



# universul de retail

Ianuarie 2024 | ediția a II-a



Un proiect marca  
**PROGRESIV**

# Cuprins

**4** Evoluția comerțului modern  
în România

**5** Topul celor mai extinse rețele  
independente de retail

**6** Regiunea București-Ilfov

**8** Regiunea Sud

**12** Regiunea Sud-Est

**16** Regiunea Nord-Est

**20** Regiunea Nord-Vest

**24** Regiunea Vest

**28** Regiunea Sud-Vest

**32** Regiunea Centru

**Editor in Chief**Alina Dragomir  
alina.dragomir@trade.media**Editor Coordonator**Simona Popa  
simona.popa@trade.media**Senior Editor**Alina Stan  
alina.stan@trade.media**Senior Editor**Bogdan Angheluță  
bogdan.angheluta@trade.media**Digital Content Marketing Manager**Andra Imbrea Palade  
andra.imbrea@trade.media**Advertising Sales Director**Cristina Guță  
cristina.guta@trade.media**Media Sales Manager**Ruxandra Petrea  
ruxandra.petrea@trade.media**Production Manager**Iulian König  
iulian.konig@trade.media**Corectură**

Ionel Palade

**Marketing & Events Manager**Alexandru Năstase  
alexandru.nastase@trade.media**Art Director**Alexandru Vasile  
alexandru.vasile@trade.media**Juridic**

Av. Bogdan Lache

**Manager distribuție**Simona Ardeleanu  
simona.ardeleanu@trade.media**Pre-press & Tipar**

EDS România

**Executive Director**Raluca Mihaela Cănescu  
raluca.canescu@trade.media**Managing Director**Nicoleta Mărășescu  
nicoleta.marasescu@trade.media**Publisher**

John Whitbread

©Trade Media Solutions srl

**PROGRESIV**

ISSN 1454-5810

Progresiv este o revistă lunară gratuită, destinată comercianților de produse alimentare și nealimentare din România. Editorul își rezervă dreptul de a determina categoriile de cititori care primesc revista gratuit. Nicio parte a revistei nu poate fi reprodușă sau transmisă în orice formă sau pe orice dispozitiv electronic sau mecanic, inclusiv fotografiere, înregistrare sau informație înmagazinată sau prin sistemul de redare, fără acordul scris al editorului.

**Trade Media Solutions srl**

Strada General David Praporgescu, nr. 1, et. 1, sector 2, cod 020965, București.  
Tel.: +40 21 315.90.31;  
www.revistaprogresiv.ro  
E-mail: office@mediatrade.ro

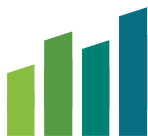
# O piață care promite

4.730 – acesta este numărul de magazine operate de marile lanțuri de retail pe plan local. Dintre acestea, 1.212 funcționează în București și Ilfov, județe care reprezintă epicentrul expansiunii pentru retailul modern, iar peste 335 au fost deschise anul trecut. Având în vedere contextul extrem de instabil, numărul nu este de neglijat, însă prin comparație cu anii precedenți, vorbim clar despre un ritm mai prudent de extindere, în care jucătorii din piață au prioritarizat formatele de proximitate și discount, dar și extinderea în mediul rural. Astfel, pe harta universului de retail local au apărut nu mai puțin de 163 de noi magazine de proximitate, 54 în mediul rural și 48 de magazine de tip discount. Așa cum era de așteptat, investițiile au mers către județele care au și cea mai mare putere de cumpărare – Capitala (41 de magazine), Cluj (27), Timiș (25). Definitorii însă pentru anul 2023 sunt cele două tranzacții care vor da o nouă față peisajului local de retail. Și spun asta pentru că industria pierde brandul cora, în timp ce preluarea rețelei Profi de către Ahold Delhaize, proprietarul Mega Image, vine cu implicații majore din perspectiva universului de magazine. Mai mult, cu peste 10.000 de magazine, livrări la domiciliu, soluții digitale și peste trei milioane de clienți serviți zilnic, Grupul Żabka, unul dintre liderii retailului de proximitate modern din Europa, intra la finalul anului trecut pe piața locală. Cum va arăta strategia pentru 2024 a gigantului polonez? Va investi în dezvoltarea de magazine? Va atrage piața locală atenția altor mari jucători? Acestea sunt doar o parte dintre întrebările cu care plecăm la drum în 2024. Cert este însă faptul că România este încă o piață care promite.

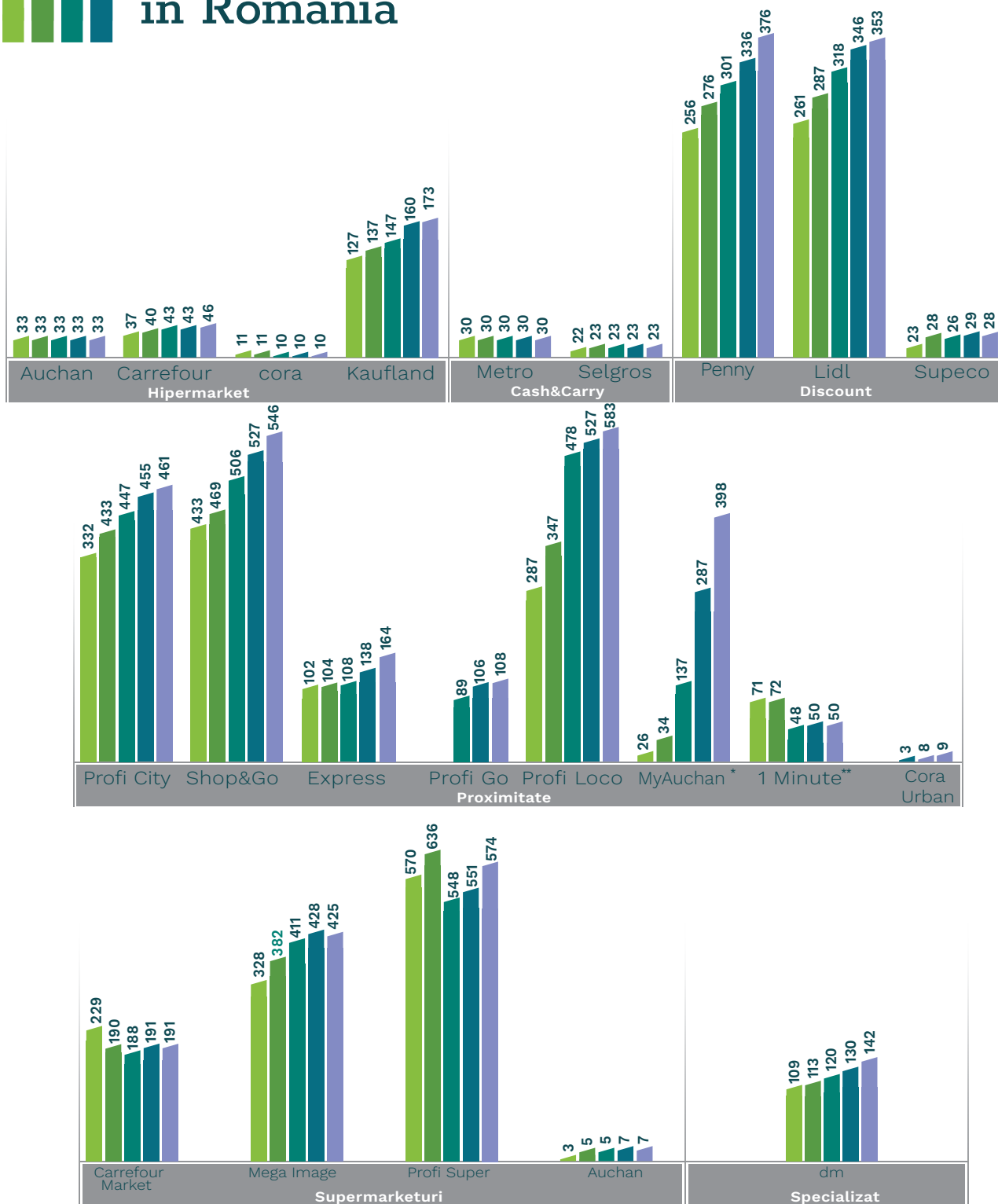


Prin comparație cu anii precedenți, vorbim clar despre un ritm mai prudent de extindere, în care jucătorii din piață au prioritarizat formatele de proximitate și discount, dar și extinderea în mediul rural.

