

Store Wars – Episodul x?

Conferinta Magazinul Progresiv

13 martie 2008



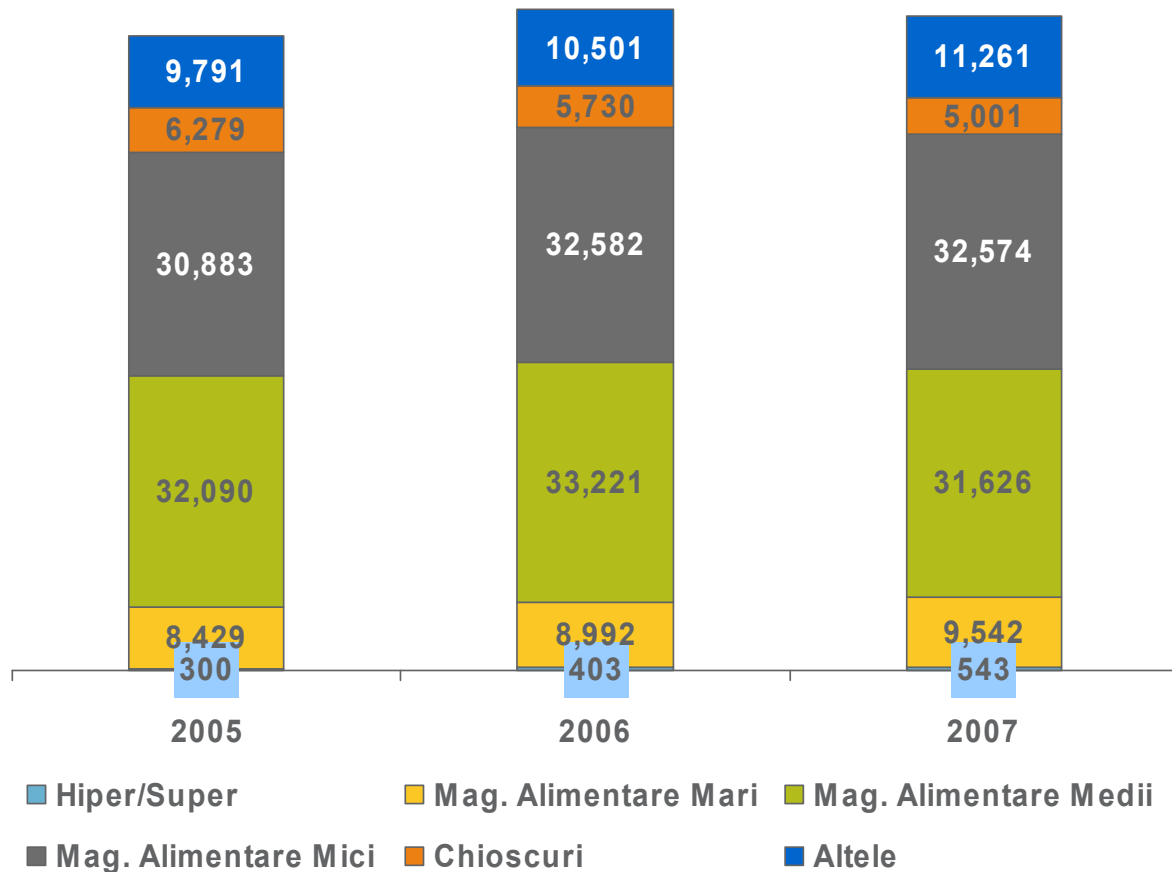
Mit si realitate in comertul traditional – recapitulare 2007

- Mitul #1: Magazinele traditionale se afla in declin
 - Realitatea: magazinele traditionale au crescut in numar, in special cele de dimensiuni medii, care au inregistrat si o crestere in valoare
- Mitul #2: Magazinele traditionale nu mai vand mare lucru
 - Realitatea: majoritatea categoriilor de produse au o prezenta constanta si vanzari stabile sau chiar in usoara crestere in comertul traditional
- Mitul #3: Nu mai este profitabil sa vinzi in comertul traditional
 - Realitatea: vanzarile medii pe magazin sunt constante sau in crestere, la fel si preturile de vanzare

In “razboiul” dintre formatele de comert, la ce episod am ajuns?

