

Comertul online în România reprezintă 14 % din totalul pietei; zona de eCommerce va atinge 7,3 miliarde de euro în 2024 (raport)

Un român din doi a efectuat o achiziție online în 2023, ponderea acestui tip de comerț în valoarea totală a comerțului din România fiind de 14%, conform datelor Statista, citate într-un raport întocmit de o platformă specializată în eCommerce.

La finele anului trecut, numărul românilor care au făcut achiziții din mediul online a ajuns la 10.2 milioane, iar în acest context prețul rămâne cel mai important criteriu în alegerea unui comerciant online (45%), urmat de oferte speciale (36%), politica de livrare (34%) și checkout facil (29%).

Conform estimărilor, în 2024, valoarea estimată a pietei locale de eCommerce ar urma să ajungă la 7,3 miliarde de euro, în condițiile în care Millennials și Generația X sunt cei mai activi cumpărători online, în România. La polul opus se află Generația Z și Baby Boomers, care sunt mai reticenti sau au o prezență mai scăzută în comerțul electronic.

Potrivit analizei realizate de **MerchantPro**, grupa de vârstă 35-44 de ani deține cea mai mare pondere în utilizarea e-commerce, cu aproape un sfert din total. Următorul grup, cel de 25-34 de ani, prezintă o proporție apropiată, de 23,82%, în timp ce grupa de 45-54 de ani nu este departe, contribuind cu 23,52%. În schimb, tinerii adulți cu vârste între 18-24 de ani și persoanele între 55-64 de ani sunt mai puțin activi în e-commerce, reprezentând cumulativ sub 28%.

În ceea ce privește trendurile majore care vor influența piața în 2024, experții în domeniu punctează concurența în permanență creștere, în special de la concurenți internaționali puternici, în special branduri din Uniunea Europeană (UE) sau, recent, jucătorii din zona non-UE, precum Shein sau Temu, a căror ascensiune este accelerată la nivel global.

"În acest context, comercianții trebuie să mizeze pe o abordare agilă, pe tehnologii noi precum automatizări, AI, soluții de personalizare și să își extindă operațiunile atât pe orizontală, cât și pe verticală noi. Concomitent, optimizarea operațiunilor interne trebuie să rămână un focus pentru a susține o dezvoltare strategică pe termen lung. Marii câștigători în retailul online anul acesta vor fi cei care vor avea curajul să investească în automatizări și în inovații care să le crească performanța și să le optimizeze atât platforma, cât și fluxurile interne. Dacă anul trecut comercianții au analizat, acum e momentul să acționeze. Este anul în care trebuie să automatizeze și să integreze soluții care să le susțină dinamica. Cei care nu se vor mișca suficient de agili anul acesta cred că vor pierde teren important și avea în cel mai bun caz creșteri modeste", se precizează în analiza citată.

Raportul "eCommerce Insights 2024" al MerchantPro evidențiază o creștere medie de doar 3% a vânzărilor pe magazinele locale, în 2023, comparativ cu anul precedent, iar articolele pentru copii reprezintă cel mai dinamic segment de piață, cu un salt de 20%. Din punct de vedere al numărului comenzilor plasate de către clienți, creșterea rămâne moderată, respectiv de 5,5%.

"Pe fondul inflației și reducerii puterii de cumpărare, valoarea medie a comenzii înregistrate de magazinele din platforma MerchantPro s-a situat în 2023 în jurul valorii de 54 de euro, cu 2,5% mai mică față de 2022, când nivelul înregistrat a fost 55,5 de euro (...) Zilele cu reduceri și oferte speciale din săptămâna Black Friday au înregistrat o creștere de 10%, însă dinamica din perioada reducerilor nu a putut susține o creștere la nivel de trimestru", subliniază raportul de specialitate.

MerchantPro este un proiect al companiei ShopMania Net, care se adreseaza antreprenorilor din eCommerce din România si Europa, prin functionalitati competitive de comert electronic, servicii profesioniste de suport si solutii personalizate, adaptate necesitatilor specific de dezvoltare.

În prezent, platforma este folosita la nivel regional de peste 5.000 magazine online, din care aproape 2.000 de magazine active în România.