

SUB SEMNUL ÎNTREBĂRII

COMERȚUL ESTE INDUSTRIA CARE A DAT LUMII UNELE DINTRE CELE MAI MARI AFACERI ȘI UNELE DINTRE CELE MAI CUNOSUTE BRANDURI LA NIVEL MONDIAL, ÎN FRUNTE CU AMAZON ȘI WALMART. SITUAȚIA NU ESTE DIFERITĂ NICI PE PLAN LOCAL, UNDE CÂTEVA MII (SAU CHIAR ZECI DE MII) DE MĂRCI AUTOHTONE, DAR MAI ALES INTERNAȚIONALE, DIN SECTOARE PRECUM MODĂ, FARMACII, BENZINĂRII, COMERȚ ALIMENTAR, DE BRICOLAJ ȘI ELECTRO-IT SE LUPTĂ PENTRU O „FELIE” CÂT MAI GENEROASĂ DIN TORTUL PE CARE-L REPREZINTĂ BUGETUL DE CUMPĂRĂTURI AL ROMÂNILOR. IAR ASTA, ÎN CONTEXTUL ÎN CARE CONSUMUL PRIVAT A FOST MULTĂ VREME, INCLUSIV ÎN PANDEMIE, MOTORUL PRINCIPAL AL ECONOMIEI ROMÂNEȘTI. CE SE VA ÎNTÂMPLA ÎNSĂ ÎN 2022, CÂND NORII NEGRI AI INFLAȚIEI PLANEAZĂ TOT MAI AMENINȚĂTOR DEASUPRA ÎNTREGII LUMI, IAR ALTE VARII CRIZE ECONOMICE ȘI GEOPOLITICE RISCĂ SĂ LOVEASCĂ DIRECT ÎN CONSUM?

Cristina Roșca

Infilația este principala provocare pentru jucătorii din comerț în acest an dat fiind că toate creșterile de prețuri de pe lanțul de producție sunt așteptate să se vadă la raft și în portofolele consumatorilor în 2022. Unii executivi din comerț vorbesc

deja despre majorări de prețuri de 5-10% la bunuri de larg consum în primele luni din an, însă adaugă că acestea nu sunt singurele creșteri pe care le vom vedea în 2022.

„Din perspectiva macroeconomică, principala provocare pentru sectorul de retail în acest an va veni de la eventuale șocuri de consum, în urma scăderii resurselor financiare ale clienților. Ca urmare a creșterii prețurilor, consumatorii vor căuta produse cât mai ieftine din fiecare categorie”, spune Adrian Ariciu, executivul român care conduce operațiunile Metro Cash&Carry în România, unul dintre cei mai puternici jucători din comerțul alimentar, un business cu vânzări

de 6 miliarde de lei anual.

Oamenii, în general, în perioadele bune, se mută către produsele mai scumpe, această schimbare fiind una sănătoasă pentru business dat fiind că apare în condițiile creșterii puterii de cumpărare. La polul opus, în perioadele dificile se întâmplă invers, factorul psihologic jucând un rol hotărâtor în acest proces.

Mai exact, pe fondul creșterilor de prețuri și al incertitudinii generale din piață, consumatorii vor fi mai precauți și mai

