

Studiu ARMO: Platformele internaționale risca sa goleasca vitrinele retailului românesc

Opt din zece firme de retail românești se așteaptă ca activitatea sa le fie afectată de platformele internaționale în următoarele 12 luni, arată valul al doilea al studiului „Impactul platformelor internaționale asupra comerțului din România - Perspective de viitor”, comandat de Asociația Română a Magazinelor Online (ARMO) și realizat de MIA Marketing.

Presiunea competitivă rămâne constantă: 77% dintre companii anticipează ca activitatea lor va fi afectată din cauza platformelor din afara Uniunii Europene, în principal prin scăderea vânzărilor (32%). Paradoxal, în cazul celor care estimează scăderea cifrei de afaceri în 2025 față de 2024, principalul canal care se va contracta nu este online-ul, ci magazinul fizic al IMM-urilor.

Datele studiului relevă o polarizare accentuată, care marchează așteptările pe 2025: doar 9% dintre firmele de retail prevăd creșterea vânzărilor în acest an, în timp ce majoritatea mizează pe stagnare. Aproape un comerciant din cinci se pregătește însa pentru scădere, iar pentru acest grup magazinul fizic/offline este principalul canal de vânzare folosit în prezent care va scădea.

În lupta cu platformele internaționale, pentru a rămâne la suprafață, retailerii mici și medii își schimbă rapid strategia. Bugetele de publicitate online cresc, deoarece vizibilitatea în căutări și în feed-uri costă din ce în ce mai mult. În paralel, 41% dintre respondenți spun că își vor scurta lanțul de aprovizionare, cumpărând direct de la producător pentru a controla viteza și costul într-o competiție globală tot mai dură.

Cristi Movila, Președinte ARMO: „Electro&IT și Fashion sunt categoriile ce resimt presiunea platformelor internaționale în cel mai înalt grad. Dacă aceste magazine online și offline cedează, efectele în cascada înseamnă depozite și spații comerciale goale, chirii neplătite și locuri de muncă pierdute - cu impact direct asupra veniturilor fiscale și economiei românești”.

Cristian Pelivan, Director Executiv ARMO: „Știm de la INS că unul din patru români lucrează în retail, sectorul de retail având aproape un milion de angajați la nivel național. Datele studiului nostru arată clar unde se rupe lanțul - magazinul fizic este cel mai expus, inclusiv pentru retailerii care vând și online. Semnalele transmise în ultima perioadă inclusiv de colegii din EuroCommerce confirmă că fenomenul și efectele măsurate de noi sunt valabile nu doar în e-commerce, ci și în magazinele tradiționale. Nu doar în România, ci peste tot în Europa. Dacă nu se acționează acum, cât timp aceste afaceri mai pot fi salvate, vom vorbi în curând despre pierderi ireversibile de zeci de mii de locuri de muncă și goluri majore în bugetul de stat”.

Metodologie

Studiul „Impactul platformelor internaționale asupra comerțului din România” a fost realizat de către MIA Marketing prin interviuri telefonice asistate de computer (CATI) în perioada 28 aprilie – 13 mai 2025, pe un eșantion de 511 firme: 227 micro-întreprinderi (0–9 angajați), 186 firme mici (10–49 angajați) și 98 firme medii (50–249 angajați). Respondenții au fost persoane de decizie responsabile cu strategia de dezvoltare și activitățile comerciale. Marja de eroare este de $\pm 4,3\%$ la un nivel de încredere de 95%.