Alina Dragomir  
Editor in Chief



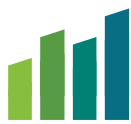
# Evoluția comerțului modern în România



■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

\* numărul include atât magazine MyAuchan, cât și magazinele MyAuchan Petrom

\*\* numărul include și magazinele Hub Convenience

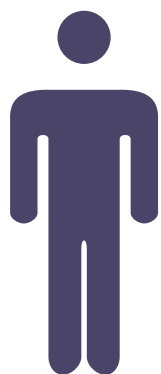


## Topul celor mai extinse rețele independente de retail

1	Annabella	118
2	Unicarm*	peste 100
3	DIANA	79
4	Sergiana	52
5	Euromarket	50
6	Transagape	35
7	Barta Ati	24
8	Harghita Retail	23
9	Lorimer	20
10	Vascar	20
11	Darina	19
12	Elan Trio	19
13	Paco Supermarkets	17
14	Palas Com	16
15	Home Garden	16
16	Ovisim	15
17	Nastico	14
18	Bertis	13
19	MCA Comercial	13
20	Simos	13
21	Dacia	12
22	Lidas	12
23	Praxis	11
24	Senic	9
25	Prima Market	8

\* acestea sunt ultimele date disponibile





Populație  
**2,25 mil.**

Salariați  
**1,26 mil.**

Salariul mediu net  
**5.212 lei**

Sursa: 

**17,3%**

**Cota de piață valorică  
a regiunii din total piață**

Sursa:  YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	<b>21,36</b>	<b>2,8%</b>
Produse fresh	<b>21,57</b>	<b>-0,7%</b>
Băuturi alcoolice	<b>14,59</b>	<b>-1,8%</b>
Alimente ambalate	<b>11,44</b>	<b>-5,5%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>9,51</b>	<b>4,9%</b>
Îngrijire personală	<b>7,92</b>	<b>-0,8%</b>
Îngrijirea casei	<b>5,79</b>	<b>-2,9%</b>
Alimente congelate	<b>3,99</b>	<b>7,5%</b>
Mâncare animale	<b>1,97</b>	<b>3,9%</b>
Îngrijire copii	<b>0,51</b>	<b>-1,6%</b>
Altele	<b>1,33</b>	<b>-3,8%</b>

**C**u o pondere de 17,3% în totalul pieței FMCG și peste 1.200 de magazine operate de retaileri internaționali, regiunea București–Ilfov reprezintă epicentrul expansiunii pentru marile lanțuri de retail. Astfel, chiar dacă la nivel național ritmul de dezvoltare a cunoscut o încetinire semnificativă prin comparație cu anii anteriori, în 2023 marii jucători au pus 60 de magazine noi pe harta celor două județe, cu doar cinci unități mai puțin decât în anul anterior. [De Alina Dragomir](#)

1.212 – acesta este numărul de magazine operate de marile lanțuri de retail în București și Ilfov, regiunea cu cea mai mare densitate de magazine la nivel național. Prin comparație cu universul de retail modern național, regiunea București–Ilfov deține peste 25% din numărul total de magazine operate de retaileri internaționali (4.771).

Deloc surprinzător, proximitatea este canalul care numără cele mai multe locații la nivel de regiune, urmat la o distanță semnificativă de supermarketuri și discounteri. Concret, la nivelul regiunii sunt active 713 magazine de proximitate, 289 de supermarketuri și 107 magazine de tip discount. Clasamentul este completat de canalul de hipermarket, unde retailerii dețin 51 de magazine. De cealaltă parte, segmentul de magazine specializate numără 32 de unități, iar canalul cash&carry doar nouă magazine.

Având în vedere topul per canale de vânzare, Mega Image este retailerul cu cea mai bună prezență la nivelul regiunii. Vorbim despre aproximativ 260 de supermarketuri Mega Image și 400 de magazine Shop&Go,

dintr-un total de 971 de locații active la nivel național. Pe locul al doilea în top se află Profi, care numără, cu cele patru branduri pe care le deține, 161 de magazine. Astfel, în contextul anunțului de preluare a businessului Profi de către Ahold Delhaize, va fi interesant de urmărit cum se va transforma universul de magazine deținut de cei doi retaileri după finalizarea tranzacției. Pe podium se regăsește și grupul francez Carrefour, care, după preluarea rețelei cora, numără 90 de magazine în București și Ilfov. Dintre acestea, 16 funcționează pe formatul de hipermarket, 52 pe segmentul de proximitate, 22 pe cel de supermarketuri și două pe cel de magazine de tip discount.

O prezență notabilă la nivelul celor două județe o au și Lidl și Auchan, cu 71, respectiv 69 de magazine. Nu același lucru îl putem spune însă și despre retailerii independenți, presiunea dezvoltării accelerate a comercianților internaționali determinând tot mai mulți jucători să depună armele, sau să opteze pentru un program de franciză, în regiune fiind active 92 de magazine La Doi Pași.

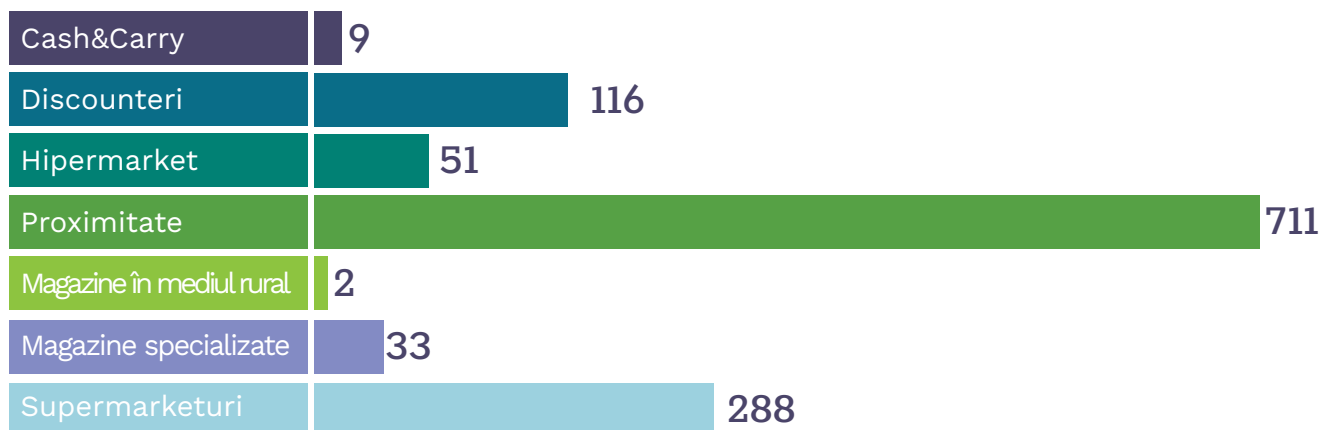
**58** 

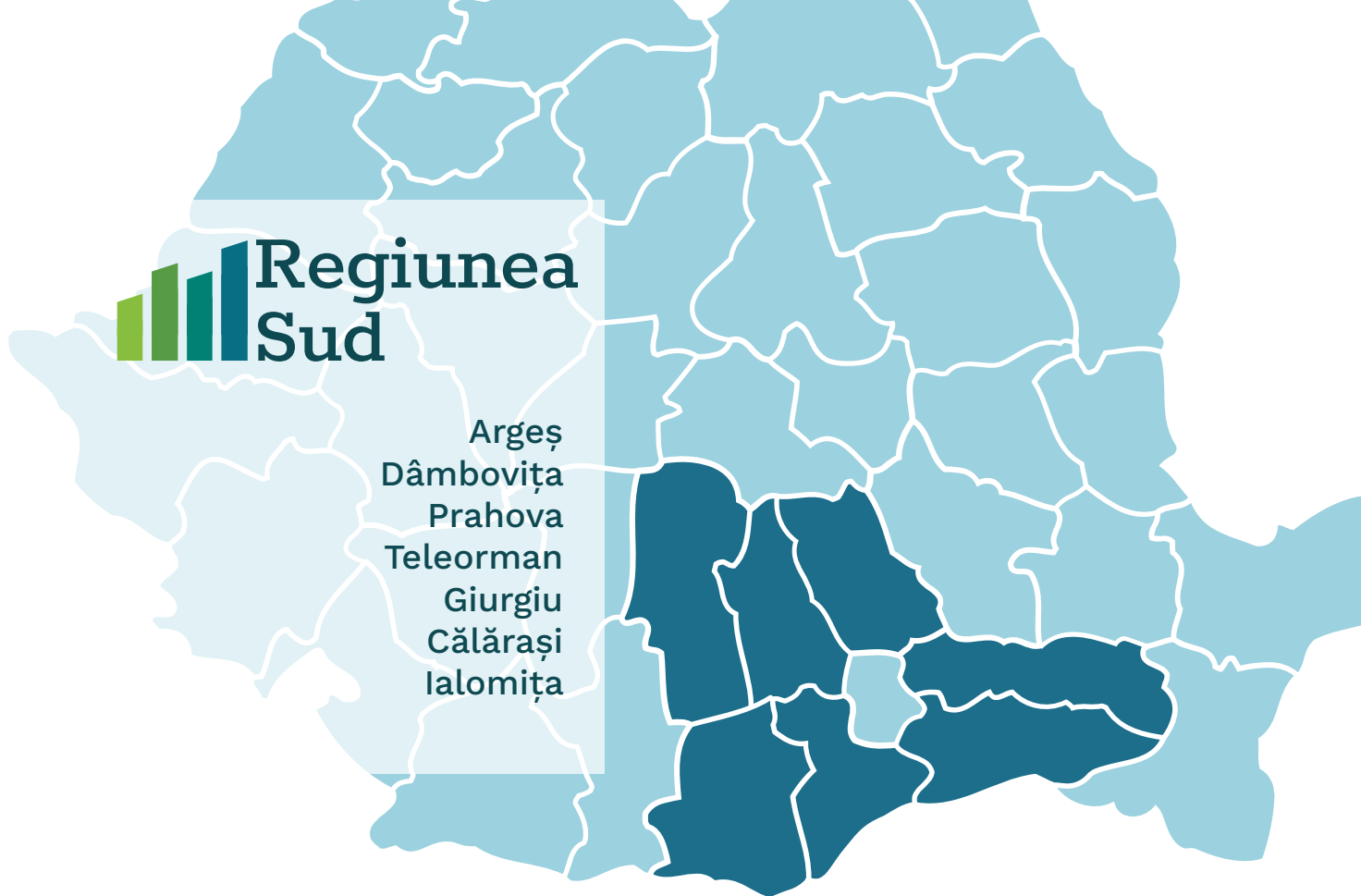
**Număr de magazine  
IKA deschise în 2023**

