

## MerchantPro Compass: Piața de eCommerce din România în 2024, între creștere stabilă de peste 8% și adaptare strategică



**Analiza anuală MerchantPro Compass, realizată de platforma locală SaaS de eCommerce MerchantPro pe datele înregistrate de magazine online active atât în 2024, cât și în anul precedent, releva că piața de eCommerce din România a continuat să crească în 2024, cu un avans de peste 8% al valorii comenzilor față de anul precedent. Numărul comenzilor a crescut cu 3%, iar coșul mediu a fost mai mare cu 5,15%, indicând o tendință de creștere a valorii per achiziție.**

Piața eCommerce locală evoluează stabil, dar concurența internațională, mai ales din partea platformelor din China, pune presiune pe comercianți. Diferențierea nu mai ține doar de preț, ci de experiența oferită clienților. Astfel, personalizarea ofertelor, integrarea soluțiilor AI pentru recomandări mai relevante și automatizarea proceselor de gestionare a comenzilor sunt elemente-cheie pentru succesul pe termen lung", declară Arthur Radulescu, CEO MerchantPro.

### **Comerțul online pe trimestre: Trimestrul 2, cel mai performant.**

Dinamica pieței eCommerce pe parcursul anului 2024 a variat semnificativ de la un trimestru la altul. În primul trimestru (ianuarie - martie), creșterea a fost moderată, cu un avans de 5% al valorii comenzilor și un număr de tranzacții mai mare cu 4%, în special datorită performanței solide din februarie (+9,5%).

Analiza MerchantPro Compass arată că trimestrul al doilea (aprilie - iunie) a înregistrat cea mai bună dinamică, cu o creștere de peste 12% a valorii comenzilor, cu un vârf în luna aprilie, în care avansul față de aprilie 2023 a atins 28%.

În trimestrul al treilea (iulie - septembrie), piața a continuat să crească într-un ritm stabil, cu un plus de 11%, influențat pozitiv de creșterea numărului de comenzi din septembrie (+8,5%).

Pe fondul alegerilor din noiembrie și al incertitudinii economice, ultimul trimestru al anului (octombrie - decembrie) a fost marcat de o creștere mai modestă, de sub 5% a veniturilor și o stagnare (+0,1%) la numărul tranzacțiilor.

Deși sezonul de sărbători debutase cu luna octombrie cu o creștere de 10% la valoare, noiembrie și decembrie au înregistrat o creștere minimă de 4%, respectiv 1%, pe fondul incertitudinii politice și unei scaderi a apetitului de cumpărare, precum și a unei planificări mai atente a bugetelor de către consumatori și retaileri.

## **Analiza pe domenii: tendințe contrastante între industrii**

Performanța eCommerce-ului în 2024 a variat semnificativ în funcție de domeniu. Categoria Auto & Moto a fost cea mai dinamică, cu o creștere de peste 50% a valorii comenzilor și un avans de 90% al numărului de tranzacții.

Segmentul Beauty a continuat să crească, cu un avans de 12,87% în vânzări, deși numărul comenzilor a avut o creștere mai lentă. Fashion-ul a ramas sub presiune, înregistrând o contracție de 6,7%, iar Home & Deco a avut o scădere de 9,39% în valoarea comenzilor. Articolele sportive au înregistrat un avans de 16%.

Pe segmentul Electronics, performanța a fost mixtă, cu o creștere modestă a valorii comenzilor (+2,58%), dar o scădere a numărului de tranzacții (-4,66%), ceea ce sugerează o tendință de achiziții mai puține, dar cu o valoare mai mare per comandă.

Produsele alimentare (Groceries) s-au menținut pe un trend pozitiv, cu o creștere de 25% a valorii vânzărilor, reflectând o adopție constantă a cumpărăturilor online pe acest segment.

Pe verticala B2B, piața a ramas relativ stabilă, cu o creștere de 5,91% a valorii comenzilor și o adopție progresivă a soluțiilor digitale.

”Pe verticale, piața eCommerce a avut o dinamică neuniformă, cu industrii care au crescut semnificativ și altele care au stagnat sau s-au contractat, demonstrând că strategiile comercianților trebuie să fie adaptate specific fiecărui segment de piață. Automatizarea și AI vor continua să redefinească piața eCommerce, optimizând operațiunile și reducând erorile. Comercianții din eCommerce vor trebui să adopte strategii flexibile, axate pe personalizare, tehnologii emergente, extindere omnichannel și dezvoltare cross-border, pe piețele din regiune. În 2025, succesul va aparține celor care își pastrează agilitatea, inovează constant și creează experiențe personalizate pentru clienți, în timp ce adaptabilitatea va fi o condiție sine qua non pe o piață într-o continuă transformare. Investiția în tehnologie și optimizarea proceselor vor deveni factori critici pentru creșterea sustenabilă”, subliniază **Arthur Radulescu**, CEO MerchantPro.