.
- Υψηλή επισκεψιμότητα στην αγορά, χωρίς όμως να φαίνεται ότι οι καταναλωτές επιδίδονταν και σε αγορές.

- Πρόκειται για μια «αμερικανιά» που στα εμπορικά καταστήματα δεν προσδίδει κάτι ιδιαίτερο, καθώς οι πωλήσεις κινήθηκαν σε χαμηλά επίπεδα όπως και τις υπόλοιπες ημέρες.

5. Κηφισιά

- Λίγα καταστήματα συμμετείχαν κυρίως αλυσίδες.
- Δεν υπήρξε οργάνωση και συντονισμός. Ενώ θα πρέπει να υπάρξει ενημέρωση των εμπόρων.
- Γενικά θετική άποψη για το θεσμό

6. Μαρούσι

- Συμμετείχαν με υψηλά επίπεδα εκπτώσεων (της τάξεως του 50%) σε εμπορεύματα stock αλλά και της σεζόν.
- Κινήθηκαν καλύτερα οι πωλήσεις σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες, καθώς όπως χαρακτηριστικά αναφέρθηκε «Ο κόσμος αγκάλιασε το θεσμό».

7. Χαλάνδρι

- Συμμετείχε περίπου το 30-40% των εμπορικών καταστημάτων της περιοχής, με εκπτώσεις που κυμάνθηκα στο 21-40% και κυρίως σε εμπορεύματα stock.
- Δεν υπήρξε ιδιαίτερη διαφοροποίηση της επισκεψιμότητας σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες.
- Διαφορετική λειτουργία της «Black Friday», στο εξωτερικό, σε διαφορετικά δεδομένα καθώς συνέπεσε χρονικά με εορταστική περίοδο.
- Έλλειψη οργάνωσης και τα καταστήματα ήταν απροετοίμαστα.

8. Η Θεσσαλονίκη:

- Συμμετείχαν ελάχιστα καταστήματα στην «Black Friday», κυρίως συμμετείχαν τα μεγάλα καταστήματα και οι πολυεθνικές, στα οποία χαρακτηριστικά δημιουργήθηκαν «ουρές» από καταναλωτές.
- Τα λίγα εμπορικά καταστήματα που συμμετείχαν έκαναν εκπτώσεις τις τάξεως του 10% και κυρίως σε μικρό μέρος των νέων παραλαβών.
- Η «Black Friday» είναι ένα νέο «τρικ» για προσέγγιση καταναλωτών και δεν έχει καμία σχέση με το εξωτερικό αλλά λαμβάνει περισσότερο την μορφή προσφορών.

9. Η Πάτρα:

- Συμμετοχή κυρίως μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%).

- Τα λίγα εμπορικά καταστήματα που συμμετείχαν έκαναν εκπτώσεις τις τάξεως του 20-40%, κυρίως σε εμπορεύματα stock και πολύ μικρό μέρος της νέας σεζόν.
- Πιο υψηλή επισκεψιμότητα στην εμπορική αγορά σήμερα σε σχέση με τον υπόλοιπο μήνα.
- Δεν υπήρξε σωστή προώθηση, ενημέρωση και οργάνωση του θεσμού
- Μέτρο με «ξενόφερτο» χαρακτήρα και θα μπορούσαμε με βάση την ελληνική πραγματικότητα να υιοθετηθούν άλλες πρακτικές.

• **Η Υπόλοιπη Ελλάδα:**

10. Ιωάννινα

- Συμμετείχαν αρκετά καταστήματα, σχεδόν το 50%, με εκπτώσεις της τάξεως του 20-30%.
- Πραγματοποίησαν εκπτώσεις της τάξεως του 20% σε εμπορεύματα της νέας σεζόν και 50% σε εμπορεύματα «stock»
- Καλύτερη κίνηση των πωλήσεων σε σχέση με τις προηγούμενες ημέρες, που η αγορά δεν είχε καθόλου κόσμο.

11. Ρόδος

- Συμμετοχή κυρίως των μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%) με ειδικές προσφορές στα καταστήματα ηλεκτρικών ειδών.

12. Αλεξανδρούπολη

- Συμμετοχή πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%), παρακινήμενοι από τις διαφημίσεις των μεγάλων αλυσίδων, με εκπτώσεις κυρίως σε συγκεκριμένη κατηγορία εμπορευμάτων.
- Υπήρξε μια σχετική εμπορική κίνηση στην αγορά χωρίς να υπάρχει ακόμα εικόνα αν προσέδωσε και θετική τάση στο τζίρο.
- Δεν υπήρξε οργάνωση κάποια οργάνωση σχετικά με το θεσμό.

13. Λάρισα

- Συμμετοχή κυρίως μεγάλων αλυσίδων και πολύ λίγων εμπορικών καταστημάτων (10%).
- Η συνεχόμενη ύπαρξη εκπτώσεων και προσφορών στα καταστήματα δεν καθιστά το θεσμό σε κάποιο ιδιαίτερο γεγονός.

14. Σπάρτη

- Κυρίως μεγάλες αλυσίδες συμμετείχαν και επώνυμα καταστήματα, ενώ τα μικρότερα καταστήματα δεν ήταν προετοιμασμένα.

- Πιο συντονισμένη οργάνωση και ενημέρωση για τα μικρότερα καταστήματα.

15. Βόλος

- Συμμετείχαν οι μεγάλες αλυσίδες, ενώ τα καταστήματα δεν είχαν ενημερωθεί.

- Να καθιερωθεί σαν ημέρα «stock» και να πραγματοποιείται πριν το εκπτωτικό δεκαήμερο του Νοεμβρίου.

16. Ρέθυμνο

- Δεν συμμετείχαν στο Ρέθυμνο καθώς δεν υπήρξε ενημέρωση των καταστημάτων.

- Θετική στάση απέναντι στο διεθνή θεσμό κυρίως για να μπορέσουν τα καταστήματα να διαθέσουν stock εμπόρευμα

17. Πύργος

- Δεν υπήρξε ιδιαίτερη συμμετοχή, παρά μόνο ένα 10% των εμπορικών καταστημάτων και οι πολυεθνικές.

- Αυξημένες πωλήσεις τη σημερινή ημέρα αλλά κυρίως λόγω της εορτής.

- Συνεχής πραγματοποίηση εκπτώσεων και προσφορών από τα καταστήματα.

- Ο θεσμός είναι ένα «τρικ» με μεγάλη διαφήμιση από τις αλυσίδες.