

GfK: Piața electro-IT a crescut cu 6% în T2 2019, până la 737 mil. E



Piața electro - IT a înregistrat în trimestrul al doilea al acestui an o creștere de 6% comparativ cu perioada similară din 2018, până la 737 milioane euro, electrocasnicele mari și mici și electronicele fiind cele mai performante sectoare, conform rezultatelor GfK TEMAX pentru România.

Cel mai mare sector al pieței, cel de telecom, a avut un avans de aproape 4%, atingând valoarea de 322 milioane de euro. Electrocasnicele mari și mici au avut performanțe bune, ca și în trimestrele anterioare, de peste 16% pentru fiecare sector, cu valori absolute de 155 și, respectiv, 53 de milioane de euro.

Electronicele au marcat o creștere de peste 11%, până la 109 milioane de euro, în timp ce aparatele foto au rămas în zona negativă cu -7,5% și 5 milioane de euro în vânzări absolute. O tendință similară s-a observat și în cazul IT, cu o scădere de 10,5%, până la valoarea de 86 milioane de euro, ca și pentru echipamente de birou, cu vânzări de 7 milioane de euro, cu peste 10% mai puțin față de al doilea trimestru din 2018.

Piața de telecom a crescut în mare parte datorită performanței foarte bune a telefoanelor smart cu ecran mare (fabletele).

Fabletele (telefoane smart cu ecran >5,6 inch) au avut cea mai bună performanță în categorie în T2 2019, respectiv un avans de peste 93% și 266 milioane de euro vânzări. Telefoane mobile clasice (cu butoane) și smart (cu ecran mai mic de 5,6 inch) au scăzut cu peste 76%, la 38 milioane de euro. Core wearables au avut a doua cea mai bună performanță după fablete, cu creștere de 66%, până la 10 milioane de euro, iar castile au marcat 8 milioane de euro în vânzări, reprezentând o majorare de aproape 25% față de T2 2018.

Influența programului Rabla pentru electrocasnice mari s-a făcut simțită în al doilea trimestru al anului. Astfel, avansul vânzării la mașinile de spălat rufe a fost de 21,5%, până la valoarea de 45 de milioane de euro. Pentru uscătoarele de rufe creșterea a fost de aproape 65%, până la 3 milioane de euro, în timp ce mașinile de spălat vase au înregistrat vânzări de 8 milioane de euro, cu 31% mai mult față de T2 2018.

"Ca valoare absolută, frigiderul a fost în top, cu vânzări de 50 de milioane de euro și creștere de 17%. Cuptoarele cu microunde au avut și ele o evoluție bună de 18 procente, până la 5 milioane de euro, la fel ca și

aparatele de gatit (aragazuri si cuptoare), cu un plus de peste 9% si 23 de milioane de euro. Vânzarile de congelatoare au avansat cu aproape 8%, pâna la 7 milioane de euro, în timp ce vânzarile de hote au atins 5 milioane de euro, cu 5% mai mult fata de aceeasi perioada din 2018", se mentioneaza într-un comunicat GfK.

Vânzarile de televizoare au atins în trimestrul doi o crestere de peste 14%, pâna la 96 de milioane de euro. Vânzarile de boxe s-au majorat cu peste 23%, pâna la 2 milioane de euro, în vreme ce boxele portabile au marcat un ritm de crestere de mai bine 5%, pâna la 3 milioane de euro. Restul categoriilor au fost în teritoriu negativ, cu o scadere masiva pentru camere video, de peste 47%, dar si pentru console si casti, de aproape 12%, pâna la valoarea de 4 milioane euro, respectiv 1 milion de euro.

Aceeasi scadere accentuata s-a înregistrat pentru computere, în T2 2019 fata de perioada similara a anul trecut, respectiv de circa 27% si vânzari absolute de 13 milioane de euro. Pentru laptopuri scaderea este de peste 7%, pâna la 47 milioane de euro, în timp ce tabletele au ajuns la 9 milioane de euro, cu mai bine de 16% mai putin fata de T2 2018. Monitoarele au marcat o scadere de aproape un procent si o valoare de 9 milioane de euro.

Perioada a fost buna pentru camerele video, cu o crestere de aproape 13% pâna la 2 milioane de euro. O performanta buna au avut-o si vânzarile de mouse, cu un plus de mai bine de 3% si 3 milioane de euro si de tastaturi, cu o crestere de 1,6%, pâna la 2 milioane de euro.

În cazul electrocasnicelor mici, aparatele de calcat verticale cu aburi si friteuzele au performat foarte bine în trimestrul doi, cu cresteri de aproape 163%, respectiv, 103%, pâna la valoarea de 1 milioane de euro fiecare. Espressoarele de cafea au realizat vânzari de 9 milioane de euro, în crestere cu 30% fata de perioada similara din 2018. La aspiratoarele s-au majorat vânzarile cu 24,5%, atingând 15 milioane de euro, în timp ce uscatoarele de par au avut un ritm de crestere de peste 23%, pâna la vânzari de 2 milioane de euro. Aparatele de coafat parul au avut un avans de peste 12% si vânzari de 3 milioane de euro.

Alte categorii în crestere au fost aparatele de tocat carne, +12% si doua milioane de euro, aparatele de barbierit cu un plus de 5% si 6 milioane de euro, fiarele de calcat clasice si aparatele de preparat mâncarea, cu un plus de aproape 4% si 6 milioane de euro fiecare si aparatele de tuns parul, peste +2% si 1 milion de euro în vânzari absolute.

Pentru acest trimestru, doar storcatoarele de fructe au fost în zona negativa, cu un minus de aproape 20%, pâna la 1 milion de euro.

În ceea ce priveste echipamentele de birou, imprimantele au fost pe un trend descendent accentuat, de peste 10%, pâna la 7 milioane de euro.

În trimestrul al doilea, camerele digitale au scazut cu 7,5%, iar vânzarile absolute au fost de 5 milioane de euro.