



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ**  
**ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

---

**ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΙΔΩΝ ΜΟΔΑΣ ΣΤΟ ΗΒ ΜΕ  
ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ<sup>i</sup>**

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΙΜΕΡΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΙΔΩΝ  
ΜΟΔΑΣ**

---

Σεπτέμβριος 2024

## Περιεχόμενα

|  |        |
|--|--------|
| 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....  | - 3 -  |
| 2. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΜΟΔΑΣ ΣΤΟ ΗΒ..... | - 4 -  |
| 2.1 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ .....                                     | - 4 -  |
| 2.2 ΑΝΔΡΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ .....                           | - 4 -  |
| 2.3 ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ.....   | - 5 -  |
| 2.4 ΑΞΕΣΟΥΑΡ .....   | - 6 -  |
| 3. ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ – ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑΣ.....          | - 6 -  |
| 4. ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ .....                                 | - 9 -  |
| 5. ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ .....  | - 10 - |
| 6. ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ -ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΟΔΑΣ.....               | - 11 - |
| 7. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟ ΗΒ .....        | - 12 - |
| 8. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ-ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ .....      | - 13 - |
| 8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ-ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΗΒ.....                   | - 13 - |
| 8.2. ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ .....                                       | - 15 - |
| ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ .....                                       | - 18 - |

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

|  |        |
|--|--------|
| Διάγραμμα 1: Ετήσια έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας, 2019-2023 .....   | - 3 -  |
| Διάγραμμα 2: Μέση δαπάνη σε είδη μόδας ηλεκτρονικών αγοραστών, 2019-2023 (Λίρες) .....   | - 3 -  |
| Διάγραμμα 3: Έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου ενδυμάτων στο ΗΒ (δισ .λίρες), 2019-2023 .....  | - 5 -  |
| Διάγραμμα 4: Έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου υποδημάτων στο ΗΒ (δισ .λίρες), 2019-2023 .....   | - 5 -  |
| Διάγραμμα 5: Μεταβολή (%) εσόδων ηλεκτρονικών αγορών υποδημάτων ανά κατηγορία, ΗΒ, 2019-2023.....                                      | - 5 -  |
| Διάγραμμα 6: Έσοδα ηλεκτρονικών/φυσικών αγορών για είδη μόδας στο ΗΒ, 2019-2023.....   | - 7 -  |
| Διάγραμμα 7: Χρήση συσκευής (κινητό/ΗΥ) και έσοδα ηλεκτρονικών αγορών μόδας στο ΗΒ, 2019-2023.....                                     | - 7 -  |
| Διάγραμμα 8: Συχνότητα ηλεκτρονικών αγορών ανά συσκευή για ηλεκτρονικές αγορές ένδυσης/υπόδησης και αξεσουάρ στο ΗΒ κατά το 2023 ..... | - 8 -  |
| Διάγραμμα 9: Τρόπος αγοράς ειδών ένδυσης/υπόδησης και αξεσουάρ στο ΗΒ κατά το 2023 .....   | - 8 -  |
| Διάγραμμα 10: Ηλεκτρονικές αγορές στο ΗΒ ανά κοινωνικό δίκτυο, 2023 .....  | - 9 -  |
| Διάγραμμα 11: Σημασία της γρήγορης παράδοσης για αγοραστές μόδας και αξεσουάρ, ΗΒ, 2023 .....  | - 10 - |
| Διάγραμμα 12: Σημασία της εύκολης επιστροφής προϊόντων για τους ηλεκτρονικούς αγοραστές .....  | - 10 - |
| Διάγραμμα 13: Μέθοδος πληρωμής για ηλεκτρονικές αγορές ένδυσης και αξεσουάρ, ΗΒ, 2023 .....  | - 11 - |
| Διάγραμμα 14: Ποσοστό καταναλωτών που αγόρασε βιώσιμα ενδύματα κατά το 2023 ανά χώρα.....  | - 11 - |
| Διάγραμμα 15: Εκτιμώμενη μεταβολή σε ηλεκτρονικές δαπάνες για μόδα και αξεσουάρ στο ΗΒ κατά το επόμενο έτος .....                      | - 12 - |
| Διάγραμμα 16: Εισαγωγές Ενδυμάτων-Υποδημάτων ΗΒ -Εξέλιξη 2020-2023 (δισ λίρες, δισ .κιλά).....   | - 13 - |
| Διάγραμμα 17: Εισαγωγές Ενδυμάτων-Υποδημάτων ΗΒ -Σύνθεση 2020-2023 (δισ λίρες).....  | - 14 - |
| Διάγραμμα 18: Σύνθεση εισαγωγών προϊόντων μόδας του ΗΒ από την Ελλάδα - Εξέλιξη 2020-2023.....   | - 15 - |

## ΠΙΝΑΚΕΣ

|   |        |
|---|--------|
| Πίνακας 1 Εισαγωγές Ενδυμάτων ΗΒ (ΚΣΟ 61-62) 2023- Κυριότερες Χώρες.....      | - 14 - |
| Πίνακας 2 Εισαγωγές Υποδημάτων ΗΒ (ΚΣΟ 64) 2023 - Κυριότερες Χώρες .....      | - 15 - |
| Πίνακας 3 Εισαγωγές ενδυμάτων-υποδημάτων ΗΒ από την Ελλάδα - ΕΤΟΣ 2023.....   | - 16 - |
| Πίνακας 4 Εισαγωγές ενδυμάτων-υποδημάτων ΗΒ από την Ελλάδα - ΕΤΗ 2022-23..... | - 17 - |

## 1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

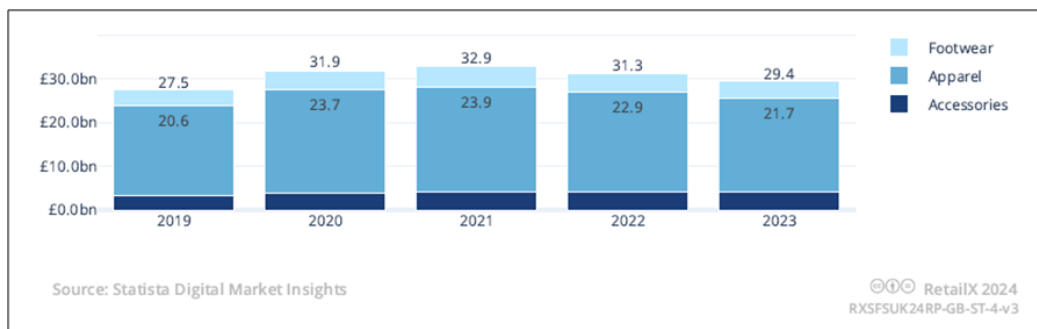
Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι η τρίτη μεγαλύτερη αγορά ενδυμάτων και υποδημάτων παγκοσμίως, μετά την Κίνα και τις Ηνωμένες Πολιτείες, με μέγεθος αγοράς που ανέρχεται σε αξία 70,7 δις δολαρίων (περίπου 67,54 δις ευρώ ή 57,92 δις λίρες). Η βιομηχανία μόδας και κλωστοϋφαντουργίας συνεισφέρει περίπου 20 δις λίρες στην οικονομία και απασχολεί 500.000 άτομα, από τα οποία 88.000 στη μεταποίηση, 62.000 στη χονδρική και 413.000 στη λιανική.

Ειδικότερα, στο ΗΒ το 2023, από τις 57,92 δις λίρες, οι 29,4 δις λίρες αντιστοιχούσαν σε αγορές μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου, διαγράφοντας πτωτική πορεία από το 2021 (32,9 δις λίρες). Τα ενδύματα αντιπροσώπευαν το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών ετήσιων δαπανών τους ανερχόμενες το 2023 στα 21,7 δις λίρες από 23,9 δις λίρες το 2021 (Διαγράμματα 1 και 2).

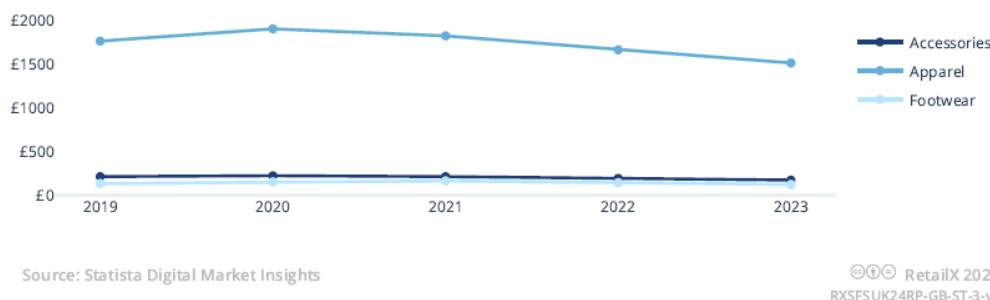
Παράλληλα, το μερίδιο των αγορών εκτός διαδικτύου συνεχίζει να αυξάνεται, καθώς η ισορροπία των αγορών εκτός/εντός διαδικτύου, μετά την πανδημία, έχει αποκατασταθεί, ενώ αναφορικά με τις διαδικτυακές πωλήσεις, παρατηρείται αυξανόμενη χρήση του κινητού τηλεφώνου για την πραγματοποίηση αγορών. Οι αγορές των καταναλωτών επηρεάζονται από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, και ιδιαίτερα από το Facebook, με τη χρήση του TikTok να παρουσιάζει συνεχή ανοδική πορεία.

Η παράδοση και οι επιστροφές προϊόντων μόδας, λόγω του μεγάλου μεταφορικού κόστους, συνεχίζουν να αποτελούν μεγάλες προκλήσεις για το λιανικό εμπόριο στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ως λύση για τη διατήρηση του κόστους σε χαμηλά επίπεδα, αναπτύσσεται το μοντέλο των «συνδρομών παράδοσης», στις οποίες έχει εγγραφεί πάνω από το ένα τέταρτο των αγοραστών ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας. Μια άλλη τάση με ανοδική πορεία είναι η αγορά μεταχειρισμένων ενδυμάτων (41% των καταναλωτών δήλωσε ότι έχει αγοράσει μεταχειρισμένα ρούχα το 2023).