Un an mai tarziu, comertul traditional este inca viu si nevatat

Universul de Magazine Retail

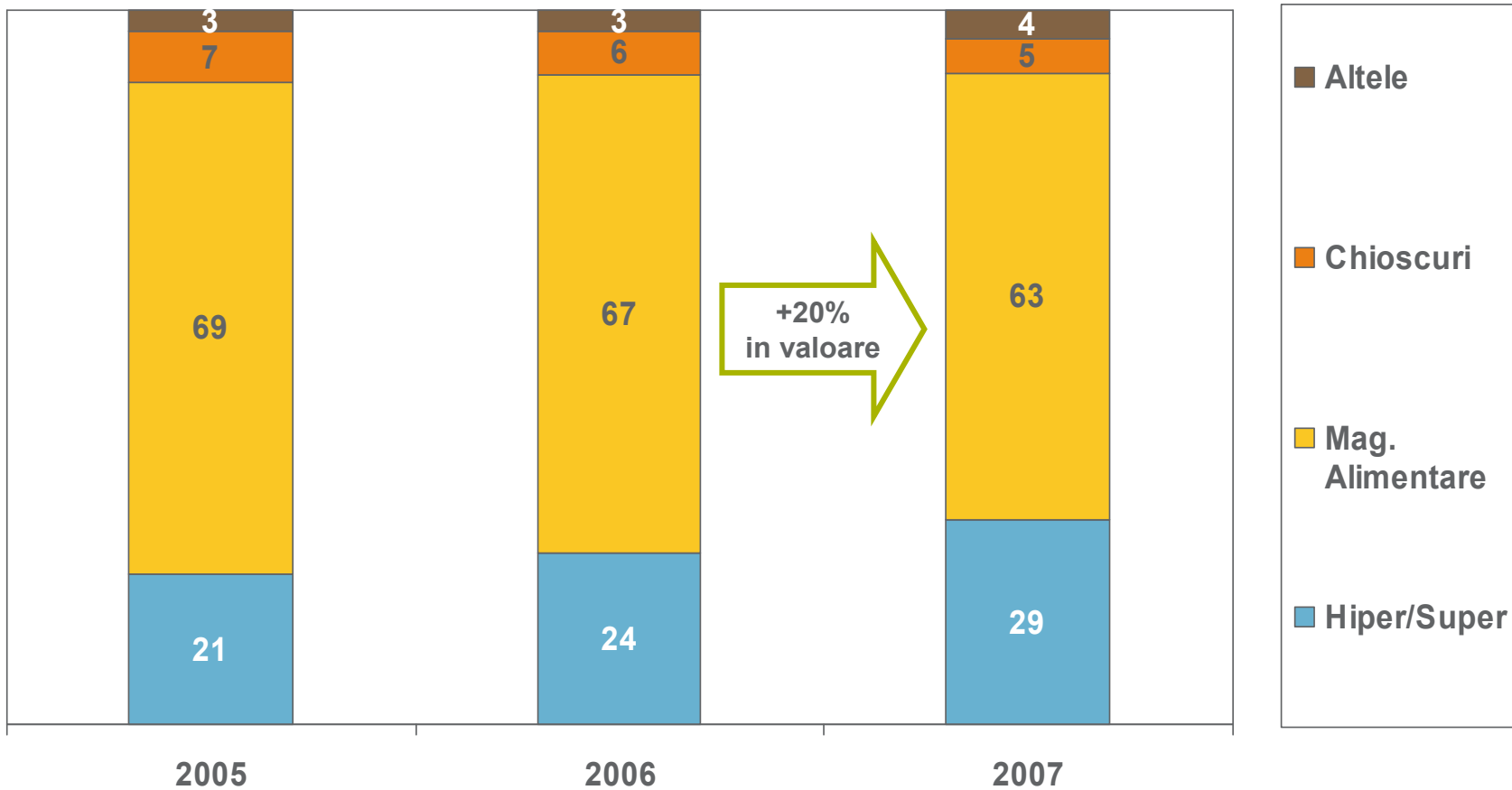


- Mit: “Cand se deschide un H sau S, falimenteaza tot pe o raza de...km”
 - Romania nu este Bucurestiul
 - Orasele mici, ruralul?
 - Miliardele capsunarilor?

Comertul modern creste ca pondere in vanzari

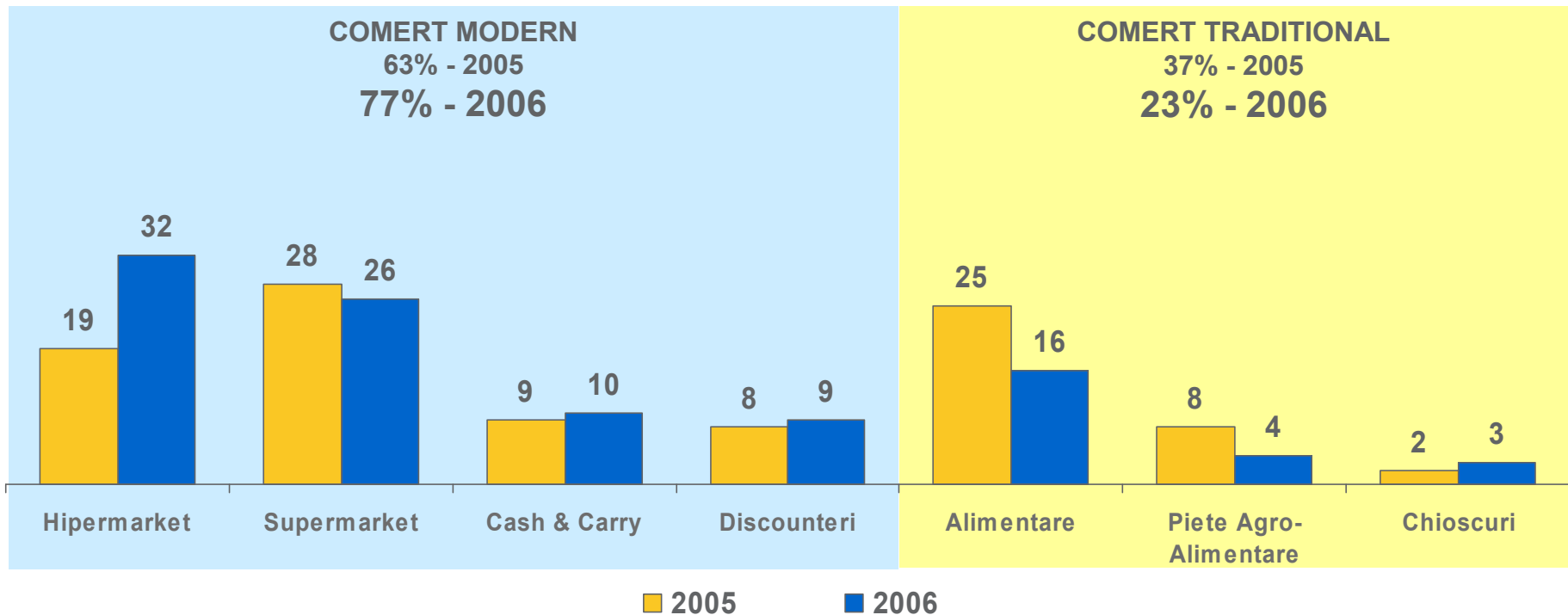
Traditionalul scade ca pondere, dar a crescut in valoare absoluta

