

Piata bunurilor de larg consum din România a raportat un avans de 11%, în primul semestru (studiu)

Piata locala de bunuri de larg consum (FMCG) a înregistrat o crestere de 11 %, în prima jumatate a acestui an, jumatate din avans fiind generat de inflatie, arata datele cuprinse într-un studiu, publicat marti.

Potrivit analizei YouGov Shopper, cealalta jumatate rezultata din majorarea pietei FMCG reprezinta de o combinatie între cresterea volumelor (+3,5%) si fenomenul de "up-trading" prin care consumatorii au optat pentru produse mai scumpe si de o calitate superioara. În acelasi timp, a fost remarcata o redresare a frecventei de cumparare, care scazuse în anul precedent.

Un factor esential în decizia de cumparare este reprezentat de promotii, cu o importanta crescuta în categorii precum: berea, vinul, dulciurile, hrana pentru animale de companie si produsele de curatenie. La polul opus, în segmente ca lactate, ulei, cafea si alimente congelate, promotiile si-au redus ponderea.

Realizatorii cercetarii de specialitate subliniaza faptul ca un alt trend remarcant este consolidarea pozitiei brandurilor în detrimentul marilor private. Astfel, brandurile de producator acopera în prezent trei sferturi din consumul casnic FMCG.

Datele YouGov Shopper România arata ca singurele canale care s-au dezvoltat peste media pietei, în primul semestru din 2025, sunt discounterii si magazinele online. Primul dintre acestea se apropie cu viteza de pragul de 30% cota de piata, în timp ce comertul traditional a coborât sub pragul de 25%.

La rândul lor, supermarketurile si-au redus usor cota de piata pâna la 24,5%, în perioada ianuarie - iunie 2025, mai ales în Bucuresti si în judetul Ilfov, acolo unde discounterii si supermarketurile s-au dovedit a fi performeri de top în ultimul an.

În 2025, magazinele online de bunuri de larg consum ramân vedeta comertului, cu un avans de 25% la semestru pe toti cei trei piloni de crestere: acoperire, frecventa de achizitie si cos mediu de cumparaturi.

YouGov Shopper (anterior GfK Consumer Panel, pâna în 2023) monitorizeaza, în România, în mod continuu, un panel de 6.000 de gospodarii, reprezentativ la nivel national. Compania este parte a YouGov - un grup global de cercetare de piata cu operatiuni în America, Europa, Orientul Mijlociu, India si Asia Pacific.