**Διάγραμμα 1: Ετήσια έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας, 2019-2023 (δις.λίρες)**



**Διάγραμμα 2: Μέση δαπάνη σε είδη μόδας ηλεκτρονικών αγοραστών, 2019-2023 (Λίρες)**



## 2. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΜΟΔΑΣ ΣΤΟ ΗΒ

Παρά την εξομάλυνση της αγοράς μετά την κορύφωση της πανδημίας, το υψηλό κόστος διαβίωσης άσκησε πίεση στους προϋπολογισμούς των β/καταναλωτών, που οδήγησε στη μείωση των πωλήσεων, τόσο των ετοιμών ενδυμάτων όσο και των υποδημάτων. Ειδικότερα, η κρίση του κόστους διαβίωσης το 2023, είχε ως αποτέλεσμα την περαιτέρω συρρίκνωση των δαπανών σε προϊόντα μόδας, στα 29,4 δις λίρες από 31,3 δις το 2022 και 32,9 δις λίρες το 2021. Ωστόσο, σταθερές παρέμειναν οι πωλήσεις των αξεσουάρ μόδας, καθώς η επένδυση σε αυτά κοστίζει λιγότερο από την αγορά ενός νέου συνόλου, ενώ παράλληλα ανανεώνουν την εμφάνιση.

Το 2023 η κατά κεφαλή δαπάνη σε αγορές προϊόντων μόδας μέσω διαδικτύου, ανήλθε ετησίως, κατά μέσο όρο, στις 1.660 λίρες από 1.800 το 2022, με το μεγαλύτερο μερίδιο να καταλαμβάνουν τα έτοιμα ενδύματα. Επιπλέον, σύμφωνα με την Βρετανική Στατιστική Υπηρεσία (ONS), την υπό εξέταση περίοδο, οι καταναλωτές μόδας της αγοράς του ΗΒ, ξόδεψαν κατά μέσο όρο 170 λίρες σε αξεσουάρ και 120 λίρες σε υποδήματα. Παράλληλα, μειωμένες κατά 20 λίρες παρουσιάζονται οι μέσες ετήσιες ηλεκτρονικές δαπάνες/ανά καταναλωτή, για υποδήματα και αξεσουάρ σε σύγκριση με το 2022.

Ο τομέας των υποδημάτων συρρικνώθηκε περαιτέρω τους τελευταίους μήνες του 2023, σε αντίθεση με την άνοδό του κατά την πανδημία, περίοδο κατά την οποία είχαν κυριαρχήσει τα πιο casual υποδήματα, στο πλαίσιο της τάσης athleisure, και ειδικότερα τα αθλητικά παπούτσια έναντι των πιο «επίσημων» (οι πωλήσεις αθλητικών και άνετων ρούχων είχαν σημειώσει σημαντική άνοδο στην περίοδο της πανδημίας).

Εκτιμάται ότι, οι σημαντικές οικονομικές πιέσεις που αντιμετώπισαν οι καταναλωτές είναι πιθανό να μειωθούν το φθινόπωρο του 2024, καθώς ο πληθωρισμός από την κορύφωση του 11,1% τον Οκτώβριο του 2022, σημείωσε σημαντική πτώση και έφτασε στο 2,2% τον Ιούλιο 2024. Επιπλέον, η μείωση του πληθωρισμού, συνδυασμένη με τη μείωση των βασικών επιτοκίων στο 5% (είχαν διαδοχικά αυξηθεί στο 5,25%), αναμένεται να αποτελέσουν κίνητρα στους καταναλωτές για αύξηση των αγορών τους.

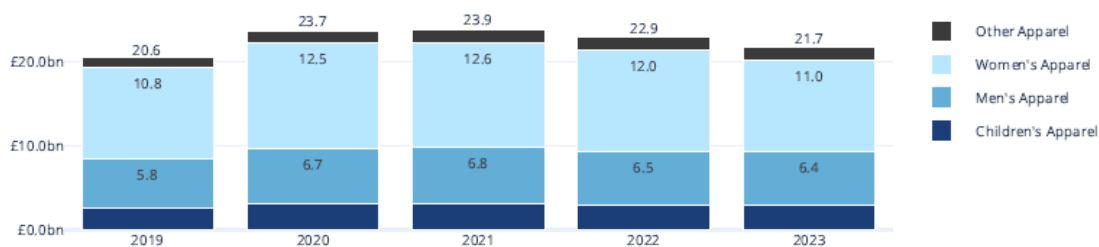
### 2.1 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ

Οι συνολικές ηλεκτρονικές πωλήσεις ενδυμάτων το 2023 ανήλθαν στα 21,7 δις λίρες, από τα οποία 11 δις λίρες αντιστοιχούσαν σε πωλήσεις ετοιμών γυναικείων ενδυμάτων και 6,4 δις λίρες δαπανήθηκαν σε αγορές ανδρικών ενδυμάτων. Οι πωλήσεις των γυναικείων σημείωσαν τη μεγαλύτερη πτώση, -9% το 2023 έναντι του 2022, μειωμένες σε αξία κατά 1 δις λίρες.

### 2.2 ΑΝΔΡΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΑ ΕΝΔΥΜΑΤΑ

Οι δαπάνες για αγορά ανδρικών ενδυμάτων μειώθηκαν κατά -1,2% το 2023, μετά από πτώση -4,6% που είχε σημειωθεί το 2022, και αντιστοιχεί σε απόλυτους αριθμούς σε 6,3 δις λίρες από 6,4 δις λίρες το 2022. Οι πωλήσεις παιδικών ρούχων αποδείχτηκαν πιο ανθεκτικές, καθώς το 2022 οι δαπάνες μειώθηκαν κατά -4,3% ενώ το 2023 το ποσοστό σταθεροποιήθηκε με πτώση -1% και σε απόλυτους αριθμούς, αντιστοιχούσε σε 2,85 δις λίρες το 2023 από 2,88 δις λίρες το 2022. (Διάγραμμα 3)

**Διάγραμμα 3: Έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου ενδυμάτων στο HB (δισ .λίρες), 2019-2023**



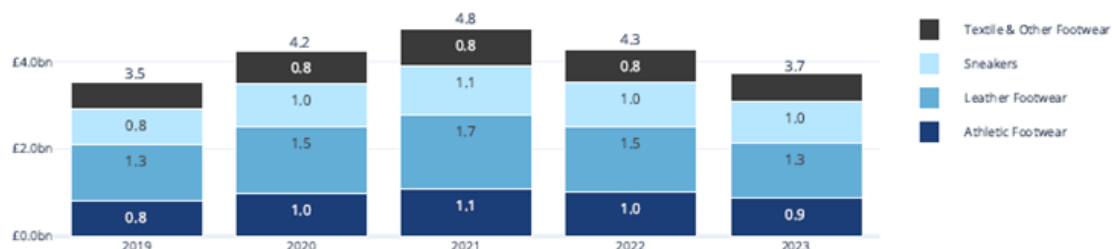
Source: Statista Digital Market Insights

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-8-v6

## 2.3 ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ

Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις υποδημάτων μειώθηκαν κατά -13% και ανήλθαν σε 3,7 δισ λίρες το 2023, από 4,3 δισ λίρες το 2022, σε αντίθεση με την αύξηση 20% που σημειώθηκε το 2020. Τα δερμάτινα υποδήματα αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μερίδιο των πωλήσεων, ανερχόμενα σε 1,3 δισ λίρες, διατηρώντας σταθερές πωλήσεις σε σχέση με τα προ πανδημίας επίπεδα. Σταθερές παρουσιάζονται οι πωλήσεις αθλητικών υποδημάτων, οι οποίες το 2023 ισοδυναμούσαν με 0,9 δισ λίρες, οριακά μειωμένες σε αξία σε σχέση με το 2022 (1 δισ λίρες) (Διάγραμμα 4 και 5).

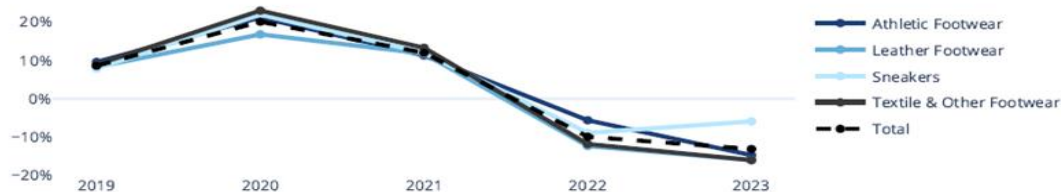
**Διάγραμμα 4: Έσοδα ηλεκτρονικού εμπορίου υποδημάτων στο HB (Δισ .λίρες), 2019-2023**



Source: Statista Digital Market Insights

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-10-v6

**Διάγραμμα 5: Μεταβολή (%) εσόδων ηλεκτρονικών αγορών υποδημάτων ανά κατηγορία, HB, 2019-2023**



Source: Statista Digital Market Insights

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-11-v5

Επισημαίνεται η ενίσχυση της σημασίας της βιωσιμότητας στον τομέα του λιανεμπορίου υποδημάτων. Για παράδειγμα, η Dr Martens παρουσίασε τη συλλογή Genix Nappa τον Απρίλιο του 2024, κατασκευασμένη από δερμάτινα αποκόμματα που προορίζονταν να καταλήξουν σε χωματερή. Επιπλέον, η Σκωτσέζικη εταιρεία υποδημάτων Schuh συνεργάστηκε με την κυκλική εταιρεία ρουχισμού Vintage Threads και χρησιμοποίησε την Ημέρα της Γης (Απρίλιος 2024) προκειμένου να παρουσιάσει μια αποκλειστική συλλογή επαναχρησιμοποιημένων ενδυμάτων, αξεσουάρ μόδας και ειδών σπιτιού από μεταχειρισμένα υποδήματα, που δωρίστηκαν μέσω της πρωτοβουλίας της «Sell Your Soles».

