

România, locul al treilea în topul vânzătorilor online din Europa Centrala și de Est (raport)

România se clasează pe locul al treilea într-un clasament al vânzătorilor online în Europa Centrala și de Est, cu un procent consolidat de 3,17% din PIB generat de vânzarea online a bunurilor și serviciilor, și pe locul 12 la nivelul continentului european, potrivit unui raport publicat vineri.

Conform studiului Raport European E-commerce 2023, România se află pe locul al treilea în Europa Centrala și de Est și în ceea ce privește volumul vânzătorilor statelor membre UE, după Polonia și Cehia.

Astfel, sectorul de comerț electronic din România domina piața din Europa de Est, generând aproape 60% din vânzările țărilor din regiune, cu o cifră de afaceri estimată la 9,95 miliarde de euro pentru anul 2023, dintr-un total de 17,6 miliarde de euro.

"Raportul confirmă statutul României de hub regional de e-commerce, ecosistemul dezvoltat la nivel național fiind un model de inovație și investiții în economia digitală. (...) Vedem că românii vor o gamă cât mai mare de produse din care să aleagă și caute avantajele concrete aduse de acest sector, anume economia de timp și de bani. Tocmai de aceea, suntem încrezători că sectorul de comerț electronic din România va avea o dinamică pozitivă și în anii următori", a declarat Cristian Pelivan, director executiv al Asociației Române a Magazinelor Online (ARMO).

Raportul European E-commerce 2023 arată că 94% dintre cumpărătorii români preferă să comande online de la magazine românești, în timp ce 21% au comandat și de la magazine din străinătate.

La nivel european, cele mai comandate produse sunt cele din categoria hainelor, încălțăminte și accesoriilor vestimentare (68% dintre produsele comandate online), urmate de cărți, CD-uri, DVD-uri (34%), livrări de la restaurante (30%) și cosmetice sau produse de înfrumusețare (27%).

Raportul European E-commerce din 2023 acoperă 37 de țări de pe continentul european, dezvăluind perspective bazate pe date privind dimensiunea actuală și proiectată a piețelor lor digitale și tendințele consumatorilor în utilizarea internetului și cumpărăturilor online.

Totodată, raportul include cele mai recente date și tendințe legate de penetrarea internetului, penetrarea e-shopper-ilor și cifră de afaceri B2C e-commerce pentru toate cele 37 de țări, cu o privire adițională concentrată asupra datelor pentru UE-27. De asemenea, compară tendințele care au afectat sectorul în 2022 și 2021.

Lansată în 2010, Asociația Română a Magazinelor Online (ARMO) reprezintă magazinele online din România și susține interesele membrilor săi. ARMO a elaborat Codul de Bune Practici ale Magazinelor Online și un program de atestare a magazinelor online din România, în conformitate cu acest Cod de Bune Practici. ARMO este membră a Ecommerce Europe, singura voce a sectorului de comerț electronic european, ce reprezintă peste 150.000 de companii prin intermediul asociațiilor naționale.