**1.212**

**Total magazine IKA**

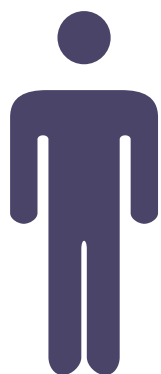
**Număr de magazine, per canal de vânzare**





# Regiunea Sud

Argeș  
Dâmbovița  
Prahova  
Teleorman  
Giurgiu  
Călărași  
Ialomița



Populație  
**2,86 mil.**

Salariați  
**0,63 mil.**

Salariul mediu net  
**3.727 lei**

Sursa: NS

# 13,7%

**Cota de piață valorică  
a regiunii din total piață**

Sursa: NielsenIQ YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	<b>19,51</b>	<b>1,6%</b>
Produse fresh	<b>20,76</b>	<b>-0,5%</b>
Băuturi alcoolice	<b>14,97</b>	<b>-0,6%</b>
Alimente ambalate	<b>13,58</b>	<b>-5,4%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>10,38</b>	<b>6,6%</b>
Îngrijire personală	<b>6,69</b>	<b>-4,0%</b>
Îngrijirea casei	<b>6,40</b>	<b>-1,3%</b>
Alimente congelate	<b>3,74</b>	<b>12,9%</b>
Mâncare animale	<b>2,26</b>	<b>1,4%</b>
Îngrijire copii	<b>0,60</b>	<b>-1,7%</b>
Altele	<b>1,12</b>	<b>-4,5%</b>



**C**u un ritm al expansiunii sub nivelul din 2022, retailerii prezenți în regiunea Sud și-au concentrat atenția pe strategia de preț și pe remodelarea magazinelor pentru a-și menține clienții aproape într-un context economic marcat de inflație. În ciuda numărului mai mic de magazine nou-deschise, au existat și câteva decizii notabile la nivel de regiune. Auchan a intrat pe segmentul de discount în urma remodelării hipermarketului din Ploiești, iar Annabella a achiziționat integral rețeaua Best Market, intrând astfel în județul Dâmbovița. *De Simona Popa*

Cu o putere de cumpărare sub media națională, regiunea Sud continuă să concentreze multe dintre investițiile retailerilor, chiar dacă ritmul expansiunii a încetinit prin comparație cu anul 2022. Dacă în 2022 marile rețele internaționale deschideau 53 de unități, anul trecut numărul a scăzut la 37. O parte din această diferență vine din faptul că Profi, retailerul cu cea mai mare prezență la nivel regional, a încetinit ritmul expansiunii, focusul său fiind pe remodelarea locațiilor mai vechi, investițiile în acestea fiind practic similare cu deschiderea unui magazin nou.

### Puterea de cumpărare, erodată de inflație

Adresându-se unei populații de 2,86 milioane de locuitori în cele șapte județe care formează regiunea Sud (Argeș, Dâmbovița, Prahova, Teleorman, Giurgiu, Călărași și Ialomița), retailerii internaționali împart piața cu nume precum Annabella, rețea care a preluat anul trecut și magazinele Best Market, bifând astfel extinderea în județul Dâmbovița, DIANA, Euromarket, Exflor, Jam, Praxis, Sergiana, Super Mercato, Senic Gross&Market, La Cocos, dar și LaDoiPași. Senic Gross&Market este retailerul care a investit în 2023 într-un segment de piață aproape neglijat

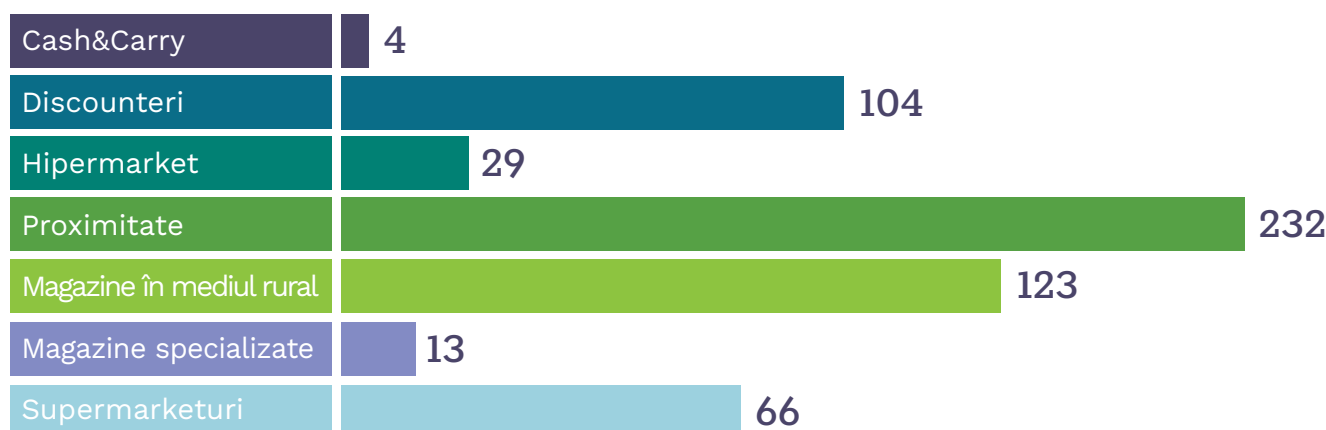
**37** 

**Număr de magazine  
IKA deschise în 2023**

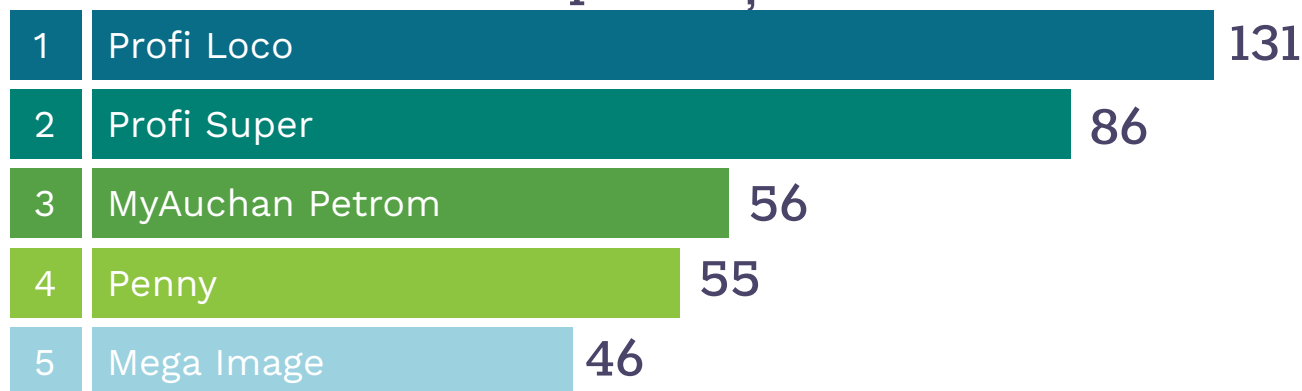
**571**

**Total magazine IKA**

### Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



de retailerii internaționali: cash&carry. Compania deținută de familia Cîmpeanu a deschis trei magazine anul trecut, unul dintre ele în regiunea Sud, în Pitești, județul Argeș. Totodată, La Cocos a inaugurat oficial la Ploiești cel mai mare magazin cu capital 100% românesc din România, cu o suprafață de 13000 de metri pătrați, fiind al doilea magazin pe care retailerul îl operează în Ploiești.

