

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	4	4.7. Μέγεθος εγχώριας αγοράς τσιγάρων (2009-2013).....	38
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6	4.8. Μέγεθος εγχώριας αγοράς εφημερίδων (2009-2013).....	39
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	7	4.9. Μέγεθος εγχώριας αγοράς μη αλκοολούχων ποτών (2009-2013).....	40
1.1. Ορισμός του κλάδου.....	8	4.10. Σύγκριση mini-market και περιπτέρων με λοιπά δίκτυα λιανεμπορίου.....	41
1.2. Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11	4.11.Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	44
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12	5. ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ	47
3. ΖΗΤΗΣΗ	17	5.1. Τάσεις στην ευρωπαϊκή αγορά.....	48
3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	18	5.2. Η αγορά στο Ην. Βασίλειο.....	49
3.2. Ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	19	5.3. Η αγορά στη Γερμανία.....	52
3.3. Ανταγωνισμός από supermarket.....	27	5.4. Η αγορά στη Γαλλία.....	53
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ - ΑΓΟΡΑ	31	5.5. Η αγορά στην Ισπανία.....	54
4.1. Εξέλιξη αριθμού mini-market και περιπτέρων (2009,2014).....	32	5.6. Η αγορά στην Ιταλία.....	55
4.2. Γεωγραφική κατανομή mini-market και περιπτέρων (2013).....	33	5.7. Η αγορά στην Πορτογαλία.....	56
4.3. Μέγεθος εγχώριας αγοράς mini-market (2009-2014).....	34	6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	57
4.4. Διάρθρωση πωλήσεων mini-market (2013).....	35	6.1. SWOT Ανάλυση.....	58
4.5. Μέγεθος εγχώριας αγοράς περιπτέρων (2009-2014).....	36	6.2. Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	59
4.6. Διάρθρωση πωλήσεων περιπτέρων (2013).....	37	ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	61