## 2.4 ΑΞΕΣΟΥΑΡ

Οι πωλήσεις αξεσουάρ μόδας αποτελούν την πιο σταθερή ομάδα προϊόντων, η οποία το 2023 αντιστοιχούσε σε ηλεκτρονικές πωλήσεις αξίας 4 δις λίρες, μειωμένες κατά -2,7% σε σύγκριση με το 2022. Η αξία των πωλήσεων κατανέμεται ισοδύναμα μεταξύ ρολογιών, κοσμημάτων, αποσκευών και τσαντών.

Η δημοτικότητα των αξεσουάρ μπορεί να αποδοθεί εν μέρει στην κρίση κόστους διαβίωσης, καθώς έχει επηρεαστεί λιγότερο από την πτώση των δαπανών, αφενός λόγω του χαμηλότερου κόστους αυτών των προϊόντων, αφετέρου λόγω της δυνατότητά τους να ανανεώσουν την εμφάνιση χωρίς να απαιτούνται πολλά χρήματα.

Η Accessorize είναι από τις σημαντικότερες εταιρείες λιανικής που συνεχίζει να επικεντρώνεται στην τάση ανανέωσης από το 1984, όταν άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στο Covent Garden του Λονδίνου. Το 2024 εορτάζει την 40η επέτειό της, προσφέροντας προσιτά αξεσουάρ μόδας, από κοσμήματα και αξεσουάρ μαλλιών μέχρι τσάντες.

## 3. ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ – ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑΣ

Το HB διαθέτει ανεπτυγμένα κανάλια πωλήσεων και διανομής, που περιλαμβάνουν από θυγατρικές ξένων κατασκευαστών, έως ανεξάρτητες εμπορικές εταιρείες που αγοράζουν και πωλούν για δικό τους λογαριασμό. Μεταξύ αυτών των δύο άκρων βρίσκονται ανεξάρτητοι μεταπωλητές, αντιπρόσωποι πωλήσεων και διανομείς αποθεμάτων που έχουν συμβατικές σχέσεις με τους προμηθευτές τους, ενώ η επιλογή κατάλληλης εταιρείας μάρκετινγκ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη φύση των εμπλεκόμενων αγαθών και υπηρεσιών. Παράλληλα, το αυξανόμενο διεθνές ηλεκτρονικό εμπόριο συνέβαλε στην ανάπτυξη των εγχώριων υπηρεσιών παράδοσης/επιστροφής.

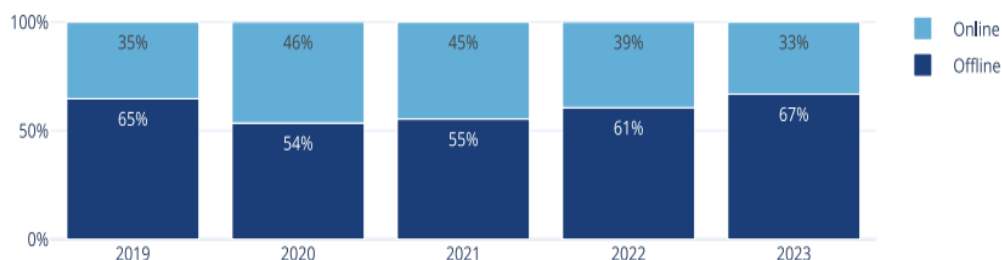
Οι περισσότεροι εξαγωγείς της ΕΕ στο Ηνωμένο Βασίλειο πωλούν τα προϊόντα τους μέσω διανομέων (distributors), οι οποίοι τα αγοράζουν απευθείας από τον κατασκευαστή με σκοπό να τα μεταπωλήσουν σε τρίτους. Οι διανομείς τοποθετούν προϊόντα και εμπορικά σήματα στην αγορά μέσω διαφήμισης και τεχνικών προώθησης. Η εξυπηρέτηση μετά την πώληση (after sales service) καθίσταται ολοένα και πιο σημαντική για τους καταναλωτές του Ηνωμένου Βασιλείου και συμβάλλει στη θετική εικόνα των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην αγορά του.

Ανάλογα με τον κλάδο, ένας διανομέας μπορεί να καλύψει ολόκληρη την αγορά, αν και σε ορισμένες περιπτώσεις, π.χ. οι εταιρείες-εξαγωγείς των ΗΠΑ, ορίζουν διαφορετικούς διανομείς προκειμένου να καλύψουν επιλεγμένες περιοχές, όπως τη Σκωτία, την Ουαλία και τη Βόρεια Ιρλανδία. Ανάλογα με το ποσοστό κάλυψης της αγοράς από τον διανομέα, οι εξαγωγείς της ΕΕ μπορούν επίσης να επωφεληθούν από την πρόσβαση σε χώρες εκτός του ΗΒ.

Οι πράκτορες πωλήσεων (agents) χρησιμοποιούνται ολοένα και λιγότερο καθώς είναι κυρίως μικρές επιχειρήσεις ενός ατόμου που έχουν τη δυνατότητα περιορισμένης γεωγραφικής κάλυψης πωλήσεων. Οι εξαγωγείς θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την τιμολόγηση, το δίκτυο διανομής, τα λειτουργικά έξοδα και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση.

Η αυξανόμενη τάση επιστροφής στα φυσικά καταστήματα συνεχίζεται παράλληλα με τις ηλεκτρονικές αγορές, κυρίως από κινητά τηλέφωνα. Ωστόσο, όπως παρατηρείται στο Διάγραμμα 6, επήλθε εξισορρόπηση μεταξύ online και offline δαπανών σε προϊόντα μόδας στο ΗΒ. Συγκεκριμένα, το 2023, το ποσοστό διαδικτυακών αγορών σε σύγκριση με τις αγορές εκτός δικτύου επανήλθε στα προ-πανδημίας επίπεδα, καταγράφοντας ότι το 1/3 των πωλήσεων πραγματοποιήθηκαν διαδικτυακά και τα 2/3 σε φυσικά καταστήματα (το 2020 το 46% των αγορών πραγματοποιούνταν μέσω διαδικτύου καθώς τα καταστήματα είχαν κλείσει κατά τη διάρκεια του lockdown).

**Διάγραμμα 6: Έσοδα ηλεκτρονικών/φυσικών αγορών για είδη μόδας στο ΗΒ, 2019-2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**

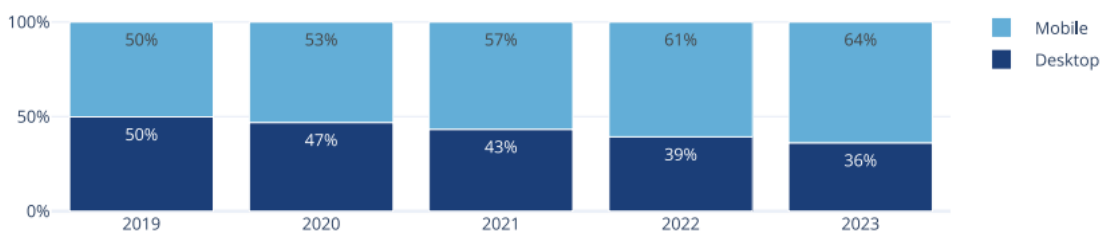


Source: Statista Digital Market Insights

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-5-v2

Αναφορικά με τις συσκευές τις οποίες χρησιμοποιούν οι καταναλωτές για τις ηλεκτρονικές αγορές τους, παρατηρείται ότι τα έξυπνα κινητά καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο και αποτελούν την πιο δημοφιλή συσκευή. Σημειώνεται ότι, το 2019 οι επιτραπέζιοι υπολογιστές αντιπροσώπευαν το ήμισυ των πωλήσεων του ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας, ενώ το 2023 κατέλαβαν μερίδιο 36% (Διαγράμματα 7 και 8).

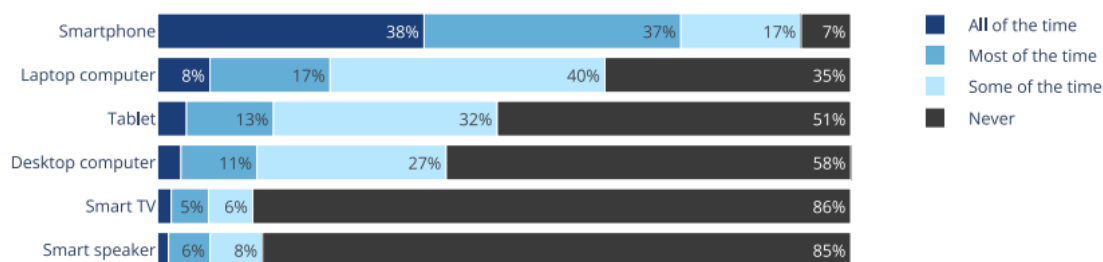
**Διάγραμμα 7: Χρήση συσκευής (κινητό/ΗΥ) σε σχέση με έσοδα ηλεκτρονικών αγορών μόδας στο ΗΒ, 2019-2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: Statista Digital Market Insights

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-1-v1

**Διάγραμμα 8: Συχνότητα ηλεκτρονικών αγορών ανά συσκευή για ηλεκτρονικές αγορές ένδυσης/υπόδησης και αξεσουάρ στο HB κατά το 2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: ConsumerX RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-CX-17-v4

Σύμφωνα με έρευνα της ConsumerX, 36% των καταναλωτών πραγματοποιούν τις αγορές μόδας τόσο διαδικτυακά όσο και σε φυσικά καταστήματα, ενώ μόνο το 19% προτιμά για τις αγορές του τα φυσικά καταστήματα (Διάγραμμα 9). Η προτίμηση των καταναλωτών στα φυσικά καταστήματα είναι υψηλότερη για ενδύματα (76%), καθώς η δοκιμή τους (εφαρμογή, μέγεθος και καταλληλότητα) αποτελεί καθοριστικό παράγοντα. Αντίστοιχα, τα φυσικά καταστήματα επιλέγει το 63% για τα υποδήματα και το 40% για τα αξεσουάρ.