Indiferent că vorbim despre retailerii internaționali sau independenți, regiunea Sud are o cotă de piață valorică de 13,7%, potrivit datelor NielsenIQ, ceea ce o plasează pe locul al doilea ca importanță la nivel de țară, după București-Ilfov.

### Segmentare pe canale de vânzare

La nivelul regiunii Sud, retailerii internaționali operează 571 de locații, la care se adaugă 396 de unități LaDoiPași (vs 335 în 2022) plus magazinele operate de comercianți independenți. Numai în cazul locațiilor operate de marii retailerii, magazinele de proximitate reprezintă 40% din numărul total, în timp ce magazinele din rural au o cotă de

21%. Top trei este completat de discounteri, canal de vânzare cu 104 locații în regiunea Sud, adică 18% din totalul magazinelor operate de marii retailerii internaționali în această zonă a țării.

Din cele 571 de magazine deținute de IKA, 217 funcționează sub brandul Profi Loco (131) și Profi Super (86). Ce magazine s-au deschis însă anul trecut? Numai în cazul formatului Loco, Profi a deschis în regiunea Sud 12 unități noi pe parcursul anului 2023, în timp ce numărul supermarketurilor Profi Super a crescut cu patru locații.

Pe formate de magazin, discounterii și magazinele de proximitate au bifat cele mai multe deschideri la nivelul anului trecut în regiune, bifând împreună 18 inaugurări. O strategie deloc surprinzătoare, dacă avem în vedere faptul că avem în față un cumpărător pentru care prețul și proximitatea sunt criterii tot mai importante în decizia de alegere a magazinului.

La nivel de regiune, Prahova este județul care cumulează cel mai mare număr de magazine, 156, cu doar un magazin peste nivelul din 2022, urmat de Argeș, cu 107 unități comerciale (vs 95 în 2022), și Dâmbovița, cu 97 de locații (vs 92 în 2022).



## Județul cu cea mai mare densitate de magazine

**38**/100.000 locuitori

# Bună ZUZU neața!



**Diminețile  
nu sunt ca-n reclame.**



## Regiunea Sud-Est

Galați  
Vrancea  
Buzău  
Brăila  
Tulcea  
Constanța



Populație  
**2,36 mil.**

Salariați  
**0,59 mil.**

Salariul mediu net  
**3.615 lei**

Sursa: 

# 12,2%

**Cota de piață valorică a regiunii din total piață**

Sursa:  YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	<b>20,33</b>	<b>0,2%</b>
Produse fresh	<b>18,80</b>	<b>0,5%</b>
Băuturi alcoolice	<b>14,90</b>	<b>-0,1%</b>
Alimente ambalate	<b>14,46</b>	<b>-6,9%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>10,84</b>	<b>6,9%</b>
Îngrijire personală	<b>6,96</b>	<b>0,1%</b>
Îngrijirea casei	<b>6,28</b>	<b>-3,5%</b>
Alimente congelate	<b>3,57</b>	<b>12,8%</b>
Mâncare animale	<b>2,07</b>	<b>1,6%</b>
Îngrijire copii	<b>0,60</b>	<b>4,9%</b>
Altele	<b>1,18</b>	<b>0,4%</b>

**C**u o pondere valorică de 12,2% din totalul pieței FMCG, în scădere față de anul anterior, regiunea Sud-Est numără 451 de magazine de comerț modern, dintre care aproape jumătate pe formatul de proximitate. Tot la jumătate a ajuns și numărul de inaugurări în 2023 față de anul anterior, iar formatele de discount și de proximitate au atras cele mai multe deschideri. [De Andra Imbrea Palade](#)

Regiunea Sud-Est, formată din județele Galați, Vrancea, Buzău, Brăila, Tulcea și Constanța, adună o populație de 2,36 milioane de locuitori, dintre care doar 590.000 sunt persoane salariate. Salariul mediu net în această regiune ajunge la 3.615 lei, în creștere față de 2022, când era de aproximativ 3.202 lei. Județul Constanța are cea mai mare densitate de magazine, cu 40 de unități la fiecare 100.000 de locuitori. Mai exact, județul Constanța numără 176 de locații de retail modern, dintre care mai bine de jumătate sunt pe formatul de proximitate. La polul opus, cea mai mică densitate este în județul Tulcea, unde există doar 27 de puncte de vânzare, urmat de județul Vrancea, unde există 49 de magazine IKA. Pentru acesta din urmă, o posibilă explicație constă în prezența rețelelor de retail independent, nume precum Paco Supermarkets având 17 locații, iar Senic Gross&Marketz un magazin cash&carry. În județul Galați există 84 de unități comerciale moderne, în timp ce județele Buzău și Brăila bifează 62, respectiv 53 de magazine aparținând marilor retaileri alimentari.

Când vine vorba despre canalele de vânzare ce domină această regiune, magazinele de proximitate își adjucează poziția de lider, cu 203 astfel de unități, urmate de cele de discount, 87 la număr. De menționat sunt și locațiile rețelelor internaționale deschise în mediul rural în toate cele șase

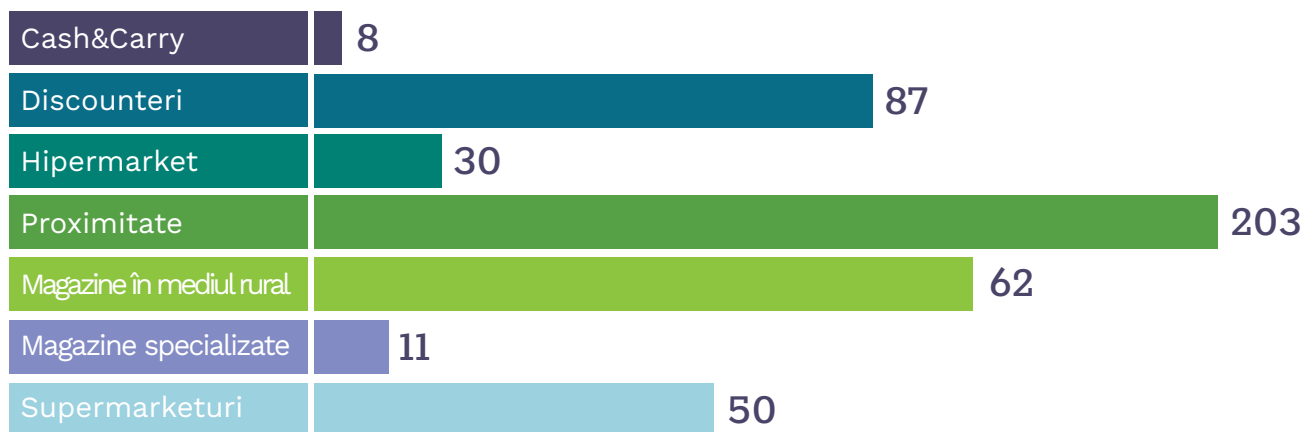
**23**  

**Număr de magazine IKA deschise în 2023**

**451**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



județe (62 de magazine), urmate de supermarketuri (50) și hipermarketuri (30). Mai puțin dezvoltate în această regiune a țării sunt canalele cash&carry și retailul specializat, cu opt, respectiv 11 locații. De altfel, această evoluție a retailului modern în regiunea Sud-Est se reflectă și în topul celor mai extinși retaileri, a formatelor de magazine pe care le dețin în cele șase județe care o compun, precum și în deschiderile de magazine din ultimul an.

Dacă vorbim de inaugurări, în 2023 doar 23 de magazine au fost adăugate pe harta regiunii Sud-Est. Numărul este vizibil în scădere față de anul anterior (45) și urmează trendului național de încetinire a expansiunii retailerilor. Din cele 23 de unități noi, nouă sunt de tip discount, nouă magazine de proximitate, trei locații în mediul rural, două magazine specializate. Pe formatele cash&carry și hipermarket retailerii au bătut pasul pe loc, iar pe formatul de supermarket vorbim chiar de o închidere, numărul acestora ajungând în 2023 la 50 de astfel de filiale.

Raportat la retaileri, Penny a fost cel mai expansiv comerciant în regiunea Sud-Est, cu șapte locații deschise în 2023, urmat de Carrefour (șase unități Express, dintre care cinci în sistem franciză), Profi cu cinci magazine, dintre care trei Loco și două

City, dm drogerie markt cu două unități, iar Lidl, MyAuchan Petrom și Shop&Go, cu câte un magazin. Profi este retailerul care domină regiunea Sud-Est, având inaugurate aici peste 189 de magazine, dintre care 68 Profi Super, 67 Profi Loco, 50 Profi City și patru Profi Go, cu doar patru unități mai mult decât în anul anterior. Este urmat de Penny, care, datorită celor șapte magazine deschise în 2023, a ajuns al doilea cel mai extins retailer în regiune, cu o rețea de 50 de magazine, iar Mega Image completează clasamentul cu cele 25 de supermarketuri și 22 de locații Shop&Go. Grupul francez Carrefour deține în cele șase județe ale regiunii cinci hipermarketuri, 23 de magazine Market, zece Carrefour Express, șapte Carrefour Express în sistem franciză și trei magazine Supeco. Lor li se adaugă două unități cora care vor fi integrate în rețea în decursul acestui an. Auchan este prezent în regiunea Sud-Est în special cu formatul MyAuchan Petrom (39 de unități) și doar cu două hipermarketuri și un Auchan City, în timp ce liderul pieței de retail alimentar după cifra de afaceri, Lidl, deține o rețea de 33 de magazine de discount. Și rețeaua Kaufland are 20 de magazine în această zonă a țării, în timp ce retailerul dm drogerie markt operează cu 11 filiale. Metro și Selgros au doar câte patru magazine fiecare.



