

Piata de curierat din România se afla în creștere, dar este încetinită din cauza procedurilor birocratice (specialisti)

Piata de curierat din România se afla într-o creștere constantă, datorită e-commerce și investițiilor realizate de către companii, chiar dacă se constată o încetinire a business-ului din cauza procedurilor birocratice ale autorităților centrale și locale, în special, în privința reglementărilor și autorizațiilor, este principala concluzie a conferinței Courier & Postal Services Forum 2025, organizată, joi, de Govnet Conferences.

"În industria noastră observăm o creștere importantă, după pandemie. La FAN Courier, creștem mai mult datorită seller-ilor internaționali, datorită e-commerce-ului și nu datorită seller-ilor interni. Piața de e-commerce din România este destul de polarizată. Este un jucător principal care a reușit să-și depășească condiția și face lucruri extraordinare. Distanța față de urmaritorii săi este una teribil de mare. Există consum în România și asta ne bucură", a declarat Cornel Morcov, Chief Commercial Officer, FAN Courier.

Potrivit acestuia, activitatea de curierat a crescut în special datorită volumelor foarte mari de colete provenite din China, valoarea cosului de cumpărături a scăzut în medie per expediție, dar a crescut numărul de comenzi.

Reprezentantul FAN Courier a arătat că statul român nu a făcut nimic să crească infrastructura în zona de cargo, deși România are un potențial foarte mare în această privință.

"Noi am făcut o investiție de curând. Am anunțat achiziția unui comisionar vamal tocmai pentru că ne dorim să îmbunătățim aceste procese operationale, să oferim clienților din România o experiență foarte bună pe zona de livrare. Cel mai mare efort îl facem noi, companiile private. Suportul pe care îl primim din partea autorităților este limitat", a menționat Cornel Morcov.

Ca și ceilalți antreprenori, reprezentantul FAN Courier a admis că există, în prezent, o presiune foarte mare pe costurile companiilor de curierat, mai ales în zona de investiții și în cea a relației cu clienții și furnizorii, care încearcă să obțină profituri cât mai bune.

"Dacă n-am fi investit sute de milioane în automatizări, hub-uri, sisteme de sortare, lockere și altele, n-am fi avut capacitatea de a rezista. Ca să faci investiții ai nevoie de bani, pe care trebuie să îi iei din piață sau să te finantezi, cu o marjă de profit. Avem speranța că ne vom putea așeza cumva, ca și industrie, să putem să gestionăm în continuare business-ul la standardele pe care ni le dorim", a mai spus Cornel Morcov.

Conform acestuia, sunt anumite primării, autorități locale, care au început să pună frâna în zona de amplasare a lockerelor. "Pe partea de autorizație de construcție pentru depozitele noastre nu s-a schimbat absolut nimic. Măsurăm în ani timpul de la depunerea documentelor până la obținerea avizelor necesare", a mai afirmat reprezentantul FAN Courier.

El a criticat autoritățile din Timișoara pentru că interzic plasarea lockerelor pe domeniul public din motive de neînțeles. "Noi investim într-un astfel de device zeci de mii de euro, scoatem poluarea din oraș, aducem plus valoare consumatorului, sunt multe avantaje, mai ales că scădem costurile, inclusiv la consumator. Autoritățile consideră că lockerul arată urât, că are o anumită culoare într-o zonă urbanistică. Cert e că nu primim suport din partea autorităților", a conchis reprezentantul firmei de curierat.

La rândul său, Alin Abalasei, VP Country Leadership RO&BG, Sameday Group, a spus că, în 2024, s-a constatat

o crestere de aproximativ 25% a trimiterilor la easybox.

Roxana Babatie, Head of Domestic Sales, Cargus, a precizat ca investitiile companiei din 2024 s-au concentrat pe cât mai multa automatizare, digitalizare si tehnologizare. Aceasta a aratat ca o presiune foarte mare pe costurile de transport vine cel mai mult din partea seller-ilor chinezi, care vor sa negocieze costuri extraordinar de mici la volume mari de colete aduse.

Schimbarea comportamentului cumparatorului român a fost remarcata si de catre Marian Şeitan, CEO, Mediaposte Hit Mail, care a mentionat ca "oamenii nu prea mai cumpara produse de calitate, ci cumpara mai multe produse de calitate mai proasta, cu aceiasi bani". "Concurenta din partea chinezilor este directa si la retailul clasic si la retailul online, ceea ce reprezinta o tendinta spectaculoasa", a explicat CEO Mediaposte Hit Mail.

Aflat la cea de-a 12-a editie, Courier & Postal Services Forum 2025 si-a propus sa aduca la aceeasi masa de discutii furnizori de servicii de curierat si postale, fast delivers, dar si retailerii online si furnizori de servicii si produse adresate industriei.