

ANCOM: Traficul de colete interne si internationale a crescut cu 13%, în 2021

Traficul de colete interne si internationale a crescut, în 2021, cu 13% fata de anul precedent, pâna la 218 milioane de trimiteri, si a contribuit cu 81% la realizarea veniturilor din furnizarea de servicii postale, arata datele publicate, miercuri, de Autoritatea Nationala pentru Administrare si Reglementare în Comunicatii (ANCOM).

Potrivit sursei citate, în ceea ce priveste traficul total de trimiteri postale, acesta s-a majorat cu 4% fata de anul 2020, pâna la valoarea de 595 de milioane, iar veniturile totale au depasit 4 miliarde lei, în crestere cu 11%, în principal datorita continuarii cresterii traficului de colete.

Peste jumatate (56%) din totalul traficului postal este reprezentat de trimiterile de corespondenta, în timp ce coletele au ajuns sa însemne 37%, cu trei puncte procentuale mai mult decât în anul anterior.

De asemenea, numarul punctelor de acces sau contact la retele postale a crescut cu 8%, ca urmare a intrarii pe piata a unor furnizori al caror model de afaceri se axeaza pe acestea, iar numarul de sisteme automate de tip "self-service" a ajuns la aproape 2.500, în crestere de la o mie, în 2020.

Datele ANCOM releva faptul ca traficul de colete si pachete mici a crescut cu 13%, atât în volum, cât si în venituri. Astfel, în anul 2021, traficul de colete a ajuns la 218 milioane si a generat venituri de aproximativ 3,3 miliarde de lei, echivalentul unui venit mediu de 15 lei/colet.

În 2021, coletele interne au fost livrate mai repede decât corespondenta: în medie în 1,2 zile de la intrarea în retelele postale, 87% dintre colete fiind livrate în ziua imediat urmatoare depunerii, doar 0,6% dintre acestea ajungând la destinatie în cinci zile sau mai mult. În acelasi timp, 9% dintre coletele interne au fost livrate prin sisteme automate de tip "self-service", în crestere de la 1% în 2020.

Dupa traficul de livrare colete realizat în cursul anului trecut, principalii concurenti au fost: Fan Courier (26%), Sameday (23%) si Cargus (13%).

Pe segmentul traficului de corespondenta si imprimate (scrisori, facturi etc.), statistica ANCOM arata o încetinire a scaderii la doar 1%, fata de peste 6% în 2020, în volum si prezinta o crestere cu 2% a veniturilor. Venitul mediu a fost de 2 lei/trimitere (1,8 lei/trimitere interna).

Aproape patru din zece trimiteri de corespondenta (39%) au ajuns la destinatar în 2,6 zile, timp mai mult decât dublu comparativ cu un colet.

La nivel national, Compania Nationala "Posta Româna" (CNPR) domina piata trimiterilor de corespondenta în 2021: pastreaza 53% din trafic si creste la 63% din venituri (+4% puncte procentuale fata de 2020).

Valoarea totala a pietei serviciilor postale din România a depasit, anul trecut, patru miliarde lei, iar traficul postal intern a asigurat 3,2 miliarde de lei.

Veniturile medii anuale din trimiteri postale au crescut cu 11%, pâna la 212 lei/locuitor, inclusiv pe seama cresterii cu 4% a traficului postal, pâna la 31 trimiteri/locuitor. În functie de veniturile din servicii postale furnizate în România, principalii competitori au fost: Fan Courier (25%), Posta Româna (17%) si Sameday (13%).

Conform arbitrilor telecom, în sfera serviciului universal traficul de trimiteri s-a mentinut relativ constant, în 2021, la 209 milioane de trimiteri postale, traficul intern reprezentând peste 89% (+3% fata de anul anterior), iar cel

international puțin peste 10%. Serviciul universal a contribuit, astfel, cu 35% la realizarea traficului postal și cu 16% la realizarea veniturilor sectorului.

La capitolul reclamații, anul trecut, numărul total primit de către furnizorii de servicii postale a crescut cu 11% față de 2020, însă cele considerate ca fiind întemeiate au crescut cu 9%, până la 115.000. Pentru 77.000 de reclamații au fost acordate despăgubiri, în valoare totală de 16,9 milioane de lei, respectiv o despăgubire medie de 218 lei, în scădere cu 6%, de la an la an.

Două studii de piață realizate pentru ANCOM în anul 2021 au arătat că 50% dintre respondenți au expediat colete postale în ultimul an, 15% dintre aceștia au folosit aceste servicii de câteva ori pe luna, iar 48% de câteva ori pe an.

Totodată, pe zona de comerț electronic, 40% dintre respondenți au realizat achiziții online de câteva ori pe luna și alți 44% au declarat că au cumpărat online de câteva ori pe an. Doar 1% dintre respondenți nu au făcut niciodată cumpărături online.