Cota Valorica (%) din Total Retail

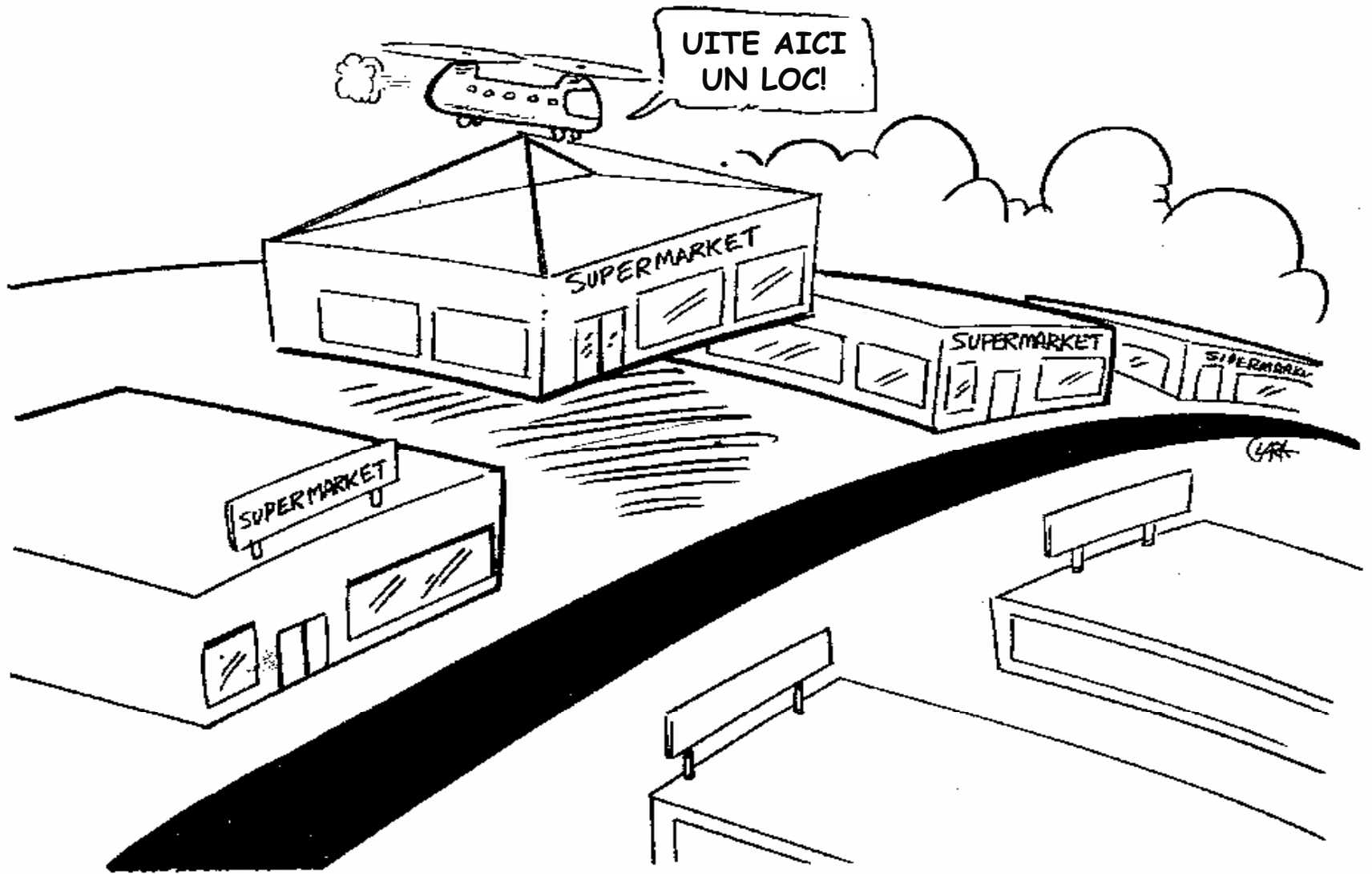


Consumatorii din orasele mari se inghesuie (uneori la propriu) din ce in ce mai mult in comertul modern

