

Cushman & Wakefield Echinox: Românii au cheltuit anul trecut 36 miliarde de euro în marile rețele de retail, cu 11% mai mult decât în 2022; peste 60% din cheltuieli au fost în supermarketuri și hipermarketuri



Românii au cheltuit anul trecut 36 de miliarde de euro în marile rețele de retail, suma cu 11% mai mare comparativ cu 2022, din care 22,5 miliarde de euro, respectiv peste 60% din total, reprezintă cumpărături efectuate în supermarketuri și hipermarketuri, potrivit studiului Romania Retail Snapshot 2024, realizat de compania de consultanță imobiliară Cushman & Wakefield Echinox, pe baza rezultatelor financiare a 116 companii din 12 domenii diferite.

A doua cea mai mare pondere a cheltuielilor realizate de români în 2023 a fost în magazinele de bricolaj (3,6 miliarde de euro, respectiv 10%), acestea fiind urmate de magazinele electro-IT (3,3 miliarde, respectiv 9%) și de moda (2,2 miliarde de euro, 6,1%). Bijuteriile (212 milioane euro, 0,6% din vânzarile totale), magazinele de încălțăminte (356 milioane de euro, 1%) și cele de cosmetice (458 milioane de euro, 1,3%) au avut cele mai mici ponderi în coșul de cumpărături.

Ponderea magazinelor în total vânzări în funcție de domeniu

Sursa: Cushman & Wakefield Echinox Research în baza datelor publicate de Ministerul Finanțelor și de Institutul Național de Statistică

Ritmul de creștere a vânzării în cadrul rețelelor de retail în 2023 a fost ușor peste rata anuală a inflației de anul trecut (10,4%) și a încetinit comparativ cu 2022, când avansul a fost de 16,3% față de o rată anuală a inflației de 13,8%.

Toate cele 12 segmente analizate au consemnat vânzări peste cele din 2023, cele mai mari creșteri fiind raportate pe segmentul cosmeticelor (33,5%), cel al magazinelor specializate - petshopuri, farmacii specializate, puncte de vânzare ziare, tutun etc (20,4%), articolelor pentru copii (17,5%) și restaurantelor și cafenelelor (14,5%).

Cele 12 domenii analizate sunt FMCG (marile rețele de hipermarketuri/ supermarketuri), Fashion, DIY, Articole Sportive, Încălțăminte, Articole pentru Copii, Bijuterii, Home & Deco, Restaurante și Cafenele, Cosmetica, Electro-IT, Magazine Specializate. Împreună, cei 116 de retaileri operează peste 6.000 de magazine, majoritatea dintre acestea funcționând în proiecte de retail de tip mall, parcuri de retail sau galerii comerciale.

Evoluția vânzării cumulate (MIL €)

Sursa: Cushman & Wakefield Echinor Research în baza datelor publicate de Ministerul Finanțelor și de Institutul Național de Statistică

Cele mai reduse rate de creștere ale rulajului în 2023 față de 2022 și sub nivelul inflației au fost raportate de segmentele DIY (3%), Home & Deco (4,8%), Bijuterii (6%), Electro – IT (8,3%) și Articole sportive (8,6%).

Pentru toate celelalte categorii creșterile vânzării au fost peste inflație, respectiv de 12% pentru FMCG, de 12,3% pentru încălțăminte și de 11,3% pentru fashion.

Vlad Saftoiu, Head of Research, Cushman & Wakefield Echinor: "Piața de retail a continuat să performeze și anul trecut, în ciuda faptului că 2023 a fost al doilea an consecutiv în care inflația a fost de două cifre. Astfel, toate segmentele analizate în cadrul studiului nostru au înregistrat majorări ale vânzării comparativ cu 2022, majoritatea reușind să aibă o rată de creștere superioară inflației. De asemenea, dacă analizăm datele din perioada 2019 - 2023, creșterea medie anuală a cifrelor de afaceri aferente marilor rețele de retail (11,5%) s-a menținut peste rata medie anuală a inflației în acest interval (7,9%). Perspectivele pentru acest an sunt pozitive, având în vedere datele oficiale care arată un avans semnificativ al vânzării cu amanuntul comparativ cu perioada similară din 2023".

Rata medie anuală de creștere a vânzării din perioada 2019 - 2023 s-a situat peste rata medie anuală a inflației pentru majoritatea categoriilor de retail (11,5% vs 7,9%), excepție făcând comerțanții de încălțăminte (6,3%) și cei de home & deco (6,8%). La polul opus, cu cele mai mari rate de creștere în perioada 2019 - 2023, se află segmentul cosmeticelor (17,8%) și cel al magazinelor specializate (17,3%).

Evoluția cifrei de afaceri pe sectoare de activitate în 2023 vs 2022 și rata de creștere medie anuală 2019 - 2023

Sursa: Cushman & Wakefield Echinor Research în baza datelor publicate de Ministerul Finanțelor și de Institutul Național de Statistică

Majorarea veniturilor obținute de marii retaileri a fost susținută atât de deschiderea de noi magazine, dar și creșterea vânzării în magazinele fizice și totodată de extinderea în online a unora dintre operatori.

Extinderile retailerilor în cauză au fost favorizate și de investițiile dezvoltatorilor de spații de retail – centre comerciale și parcuri de retail – dezvoltatori ce în perioada 2019 – 2023 au finalizat un număr de peste 50 de proiecte, reprezentând atât scheme noi, cât și extinderi ale unora deja existente, în total acestea cumulând peste 715.000 metri pătrați de noi spații de retail.