

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5		
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7		
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8		
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	9		
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10		
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11		
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12		
3. ΖΗΤΗΣΗ	22		
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	23		
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	26		
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	54		
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	56		
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών αλυσίδων supermarket (2021-2025).....	60		
4.3 Κατάταξη αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2025.....	65		
4.4 Κατάταξη κυριότερων ομίλων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2025.....	67		
4.5 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	68		
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Περιφέρεια (2026).....	69		
4.7 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2026).....	70		
4.8 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, του πληθυσμού και του ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (1/2).....		72	
4.9 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, του πληθυσμού και του ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2/2).....		73	
4.10 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2026).....		74	
4.11 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2016-2025).....		75	
4.12 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2025).....		82	
4.13 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....		84	
4.14 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....		85	
4.15 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2025).....		89	
4.16 Εξέλιξη χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2021-2025).....		94	
5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ		100	
5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....		101	
5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2021-2025).....		102	

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6. ΑΓΟΡΑ	103	7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	126
6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2016-2025).....	104	7.7 Η αγορά στη Γαλλία.....	127
6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2016-2025).....	105	7.8 Η αγορά στην Ισπανία.....	128
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2023-2025).....	106	7.9 Η αγορά στην Ιταλία.....	129
6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	107	7.10 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	130
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου.....	108	7.11 Οι online αγορές ειδών supermarket παγκοσμίως.....	131
6.6 Αποτελέσματα έρευνας τάσεων από τις επιχειρήσεις Λιανεμπορίου και FMCG.....	110	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	132
6.7 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	111	8.1 SWOT ανάλυση.....	133
6.8 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	113	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	134
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	120	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
7.1 Πωλήσεις των μεγαλύτερων επιχειρήσεων λιανικής τροφίμων στην Ευρώπη (2025).....	121	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2016-2025).....	136
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-27	122	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	137
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	123	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	167
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	124	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	182
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	125	Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	212
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	237
		ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	238