

Puterea de cumparare în România comparativ cu statele membre UE în 2024 | O piața de consum cu prețuri relativ mici

România intra în 2024 cu un profil care, în cifrele comparative ale Uniunii Europene, arata simplu: prețuri înca joase, dar cu o putere de cumparare care se vede corect doar când pui prețurile în relație cu veniturile. Cel mai nou comunicat al Institutului Național de Statistica, construit pe calculele Eurostat din decembrie 2025 și pe metodologia Paritaților Puterii de Cumparare, arata unde se afla România pe harta europeana a nivelurilor de preț și ce spune, de fapt, aceasta poziționare despre economie și consum.

Punctul de pornire este indicatorul care compara costul aceluiași „coș” de bunuri și servicii între țări: indicele nivelului prețurilor pentru consumul final al gospodăriilor populației. Media Uniunii Europene este 100, iar în 2024 România este la 64, adică la 36% sub media UE. În aceeași clasă de prețuri scăzute intra Bulgaria, la 61, în timp ce la polul opus se afla Danemarca, cu 141, urmată de Irlanda (137) și Luxemburg (131). Cu alte cuvinte, dacă la nivelul UE același volum de bunuri și servicii „costa” 100 de unitați, în România el este evaluat la 64, iar în Danemarca la 141.

Detaliul devine însă mai relevant când coborâm pe grupele mari de consum, acolo unde deciziile de business, de la retail și distribuție până la investiții în servicii, se lovesc direct de realitatea pieței. România este, potrivit comunicatului, cel mai ieftin stat membru al UE la grupa „Alimente și bauturi nealcoolice”, cu un indice de 78 (față de 100 media UE), urmată de Slovacia și Polonia. La „Bauturi alcoolice și tutun”, România este la 87, într-un peisaj în care Bulgaria are cel mai jos nivel (68), iar Irlanda apare la vârf cu 203. La „Îmbracaminte și încălțăminte”, România este tot la 87, în timp ce Danemarca urca la 133.

Cea mai spectaculoasă diferență, cu mize sociale și economice evidente, se vede la costurile legate de locuire și utilități: pentru grupa „Administrarea locuinței, apa, electricitate, gaz și alți combustibili”, România are un indice de 50. Bulgaria coboară chiar mai jos (39), în timp ce Irlanda urca la 187, iar Danemarca la 170. Astfel de ecarteri explică de ce o comparație europeană a „costului vieții” nu poate ignora structura consumului: aceeași familie, cu același volum de consum, plătește, în medie, într-un registru complet diferit în funcție de țară.

În a doua parte a tabloului, România rămâne în zona inferioară a scării de prețuri și la alte capitole cu greutate în bugetele gospodăriilor și în modelele de consum. La „Transport”, indicele este 78, iar la „Restaurante și servicii de cazare” 71. Pentru „Recreere, sport și cultura”, România este la 64, la egalitate cu Bulgaria, ceea ce confirmă o realitate de piață: serviciile discreționare rămân, în prețuri relative, mai accesibile decât în multe economii occidentale, deși „accesibilitatea” reală depinde de venituri. La „Articole de mobilier, echipamente de uz casnic și întreținerea curentă a locuinței”, România este la 82.

Aici apare nuanța esențială pe care o subliniază și Eurostat: aceste comparații sunt construite tocmai pentru a elimina „iluziile” create de cursurile de schimb și de nivelurile diferite de preț, astfel încât să poată fi comparate corect economiile în termeni reali. Paritațiile Puterii de Cumparare sunt rate de conversie care egalizează puterea de cumparare a monedelor, iar indicii nivelului prețurilor arată câte unitați monetare sunt necesare pentru același volum de bunuri și servicii. De aceea, acești indicatori sunt folosiți și în comparațiile de produs intern brut și consum pe locuitor, nu doar în discuțiile despre „scump” și „ieftin”.

În același pachet de date, România apare cu un indice de volum al produsului intern brut pe locuitor, calculat pe baza Paritații Puterii de Cumparare, de 77% față de media UE. Este o poziție care spune că, dincolo de nivelul mai mic al prețurilor, economia României rămâne sub media Uniunii în termeni de volum pe locuitor, dar peste unele state din regiune, în timp ce extremele europene rămân foarte departate: Luxemburg depășește media UE cu 145% (indice 245), un rezultat explicat parțial de specificul forței de muncă transfrontaliere și de diferența dintre cei care

produc PIB și populația rezidentă.

Pentru companii, mesajul practic este dublu. Pe de o parte, România rămâne o piață de consum cu prețuri relativ mici în interiorul UE, ceea ce poate susține volume mai mari la anumite categorii și poate atrage investiții în retail, servicii și producție orientată spre piața internă. Pe de altă parte, „ieftin” nu este sinonim cu „puternic”: puterea reală de cumpărare se vede abia când pui alături nivelul prețurilor și indicatorii de volum, iar aici România rămâne într-o zonă de convergență incompletă.