Magazinele in care se cheltuie marea parte a bugetului gospodariei in orasele peste 200,000 de locuitori (%)



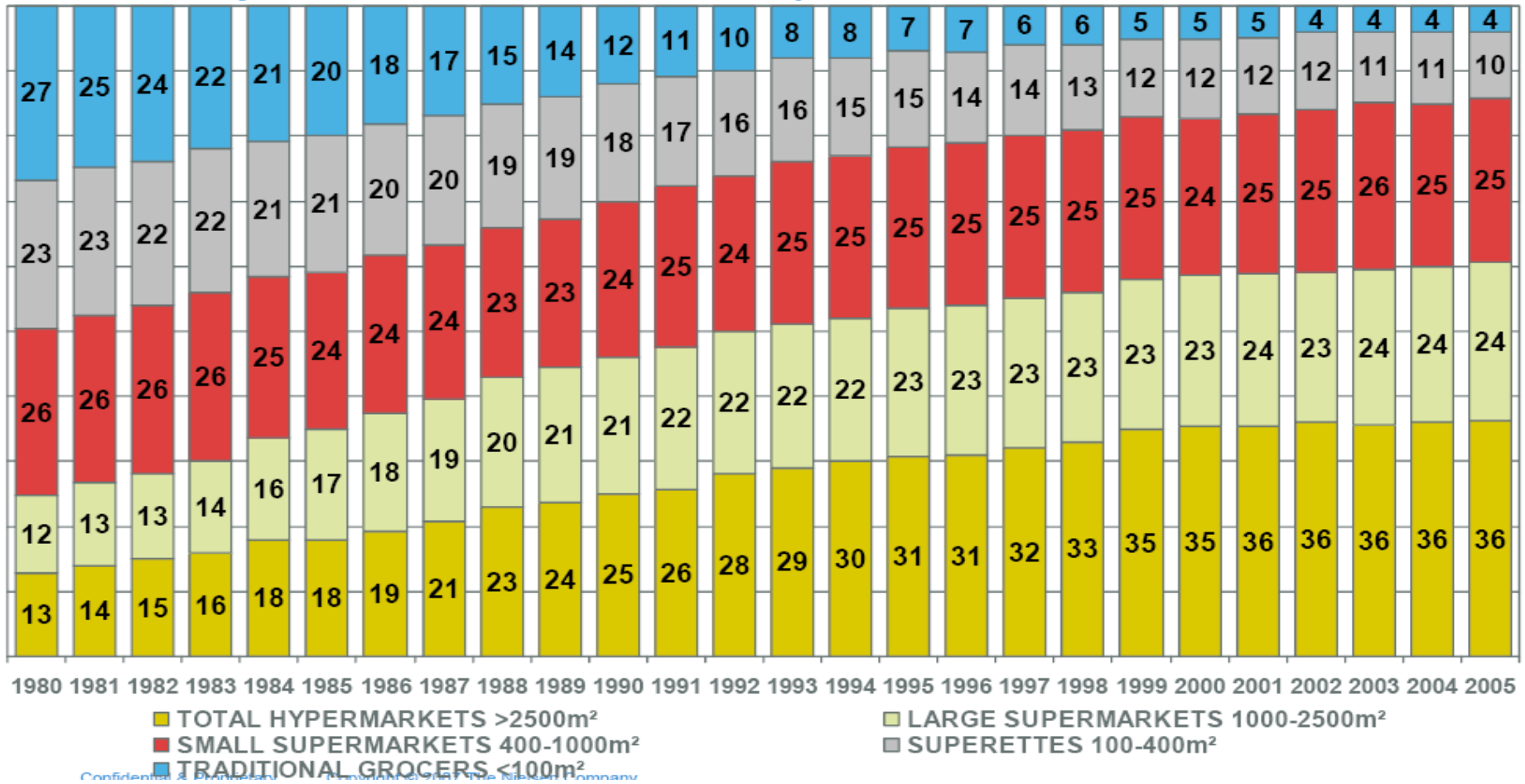
MAI E LOC?