Η επιστροφή στα καταστήματα είναι ενθαρρυντική και μεγαλώνει παράλληλα με τις διαδικτυακές αγορές που επίσης ακμάζουν. Στο πλαίσιο αυτό οι μεγάλες αλυσίδες λιανικής προϊόντων μόδας (M&S, Zara, Next) συνδυάζουν τις απευθείας αγορές τόσο διαδικτυακά όσο και εκτός δικτύου, προσφέροντας τη δυνατότητα στους β/καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες φυσικών καταστημάτων, ενσωματώνοντας διαδικτυακές υπηρεσίες, όπως το click & collect, ή επιστροφές στο κατάστημα για διαδικτυακούς πελάτες.

Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα στα φυσικά καταστήματα να εξυπηρετήσουν τους ηλεκτρονικούς πελάτες με εναλλακτικές προτάσεις ως προς το μέγεθος, το χρώμα και το στυλ, καθώς πολλές φορές, η έλλειψη της εν λόγω διευκόλυνσης οδηγεί τους ηλεκτρονικούς πελάτες να αγοράζουν διαδικτυακά πολύ περισσότερα προϊόντα μόδας, από αυτά που πραγματικά χρειάζονται, επιβαρύνοντας το λιανικό εμπόριο με κοστοβόρες επιστροφές.

Η Primark ανακοίνωσε τον Απρίλιο του 2023, ότι πρόκειται να επεκτείνει την υπηρεσία «click & collect» και στα 184 καταστήματα μέχρι το τέλος του 2025.

**Διάγραμμα 9: Τρόπος αγοράς ειδών ένδυσης/υπόδησης και αξεσουάρ στο HB κατά το 2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: ConsumerX

© RetailX 2024  
RXSFSUK24RP-GB-ST-5-v2



## Ανοδος των κοινωνικών δικτύων:

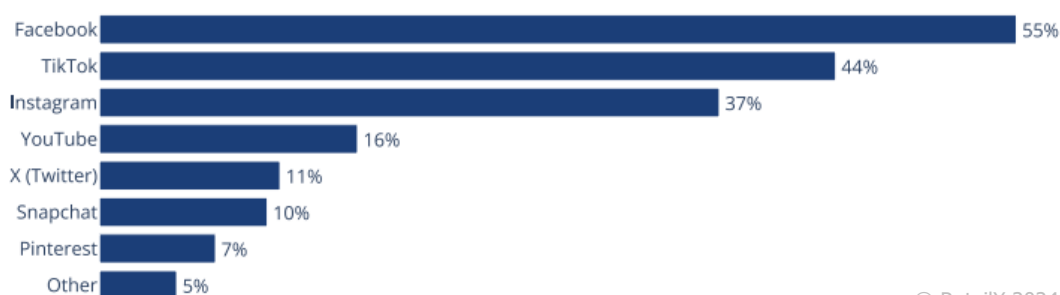
Οι Influencers, η ανάπτυξη του TikTok, καθώς επίσης και τα άλλα κοινωνικά δίκτυα, οδηγούν σε μεγάλο βαθμό, αφενός τις προτιμήσεις των β/καταναλωτών, αφετέρου λειτουργούν οι ίδιοι ως πωλητές, με πολλές αγορές να πραγματοποιούνται μέσω αυτών. Σύμφωνα με σχετική έρευνα, το 8,5% των β/καταναλωτών βασίζεται, σε μεγάλο βαθμό, στη γνώμη των social media influencers, όταν πραγματοποιούν αγορές μόδας.

Συγκεκριμένα, το 2023, το 25,7% των αγορών προϊόντων μόδας πραγματοποιήθηκαν μέσω των κοινωνικών δικτύων. Είναι σημαντικό να σημειωθεί εδώ ότι οι β/καταναλωτές δεν επηρεάστηκαν απλά στις αγορές τους από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά πραγματοποίησαν τις αγορές τους μέσω αυτών.

Το Facebook παραμένει το κυρίαρχο κανάλι για τη μόδα, καθώς το 55% των καταναλωτών το χρησιμοποίησε για αγορές του, ενώ το TikTok έρχεται δεύτερο με 44%, ακολουθούμενο από το Instagram με 37% (Διάγραμμα 10).

Το TikTok Shop γνώρισε τεράστια επιτυχία στο Ηνωμένο Βασίλειο από το 2023 που ξεκίνησε τη λειτουργία του, ενώ τον Απρίλιο του 2024, άρχισε να λειτουργεί και ως πλατφόρμα μεταπώλησης μεταχειρισμένων επώνυμων ενδυμάτων και αξεσουάρ πολυτελείας, χρεώνοντας χαμηλότερη προμήθεια σε σχέση με άλλες πλατφόρμες.

**Διάγραμμα 10: Ηλεκτρονικές αγορές στο HB ανά κοινωνικό δίκτυο, 2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: ConsumerX

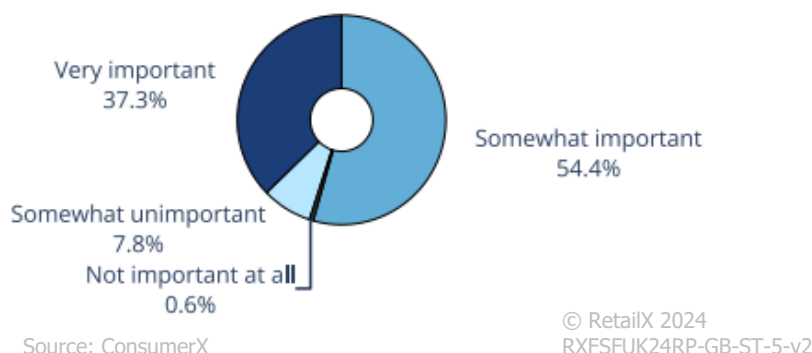
© RetailX 2024  
RXFSFUK24RP-GB-ST-5-v2

## 4. ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ

Η παράδοση και οι επιστροφές των προϊόντων μόδας αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για τους εμπόρους λιανικής. Αν και οι καταναλωτές φαίνεται να απομακρύνονται από την έννοια της γρήγορης μόδας (fast fashion), η συνήθεια να αγοράζεις γρήγορα και δωρεάν δεν είναι εύκολο να ξεπεραστεί.

Οι πελάτες ομόφωνα συμφωνούν στη σημασία της γρήγορης παράδοσης ενδυμάτων, υποδημάτων και αξεσουάρ μόδας. Όπως παρατηρείται στον ακόλουθο Διάγραμμα 11, το 37,3% το αξιολογούν ως πολύ σημαντικό παράγοντα και το 54,4% ως σημαντικό. Ωστόσο, η επιπλέον χρηματική επιβάρυνση για γρήγορη παράδοση (την επόμενη ημέρα), ποικίλλει ως προς την αντιμετώπιση από τους καταναλωτές καθώς μόνο το 19% είναι διατεθειμένο να πληρώσει επιπλέον. Η δωρεάν παράδοση κυριαρχεί στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Η αποστολή από το κατάστημα εξακολουθεί να είναι μια δημοφιλής επιλογή για τις αλυσίδες λιανικής που διαθέτουν μεγάλο απόθεμα σε μέγεθος, εφαρμογή ή χρώμα.

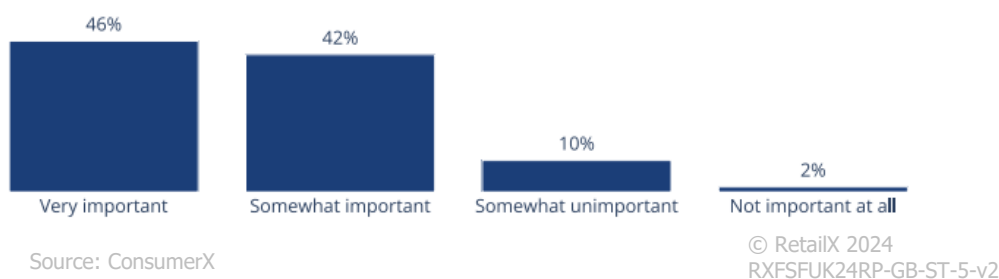
**Διάγραμμα 11: Σημασία της γρήγορης παράδοσης για αγοραστές μόδας και αξεσουάρ, ΗΒ, 2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Το 8% των πελατών ηλεκτρονικών καταστημάτων μόδας είναι εγγεγραμμένοι σε «συνδρομητική αγορά» η οποία περιλαμβάνει πακέτα μόδας όπου σχεδιαστές και στυλίστες επιμελούνται προσωποποιημένες επιλογές (personal styling).

Δημοφιλής επιλογή αποτελούν, επίσης, οι συνδρομές που περιλαμβάνουν δωρεάν ή γρήγορη παράδοση και επιστροφές. Το 26,7% των διαδικτυακών πελατών έχουν ετήσιες συνδρομές για δωρεάν ή φθηνή παράδοση, και από αυτούς το 83,6% προτιμά δωρεάν παράδοση και 68,4% γρήγορη παράδοση. Τέλος, πρόσφατη έρευνα, έδειξε ότι περισσότεροι από το 50% των νεαρών καταναλωτών στο Ηνωμένο Βασίλειο, χρησιμοποιούν θυρίδες παράδοσης (delivery lockers).

