

Valoarea vânzarilor raportate de magazinele online din România s-a majorat cu 4%, în primul semestru (analiza)

Valoarea vânzarilor raportate de magazinele online din România a crescut cu 4%, în primele șase luni din 2026 fata de anul trecut, în timp ce numărul de comenzi a rămas constant, reiese dintr-o analiză de specialitate, publicată marți.

Datele MerchantPro arată că vânzările de electronice, gadgeturi și accesorii avansează cu peste 42% în valoare, susținute de o creștere cu 35% a numărului de comenzi. "Creșterea vine simultan din mai mulți cumpărători și dintr-o valoare medie a comenzii mai mare, ceea ce sugerează că achizițiile tehnologice au rămas prioritare chiar și într-un an de consum precaut. O parte din avans se poate explica prin cicluri de înlocuire amânate în 2025, când incertitudinea politică și fiscală a împins deciziile de achiziție mare spre 2026", se precizează în comunicat.

Pharma înregistrează un avans de 30% al numărului de comenzi și de 26% a valorii vânzarilor, în timp ce prețul mediu al comenzii a scăzut ușor, de la 29 la 28 de euro.

Pe segmentul Beauty, în schimb, se înregistrează cea mai mare scădere a semestrului la nivel de tranzacții, de aproape 20%, în timp ce Fashion rămâne stabilă, cu variații sub 3% pe ambele dimensiuni.

Potrivit sursei citate, articolele sportive și produsele alimentare au crescut cu peste 10% în valoare, de la un an la altul, susținute în principal de creșterea numărului de comenzi. În același timp, categoria Carti&Muzică a avut o dinamică pozitivă comparabilă, cu un plus de 16% în valoare, dar generată aproape integral de majorarea valorii medii a comenzii (+11%), cel mai probabil cauzată de majorarea de anul trecut a cotei de TVA aplicată la produsele editoriale, care s-a reflectat treptat în prețurile de raft.

De asemenea, pe verticala B2B, volumul comenzilor a crescut cu 29% pe semestru, însă valoarea medie a comenzii a scăzut cu 13%. "Combinatia sugerează fie o fragmentare a achizițiilor la clienții existenți, care cumpără mai des în cantități mai mici, fie extinderea către un segment de clienți B2B mai mici, cu bugete tranzacționale mai reduse", susține sursa citată.

"Dinamica din luna iunie ar putea să anunțe o revenire a pietei pe creștere, fiind cea mai puternică lună a semestrului, în care atât valoarea, cât și numărul comenzilor au crescut semnificativ, cu +12,5% și, respectiv, +6,2%. O parte din avans se explică însă printr-un efect de bază: iunie 2025 a fost o lună afectată de tensiunea post-electorală și de anunțurile despre majorarea TVA, care au împins mulți consumatori să amâne achizițiile mari. Tiparul semestrului, cu o creștere a vânzarilor data aproape în întregime de majorarea valorii medii a comenzii, și cu scăderi în categoriile în care cumpărarea poate fi amânată, reflectă efectele cumulate ale liberalizării prețurilor la energie din iulie 2025 și ale creșterii TVA, care au împins inflația și au erodat puterea de cumpărare a românilor. Începând cu trimestrul al treilea al acestui an, o parte din presiunea inflationistă ar trebui să scadă, pe măsura ce iese din calcul efectele de bază ale acestor măsuri", se menționează în analiză.

Rezultatele primului semestru se înscriu în tendința descrisă în raportul MerchantPro eCommerce Insights 2026, conform căruia piața locală de eCommerce a depășit 8,1 miliarde de euro, în 2025, și este estimată să treacă de 8,5 miliarde, în 2026, cu un ritm de creștere anticipat de aproximativ 5%, "sub presiunea consumului prudent și a expansiunii platformelor internaționale din afara Uniunii Europene".