

Pandemia, frână pentru dezvoltarea retailului modern și o gură de aer pentru retailul tradițional

11 Jan 2021 | de Fulvia Meirosu



[1]

Criza sanitară a favorizat în 2020 dezvoltarea discounterilor și a segmentului de proximitate, dar per ansamblu retailerii au fost mai calculați când vine vorba de extindere, numărul magazinelor noi fiind mai redus prin comparație cu 2019. Strategiile jucătorilor internaționali au inclus însă, fără excepție, investiții în online și digital.

Dacă valoric, piața de retail a înregistrat creșteri pe toate formatele, ce s-a întâmplat cu evoluția numerică? Dacă în 2019 au fost inaugurate în total în modern trade 484 de unități, în 2020 pandemia a încetinit ritmul dezvoltării, numărul magazinelor noi totalizând 423 unități. Majoritatea locațiilor noi au fost inaugurate în a doua parte a anului, atât din cauza lockdownului din primul semestru, cât și faptului că multe rețele au așteptat să vadă evoluția crizei. Ca și anul precedent, vedetele au fost canalul de proximitate (+216 locații noi) și supermarketurile (+134), urmate de magazinele de discount (+53). Și canalul de hypermarketuri a avut o evoluție foarte bună, cu 14 deschideri, în timp ce segmentul magazinelor specializate a bifat doar 6 inaugurări, 5 sub umbrela dm și una sub brandul Bonteria Very&So.

Rețeaua Profi și-a păstrat și în 2020 poziția de cel mai expansiv retailer,

cu 235 unități deschise, față de 253 în 2019. Astfel, Profi a încheiat anul cu 1.404 magazine - 641 Profi, 343 Profi Loco și 420 Profi City, retailerul deținut de fondul de investiții Mid Europa Partners fiind totodată și rețeaua cu cel mai mare număr de unități din România.

Clasamentul este completat de Mega Image, cu 90 de unități noi, Lidl (+27), Carrefour (+23, incluzând cele 6 magazine deschise sub brandul Supeco), Penny (+20), Kaufland (+11), Auchan (+10), dm (+5), 1 minute (+1). Dacă Mega Image și Penny au menținut ritmul din 2019, dezvoltarea Lidl și Kaufland a fost impulsionată de pandemie, pentru ambii retaileri acesta fiind cel mai alert ritm de extindere de la intrarea pe piață.

Trebuie menționat că rețeaua de magazine în franciză LaDoiPași a atins pragul de 1.382 de unități, cu circa 400 de locații în plus față de anul anterior. Deținută de Metro, rețeaua LaDoiPași este singura pe care retailerul german a dezvoltat-o, nebifând nicio investiție pe segmentul cash&carry. Strâns legat de industria HoReCa, puternic afectată de restricții, segmentul cash&carry a stagnat, nici Selgros nedeschizând niciun magazin. Într-o situație similară este și Cora, care a preferat să investească în remodelarea hypermarketurilor existente, fără a extinde rețeaua.

O lecție de maturitate pentru retailul tradițional

Deși a venit la pachet cu multe necunoscute și investiții suplimentare, criza sanitară a reprezentat o gură de oxigen pentru jucătorii din retailul independent. După ani buni de scădere continuă, retailul independent a înregistrat o creștere valorică de 6,9% în primele nouă luni ale anului trecut, potrivit datelor de retail audit furnizate de Nielsen. Desigur, elementul principal care a înclinat balanța a fost avantajul proximității.

Cel mai expansiv retailer local a fost în 2020 Annabella, cu 16 magazine deschise. Astfel, a încheiat anul cu 90 de unități, fiind al doilea mare retailer local după Unicarm, care continuă să ocupe primul loc în top, cu o rețea de 120 de magazine.

Clasamentul este completat de Diana, cu 62 de magazine (+4), Sergiana, care a ajuns la 58 magazine (+2), Euromarket, 42 de magazine în total (+2), Vascar, cu un lanț de 22 magazine (+1). Paco Supermarkets a atins 16 magazine (+2), Bertis și Home Garden au fiecare câte 12 magazine, după una, respectiv 4 inaugurări în 2020, iar

Praxis are o rețea de 11 magazine (+1), în timp ce Jam Supermarket are 8 unități (+2). O intrare notabilă pe piața Capitalei a fost La Cocoș, care are astfel 2 magazine. De asemenea, ACA (Asociația Comercianților din Arad) a bifat 1 magazin nou, ajungând la o rețea de 25 de supermarketuri.

Puteți urmări evoluția lunară a deschiderilor de magazine în Universul de Retail (UdR). Un proiect online marca Progresiv, [Universul de Retail \[2\]](#) este o aplicație care oferă situația actualizată a magazinelor din rețelele internaționale și locale. [UdR \[2\]](#) pune la dispoziție repartizarea geografică a magazinelor în funcție de canal de vânzare, suprafață de vânzare și date de deschidere, informații despre magazine (adresă, format, suprafață de vânzare și date de deschidere), evoluția numărului de magazine pe tip de canal de vânzare și informații financiare despre jucătorii din piața de retail (cifre de afaceri, profit, număr de magazine și număr de angajați).

Proiect online marca

PROGRESIV

Susținut de:

Partener principal

Gebrüder Weiss

Partener sustenabil

ENVIRON
reciclăm împreună

Parteneri



[3]

Știri asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/stiri/pandemia-frana-pentru-dezvoltarea-retailului-modern-si-o-gura-de-aer-pentru-retailul>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images/retail_.jpg

[2] <https://universulderetail.ro/index.php/retailerAnalysis>

[3] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/1010 x 320](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/1010_x_320)

parteneri UdR articol Progresiv.jpg