**Διάγραμμα 12: Σημασία της εύκολης επιστροφής προϊόντων για τους ηλεκτρονικούς αγοραστές (Ποσοστιαία κατανομή)**



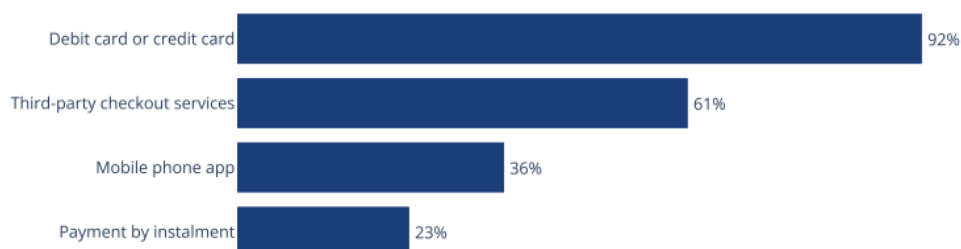
## 5. ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Το 2023, το 61% των βρετανών καταναλωτών μόδας χρησιμοποίησαν για τις πληρωμές τους τρίτους παρόχους, όπως paypal, ενώ το 36%, πλήρωσαν μέσω εφαρμογής κινητού τηλεφώνου.

Οι χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες παραμένουν κυρίαρχες (92%), διπλασιάζοντας των αριθμών συναλλαγών μέσω κινητού από το 2023. Το ποσοστό αυτών που πληρώνουν με δόσεις παραμένει στατικό, σημειώνοντας μικρή πτώση από 25% στο 23%. Η μέθοδος buy now pay later, ειδικά στον τομέα της μόδας, προτιμάται από τους καταναλωτές που θέλουν να ακολουθούν τις τελευταίες τάσεις. Ως αποτέλεσμα, υιοθετήθηκε από πολλούς εμπόρους λιανικής, ταυτόχρονα με τις πιο παραδοσιακές επιλογές πληρωμής τους. (Διάγραμμα 13)

Ο τρόπος συναλλαγών με τη μέθοδο buy now pay later, στις ηλεκτρονικές αγορές, έχει υπερ-τετραπλασιαστεί σε μέγεθος από το 2020 και εκτιμάται ότι το 2024 θα ανέλθει στα 30 δις λίρες, από 16,7 δις λίρες το 2023.

**Διάγραμμα 13: Μέθοδος πληρωμής για ηλεκτρονικές αγορές ένδυσης και αξεσουάρ, ΗΒ, 2023 (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: ConsumerX

© RetailX 2024  
RXFSFUK24RP-GB-ST-5-v2

Στο πλαίσιο αυτό, ο γίγαντας της μόδας Shein, ο οποίος διαθέτει μια τεράστια βάση πελατών στο Ηνωμένο Βασίλειο, προσφέρει στους αγοραστές τη δυνατότητα να πληρώσουν πάνω από τέσσερις ισόποσες δόσεις, με μηδενικό τόκο.

## 6.ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ -ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΟΔΑΣ

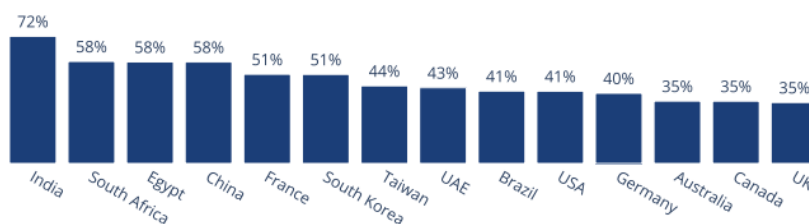
Αναμφισβήτητα μία από τις μεγαλύτερες τάσεις που επηρεάζει την αγορά μόδας του ΗΒ είναι η αυξανόμενη δημοτικότητα των μεταχειρισμένων ενδυμάτων.

Το 41% των βρετανών καταναλωτών δήλωσαν ότι έχουν αγοράσει μεταχειρισμένα ρούχα τον τελευταίο χρόνο, 17% μεταχειρισμένα υποδήματα, ενώ 11% μεταχειρισμένα αξεσουάρ μόδας.

Η τάση αυτή οδήγησε στην ανάπτυξη ηλεκτρονικών πλατφόρμων, όπως το Vinted, για αγορά και πώληση μεταχειρισμένων προϊόντων μόδας. Το Vinted πρωτοεμφανίστηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2014, αλλά από το 2021 η ανάπτυξή του άρχισε να επιταχύνεται. Συγκεκριμένα, η χρήση της εφαρμογής Vinted στο ΗΒ ανήλθε το 2023 στις 8,9 εκ. λήψεις, σημειώνοντας υπερδιπλάσιο ποσοστό σε σχέση με άλλες χώρες όπως π.χ. Ιταλία, Πολωνία και Γαλλία. Η δημοτικότητα του Vinted οφείλεται στο γεγονός ότι αφενός οι πελάτες μπορούν να αγοράσουν είδη μόδας σε χαμηλές τιμές αφετέρου οι αγορές πραγματοποιούνται με μεγάλη ευκολία, προσφέροντας μια μοναδική ευκαιρία στους καταναλωτές. Ερώτημα βέβαια παραμένει το κατά πόσο οι καταναλωτές καθοδηγούνται από την επιθυμία για βιωσιμότητα ή από τις χαμηλές τιμές.

Σύμφωνα με έρευνα της ConsumerX (Διάγραμμα 14), παρά την πρόσφατη ανάπτυξη της τάσης, οι β/καταναλωτές σε σύγκριση με καταναλωτές άλλων χωρών, αγοράζουν σε σημαντικά λιγότερο ποσοστό βιώσιμα ρούχα (35%), 19% βιώσιμα υποδήματα (19%) και βιώσιμα αξεσουάρ (8%).

**Διάγραμμα 14: Ποσοστό καταναλωτών που αγόρασε βιώσιμα ενδύματα κατά το 2023 ανά χώρα**



Source: ConsumerX

© RetailX 2024  
RXFSFUK24RP-GB-ST-5-v2

## 7. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟ ΗΒ

Το 2023, οι βρετανοί καταναλωτές παρουσιάζονται πιο διστακτικοί να δαπανήσουν χρήματα σε αγορές ειδών μόδας. Οι προσιτές τιμές των ενδυμάτων είναι σημαντικές για το 60% των β/καταναλωτών, γεγονός που καταδεικνύει τη συνεχώς αυξανόμενη εστίασή τους στο κόστος των προϊόντων. Οι έμποροι θα πρέπει να δώσουν έμφαση όχι μόνο στις χαμηλές τιμές, αλλά και στην ποιότητα και στην ποικιλία (value for money). Αντίστοιχα, οι κατασκευαστές επώνυμων προϊόντων ενθαρρύνουν τους καταναλωτές να επενδύσουν σε πιο ανθεκτικά, καλύτερης ποιότητας ενδύματα, παρά σε εκείνα που προωθούνται από τις εποχικές τάσεις (fast fashion).

Ωστόσο, μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί το μέγεθος (size) των ενδυμάτων, με το 69% των καταναλωτών να το θέτουν ως προτεραιότητα. Οι έμποροι θα πρέπει να επενδύσουν σε κατάλληλες επιλογές για όλα τα μεγέθη ενδυμάτων στις ιστοσελίδες και στις εφαρμογές τους, καθώς και στην πιο εξελιγμένη τεχνολογία τεχνητής νοημοσύνης, με στόχο την παροχή εξατομίκευσης και τον περιορισμό των επιστροφών.

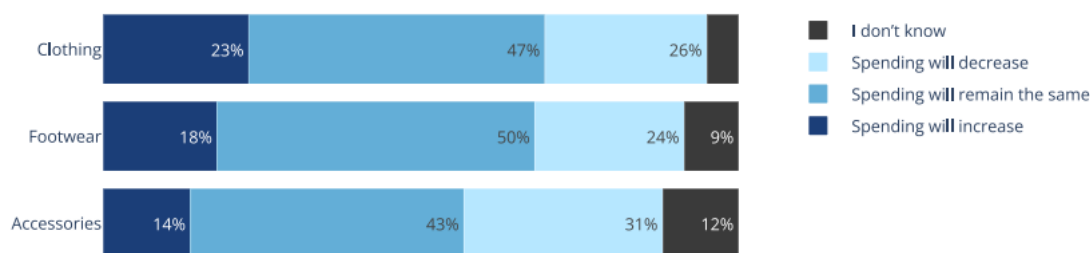
Στο πλαίσιο αυτό τα βίντεο θεωρούνται πολύ σημαντικά στις διαδικτυακές αγορές και χρησιμοποιούνται ήδη στις ηλεκτρονικές πωλήσεις από την ASOS και άλλους λιανοπωλητές. Μια άλλη σημαντική τεχνολογία, η οποία αναμένεται ότι θα αναπτυχθεί περαιτέρω στο μέλλον είναι αυτή της επαυξημένης πραγματικότητας (virtual reality), η οποία δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να «φορέσουν» ουσιαστικά το προϊόν (είναι ήδη πολύ δημοφιλής σε άλλους τομείς λιανικής όπως έπιπλα και καλλυντικά).

Ως προς τις μελλοντικές προοπτικές του ηλεκτρονικού εμπορίου ειδών μόδας στο ΗΒ, σημειώνονται:

Περίπου το 50% των καταναλωτών ηλεκτρονικού εμπορίου εκτιμούν ότι οι δαπάνες για τα προϊόντα μόδας θα παραμείνουν σταθερές (50% των καταναλωτών θα έχει ίδιες δαπάνες στα υποδήματα, 47% στα ενδύματα, 43% στα αξεσουάρ μόδας) ενώ οι προοπτικές των πωλήσεων αναμένεται να επηρεαστούν και από τις προοπτικές της οικονομίας. (Διάγραμμα 15).