In Europa, magazinele mari cresc incet, dar sigur

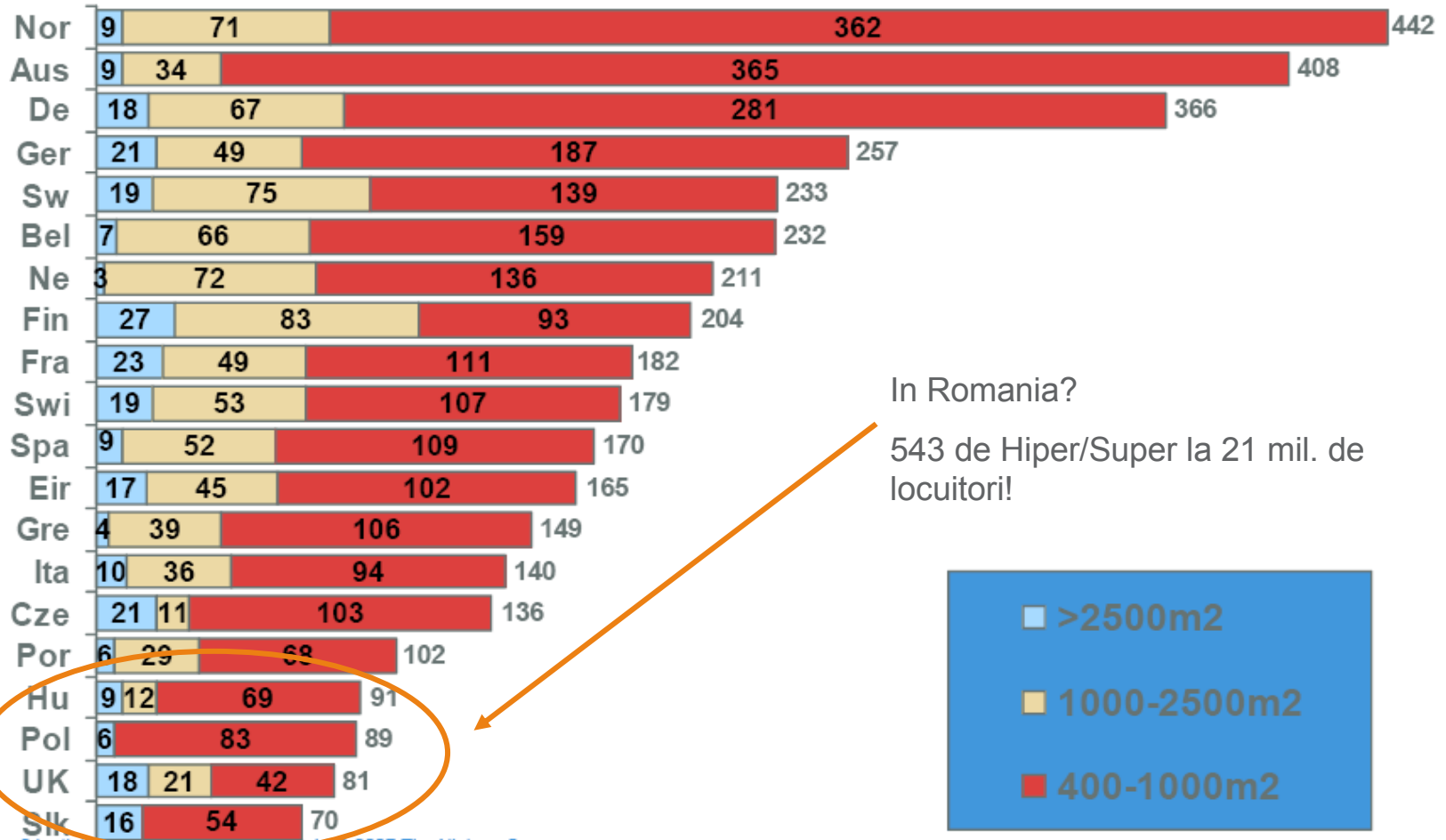
A fost totusi nevoie de 25 de ani ca sa se ajunga aici!

