

MerchantPro Compass H1 2025: comerțul online rezista sub presiune cu volume stabile, +2% în valoare și comercianți în cautarea eficienței

Dupa un an 2024 marcat de adaptare și consolidare, eCommerce-ul românesc intra în 2025 cu o dinamica reținută. Potrivit datelor MerchantPro Compass, analiza semestrială realizată de MerchantPro, platforma de soluții SaaS pentru eCommerce care susține peste 2.000 de magazine online active, prima jumătate a anului curent confirmă o schimbare de paradigma: nu mai este vorba despre cât vinzi, ci despre cât de eficient o faci.

În prima jumătate a lui 2025, magazinele online din ecosistemul MerchantPro au generat o creștere de +2% a veniturilor față de aceeași perioadă din 2024. În paralel, numărul de comenzi a scăzut ușor, cu -0,3%. În acest context, valoarea medie a comenzii a crescut cu +2,4%, stabilizându-se în jurul valorii de 55 Euro, semn că focusul comercianților s-a mutat pe optimizarea fiecărei tranzacții, în detrimentul volumului.

Dacă în primul trimestru s-a simțit un ușor avans, cu o creștere de +3,7% a vânzărilor și +0,6% în numărul de comenzi față de aceeași perioadă a anului trecut, al doilea trimestru a marcat o frânare vizibilă: doar +0,8% la nivel de vânzări și o scădere de -1% în volum. Această dinamică arată clar că piața intra într-o fază de maturizare forțată, în care agilitatea operațională, eficiența costurilor și retenția clienților devin priorități majore pentru businessurile online.

Totodată, comercianții locali resimt o presiune tot mai mare din partea jucătorilor globali, în special platforme din Asia, care s-au extins agresiv în Europa Centrală și de Est în ultimele 12 luni. Prețurile foarte mici, campaniile de promovare susținute și livrările din ce în ce mai rapide, venite adesea la pachet cu lipsa unor constrângeri fiscale similare celor impuse comerțului local (precum TVA-ul), creează un dezechilibru greu de gestionat.

Această realitate este amplificată de noile măsuri fiscale introduse prin pachetul legislativ adoptat recent în România, care adaugă o presiune suplimentară asupra antreprenorilor locali și reduce, implicit, resursele disponibile pentru investiții în automatizare, digitalizare sau fidelizarea clienților.

În acest context, apare o întrebare legitimă: cum poate crește sanatos eCommerce-ul românesc în a doua parte a anului?

Potrivit reprezentanților MerchantPro, pentru comercianții locali, accentul cade pe eficiență, nu expansiune. Automatizarea proceselor, integrarea mai bună între canalele de vânzare, optimizarea operațiunilor de fulfillment și customer support devin investiții obligatorii. Dar eficiența nu este suficientă, dacă nu este însoțită de un cadru instituțional care să asigure șanse egale de competitivitate.

„Comercianții din România operează într-un context fiscal și logistic complicat și oarecum imprevizibil, în timp ce jucători din afara UE pot ocoli costuri importante pentru sustenabilitatea ecosistemului local. Din acest motiv, eCommerce-ul românesc are nevoie nu doar de inovație tehnologică, ci și de un climat reglementat corect, echitabil și predictibil. TVA-ul aplicat unitar și controalele reale asupra pieței transfrontaliere ar putea reechilibra dinamica competiției”, explică **Arthur Radulescu, CEO MerchantPro**.

În același timp, pentru a susține o piață sanatoasă, este esențial ca IMM-urile din eCommerce să aibă acces real la finanțare pentru digitalizare și optimizare, fie prin granturi, fie prin instrumente de creditare adaptate specificului operațional. Mai mult, campaniile de educare a publicului privind beneficiile cumpărăturilor de proximitate, precum livrarea rapidă, ușurința returului și suportul post-vânzare, pot susține loialitatea și încrederea în magazinele locale.

A doua jumătate a anului 2025, perioada-cheie în eCommerce

Dupa un prim semestru dominat de prudență și recalibrare, lunile urmatoare devin decisive pentru evoluția comerțului online românesc. Expunerea crescuta la competiția internațională și presiunea constanta asupra marjelor transforma eficiența operațională și adaptabilitatea într-o condiție esențială pentru creștere. În același timp, noul pachet legislativ adoptat recent în România, care aduce modificari fiscale cu impact direct asupra costurilor de operare, amplifica presiunea asupra antreprenorilor, reducând spațiul de manevra pentru investiții și inovare.

Consolidarea eCommerce-ului local depinde acum nu doar de capacitatea internă a comercianților de a optimiza și automatiza, ci și de existența unui cadru echitabil și predictibil. Aplicarea unitară a reglementarilor fiscale pentru toți actorii care vând către consumatorii din România și masuri concrete de susținere a digitalizării în rândul IMM-urilor pot contribui la menținerea competitivității și la o creștere sanatoasă în a doua jumătate a anului.

„H2 2025 devine astfel o perioada-cheie, adica daca vor exista masuri concrete de sprijin și echilibrare a pieței, eCommerce-ul românesc poate face pasul de la supraviețuire la consolidare. Fara masuri concrete, anul 2025 poate marca pierderea de teren a businessurilor locale în fața unor competitori extra-UE care evita regulile.”, mai adauga Arthur Radulescu.

Platforma MerchantPro este folosita la nivel regional și are o experiența de peste 20 ani pe piața. În ultimii trei ani, MerchantPro și-a consolidat prezența pe piața internă și internațională, cu peste 2000 de magazine active în România și un număr în creștere continuă pe piața din sud-estul Europei.