Constanța

### Județul cu cea mai mare densitate de magazine

# 39 /100.000 locuitori

## Auchan, Brandul Anului în Sustenabilitate în 2023

Retailerul a colectat 35 de milioane de ambalaje anterior lansării SGR și a primit multiple distincții pentru sustenabilitate.

Auchan România a desfășurat și în 2023 multiple acțiuni și proiecte de responsabilitate socială și economie circulară pentru protejarea planetei, unele în premieră pe plan local, fiind desemnat Brandul Anului în Sustenabilitate, pentru al doilea an consecutiv, în cadrul galei Sustainability in Business. De asemenea, retailerul a colectat 35 de milioane de ambalaje la nivel național, bonusând clienții pentru acestea, programul debutând înainte de implementarea Sistemului de Garanție – Returnare. Totodată, anul trecut Auchan a lansat Politică de Energie, prin care, în cadrul noii viziuni 2032, s-a angajat să își reducă amprenta de carbon pentru scopurile 1&2 printr-o Politică de Management al Energiei pentru a-și reduce consumul de energie. Acest angajament face parte din Proiectul Climat, program ce a fost prezentat în cadrul Climate Change Summit 2023, cel mai mare eveniment din Europa Centrală și de Est dedicat schimbărilor climatice, susținut de Auchan în calitate de partener strategic.

### Un record național istoric: 35 milioane de ambalaje reciclate înainte de lansarea SGR

În aprilie 2023, Auchan a oferit clienților posibilitatea de a aduce ambalajele utilizate pentru colectare și reciclare la punctele special amenajate dotate cu aparate automate de colectare (RVM), pentru ca un număr cât mai mare de cetățeni să testeze și să se obișnuiască cu un astfel de sistem pentru reciclarea sistematică a ambalajelor băuturilor. Pionier în ceea ce privește reciclarea și recuperarea PET-urilor. Auchan a colectat până în prezent peste 35 de milioane de ambalaje și continuă acțiunea colectând ambalaje atât cu simbolul Ambalaj cu Garanție, cât și fără, cele din urmă fiind recompensate cu câte un voucher de 50 bani pe cardul de fidelitate MyCLUB Auchan.

### Campanii emblematice în sprijinul comunității

Prin campania "Titi Pădurarul", ce îl are ca protagonist pe Castorul Titi, o jucărie de pluș, retailerul a contribuit în 2023 la plantarea a 10.000 de copaci în cadrul programului de împăduriri al Viitor Plus, printr-o donație de peste 450.000 lei. În prezent, prin campania "Titi Bucătarul", lansată anul trecut, Auchan contribuie la oferirea a 15.000 de mese calde și asigurarea unei alimentații sănătoase pentru aproximativ 200 de copii aflați în grija asociației „Ana și Copiii”.

Mai mult, din dorința de a transmite tinerelor generații principiile unei alimentații sănătoase, Fundația Auchan și Asociația Sărbătoarea Gustului au introdus în 6.000 de școli materiale didactice pentru elevi și profesori. Astfel, peste 170.000 de elevi vor învăța la școală ce înseamnă o alimentație sănătoasă și o atitudine eco-responsabilă.

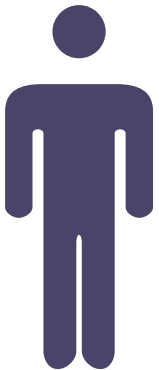


### Distincții pentru sustenabilitate

- Brandul anului în sustenabilitate (Gala Sustainability in Business, The Diplomat)
- Distincție Gold pentru Luna Climatului (Community Index 2023)
- Distincție Gold pentru Programul de Sustenabilitate Personală (Community Index 2023)
- Distincție Silver pentru campania #NUEPREATARZIU reciclează cu Auchan, proiect de colectare și reciclare a tigiștilor din aluminiu. (Community Index 2023)
- Premiu special pentru pionierat în adoptarea Sistemului de Garanție-Retur și colectarea a peste 23 de milioane de ambalaje înainte de lansarea oficială a programului (Gala Business Review Environmental & Sustainability Summit)
- Silver Recognition în ceea ce privește rankingul de sustenabilitate, obținută în urma analizei Raportului nostru de Sustenabilitate, pe baza Romania Corporate Sustainability & Transparency Index 2023.
- Campion național la protejarea apei, desemnat de către Guvernul României, prin Departamentul de Dezvoltare Durabilă, pentru programul de colectare a uleiului alimentar uzat

# Regiunea Nord-Est

Botoșani  
Suceava  
Iași  
Neamț  
Bacău  
Vaslui



Populație  
**3,22 mil.**

Salariați  
**0,63 mil.**

Salariul mediu net  
**3.736 lei**

Sursa: NS

# 13,3%

**Cota de piață valorică a regiunii din total piață**

Sursa: NielsenIQ YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	16,64	1,9%
Produse fresh	17,96	3,2%
Băuturi alcoolice	15,31	-3,5%
Alimente ambalate	15,91	-7,7%
Biscuiți și snackuri	11,79	3,5%
Îngrijire personală	7,27	1,4%
Îngrijirea casei	6,58	-0,7%
Alimente congelate	4,10	10,8%
Mâncare animale	2,24	6,2%
Îngrijire copii	0,81	1,2%
Altele	1,41	0,9%



**A**vând județul Iași ca pol din perspectiva numerică a magazinelor de comerț modern, regiunea Nord-Est deține a treia cea mai mare cotă de piață valorică din totalul pieței FMCG, de 13,3%. În ciuda unui ritm mai lent, retailerii și-au extins amprenta în cele șase județe ale regiunii în 2023, în special pe formatele de proximitate și în zona rurală, care reprezintă, alături de magazinele de tip discount, cele mai dezvoltate canale de vânzare pentru regiunea Nord-Est. [De Andra Imbrea Palade](#)

Regiunea Nord-Est, ce cuprinde județele Botoșani, Suceava, Iași, Neamț, Bacău și Vaslui, adună o populație de peste 3,2 milioane de locuitori, dintre care doar 633.000 sunt persoane salariate. În cele șase județe din această zonă a țării, marile rețele de magazine au pus pe harta retailului local 519 unități, dintre care 27 de magazine au fost inaugurate anul trecut, un număr considerabil mai mic decât în 2022, când s-au deschis 58 de magazine. Cea mai mare pondere a magazinelor se concentrează în județul Iași, ce adună 159 de magazine IKA, urmat de Bacău, cu 110 locații, Suceava, cu 97 de magazine, și Neamț, cu 74 de unități comerciale. Cele mai puține magazine din regiune se află în județele Vaslui (39) și Botoșani, unde sunt 40 de puncte de vânzare deținute de marile lanțuri de magazine.

Din perspectiva canalelor de vânzare, formatul de proximitate domină regiunea, cu 240 puncte de vânzare, urmat de magazinele de discount (105) și de cele deschise în mediul rural (59), pe acestea trei înregistrându-se și cele mai multe deschideri de noi magazine în 2023: șase de proximitate, cinci discounteri și opt în mediul rural. În ceea ce privește canalul de hipermarket, regiunea Nord-Est adună 37 de unități, în timp ce magazinele specializate sunt considerabil mai puține la număr (14), iar cash&carry-ul deține, ca și în 2022, șapte unități în cele șase județe.

