

TOPUL CELOR MAI MARI COMPANII DIN COMERȚUL CU RIDICATA AL CEREALELOR ÎN 2020

Cine sunt cei mai mari 5 jucători din comerțul cu ridicata al cerealelor după cifra de afaceri din 2020 și cum a evoluat businessul lor față de 2019

Poz.Companie	Județ	Cifra de afaceri 2020 (mil. lei)	Dinamică 2020 vs. 2019 (%)	Profit net/ pierdere 2020 (mil. lei)	Dinamică 2020 vs. 2019 (%)	Salariați 2020	Dinamică 2020 vs. 2019
1 COFCO INTERNATIONAL ROMÂNIA	București	4.115,9	2,4	59,2	363,8	103	19
2 AMEROPA GRAINS	Constanța	3.087,3	-19,3	4,2	-93,2	341	8
3 CARGILL AGRICULTURĂ	București	3.057,1	0,1	31,2	-	129	-9
4 GLENCORE AGRICULTURE ROMÂNIA	București	2.237,3	38,2	0,6	-95,2	54	-3
5 CHS AGRITRADE ROMÂNIA	București	1.729,5	2,7	9,3	-24,8	45	9
TOP 5		14.227,1	0,2	104,5	5,1	672	24

NOTĂ: au fost selectate companiile cu CAEN-ul 4621 Comerț cu ridicata al cerealelor, semințelor, furajelor și tutunului neprelucrat.

Sursă: Registrul Comerțului, Confidas.Ro

supermarketuri și hipermarketuri -, spre exemplu, au deschis magazine online acum 6-7 ani pentru a fi pregătiți pentru momentul în care această „revoluție online“ va avea loc. Mai exact, de multă vreme românii cumpărau electronice și electrocasnice, călătorii, cărți sau haine online. Alimentele și băuturile rămăseseră un ultim bastion de cucerit pentru acest timp de comerț. Pandemia a făcut să se întâmple și asta. Comerțul online a ajuns anul trecut în România să dețină o cotă de piață de circa 1% din totalul vânzărilor de alimente și alte bunuri de larg consum, după ce limitarea libertății de mișcare și teama de boală i-a determinat pe mulți consumatori să se orienteze către acest canal. Ritmul de creștere a încetinit în 2021 comparativ cu 2020, primul an de pandemie, când panica era mult mai mare în rândul consumatorilor. Cu toate acestea, pentru acest canal nu există decât o singură direcție - în sus. Spre comparație, în alte sectoare din economia locală, online-ul a ajuns deja la 15-20% și tot crește, exemple fiind moda și electro-IT-ul.

În pandemie, online-ul și livrările de bunuri de larg consum au devenit mult mai vizibile și mai căutate, piața a explodat în 2020, iar estimările optimiste pentru următorii ani au atras atenția unor noi nume precum eMAG cu proiectul Freshful, grupul ceh Rohlik - care e activ pe mai multe piețe exclusiv în comerțul alimentar online - și Grovy, o platformă de livrări ultrarapidă, care mizează pe cumpărături făcute în 10-15 minute. Ținta: vânzări de 1 mld. euro în mediul virtual doar pe bunuri FMCG până în 2025.

„Preconizăm un 2022 cu evoluții în piața de retail, jucători noi și-au anunțat deja prezența, în special pe segmentul de quick

commerce, ceea ce va determina, implicit, o concurență și mai puternică. De asemenea, vom asista la creșteri și extinderi (ale jucătorilor existenți - n. red.), în special pe segmentele de proximitate, online și servicii de livrare expres. Vor exista însă în continuare fluctuații (de preț - n. red.), dat fiind contextul inflaționist, cu impact direct asupra puterii de cumpărare a românilor, care completează criza sanitară în care suntem de doi ani“, confirmă Ionuț Ardeleanu, CEO al Auchan România, unul dintre cei mai puternici jucători din comerțul românesc.

CINE FACE JOCURILE?

Comerțul în ansamblul său este un domeniu ce grupează sub aceeași umbrelă atât lanțurile de hipermarketuri și super-

marketuri, micii comercianți, farmaciile, magazinele de modă, cosmetice, mobilă sau electrocasnice, cât și traderii agricoli, distribuitorii de medicamente sau vânzătorii de mașini. Astfel, este un domeniu care în 2020 - primul an marcat de pandemie - aduna 218.000 de firme cu 800.000 de salariați și cu afaceri cumulate de 640 mld. lei. Numărul de salariați a scăzut cu 50.000 față de 2019, cel mai bun an pentru comerț din istoria capitalistă locală. Și businessul cumulat a scăzut ușor - cu 10 mld. lei, respectiv 1,5% -, dar numărul total de companii a crescut, semn că există încă încredere în acest sector, care este cea mai importantă „industrie“ a României dacă ne raportăm la cifra de afaceri totală a jucătorilor care și-au declarat acest obiect de activitate.

Datele pe 2021 nu sunt încă publice, dar conform estimărilor actuale, cifrele de afaceri ale celor mai mulți jucători au fost pe plus. În ceea ce privește numărul de salariați, este greu de estimat încotro a mers piața, ținând cont că a existat o criză de personal în toate domeniile.

„Anul 2021 a fost unul provocator, în care contextul a continuat să se schimbe dramatic peste noapte, testându-ne la maximum capacitatea de a ne adapta. A fost un an în care am făcut totul pentru a menține magazinele deschise pentru toți clienții, indiferent de cât de mari au fost provocările de ordin sanitar și logistic. A fost un an dificil, dar bogat în transformări și evoluții pe toate planurile“, spune Aura Rădulescu, directorul operațional al rețelei de magazine Cora pe plan local.

Pandemia a lovit acest sector după mai mulți ani de creșteri susținute, perioadă în care și economia în ansamblul ei, dar și consumul privat s-au aflat pe un trend ascendent. Și în 2020 și 2021 însă consumul a rămas în teritoriu pozitiv, deși cifrele au variat puternic de la lună la lună și de la an la an.

TOPUL CELOR MAI MARI COMPANII DIN COMERȚUL FARMA CU AMĂNUNTUL ÎN 2020

Cine sunt cei mai mari 5 jucători din comerțul farma cu amănuntul după cifra de afaceri din 2020 și cum a evoluat businessul lor față de 2019

Poz.Companie	Județ	Cifra de afaceri 2020 (mil. lei)	Dinamică 2020 vs. 2019 (%)	Profit net/ pierdere 2020 (mil. lei)	Dinamică 2020 vs. 2019 (%)	Salariați 2020	Dinamică 2020 vs. 2019
5 CATENA*	Argeș	4.752,0	0,4	256,0	20,0	6.320	20
2 SENSIBLU	Ilfov	1.981,9	6,0	-49,5	N/A	3.399	231
3 S.I.E.P.C.O.F.A.R.	București	1.001,0	-2,9	14,5	1,3	1.778	-178
4 HELP NET FARMA	București	978,7	21,6	-10,7	N/A	2.169	762
4 FARMACIA TEI	București	755,2	26,8	28,4	67,8	568	82

* Catena e liderul pieței la nivel de grup.

NOTĂ: au fost selectate companiile cu CAEN-ul 4773 Comerț cu amănuntul al produselor farmaceutice, în magazine specializate.

Sursă: Registrul Comerțului, Confidas.Ro