

Raport: Piata e-commerce din România a depasit 4,3 mld. € în 2019. Românii au cumparat de 12 mil. € pe zi



Sectorul e-commerce din România a depasit valoarea de 4,3 miliarde de euro, la finele anului 2019, în creștere cu circa 22% fata de datele din 2018, media zilnica a cumparaturilor online pe care le-au facut românii fiind de aproximativ 12 milioane de euro, arata estimarile Asociatiei Române a Magazinelor Online (ARMO), citate în Raportul GPeC, publicat marti.

"Sectorul de e-commerce a depasit pragul de 4,3 miliarde de euro la finalul anului 2019, cu 20-22% mai mult decât în 2018 când valoarea comerțului online a fost estimata la aproximativ 3,6 miliarde de euro. Ritmul de creștere 2019 vs. 2018 a fost mai redus comparativ cu 2018 vs. 2017, când rata de creștere de la un an la altul a fost de aproximativ 30%. Valoarea de peste 4,3 miliarde de euro face referire la toate tranzacțiile generate din România atât către comercianții autohtoni, precum și către magazinele online din afara granițelor țării", notează sursa citată.

Șeful și fondatorul GPeC, Andrei Radu, precizează, totodată, că românii au cheltuit, în medie, pentru cumpărături online aproximativ 12 milioane de euro în fiecare zi a anului trecut, în creștere de la 9,86 milioane de euro - media zilnică înregistrată în 2018.

Cu toate acestea, analiza de specialitate aduce în prim plan datele Eurostat, conform cărora doar 23% din populația României a făcut cumpărături online în 2019, ceea ce situează țara noastră pe penultimul loc în Uniunea Europeană, devansând doar Bulgaria - cu 22%.

Potrivit documentului, suma de 4,3 miliarde de euro, la cât este estimată piața comerțului online din România, reprezintă strict segmentul e-tail, adică produsele fizice (tangibile) care au fost cumparate prin internet. Nu sunt incluse: serviciile, biletele de avion, vacanțele și călătoriile, rezervările hoteliere, biletele la spectacole sau la diferite evenimente, plata facturilor la utilități, conținutul descărcat de pe Internet etc.

În ceea ce privește valoarea cosului mediu pentru cumpăraturile online, aceasta a fost, în 2019, de 273 lei în cazul achizițiilor de pe desktop, respectiv de 208 lei pe mobil. Valorile medii nu conțin TVA.

Informațiile 2Performant, centralizate în Raportul GPeC, releva că la categoria Electro-IT&C a fost înregistrată cea mai mare creștere a cosului mediu, de la 738,27 lei în 2018, la 875 lei, în 2019. Majorări ale sumelor medii cheltuite în online au mai fost consemnate la categoriile: Fashion (185,58 lei), Articole pentru copii (256,28 lei), Pet Shop (186,91 lei), respectiv Carti, Muzica și Film (118,58 lei).

Pe de alta parte, categoriile unde s-au înregistrat scaderi ale valorii medii a tranzactiei au fost: Home & Garden (de la 528,07 lei, în 2018, la 525,67 lei, în 2019), Beauty (174,73 lei vs 172,29 lei), Auto & Moto (348,3 lei vs 342,55 lei) si Adult (155,7 lei vs 136,66 lei).

Raportul de specialitate arata, totodata, ca aproape 72% din traficul magazinelor online a fost generat, anul trecut, de telefoanele mobile, iar 63,6% din cumparaturile de pe Internet se fac de pe aceste dispozitive.

Un studiu GPeC si iSense Solutions scoate în evidenta faptul ca 87% dintre cumparatorii online compara preturile pe cinci website-uri diferite înainte de a face achizitia, iar mai mult de jumatate (56%) dintre utilizatorii de internet din mediul urban au facut cumparaturi online cel putin lunar.

La nivel national, din datele Autoritatii Nationale pentru Administrare si Reglementare în Comunicatii (ANCOM) reiese ca, la jumatatea anului 2019, existau 19,6 milioane de conexiuni internet mobil si 5,1 milioane conexiuni internet fix.

În prezent, la finalul lunii decembrie 2019, în platforma eMag Marketplace erau înregistrati 20.119 de comercianti online activi, în crestere semnificativa de la 14.749 în decembrie 2018, potrivit datelor furnizate de catre retailerul online pentru GPeC.

În acelasi timp, raportul GPeC, care citeaza ARMO, mentioneaza ca, în campania de Black Friday din noiembrie 2019, românii au facut cumparaturi online în valoare de 253 milioane euro, desi au fost vehiculate în spatiul public si cifre care au depasit pragul de 300 de milioane euro.

GPeC este, de 15 ani, reprezentantul e-commerce-ului din România, adunând în jurul sau cea mai mare comunitate de magazine online si organizând principalele evenimente de comert online. Printre altele, GPeC centralizeaza datele si publica în fiecare an raportul comert electronic românesc.

Sursa cifrelor si a estimarilor de piata publicate în raportul GPeC sunt: 2Performant, ARMO, ANCOM, eMag Marketplace, Eurostat, GPeC, iSense Solutions, PayU si Upswing.