

România înregistrează aproape jumătate din vânzarile online din Europa de Est

Valoarea comerțului electronic european s-a ridicat la 718 miliarde de euro în 2021, iar România înregistrează aproape jumătate din vânzarile online din Europa de Est, se arată într-un comunicat al Asociației Române a Magazinelor Online, remis, joi, AGERPRES.

Cu o creștere de 13% la nivel european în 2021, până la 718 miliarde de euro, comerțul electronic a demonstrat că a devenit și mai ferm ancorat în economie și societate, după ce în perioada pandemiei de COVID-19 a reprezentat pentru mulți oameni principala sursă de aprovizionare, se arată în Raportul 2022 privind comerțul electronic european publicat de Ecommerce Europe și EuroCommerce.

În România, cifra de afaceri a comerțului electronic a fost estimată la 6,2 miliarde de euro în 2021, în creștere cu 11% față de 2020, iar pentru 2022 sectorul este estimat să urce cu 13%, până la 7 miliarde de euro. Astfel, vânzarile realizate în România au reprezentat anul trecut aproape jumătate din totalul realizat la nivelul Europei de Est, estimat la 14 miliarde de euro.

"Raportul Ecommerce Europe reprezintă o confirmare a faptului că România este un hub al comerțului electronic în regiune. Sectorul comerțului electronic din țara noastră însumează aproape jumătate din întreaga cifră de afaceri a comerțului electronic din Europa de Est, estimată la 14 miliarde de euro. Prin soluțiile pe care le-a adus în viața oamenilor în ultimii doi ani, comerțul electronic și-a demonstrat din plin utilitatea, fiind de multe ori singura soluție accesibilă pentru cumpărături, în timpul restricțiilor", a declarat Florinel Chis, director executiv al Asociației Române a Magazinelor Online, membră a Ecommerce Europe.

Potrivit acestuia, în aceste zile marcate de majorări ale prețurilor la combustibili și inflație crescută, comerțul electronic vine din nou cu o serie de servicii care îi ajută pe oameni să economisească bani și să navigheze mai ușor acest context incert.

"În ultimii doi ani, retailerii au câștigat multă experiență în digitalizare. Această accelerare a fost împinsă semnificativ de contextul pandemic, timp în care comerțul electronic și retailul au jucat un rol esențial. Aceste evoluții sunt reflectate în acest raport. În 2022, Europa a devenit, din păcate, scena unui conflict major. Deși încă greu de evaluat, războiul din Ucraina va avea consecințe majore asupra economiei europene, precum și asupra pietelor de comerț electronic. Multi dintre membrii noștri au raportat deja scăderi ale puterii de cumpărare și ale încrederii consumatorilor, în principal din cauza prețurilor ridicate la energie, inflației și incertitudinii cu privire la viitor. Facem apel la statele membre ale UE și factorii de decizie politică să sprijine economia și cetățenii Europei în aceste vremuri dificile, continuând în același timp să lucreze pentru un cadru legislativ pregătit pentru viitor, potrivit pentru retailul omnichannel", a declarat Luca Casseti, secretarul general al Ecommerce Europe.

Ecommerce Europe este vocea sectorului european de comerț electronic și reprezintă, prin intermediul asociațiilor sale naționale, peste 150.000 de companii care vând bunuri și servicii online consumatorilor din Europa. Ecommerce Europe acționează la nivel european pentru a ajuta legiuitorii să creeze un cadru mai bun pentru comercianții online, astfel încât vânzarile acestora să poată crește în continuare.

Raportul 2022 privind comerțul electronic european cuprinde 37 de țări de pe continentul european, dezvăluind perspective bazate pe date cu privire la dimensiunea actuală și proiectată a pietelor lor digitale și a tendințelor consumatorilor în utilizarea internetului și a cumpărăturilor online. Raportul include cele mai recente date și tendințe privind penetrarea internetului, adoptia cumpărăturilor online și vânzarile din comerțul electronic B2C pentru toate cele 37 de țări, cu o privire suplimentară concentrată asupra datelor pentru UE-27. Conține, de asemenea, interviuri cu liderii asociațiilor naționale de comerț electronic de top și alte informații valoroase pentru comercianți, factori de decizie și părți interesate mai largi de comerț electronic.

Europa de Vest este, de departe, cea mai puternică regiune în ceea ce privește vânzările realizate prin intermediul comerțului electronic B2C, deținând 63% din totalul înregistrat în 2021. Europa de Sud urmează pe locul doi, cu doar 16% din totalul vânzărilor, în timp ce Europa Centrală și Europa de Nord vin pe al treilea și al patrulea (10% și, respectiv, 9%), iar Europa de Est (2%) pe ultimul loc.

În cifre absolute, în Europa de Vest valoarea vânzărilor în online s-a ridicat la 450 de miliarde de euro în 2021, în timp ce în Europa de Sud s-a ridicat la 118 miliarde de euro, iar Europa Centrală la 70 de miliarde de euro. Europa de Nord a fost chiar în urma Europei Centrale, cu 67 de miliarde de euro, urmată de Europa de Est, cu vânzări care s-au ridicat la 14 miliarde de euro.

Alte constatări arată că, în 2021, 73% din populația online a Europei a cumpărat online, în scădere ușoară, cu 1% față de 2020. Potrivit unor asociații naționale de comerț electronic citate în raport, scăderea este mai mică decât era de așteptat, iar pe unele piețe cumpăraturile online au continuat să crească. Pentru prima dată, Europa de Nord a înregistrat cea mai mare pondere de cumpărători online, de 86% dintre utilizatorii de internet în 2021. Europa de Nord este urmată de Europa de Vest cu 84% și Europa Centrală cu 75%.

În Europa de Est, 46% dintre utilizatorii de internet au făcut cumpărături online în 2021. În România, acest procent s-a ridicat la 44%.