

C&W Echinox: Marii retaileri au reușit sa mențină ritmul de creștere a cifrei de afaceri la 12%, dublu față de avansul consumului

Marile lanțuri de retail, care își desfășoară activitatea în special în cadrul centrelor comerciale, și-au menținut în 2018 ritmul mediu de creștere a cifrei de afaceri la nivelul de 12%, similar cu cel din 2017 și dublu față de avansul consumului, care în primele zece luni ale anului a consemnat un plus de 5,9%, potrivit celei de-a doua ediții a studiului Retailers' METRICS, realizat de Cushman & Wakefield Echinox.

În cadrul studiului au fost analizate ritmul de expansiune și evoluția cifrei de afaceri ale unui număr de 88 de companii de retail care operează magazine sub mai mult de 100 de branduri internaționale și locale din domeniile FMCG, Fashion, Electro-IT, Cosmetice, Articole Sportive, Încălțăminte, Articole pentru Copii, Bijuterii, Restaurante și Cafenele, Home & Deco și Librării.

Retailerii analizați aveau la începutul anului 2018 peste 5.054 de magazine, iar de-a lungul anului și-au extins rețelele cu 487 de unități noi, comparativ cu un număr de 522 de deschideri în 2017. În ceea ce privește cifra de afaceri, rulajul cumulativ al acestor companii este estimat pentru 2018 la 15,37 miliarde de euro, având o cota de piață de aproape 40% din cifra de afaceri totală a companiilor specializate în comerț cu amănuntul.

Cristi Moga, Head of Research, Cushman & Wakefield Echinox: „Evoluția din 2018 ne arată că retailerii mari, cu zeci sau sute de magazine, continuă să câștige cota de piață atât prin extindere, cât și organic. Chiar dacă din punct de vedere al livrarilor de spații noi, 2018 nu a fost un an senzațional, iar cele câteva deschideri au fost concentrate în ultimele luni ale anului, majoritatea retailerilor au găsit resurse să crească pe fondul majorării salariilor și a puterii de cumpărare, a inflației, dar și a comerțului online.”

Față de anul 2017, ritmul de extindere a rețelelor de magazine a încetinit în majoritatea sectoarelor, atât ca urmare a opțiunilor limitate de spații, cât și pe fondul continuării procesului de optimizare derulat de o serie de retaileri.

Cele mai mari creșteri ale cifrei de afaceri sunt preconizate pentru retailerii care comercializează articole pentru copii (39%), articole vestimentare (17%) și produse din categoria Home & Deco (16%).