

eCommerce-ul din România crește spre 8,5 miliarde euro, sub presiunea platformelor non-UE, AI și a consumului (analiza)

Piata de eCommerce din România a ajuns la aproximativ 8,1 miliarde de euro în 2025 și ar putea depăși 8,5 miliarde de euro în 2026, însă creșterea intra într-o etapă mai competitivă și mai puțin predictibilă decât în anii anteriori, arată raportul MerchantPro eCommerce Insights 2026, dat joi publicității.

Potrivit sursei, inflația, presiunea marketplace-urilor internaționale, schimbarea comportamentului de consum și impactul tot mai puternic al AI asupra descoperirii produselor și conversiilor rescriu regulile competiției în comerțul online local.

Analiza MerchantPro arată că ritmul estimat de creștere al pieței a fost de aproximativ 6% în 2025, într-un context în care volumul tranzacțiilor a stagnat, iar pentru 2026 este anticipat un avans de 5%, pe fondul unui consum mai prudent, scăderea sentimentului de încredere și al unor transformări structurale în ecosistemul digital.

Creșterea pieței în acest an ar putea fi susținută de adoptia tot mai largă a cumpărăturilor online și de maturizarea experienței oferite de comercianți, prin investiții în tehnologie, personalizare și optimizarea conversiilor. În același timp, introducerea taxelor pentru platformele non-UE, atât la nivel local, cât și european, ar putea reduce o parte din avantajul competitiv de cost al acestora.

Pe de altă parte, arată analiza, riscurile rămân semnificative: presiunea asupra bugetelor de consum, incertitudinea socio-economică și politică, dar și cota de piață în creștere a platformelor externe pot limita ritmul de dezvoltare al comerțului online local.

Analiza MerchantPro Compass realizată pe baza evoluției magazinelor active pe platforma confirmă aceeași dinamică a pieței în 2025. Datele indică o creștere medie valorică de 6,3% a comenzilor, în linie cu estimarea de aproximativ 6% a evoluției pieței, în timp ce numărul tranzacțiilor a avansat cu doar 0,8%, ceea ce sugerează o evoluție susținută mai ales de creșterea valorii medii a cosului și mai puțin de volume semnificativ mai mari de comenzi. În prima jumătate de an volumul tranzacțiilor a scăzut cu 0,29%, iar în semestrul al doilea a înregistrat o creștere modestă de 1,66%.

În același timp, analiza arată o piață în stadii de dezvoltare și dinamică diferite: segmente precum Electro & IT (+21%) sau Pharma (+65%) au înregistrat creșteri puternice, în timp ce categorii precum Fashion (-10,3%) sau Articole pentru copii (-12%) au resimțit presiunea competiției externe și schimbările în comportamentul de consum.

"Miza reală se mută de la creșterea brută la controlul valorii și la capacitatea jucătorilor locali de a rămâne competitivi într-un ecosistem dominat tot mai mult de marketplace-uri și AI. În 2026, diferența o vor face eficiența operațională, datele și capacitatea de a construi loialitate", afirmă Arthur Radulescu, CEO MerchantPro, citat în prezentarea raportului.

Baza digitală a economiei românești s-a extins constant, iar cu 95,1% penetrare potrivit INS, accesul la internet nu mai este o barieră pentru comerțul online. Încrederea în ecosistemul de eCommerce devine un factor-cheie pentru dezvoltarea pieței.

Datele din raportul MerchantPro Insights 2026 arată că inteligența artificială începe să joace un rol tot mai important în procesul de descoperire a produselor și în optimizarea conversiilor.

Potrivit datelor la nivel global, 65% dintre utilizatori declara ca AI le influenteaza deciziile de cumparare, pe masura ce aceste tehnologii sunt integrate în motoarele de cautare, recomandarile de produse sau asistentii virtuali.

În acelasi timp, performanta traficului generat de instrumente bazate pe AI începe sa se reflecte si în indicatorii comerciali ai magazinelor online. Personalizarea experientei cu solutii AI integrate poate genera o rata de conversie chiar si de peste patru ori mai mari, dupa cum arata studii de caz desfasurate pe magazine din platforma MerchantPro.

În paralel, marketplace-urile își consolideaza pozitia ca principale puncte de intrare în comertul online, concentrând volume tot mai mari de trafic si influentând modul în care comerciantii își construiesc strategiile de distributie si marketing digital.

Analiza MerchantPro Insights arata ca marketplace-urile generaliste domina topurile de trafic din comertul online, cu eMAG, Trendyol si Temu în rândul platformelor care concentreaza cea mai mare parte a vizitelor utilizatorilor. Expansiunea platformelor globale este vizibila la nivel european. În prima jumatate a anului 2025, aproximativ 25% dintre consumatorii din Uniunea Europeana au realizat cel putin o achizitie pe Temu, potrivit datelor citate în raport. În România, platforma a ajuns la aproximativ 4,7 milioane de utilizatori activi lunar, în timp ce Trendyol a depasit pragul de aproximativ 1,3 milioane de cumparatori, consolidându-si prezenta pe piata locala si plasându-se pe locul 2 în topul celor mai accesate magazine online din România.

MerchantPro, proiect al companiei ShopMania Net, este o platforma SaaS de eCommerce dedicata magazinelor online.