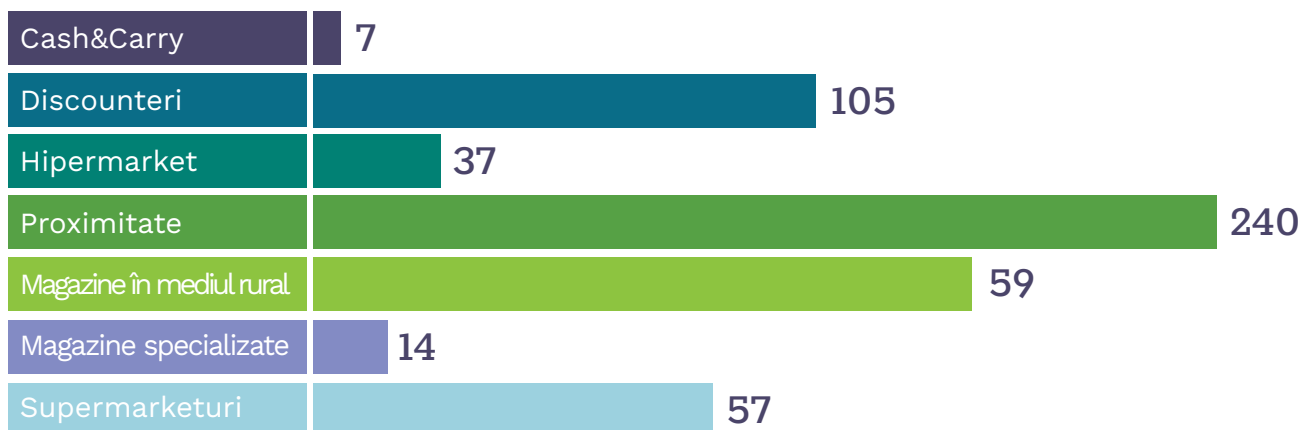
**27** 

**Număr de magazine IKA deschise în 2023**

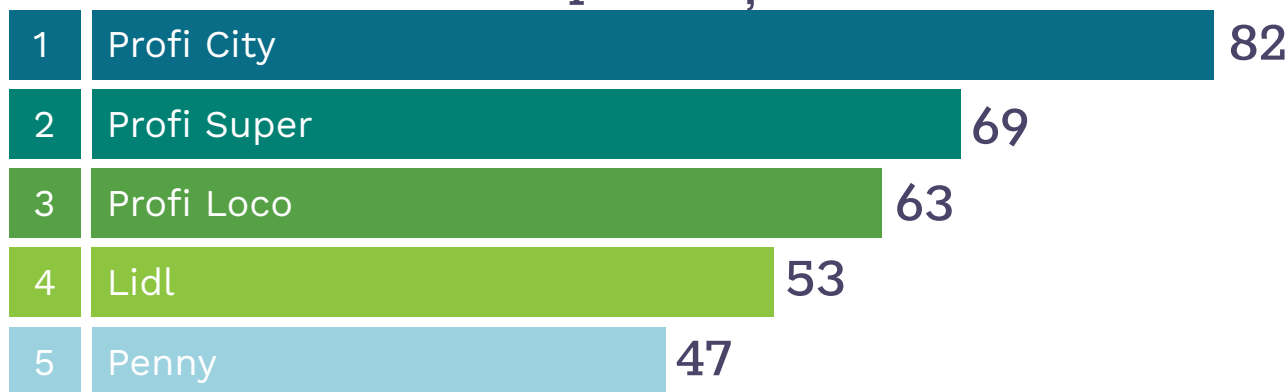
**519**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



### Cei mai activi retaileri în regiunea Nord-Est

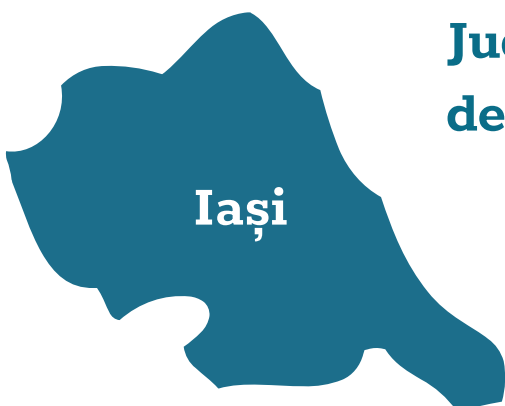
Dacă ne raportăm la jucătorii cu cea mai extinsă rețea de magazine în această regiune a țării, Profi conduce clasamentul, cu 220 magazine, cu nouă mai multe decât în anul anterior, dintre care 82 Profi City, 69 Profi Super, 63 Profi Loco și 6 Profi Go. Profi, rețeaua preluată la finalul anului trecut de Ahold Delhaize, proprietarul Mega Image, este urmată în topul retailerilor cu cele mai multe puncte de vânzare de Lidl, liderul pieței de retail alimentară din perspectiva cifrei de afaceri, cu 53 de magazine în cele șase județe ale regiunii, și Penny, cu 47. Clasamentul este completat de Carrefour care deține o rețea de 58 de magazine, pe toate formatele, astfel: 28 Carrefour Market, 18 Carrefour Express, șapte hipermarketuri și cinci magazine Supeco.

După Carrefour, urmează Auchan, cu o rețea de 47 de magazine în total, dintre care patru hipermarketuri, un magazin Auchan City și 42 de magazine de proximitate MyAuchan în stațiile Petrom. Mega Image deține, în cele șase județe ale regiunii Nord-Est, 27 de unități sub brandul omonim și 15 magazine Shop&Go, în timp ce Kaufland a ajuns la o rețea de 27 de hipermarketuri. Lanțul de drogherii dm activează în această zonă a țării cu 14

magazine, în timp ce Selgros și Metro au câte trei cash&carry-uri, acesta din urmă având și o locație Metro Punct. Nu în cele din urmă, regiunea bifează și patru unități 1 Minute, un magazin cora, care urmează a fi rebranduit Carrefour în decursul acestui an și un magazin Hub Convenience.

Dacă privim cele șase județe din perspectiva deschiderilor de magazine operate în 2023, Profi a inaugurat nouă magazine noi în regiune, dintre care opt pe formatul Profi Loco. Mega Image și-a extins rețeaua cu șase filiale, dintre care două pe formatul Shop&Go, în timp ce Penny a bifat patru inaugurări anul trecut. Carrefour a deschis trei magazine noi, un Market și două Carrefour Express, dintre care unul în sistem franciză, în timp ce Lidl s-a extins cu două filiale, iar dm și Kaufland cu câte un magazin nou în 2023.

Deși creșterile totale de preț nu sunt uniforme la nivel național, iar importanța categoriilor FMCG de top variază în funcție de acest aspect, potrivit datelor NielsenIQ, în regiunea Nord-Est produsele fresh, urmate de băuturile non-alcoolice și de alimentele ambalate, dețin cele mai mari cote în termeni valorici, de 17,96%, 16,64%, respectiv 15,92%. Această dinamică nu reflectă totuși consumul din cele șase județe ale regiunii, ci reprezintă mai degrabă impactul majorărilor de preț asupra produselor achiziționate de consumatorii din această regiune.



### Județul cu cea mai mare densitate de magazine

**37** /100.000 locuitori

BRANDS

APPETOUR

PASSION

maresi

www.maresi.ro

ENIGMA TRADING

www.enigma-trading.ro

# Regiunea Nord-Vest

Bihor  
Satu Mare  
Sălaj  
Maramureș  
Bistrița-Năsăud  
Cluj

Populație  
**2,52 mil.**

## Evoluție top categorii



Salariați  
**0,79 mil.**

Salariul mediu net  
**3.927 lei**

Value share    Share ch%

Categorie	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	20,24	0,1%
Produse fresh	19,40	2,4%
Băuturi alcoolice	14,59	-1,4%
Alimente ambalate	13,68	-8,3%
Biscuiți și snackuri	10,75	4,1%
Îngrijire personală	7,53	2,6%
Îngrijirea casei	5,66	2,7%
Alimente congelate	3,98	6,0%
Mâncare animale	2,14	1,6%
Îngrijire copii	0,75	0,2%
Altele	1,27	-4,3%

Sursa: NS

# 10,8%

**Cota de piață valorică a regiunii din total piață**

Sursa: NielsenIQ    YTD Septembrie 2023

**C**u un număr de 608 magazine deținute de marile rețele de retail în regiunea Nord-Vest, această zonă din țară a făcut excepție de la regulă și s-a remarcat anul trecut prin menținerea ritmului de expansiune a universului de retail. Prin urmare, retailul modern din regiune și-a adjudecat 85 de noi magazine, în condițiile în care în alte zone din țară numărul de locații noi a scăzut abrupt. **De Alina Stan**

În acest peisaj, județul Cluj este, cu siguranță, polul de interes pentru jucătorii de profil, în condițiile în care aceștia operează aici peste o treime din numărul total de magazine. Astfel, cu 259 de unități de comerț modern, Clujul își adjudecă prima poziție în clasamentul județelor din regiunea Nord-Vest, în funcție de densitatea de magazine – 41/100.000 de locuitori. Totodată, județul Cluj ocupă primul loc în topul celor mai multe inaugurări din retailul modern din regiune pe parcursul anului trecut (26), fiind urmat de județul Bihor (16), Maramureș (15), Satu Mare (12), Sălaj (8) și Bistrița-Năsăud (8). Mai mult, și cota de piață valorică a regiunii din total piață a crescut ușor anul trecut, până la 10,8%.