Η μεγαλύτερη μείωση δαπανών στα αξεσουάρ προβλέπεται από το 31% των καταναλωτών, ενώ αναμένεται παράλληλα αύξηση δαπανών για τα υποδήματα και ενδύματα. Ωστόσο, οι δαπάνες θα βασίζονται όλο και περισσότερο στην εμπειρία αγορών σε φυσικά καταστήματα, καθώς οι καταναλωτές θέλουν να έχουν ίδια άποψη για τα προϊόντα (την εφαρμογή, την ποιότητα του υλικού, το στυλ).

**Διάγραμμα 15: Εκτιμώμενη μεταβολή σε ηλεκτρονικές δαπάνες για μόδα και αξεσουάρ στο ΗΒ κατά το επόμενο έτος (Ποσοστιαία κατανομή)**



Source: ConsumerX

© RetailX 2024  
RXFSFUK24RP-GB-ST-5-v2

Το Νοέμβριο του 2023, η βρετανική αλυσίδα λιανικής Marks & Spencer ανεδείχθη ως ο μεγαλύτερος πωλητής γυναικείων ενδυμάτων στο Ηνωμένο Βασίλειο, τόσο σε αξία όσο και σε ποσότητα, προσπερνώντας την αλυσίδα NEXT. (Η M&S κατείχε την πρώτη θέση και μέχρι το 2019-προ πανδημίας). Οι πωλήσεις ετοιμών ενδυμάτων της M&S κατά το α' εξάμηνο 2023 σημείωσαν άνοδο 5,5%, με κυρίαρχες τις πωλήσεις σε ενδύματα διακοπών και τζίν. Η πλατφόρμα Brands στο M&S περιλαμβάνει 90 επωνυμίες τρίτων, συμβάλλοντας στη δημιουργία νέων πελατών, οι οποίοι επισκέπτονται περισσότερες φορές τα καταστήματα της αλυσίδας και δαπανούν μεγαλύτερα ποσά. Σημαντική είναι επιπλέον, η εταιρεία λιανικής διαδικτυακής πώλησης γυναικείων ενδυμάτων Boohoo, η οποία ανήκει στον ευρύτερο Όμιλο Boohoo, που στο χαρτοφυλάκιο του ανήκουν 13 κορυφαίες επώνυμες εταιρείες μόδας, όπως Karen Miller, BoohooMan, Nasty Gal, Pretty Little Thing, Oasis, και Warehouse. Στόχος της Boohoo είναι η προσφορά σύγχρονης γρήγορης (fast) μόδας σε χαμηλές τιμές, παράλληλα με την ποικιλία, ποιότητα και εξυπηρέτηση πελατών. Οι πελάτες της ανέρχονται ετησίως σε περίπου 8,9 εκ. και η εταιρεία το 2023 παρουσίασε αύξηση 38% στα έσοδα. Στο πρόσφατο παρελθόν, είχε επικριθεί για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της γρήγορης μόδας που υπηρετεί.

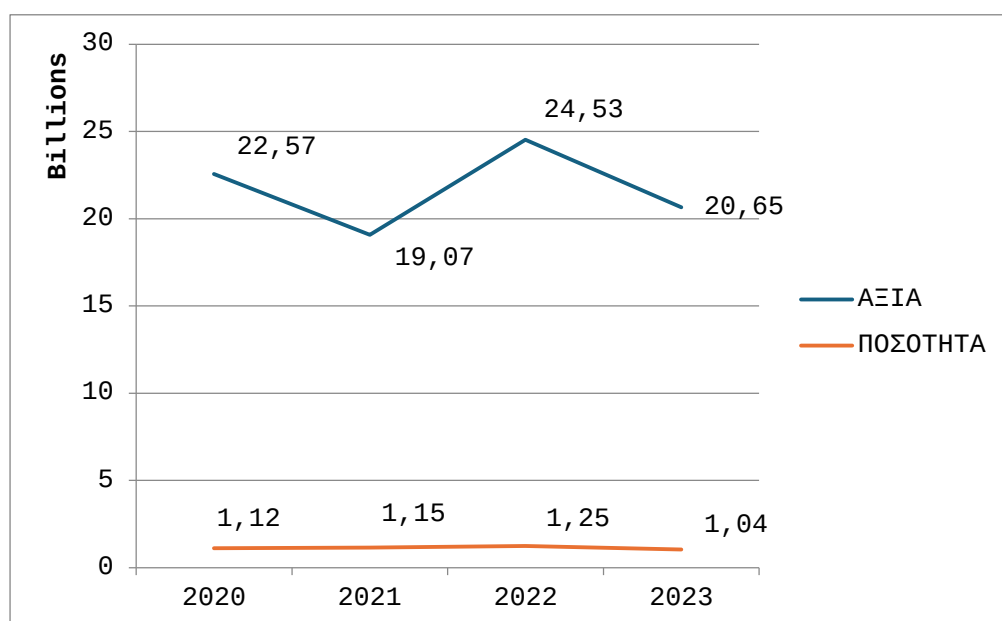
## 8. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ-ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ

### 8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ-ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΗΒ

Όπως παρατηρείται από το Διάγραμμα 16 και Πίνακα 1, οι εισαγωγές ενδυμάτων και υποδημάτων στην αγορά του ΗΒ σημείωσαν μείωση τόσο σε αξία (-16% ) όσο και σε ποσότητα (-16,8%) το 2023 σε σχέση με το 2022, ανερχόμενες σε 20,6 δις λίρες έναντι 24,5 δις λίρες αντίστοιχα. ( Διάγραμμα 16)

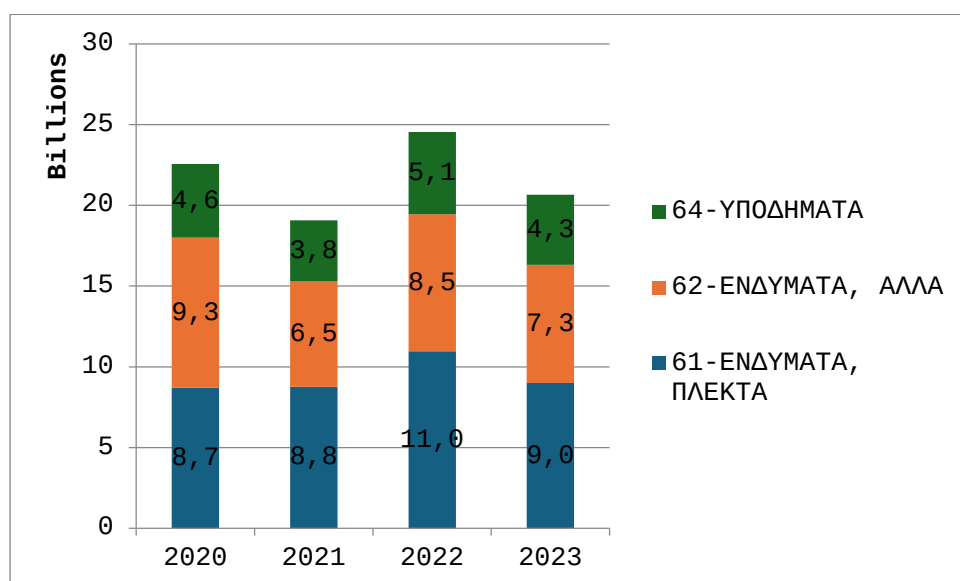
Η σύνθεση των εν θέματι εισαγωγών το 2023 σε αξία ήταν: 9 δις λίρες πλεκτά ενδύματα (ΔΚ 61) από 11 δις λίρες το 2022 (-18,2%), 7,3 δις λίρες άλλα ενδύματα (ΔΚ 62) από 8,5 δις λίρες το 2022 (-14,1%) και 4,5 δις λίρες υποδήματα (ΔΚ 62) από 5,1 δις λίρες το 2022 (-11,8%). ( Διάγραμμα 17)

**Διάγραμμα 16: Εισαγωγές Ενδυμάτων-Υποδημάτων ΗΒ -Εξέλιξη 2020-2023 (δις λίρες, δις .κιά)**



Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

Διάγραμμα 17: Εισαγωγές Ενδυμάτων-Υποδημάτων ΗΒ -Σύνθεση 2020-2023 (δισ λίρες)



Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

Σύμφωνα με τον ακόλουθο Πίνακα 1, οι κυριότεροι προμηθευτές της αγοράς ενδυμάτων (ΔΚ 61 και 62) του ΗΒ, κατά την υπό εξέταση περίοδο, ήταν: Κίνα (18,5% ποσοστό των συνολικών εισαγωγών σε αξία), Μπαγκλαντές (17%), Ιταλία (6,9%), Τουρκία (6,4%) και Ινδία (5,4%). Οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν σε αξία στα 12,4 εκ. λίρες και αντιστοιχούσαν στο 0,1% των συνολικών εισαγωγών ενδυμάτων.