Cota Valorica (%) din Total Retail



Europa este inca un mozaic de formate si concentrari

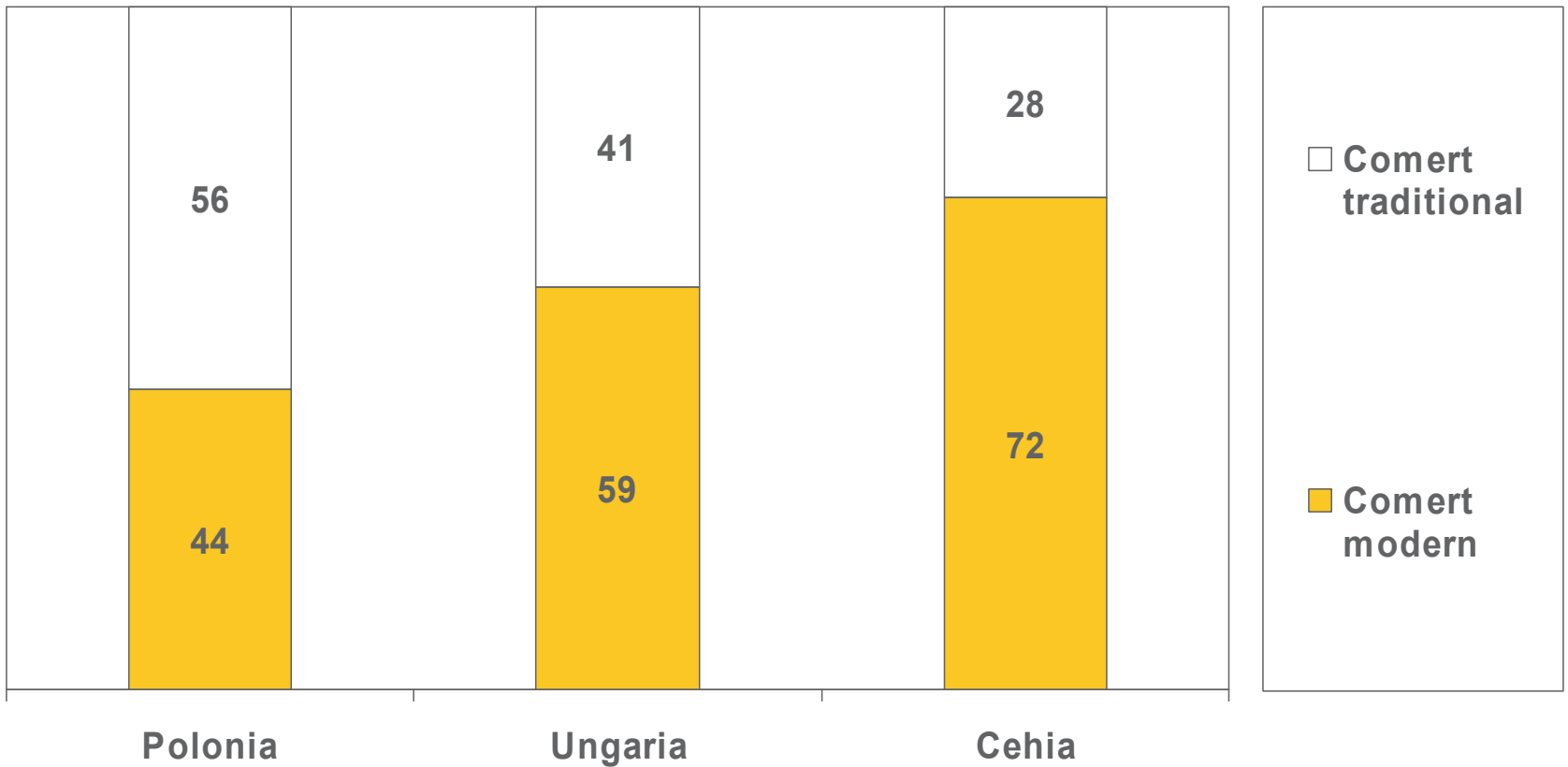
Numarul de Hiper/Super la 1 milion de locuitori



Dar pe la vecini ce se intampla?

Va urma Romania modelul Poloniei?

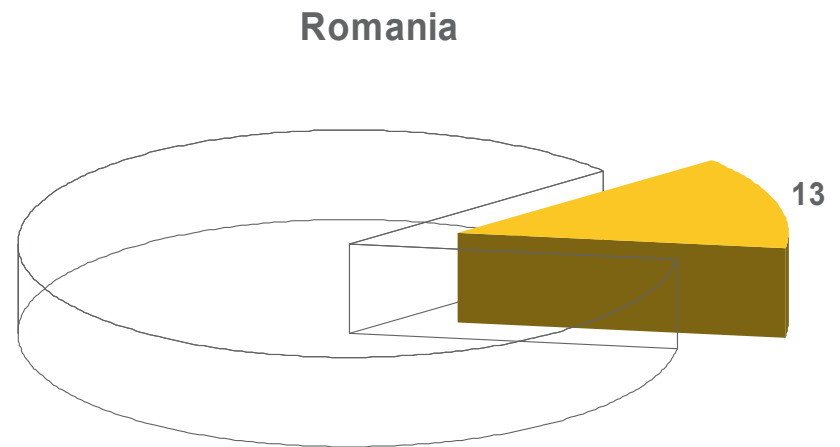
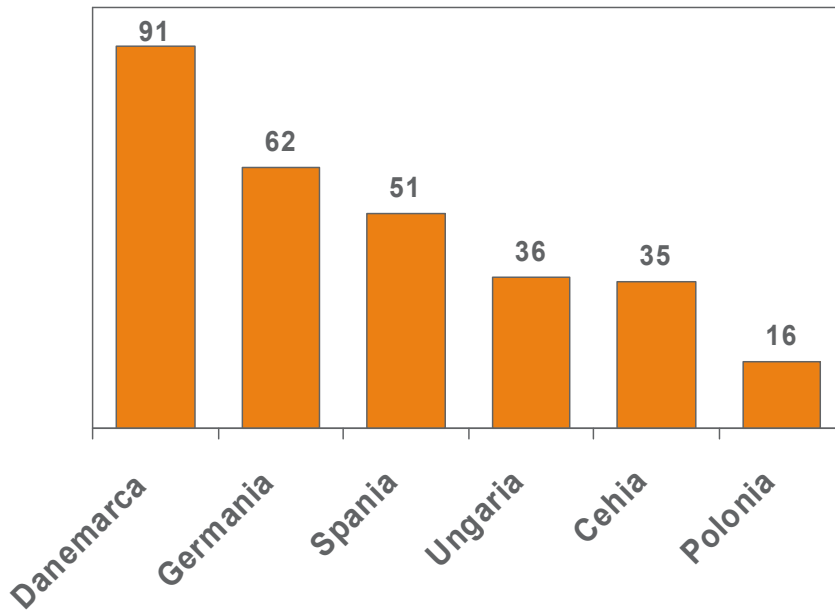
Cote Valorice (%) din Total Retail



Retailul inca “sufera” de fragmentare pe cele mai multe piete

Pietele producatorilor sunt mult mai concentrate!

