

Vicepresedintele ANCMMR: 45 % din retail este concentrat în mâna primilor cinci mari retaileri din România

Valoarea vânzării din retailerul românesc a crescut anul trecut cu 7,5 %, conform datelor Nielsen, și cu 8,9 %, conform RetailZoom, comparativ cu 2020, însă volumele comercializate s-au diminuat din cauza inflației cu 7 %, a declarat, miercuri, vicepresedintele Asociației Naționale a Comercianților Mici și Mijlocii din România (ANCMMR), Feliciu Paraschiv, care a adăugat că scumpirile au fost între 2 % și 30 %.

"Retailerul a crescut anul trecut cu 7,5 procente, conform Nielsen și cu 8,9% conform RetailZoom în 2021 față de 2020 ca valoare. Băuturile nonalcoolice au crescut cu 10%, cele alcoolice cu 8%, alimentele cu 7,4%, produsele non-alimentare cu 4,1%. Problema este că din cauza inflației, per total, volumele comercializate au scăzut undeva cu 7% în industrie. Dacă vorbim de scumpiri acestea au fost între 2 și 30% per total, o medie de 5,1%, conform INS. Cel mai mult s-au scumpit produsele de morărit și panificație cu 9,3% - 9,5%, legumele și conservele de legume, undeva cu 10%, iar uleiul s-a scumpit foarte puternic cu 20-25%. Preparatele din carne cu 4,4%, iar produsele din lapte cu 4,5 -4,6%", a spus Paraschiv.

Acesta a precizat că producătorii au făcut un efort ca să nu ridice prețurile și astfel să poată să rămână în piață, mai ales în cazul produselor pe care le consumă românii, menționând că dacă ridici prețul foarte mult, "consumatorul îți întoarce spatele imediat la raft".

Potrivit datelor prezentate de acesta, la ora actuală hipermarketurile dețin 25% din piața de retail, discounterii vin puternic din spate, cu 22%, iar supermarketuri/minimarketuri cu 21% din piață.

"Este destul de greu dacă te duci la usa unui lanț mare, în sensul că nu îți accepta o scumpire de preț. Recunosc că la noi ca și comercianți locali nici nu negociem dacă producătorul are sau nu dreptul să îți scumpească produsul. Dar noi mai reprezentăm cam 35% din piață. Cel mai grav este faptul că 45% din retail este concentrat în mâna primilor cinci mari retaileri din România și din punctul meu de vedere este un lucru extrem de grav, adică aproape jumătate din piață asta care trece de la producător la shopper trece prin mâna a cinci oameni. O să ajungem la paradoxul acela că 5% din bogățiile lumii dețin 95% din bogățiile, ceea ce nu este o situație sanatoasă", a subliniat vicepresedintele Asociației Naționale a Comercianților Mici și Mijlocii din România (ANCMMR).

Legat de prețul energiei, acesta a povestit o situație "ca într-un film cu Stan și Bran", în care s-a regăsit în aceste zile când a încheiat contracte pentru energie electrică cu compania Hidroelectrică.

"Vreau să închei cu gluma făcută de către Hidroelectrică. A început să facă contracte pentru energie electrică și le recomand tuturor să facă pe persoana fizică: au prețuri extraordinar de bune, 231 de lei pe MW. Este fantastic. Nu am crezut ochilor că se poate așa ceva. Directorul lor a ieșit pe post și a spus că semnează și 1000 de contracte pe zi. Prețul este foarte bun, este ceea ce plăteam noi anul trecut ca și companie în vară, în august. Am făcut contract acasă pe privat și m-am gândit să fac și pentru companie unde consumăm cam cât un sat mic, 25.000 de MW pe an și am rămas stupefiat. Am primit un preț de 2.310 lei MW, adică de 10 ori mai mare decât prețul pe care îl semnaseam cu o zi înainte pe două contracte pe persoana fizică. Nu am înțeles în ce România trăim. Cum să vinzi cu două prețuri? Nu înțeleg sub nicio formă. Înțeleg când cumpăr mai mult să primesc un preț mai bun. As vrea dacă cineva din Ministerul Energiei poate să îmi explice paradoxul asta. Este ca într-un film cu Stan și Bran", a mai spus vicepresedintele ANCMMR și director general Paco Supermarkets, Feliciu Paraschiv.

Coaliția pentru Libertatea Comerțului și a Comunicării a organizat miercuri o dezbatere interactivă despre creșterea prețurilor, presiunea importurilor și impactul acestora asupra industriei alimentare din România.