Πίνακας 1 Εισαγωγές Ενδυμάτων ΗΒ (ΚΣΟ 61-62) 2023- Κυριότερες Χώρες

| ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ ΗΒ-ΧΩΡΕΣ | ΑΞΙΑ (£)              | ΠΟΣΟΤΗΤΑ (Kg)      | ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΞΙΑΣ | ΜΕΡΙΔΙΟ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ |
|------------------------------|-----------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                | <b>16.322.393.911</b> | <b>818.643.795</b> | 100,0%        | 100,0%            |
| 1 Κίνα                       | 3.018.328.950         | 190.833.380        | 18,5%         | 23,3%             |
| 2 Μπαγκλαντές                | 2.780.322.735         | 206.137.169        | 17,0%         | 25,2%             |
| 3 Ιταλία                     | 1.122.908.801         | 13.397.366         | 6,9%          | 1,6%              |
| 4 Τουρκία                    | 1.039.300.161         | 48.832.203         | 6,4%          | 6,0%              |
| 5 Ινδία                      | 887.957.568           | 44.928.219         | 5,4%          | 5,5%              |
| 6 Ολλανδία                   | 764.301.651           | 22.424.063         | 4,7%          | 2,7%              |
| 7 Γαλλία                     | 713.153.634           | 11.435.971         | 4,4%          | 1,4%              |
| 8 Πακιστάν                   | 655.281.822           | 62.539.190         | 4,0%          | 7,6%              |
| 9 Ισπανία                    | 581.698.343           | 20.355.735         | 3,6%          | 2,5%              |
| 10 Γερμανία                  | 572.897.315           | 11.993.954         | 3,5%          | 1,5%              |
| ...                          |                       |                    |               |                   |
| 12 Ελλάδα                    | 12.435.151            | 241.345            | 0,1%          | 0,03%             |

Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

Από τον Πίνακα 2 παρατηρείται ότι, το 2023, οι κυριότεροι προμηθευτές υποδημάτων της αγοράς του ΗΒ, της ΔΚ 64 ήταν: Κίνα (22,2% ποσοστό των συνολικών εισαγωγών σε αξία), Βέλγιο(15,4%), Βιετνάμ (12,03%), Ιταλία (9,22%) και Γερμανία

(7,22%). Οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν σε αξία στα 1,5 εκ. λίρες και αντιστοιχούσαν στο 0,04% των συνολικών εισαγωγών υποδημάτων.

**Πίνακας 2 Εισαγωγές Υποδημάτων ΗΒ (ΚΣΟ 64) 2023 - Κυριότερες Χώρες**

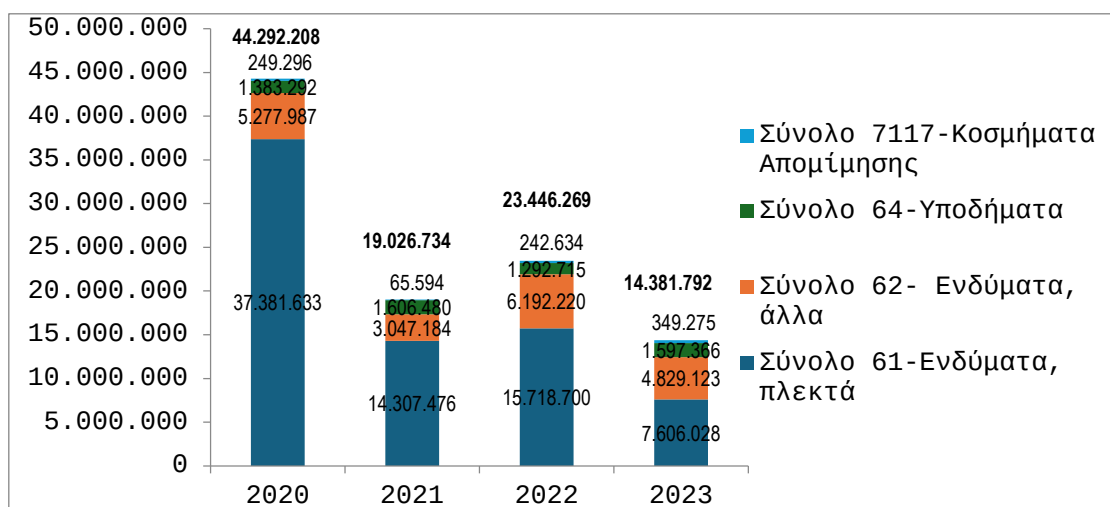
| ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΗΒ-ΧΩΡΕΣ | ΑΞΙΑ (€)             | ΠΟΣΟΤΗΤΑ (Kg)      | ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΞΙΑΣ | ΜΕΡΙΔΙΟ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ |
|-------------------------------|----------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                 | <b>4.329.804.013</b> | <b>217.533.014</b> | 100,00%       | 100,00%           |
| 1 Κίνα                        | 961.003.194          | 97.751.381         | 22,20%        | 44,94%            |
| 2 Βέλγιο                      | 670.439.195          | 19.226.256         | 15,48%        | 8,84%             |
| 3 Βιετνάμ                     | 520.753.435          | 25.478.550         | 12,03%        | 11,71%            |
| 4 Ιταλία                      | 399.410.782          | 6.705.157          | 9,22%         | 3,08%             |
| 5 Γερμανία                    | 312.511.169          | 8.803.604          | 7,22%         | 4,05%             |
| 6 Γαλλία                      | 261.191.175          | 5.509.983          | 6,03%         | 2,53%             |
| 7 Ολλανδία                    | 202.230.542          | 6.593.485          | 4,67%         | 3,03%             |
| 8 Ινδονησία                   | 179.132.550          | 10.173.805         | 4,14%         | 4,68%             |
| 9 Ινδία                       | 141.467.872          | 8.670.845          | 3,27%         | 3,99%             |
| 10 Ισπανία                    | 113.977.095          | 4.298.835          | 2,63%         | 1,98%             |
| ...                           |                      |                    |               |                   |
| 44 Ελλάδα                     | 1.597.366            | 46.262             | 0,04%         | 0,02%             |

Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

## 8.2. ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

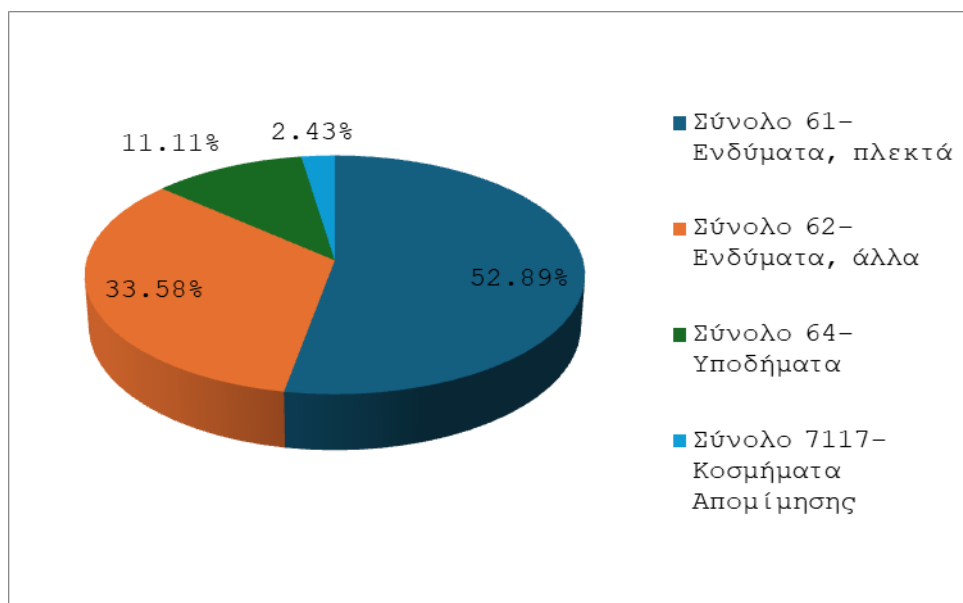
Όπως παρατηρείται στο Διάγραμμα 18, οι εισαγωγές προϊόντων μόδας από την Ελλάδα στην αγορά του ΗΒ, σημείωσαν κατά την τελευταία τετραετία σημαντική πτώση, από 44 εκ.λίρες το 2020, σε 14 εκ.λίρες το 2023. Ιδιαίτερα πτωτική ήταν η πορεία των ενδυμάτων πλεκτών και άλλων, ενώ σταθερότερες, παρότι περιορισμένες, ήταν οι εισαγωγές ελληνικών υποδημάτων στο ΗΒ. Διαχρονικά, όπως και το 2023, το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών εξαγωγών προϊόντων μόδας καταλαμβάνουν: 52,89% τα πλεκτά ενδύματα (ΔΚ 61), 33,58% άλλα ενδύματα (ΔΚ62), 11,11% υποδήματα (ΔΚ64) και 2,43% κοσμήματα απομίμησης (ΔΚ7117) (Διάγραμμα 19).

**Διάγραμμα 18: Εξέλιξη εισαγωγών του ΗΒ προϊόντων μόδας από την Ελλάδα - 2020-2023 (Λίρες)**



Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19. Σύνθεση εισαγωγών προϊόντων μόδας του ΗΒ από την Ελλάδα, 2023**



Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

Οι εισαγωγές προϊόντων μόδας από την Ελλάδα στην αγορά του ΗΒ, το 2023 κατέγραψαν σημαντική μείωση (-38,6%) σε σχέση με το 2022 (14,3 έναντι 23,4 εκ. λίρες). Η εν λόγω μείωση, μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελεί συνέπεια της γενικότερης κρίσης του κόστους διαβίωσης στο ΗΒ η οποία συνέβαλε ουσιαστικά στη μείωση των δαπανών και των πωλήσεων ετοιμών ενδυμάτων. Αντίθετα, οι εισαγωγές υποδημάτων και κοσμημάτων απομίμησης από την Ελλάδα στην αγορά του ΗΒ σημείωσαν αύξηση κατά 23,57% και 43,95% αντίστοιχα. (Πίνακας 3 και 4).