Top 3 Retaileri – Cota Valorica (%) din Total Retail





SI DESPRE DISCOUNTERI?

Doua categorii de consumatori...

Cei care au nevoie de preturi mici...



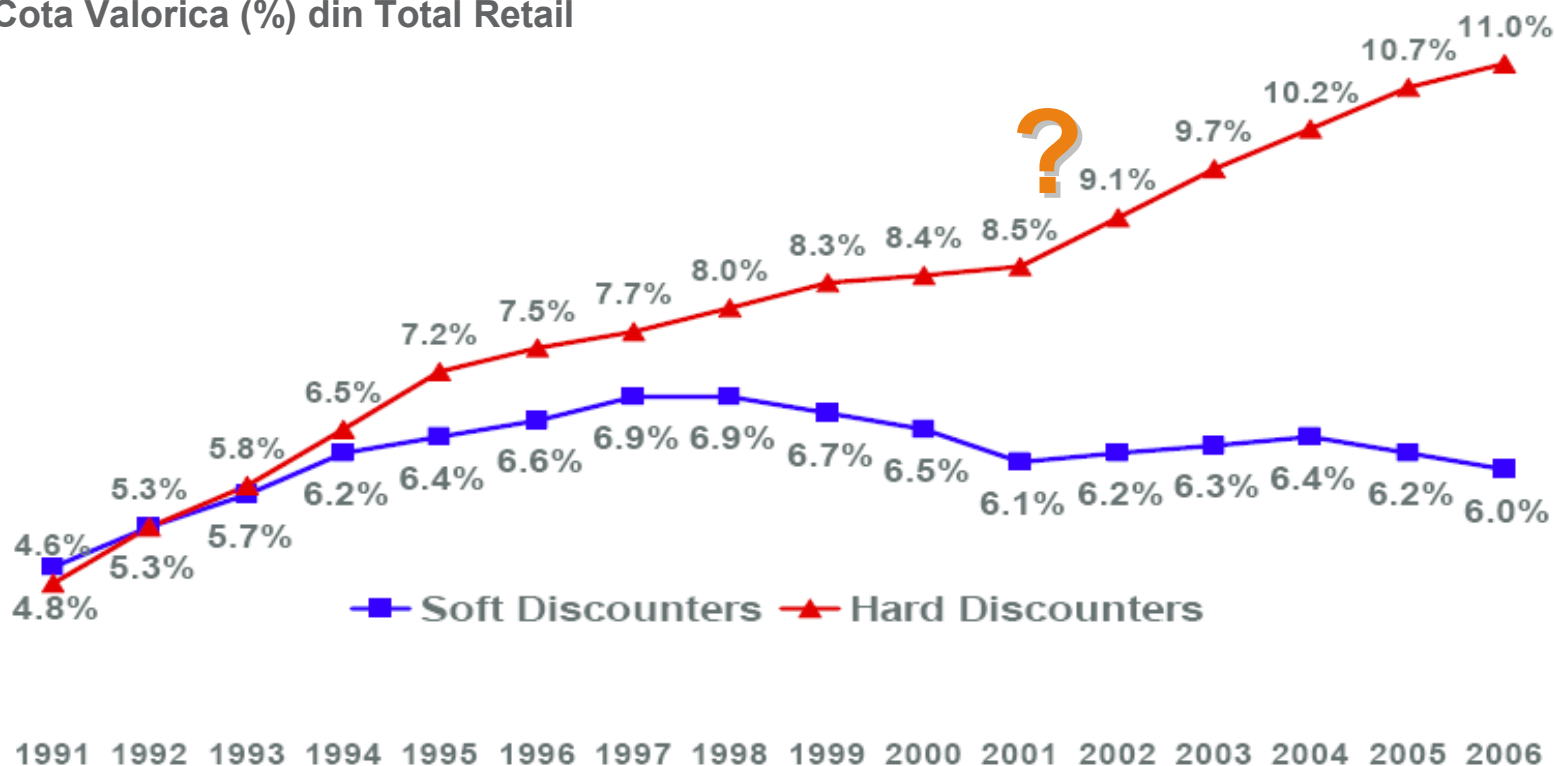
Cei care IUBESC preturile mici!



