

Piata produselor fizice achizitionate online a crescut în România cu 30%, în 2020 (analiza)

Piata totala de e-Tail, produse fizice tangibile, a ajuns în România la valoarea de 5,6 miliarde de euro, la finele anului 2020, în crestere cu 30% fata de anul anterior, reiese dintr-o analiza întocmita de Bucharest Real Estate Club - The New Face of Bucharest.

În aceasta marja, vânzarile zilnice pe acest segment s-au ridicat la un nivel de 15 milioane de euro.

Potrivit sursei citate, în acest context, dezvoltatorii investesc activ în noi parcuri logistice, zonele cel mai importante din Bucuresti fiind huburile din proximitatea A1 si A3, cu un nou punct de interes între cele doua, respectiv Buftea - Chitila, în vecinatatea noii centuri a Capitalei, A0.

Analiza de specialitate releva, totodata, ca, în cursul anului trecut, companiile de retail si e-commerce au închiriat spatii cu o suprafata cumulata la nivelul întregii tari de peste 400.000 mp.

"Proximitatea are un impact major asupra obiceiurilor consumatorilor; în consecinta, operatorii alimentari au ramas destul de activi, asigurând noi locatii în apropierea celor mai dense hub-uri rezidentiale, în timp ce dezvoltatorii s-au concentrat si asupra parcurilor mici, cu un amestec limitat de comert cu amanuntul si servicii", declara Cristi Moga, director de cercetare în cadrul Cushman & Wakefield Echinox.

Din totalul spatiilor închiriate, Capitala ramâne zona cea mai atractiva, cu o pondere de 65% în volumul tranzactionat în 2020, arata cercetarea.

Segmentul de e-tail cuprinde produsele fizice (tangibile) cumparate prin Internet, dar care nu cuprind categorii de tipul: servicii, bilete de avion, vacante si calatorii, rezervari hoteliere, bilete pentru spectacole sau diferite evenimente, plata facturilor la utilitati, continutul ce poate fi descarcat online etc.