**Πίνακας 3 Εισαγωγές ενδυμάτων-υποδημάτων ΗΒ από την Ελλάδα - ΕΤΟΣ 2023**

| ΚΩΔΙΚΟΣ Σ.Ο.  | 2023              |                | Δ              |
|---|-------------------|----------------|----------------|
|   | ΑΞΙΑ (£)          | ΜΕΡΙΔΙΟ (%)    | 2023/2022      |
| <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>  | <b>14.381.792</b> | <b>100,00%</b> | <b>-38,66%</b> |
| Σύνολο 61 - Ενδύματα, πλεκτά  | 7.606.028         | 52,89%         | -51,61%        |
| Σύνολο 62 - Ενδύματα, άλλα  | 4.829.123         | 33,58%         | -22,01%        |
| Σύνολο 64 - Υποδήματα   | 1.597.366         | 11,11%         | 23,57%         |
| Σύνολο 7117 - Κοσμήματα Απομίμησης  | 349.275           | 2,43%          | 43,95%         |
| <b>ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ</b>   |                   |                |                |
| <b>1</b> 6204 Κοστούμια για γυναίκες  | 3.002.711         | 20,88%         | 20,88%         |
| <b>2</b> 6104 Κοστούμια (εκτός από μπουφάν και παρόμοια είδη)                 | 2.577.884         | 17,92%         | 17,92%         |
| <b>3</b> 6109 Άλλες γυναικείες μπλούζες, πλεκτές ή κροσέ (εκτός του ΚΣΟ 6106) | 1.465.962         | 10,19%         | 10,19%         |
| <b>4</b> 6106 Γυναικεία μπλουζάκια και γιλέκα, πλεκτά ή κροσέ                 | 1.034.790         | 7,20%          | 7,20%          |
| <b>5</b> 6110 Ζέρσεϊ  | 971.746           | 6,76%          | 6,76%          |
| <b>6</b> 6211 Αθλητικές φόρμες κ.λ.π. (εκτός από πλεκτές ή κροσέ)             | 586.908           | 4,08%          | 4,08%          |



|    |  |         |       |         |
|----|--|---------|-------|---------|
| 7  | 6112 Αθλητικές φόρμες κ.λ.π, πλεκτές ή κροσέ                   | 556.616 | 3,87% | 3,87%   |
| 8  | 6114 Ειδικά ενδύματα για επαγγελματικούς σκοπούς               | 473.628 | 3,29% | 3,29%   |
| 9  | 6206 Γυναικείες μπλούζες (εκτός από πλεκτά ή κροσέ και γιλέκα) | 410.763 | 2,86% | 2,86%   |
| 10 | 6210 Ενδύματα κατασκευασμένα από τσόχα                         | 283.666 | 1,97% | -88,54% |

Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

Ειδικότερα, όπως παρατηρείται στον ακόλουθο πίνακα 4, οι κατηγορίες που σημείωσαν αύξηση ήταν: ΔΚ6204 – Κοστούμια για γυναίκες (24,99%), ΔΚ6211 – Αθλητικές φόρμες κλπ (138,69%), ΔΚ6404 – Υποδήματα με εξωτερικές σόλες από καουτσούκ κλπ (7,76%) και ΔΚ6405 - Υποδήματα με εξωτερικές σόλες από καουτσούκ κλπ (216,85%).

**Πίνακας 4 Εισαγωγές ενδυμάτων-υποδημάτων ΗΒ από την Ελλάδα - ΕΤΗ 2022-23**

| ΚΩΔΙΚΟΣ Σ.Ο.   | ΑΞΙΑ(€) 2022      | ΑΞΙΑ(€) 2023      | Δ<br>2023/2022 |
|--|-------------------|-------------------|----------------|
| <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>   | <b>23.446.269</b> | <b>14.381.792</b> | <b>-38,66%</b> |
| Σύνολο 61 – Ενδύματα Πλεκτά  | 15.718.700        | 7.606.028         | -51,61%        |
| Σύνολο 62 – Ενδύματα άλλα  | 6.192.220         | 4.829.123         | -22,01%        |
| Σύνολο 64 – Υποδήματα  | 1.292.715         | 1.597.366         | 23,57%         |
| Σύνολο 7117 – Κοσμήματα Απομίμησης   | 242.634           | 349.275           | 43,95%         |
| <b>ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ</b>  |                   |                   |                |
| 6204 Κοστούμια για γυναίκες  | 2.402.286         | 3.002.711         | 24,99%         |
| 6104 Κοστούμια (εκτός από μπουφάν και παρόμοια είδη)   | 5.629.887         | 2.577.884         | -54,21%        |
| 6109 Άλλες γυναικείες μπλούζες, πλεκτές ή κροσέ (εκτός του ΚΣΟ 6106)   | 2.848.195         | 1.465.962         | -48,53%        |
| 6106 Γυναικεία μπλουζάκια και γιλέκα, πλεκτά ή κροσέ   | 1.431.726         | 1.034.790         | -27,72%        |
| 6110 Ζέρσεϊ  | 1.481.828         | 971.746           | -34,42%        |
| 6211 Αθλητικές φόρμες κλπ (εκτός από πλεκτές ή κροσέ)  | 245.887           | 586.908           | 138,69%        |
| 6112 Αθλητικές φόρμες κλπ, πλεκτές ή κροσέ   | 1.426.314         | 556.616           | -60,98%        |
| 6114 Ειδικά ενδύματα για επαγγελματικούς σκοπούς   | 2.228.550         | 473.628           | -78,75%        |
| 6206 Γυναικείες μπλούζες (εκτός από πλεκτά ή κροσέ γιλέκα)   | 412.730           | 410.763           | -0,48%         |
| 6210 Ενδύματα κατασκευασμένα από τσόχα   | 2.474.676         | 283.666           | -88,54%        |
| <b>ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ</b>   |                   |                   |                |
| 6402 Υποδήματα με εξωτερικές σόλες και το επάνω μέρος από καουτσούκ ή πλαστικό                                     | 117.508           | 50.966            | -56,63%        |
| 6403 Υποδήματα με εξωτερικές σόλες από καουτσούκ, πλαστικό, δέρμα ή σύνθετο δέρμα και το επάνω μέρος από δέρμα     | 504.864           | 295.002           | -41,57%        |
| 6404 Υποδήματα με εξωτερικές σόλες από καουτσούκ, πλαστικό, δέρμα ή σύνθετο δέρμα και το επάνω μέρος από υφαντικές | 412.576           | 444.605           | 7,76%          |

|   |         |         |         |
|---|---------|---------|---------|
| ύλες  |         |         |         |
| 6405 Υποδήματα με εξωτερικές σόλες από καουτσούκ ή πλαστικό, με πάνω μέρος εκτός από καουτσούκ, πλαστικές ύλες, δέρμα ή υφαντικές ύλες. υποδήματα με εξωτερικές σόλες από δέρμα ή σύνθετο δέρμα, με το επάνω μέρος εκτός από δέρμα ή υφαντικές ύλες | 254.632 | 806.793 | 216,85% |

Στοιχεία: Βρετανική Υπηρεσία Εσόδων & Τελωνείων (HMRC), επεξεργασία ΓΟΕΥ Λονδίνου

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

- ❖ Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι η τρίτη μεγαλύτερη αγορά ενδυμάτων και υποδημάτων παγκοσμίως, μετά την Κίνα και τις Ηνωμένες Πολιτείες, με μέγεθος αγοράς που ανέρχεται σε αξία στα 70,7 δις. δολαρίων (περίπου 67,54 δις ευρώ ή 57,92 δις λίρες).
- ❖ Η αγορά του HB λειτουργεί με υψηλά επαγγελματικά πρότυπα και απαιτεί από τους Έλληνες εξαγωγείς ιδιαίτερη συνέπεια και αξιοπιστία ως προς την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του εξαγόμενου προϊόντος αλλά και ως προς την εν γένει συνεργασία με εγχώριους εισαγωγείς.
- ❖ Η μείωση των εξαγωγών μας εκτιμάται ότι οφείλεται κυρίως στις γενικότερες οικονομικές συνθήκες του HB (αύξηση του πληθωρισμού και των επιτοκίων). Σύμφωνα όμως με τις οικονομικές προβλέψεις, αναμένεται ότι οι οικονομικές συνθήκες των β/καταναλωτών θα βελτιωθούν σημαντικά κατά το β' εξάμηνο του 2024.
- ❖ Επιπλέον, δεδομένου ότι η βρετανική αγορά προϊόντων μόδας είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική, για τη διατήρηση και την περαιτέρω ανάπτυξη του μεριδίου που κατέχει η Ελλάδα, θα απαιτηθεί συνεπής και συνεχής προώθηση των ενδυμάτων και προϊόντων μόδας, με τη χρήση εξειδικευμένων και σύγχρονων τεχνικών marketing (διαφημιστικές εκστρατείες, social media, influencers, κλπ). Τα ηλεκτρονικά μέσα αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικά εργαλεία προώθησης για τα εν λόγω προϊόντα στους β/καταναλωτές, καθώς προσφέρουν τη δυνατότητα παροχής όλων των πληροφοριών, που αφορούν στα χαρακτηριστικά και τη μοναδικότητα του προϊόντος.
- ❖ Επιπρόσθετα, δεδομένου του εξαιρετικά υψηλού αριθμού βρετανών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα σε ετήσια βάση (το 2023 το HB ήταν η δεύτερη σημαντικότερη χώρα προέλευσης τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα, με άνω των 4,5 εκ. ταξιδιωτών), σημαντική είναι η σύνδεση της ε/μόδας με το ευρύτερο τουριστικό και πολιτιστικό προϊόν που προσφέρει η χώρα μας.
- ❖ Τέλος, η τακτική συμμετοχή σε εξειδικευμένες διεθνείς εμπορικές εκθέσεις στο HB, όπως η Pure-Scoop, η οποία λαμβάνει χώρα στο Λονδίνο δύο φορές το χρόνο (Φεβρουάριο και Ιούλιο), θα συμβάλει στην περαιτέρω προώθηση και εδραίωση της ελληνικής μόδας στη βρετανική αγορά.

\*\*\*

---

<sup>i</sup> ΠΗΓΗ: RetailX, UK Fashion 2024,06/2024, <https://internetretailing.net/report-hub/uk-fashion-sector-report-2024/>