În ceea ce privește distribuția magazinelor pe canale de vânzare, formatul de proximitate conduce detașat în strategia de expansiune a marilor retaileri, cu 307 locații (+65 față de 2022). Din nou, Clujul deține cel mai mare număr de magazine sub acest format – 155 –, urmat de Bihor (64) și de Maramureș (35). Clasamentul este completat de canalul de discount, cu 97 de magazine (+4 magazine deschise în 2023) la nivel de regiune, magazine din zona rurală – 78 (+10),

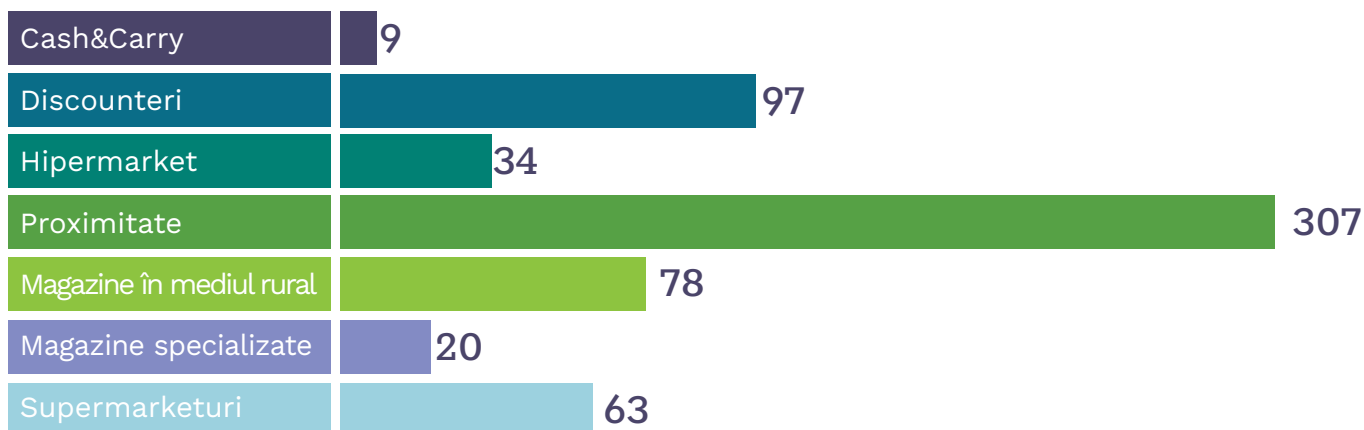
**85** 

**Număr de magazine  
IKA deschise în 2023**

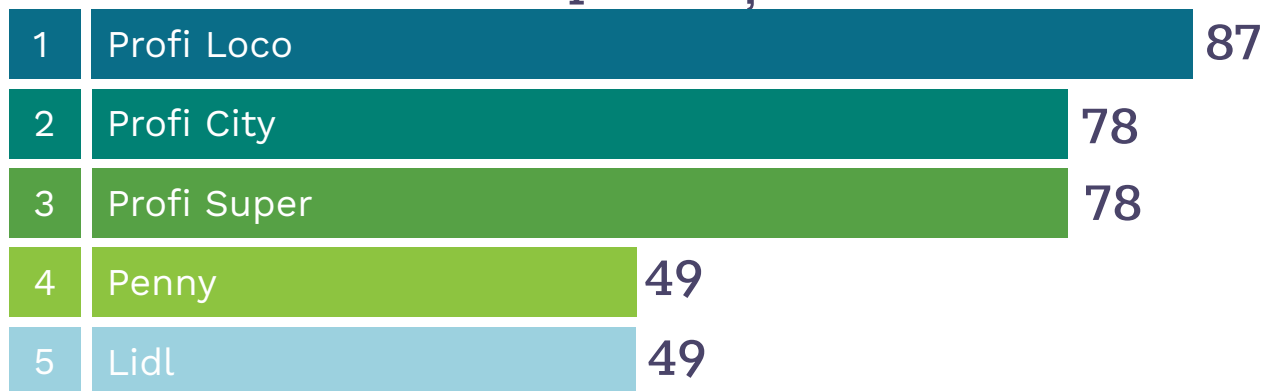
**608**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



supermarketuri – 63 (+3), hipermarketuri – 34 (+1), magazine specializate – 20 și cash&carry – nouă, ultimele două rămânând la același nivel prin comparație cu 2022. Dacă analizăm retailerii cu cea mai mare prezență în regiunea Nord-Vest, datele din aplicația Universul de Retail plasează și în acest an Profi pe primele trei poziții în clasament, cu trei dintre formatele pe care le operează. Retailerul a accelerat ritmul expansiunii în ultimele două luni din 2023, atenția menținându-se pe formatul care țintește zonele rurale din România. Astfel, în 2023 brandul Profi Loco a surclasat formatul Profi City cu 87 de magazine inaugurate (+11 față de 2022) în regiunea Nord-Vest, în timp ce ultimul a bifat doar două deschideri, ajungând la 78 de locații. De altfel, Profi se remarcă drept singurul jucător IKA cu o reprezentare bună în mediul rural prin formatul Loco, în special în județele Maramureș (20 de magazine) și Cluj (19 locații). Clasamentul este completat de Profi Super – 78 de magazine (+5), Penny și MyAuchan Petrom, fiecare cu câte 49 de magazine. De remarcat este evoluția MyAuchan Petrom, care doar anul trecut a deschis cel mai mare număr de magazine din regiune – 48.

De asemenea, o prezență notabilă pe harta retailului de proximitate din regiune o are și rețeaua de magazine LaDoiPași, deținută de Metro România, cu un număr total de 359 de unități. Brandul-umbrelă pentru magazinele partenere Metro are o reprezentare mai bună în județele Satu Mare (83), Bihor (81) și Maramureș (65). LaDoiPași a ajuns la 2.237 de magazine, iar planurile pentru 2024 sunt la fel de ambițioase. Metro vrea să atingă borna de 2.500 de magazine sub acest brand, compania păstrându-și astfel poziționarea de cea mai mare rețea de magazine independente din România.

De altfel, în ciuda investițiilor semnificative finalizate de jucătorii internaționali, la nivelul regiunii sunt activi comercianți independenți care au încă un cuvânt de spus în piață și investesc în consolidare. Printre aceștia, merită amintite rețelele Home Garden, Barta Ati, Nasti&Co, Unicarm sau Atlantic. În plus, chiar dacă sunt deja câțiva ani buni de când marile lanțuri de retail au pus pe hold investițiile în expansiune în canalul cash&carry, CBA Nord-Vest a deschis la finalul anului 2021 primul său magazin din Cluj-Napoca.



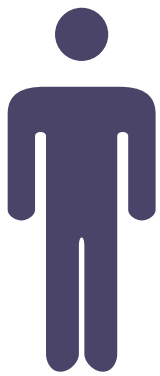
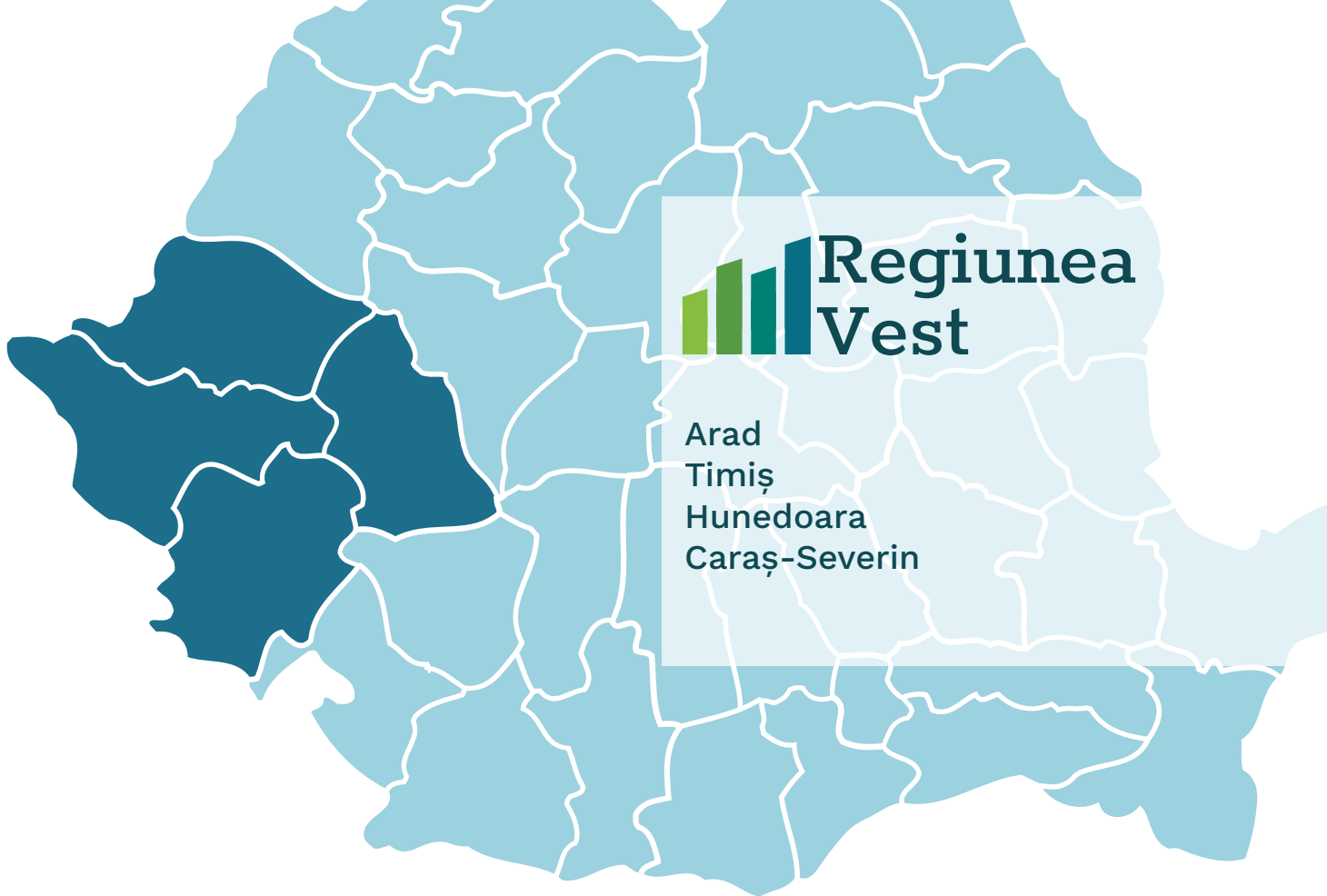
## Județul cu cea mai mare densitate de magazine

