

Comertul electronic din România a ajuns la valoarea de 11,7 miliarde de euro, în 2024 (estimare)

Valoarea comertului electronic din România reprezintă 3,4% din Produsul Intern Brut (PIB), în acest an, echivalentul a 11,7 miliarde de euro, informează marți Asociația Română a Magazinelor Online (ARMO), care citează estimările raportului European E-commerce 2024.

Potrivit unui comunicat al ARMO, România se clasează astfel pe locul trei în Europa Centrală și de Est, după Polonia și Cehia.

"Dezvoltarea comertului electronic reflectă adaptabilitatea întreprinderilor și interesul tot mai mare al consumatorilor pentru soluții digitale. Aderarea României la Spațiul Schengen în 2025 va crea noi oportunități, accelerând livrarile transfrontaliere și accesul la piețele europene", este de părere Cristian Pelivan, director executiv al ARMO, citat în comunicat.

Astfel, sectorul comertului electronic a creat noi oportunități de angajare și sprijină creșterea sectoarelor conexe. Prin ecosistemul dezvoltat în ultimii ani, comertul electronic este responsabil pentru mai mult de o treime din traficul de curierat și are impact pozitiv asupra unor servicii precum logistica, fulfillment sau marketing online.

"Comertul electronic din România continuă să se dezvolte accelerat, consolidându-și rolul esențial în economie și în viața de zi cu zi a consumatorilor", afirmă ARMO.

În acest sens, datele Institutului Național de Statistică (INS) arată că 72,9% dintre utilizatorii de Internet din România au realizat achiziții online în 2024. Astfel, statistica oficială, publicată pe 11 decembrie 2024, releva faptul că 88,6% dintre gospodăriile românești sunt conectate, în creștere cu 2,9 puncte procentuale față de anul precedent.

O creștere semnificativă a fost înregistrată în mediul rural, unde ponderea cumpărătorilor online a urcat la 67,3% (+5,9% față de 2023), reducând diferența față de mediul urban, unde 77,1% dintre utilizatorii de internet au plasat cel puțin o comandă online (+3,4%).

Cele mai populare categorii de produse și servicii achiziționate online în 2024 sunt: Îmbracaminte, încălțăminte și accesorii (78,6%), Livrări de la restaurante și catering (36,4%), Produse cosmetice și de îngrijire personală (34,5%), Articole sportive (20,8%), Electrocasnice și electronice (15,8%) și Medicamente și suplimente alimentare (16,7%).

Lansată în anul 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.

Asociația este membră a Ecommerce Europe, singura voce a sectorului de comerț electronic european, ce reprezintă peste 150.000 de companii prin intermediul asociațiilor naționale.