

Cushman & Wakefield Echinox: Afacerile cumulate ale marilor rețele de retail au crescut cu 16,3% în 2022 comparativ cu 2021



Marile rețele de retail au înregistrat în 2022 o cifra de afaceri cumulată cu aproape 16,3% mai mare față de 2021, avans ce se situează peste rata medie anuală a inflației din 2022, de 13,8%, potrivit studiului Romania Retail Snapshot 2023, realizat de compania de consultanță imobiliară Cushman & Wakefield Echinox, pe baza rezultatelor financiare a 114 companii din 12 domenii diferite. Toate cele 12 segmente analizate au consemnat cifre de afaceri peste cele din 2021, cele mai mari creșteri fiind raportate pe segmentul cosmeticelor (32,9%), cel al restaurantelor și cafenelelor (32,5%) și de fashion (24,5%).

Cele 12 domenii analizate sunt FMCG (marile rețele de hipermarketuri/supermarketuri), Fashion, DIY, Articole Sportive, Încălțăminte, Articole pentru Copii, Bijuterii, Home & Deco, Restaurante și Cafenele, Cosmetica, Electro-IT, Magazine Specializate. Împreună, cei 114 de retaileri operează peste 6.000 de magazine, majoritatea dintre acestea funcționând în proiecte de retail de tip mall, parcuri de retail sau galerii comerciale.

Companiile incluse în studiu au raportat în 2022 o cifră de afaceri cumulată de 32,3 miliarde de euro, comparativ cu 27,7 miliarde de euro în 2021 și 24,9 miliarde de euro în 2020.

Evoluția cifrei de afaceri cumulată (MIL €)

Cele mai reduse rate de creștere ale rulajului în 2022 față de 2021 și sub nivelul inflației au fost raportate de segmentele electro-IT (+3,1%), DIY (+10,3%) și Home & Deco (+11,3%).

Pentru toate celelalte categorii valorile vânzărilor au fost peste inflație, creșterile fiind de 18,2% pentru FMCG, de 16,4% pentru articolele sportive, de 21,5% pentru încălțăminte, de 17,8% pentru articole pentru copii, în timp ce retailerii care comercializează bijuterii au vândut cu 19% mai mult, iar magazinele specializate (petshopuri, farmacii, puncte de vânzare ziare, tutun etc) cu 14,8% în plus.

Vlad Saftoiu, Head of Research, Cushman & Wakefield Echinox: "Piața de retail din România a trecut în ultimii trei ani printr-o perioadă marcată de restricțiile impuse de pandemia Covid-19, restricții ce au dus inițial la închiderea și apoi la limitarea accesului în centrele comerciale, mai apoi existând o perioadă caracterizată prin creșterea galopantă a inflației, cu consecințe asupra puterii de cumpărare și implicit asupra consumului. Este impresionant așadar faptul că, pe fondul tuturor acestor probleme, fiecare din cele 12 segmente au reușit să performeze mai bine în 2022 față de 2019, anul premergător crizei sanitare. De asemenea, dacă analizăm datele din perioada 2019 - 2022, creșterea medie anuală a cifrelor de afaceri aferente marilor rețele de retail a fost de 11,7%, în condițiile în care rata medie anuală a inflației în acest interval a fost de 7,1%. Retailul a continuat și în 2022 să aibă o contribuție importantă la creșterea și formarea PIB-ului, aspect pe care l-am observat și în primul trimestru al acestui an."

Rata medie anuală a vânzării în perioada 2019 - 2022 s-a situat peste rata medie anuală de creștere a prețurilor pentru majoritatea categoriilor de retail, excepție făcând comerțanții de încălțăminte (4,3%). La polul opus, segmentul restaurante și cafenele a crescut cel mai mult în acest interval (13,8%), urmat de cel de cosmetice (13%) și de Electro IT (12,9%).

Evoluția cifrei de afaceri pe sectoare de activitate în 2022 vs 2021 și rata de creștere medie anuală 2019 - 2022

Majorarea veniturilor obținute de marii retaileri a fost susținută atât de deschideri de noi magazine, dar și de o revenire puternică a vânzării în magazinele fizice, după eliminarea în martie 2022 a restricțiilor impuse de pandemie.

Extinderile retailerilor în cauză au fost favorizate și de investițiile dezvoltatorilor de spații de retail – centre comerciale și parcuri de retail – dezvoltatori ce în perioada 2019 - 2022, au finalizat un număr de 39 de proiecte, reprezentând atât scheme noi, cât și extinderi ale unora deja existente, în total acestea cumulând peste jumătate de milion de metri pătrați de noi spații de retail.