

Piata eCommerce din România va depasi valoarea de 8,8 miliarde de euro, în acest an (estimari)

Valoarea pietei de comert electronic din România va depasi opt miliarde de euro, în 2025, dupa ce în 2024 a ajuns la 7,7 miliarde de euro, arata estimarile cuprinse într-un raport de specialitate, publicat miercuri.

Potrivit editiei a doua a "eCommerce Insights 2025", realizata de MerchantPro, în ciuda contextului geopolitic si socio-economic dificil, piata locala de eCommerce a aratat o rezilienta ridicata si o capacitate buna de adaptare, marcând o crestere de 8%, semnificativ superioara cresterii economice (1%), aliniata cu evolutia retailului total (+8,4%, potrivit INS, pentru primele unsprezece luni din 2024).

La nivelul anului 2024, valoarea pietei a atins un nou record, în jurul valorii de 7,7 miliarde de euro, cu perspective de crestere si în 2025, peste nivelul de opt miliarde de euro.

Estimarile Statista releva faptul ca valoarea medie a achizitiilor online realizate de catre un client online, în 2024, a fost de circa 857 de euro.

Specialistii noteaza ca, în timp ce 55% dintre români au cumparat cel puțin o data online pe parcursul anului trecut, cumparatorii din mediul rural alimenteaza cresterea printr-o adoptie superioara celor din urban, unde eCommerce-ul a devenit deja parte din stilul de viata.

Datele analizate de platforma locala de solutii SaaS pentru eCommerce, MerchantPro în cadrul analizei de piata eCommerce Insights, arata ca regiunile cu cea mai slaba acoperire a comertului electronic ramân Oltenia (38,4%) si Sud Muntenia (39,5%), iar zona cea mai activa este Bucuresti - Ilfov, cu 64,1%. Celelalte regiuni istorice ale tarii se situeaza în jurul mediei de 55%.

Conform analizei de specialitate, o treime dintre tranzactiile efectuate în 2024 au fost achitate cu cardul, iar metodele alternative precum Revolut Pay si Apple Pay devin din ce în ce mai populare.

În acest context, Generatia Z este segmentul de cumparatori care prefera platformele mobile, achizitioneaza pe baza continutului video si acorda importanta sustenabilitatii.

De asemenea, tot mai multi consumatori aleg sa cumpere de pe marketplace-uri mari si aleg un magazin online în functie de criterii care le asigura o experienta convenabila si transparenta. Astfel, cel mai important factor pentru 41% dintre respondenti este livrarea gratuita, în timp ce 27% apreciaza descrierile detaliate ale produselor. Totodata, aproape un sfert dintre români (24%) evita magazinele cu taxe ascunse, iar returul gratuit conteaza pentru 21%. În plus, 15% prefera optiuni flexibile, cum ar fi plata la livrare sau livrarea directa la domiciliu.

Clasamentul categoriilor preferate de produse este condus de "Frumuseti si produse de îngrijire" (Beauty), care a depasit popularitatea segmentului "Fashion", fiind optiunea de achizitii online pentru 64% din public. În acelasi timp, "Farma" se bucura de popularitate superioara categoriei-vedeta a ultimului deceniu, "Electronice".

La nivel general, piata eCommerce din România este polarizata între jucatorii mici, numerosi si flexibili, si companiile mari, care controleaza o mare parte din venituri.

Datele centralizate releva faptul ca 98,3% dintre companii sunt mici, însa genereaza doar 41% din cifra de afaceri a sectorului. Companiile mari, desi reprezinta doar 0,025% din total, aduc o treime din veniturile pietei, iar

companiile medii-mari (50-249 angajati) au înregistrat o crestere accelerata de 31,6% în cifra de afaceri.

Potrivit sursei citate, 64% dintre români cumpara de pe site-uri internationale, în principal pentru preturi mai mici, iar aproape jumatate (47%) apeleaza la acestea pentru produse care nu sunt disponibile în magazinele locale.

Studiul eCommerce Insights 2025 analizeaza pe larg si tendintele care contureaza piata, precum impactul AI, deschiderea granitelor odata cu intrarea în Schengen, concurenta marilor jucatori regionali, dar si schimbarile de legislatie sau ascensiunea solutiilor "as a Service" (XaaS) în comertul electronic.

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