Atacul discounturilor

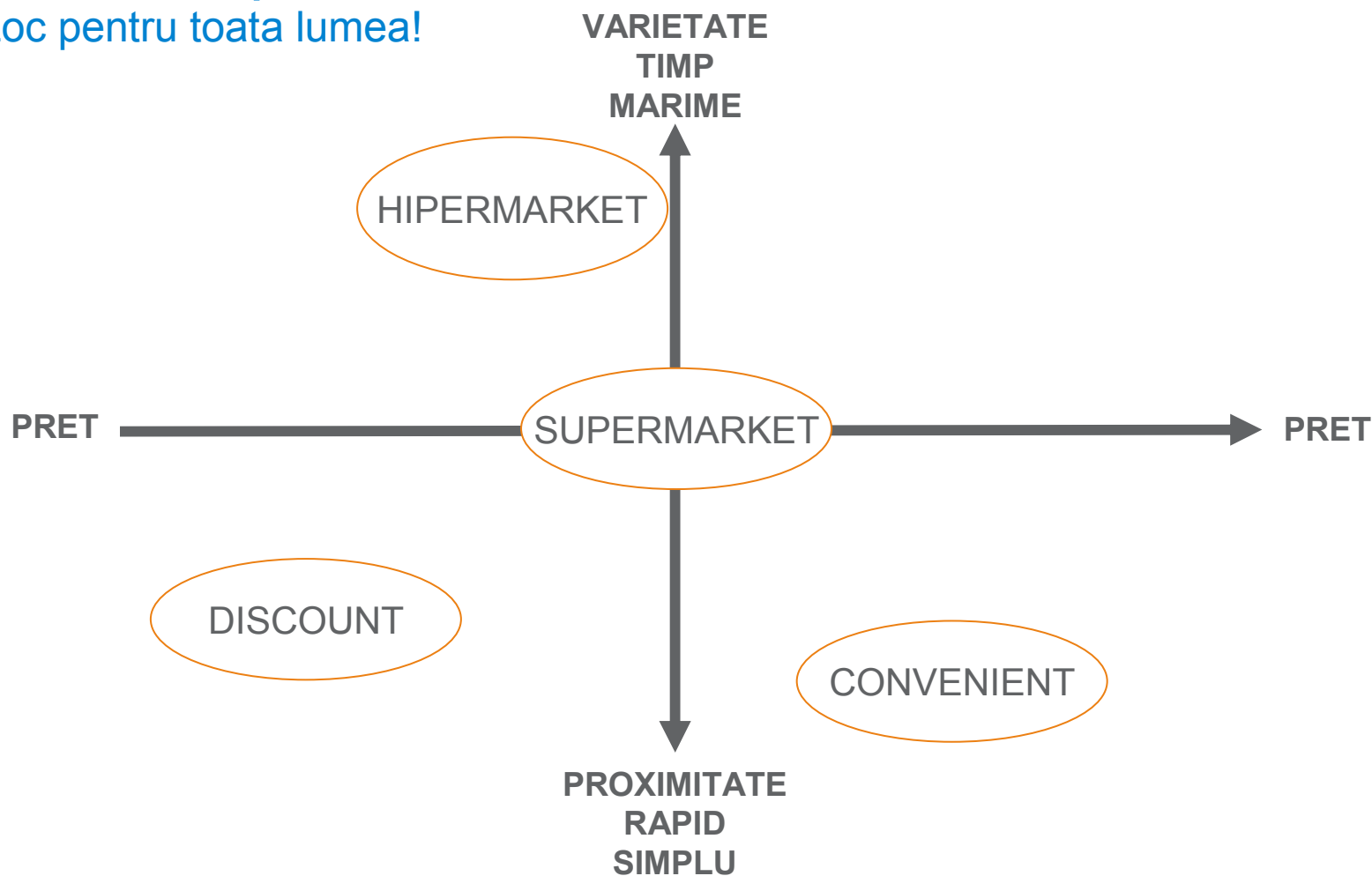
Romania inca nu a vazut hard discounteri!

Cota Valorica (%) din Total Retail



Harta de shopping a consumatorului – la nevoi diferite, optiuni diferite

Loc pentru toata lumea!



Bariere in calea dezvoltarii comertului modern in Romania

- “Muntii”?
 - geografia, infrastructura, demografia
- Pamantul?
 - “pozitie excelenta, utilitati in apropiere, intabulare, negociabil”
- Economia?
 - recesiunea: uite-o, nu e
- Oamenii?
 - “buna ziua, o zi buna!”
- Statul?
 - nu mai bine lasam piata sa decida?



Concluzii

- Comertul Modern este in ascensiune in Romania, dar Traditionalul e departe de a-si fi dat ultima suflare
 - Magazinele traditionale sunt stabile ca numar si chiar cresc in valoarea absoluta a vanzarilor, in special datorita oraselor medii/mici si ruralului
- Mai e inca mult loc de dezvoltare a comertului modern in Romania
 - Pe termen lung, in Europa “castiga” doua formate: Hiper si Discount; dar e vorba de un termen foarte lung!
 - Romania e mult in urma Europei (si vecinilor) din punct de vedere al numarului de Hiper/Super la 1 mil. de locuitori
 - Cota detinuta de comertul modern in Romania este mult sub nivelurile europene
 - Va urma Romania modelul Poloniei, avand in vedere similitudinile dintre cele doua tari (geografie, populatie, evolutie a structurilor de comert)?
- Intrucat consumatorii au nevoi diverse, este loc pentru o coexistenta a tuturor formatelor de comert, fie ele moderne sau traditionale
 - Dar chiar si Traditionalul va trebui sa sufere un proces de modernizare

Va multumesc!

nielsen
• • • • • • • • •