**45** magazine / 100.000 locuitori

# CRENVURȘTII CAROLI

Iubiti de mustar,  
doriti' de ketch'up.





Populație

**1,66 mil.**

Salariați

**0,56 mil.**

Salariul mediu net

**3.895 lei**

Sursa: **NS**

**9,1%**

**Cota de piață valorică  
a regiunii din total piață**

Sursa: **NielsenIQ** YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

Value share% Share ch%

Băuturi non-alcoolice	<b>20,68</b>	<b>3,4%</b>
Produse fresh	<b>20,24</b>	<b>-0,1%</b>
Băuturi alcoolice	<b>13,77</b>	<b>-1,8%</b>
Alimente ambalate	<b>13,38</b>	<b>-5,1%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>10,52</b>	<b>5,8%</b>
Îngrijire personală	<b>7,18</b>	<b>-1,2%</b>
Îngrijirea casei	<b>5,54</b>	<b>-5,3%</b>
Alimente congelate	<b>4,06</b>	<b>8,0%</b>
Mâncare animale	<b>2,66</b>	<b>-3,8%</b>
Îngrijire copii	<b>0,68</b>	<b>-2,0%</b>
Altele	<b>1,28</b>	<b>-3,3%</b>



**C**u o populație de 1,6 milioane de locuitori, dintre care doar o treime salariați, regiunea Vest are o cotă de 9,1% în total piață FMCG, în ușoară creștere față de anul trecut când cele patru județe – Arad, Timiș, Hunedoara și Caraș-Severin – ocupau ultima poziție la nivel național din perspectiva importanței. Pe trend ascendent este și ritmul de expansiune al marilor lanțuri de retail, anul trecut fiind inaugurate 57 de locații. [De Alina Dragomir](#)

541 de magazine. Acesta este numărul de unități deținute de marile lanțuri de retail în cele patru județe care formează regiunea Vest – Arad, Timiș, Hunedoara și Caraș-Severin. Din perspectivă statistică, vorbim despre o regiune cu o populație de 1,6 milioane de locuitori, dintre care 560.000 de salariați, cu un salariu mediu net de 3.895 de lei. Cum se împart însă magazinele la nivel de regiune? De departe, județul Timiș a atras cele mai multe investiții în expansiune, la finalul anului 2023 fiind active 293 de puncte comerciale, următoarea poziție în clasament fiind ocupată de județul Arad, pe harta căruia se regăsesc 107 magazine ale lanțurilor internaționale de retail, în timp ce în Hunedoara și Caraș-Severin sunt 87, respectiv 54 de magazine. Dacă ne raportăm la segmentarea numărului de magazine pe canale de vânzare, proximitatea ține capul de afiș, cu 277 de locații, urmată de dis-counteri și magazinele din rural, cu 87, respectiv 78 de puncte de vânzare. Trebuie însă menționat faptul că în cazul magazinelor rurale ne referim la brandul Profi Loco, retailerul fiind singurul jucător internațional care deține pe plan local un concept dedicat mediului rural. Pe lângă magazinele de proximitate, discounteri și magazinele rurale, și

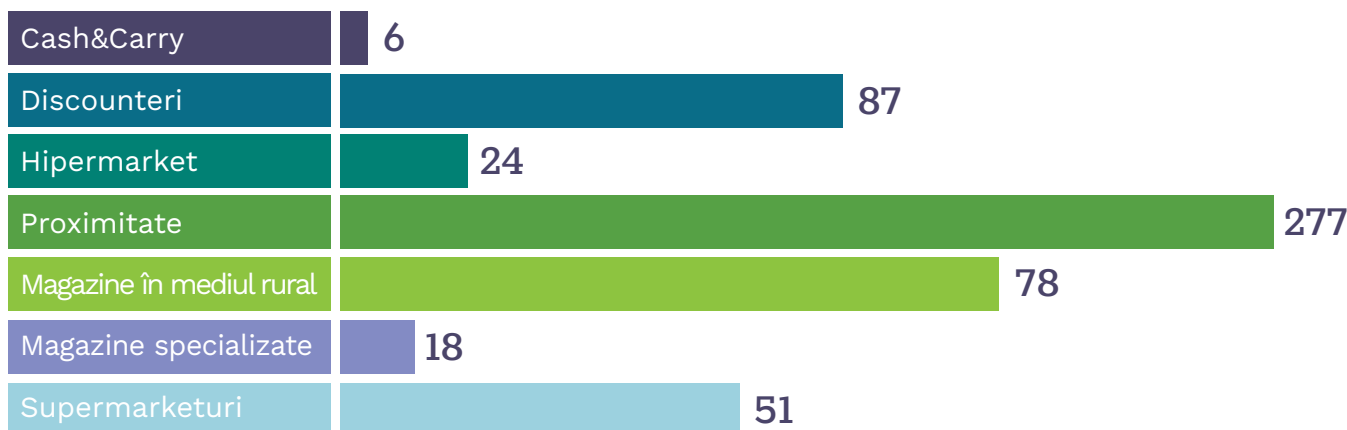
**57**

**Număr de magazine  
IKA deschise în 2023**

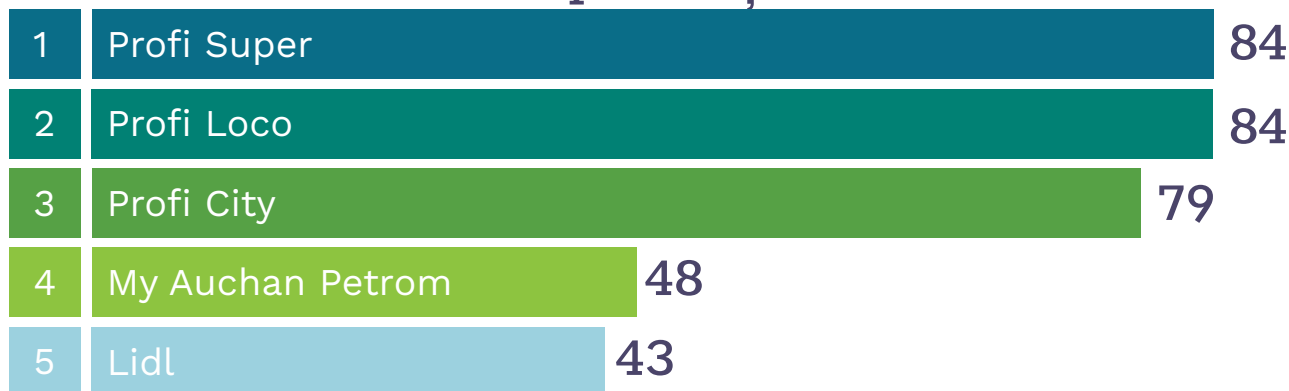
**541**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



formatul de supermarket are o prezență bună, cu 51 de puncte de vânzare, în timp ce pe formatul de hipermarket funcționează 24 de locații. La polul opus, cea mai redusă acoperire o au magazinele de tip cash&carry și magazinele de specialitate – format care include doar brandul dm drogerie markt. În ciuda faptului că marile lanțuri de retail dețin supremația, merită aduși în discuție și retailerii independenți, în regiunea Vest fiind activi jucători importanți precum Unicarm, CBA Nord-Vest, Remarkt, Sergiana, dar și alte 16 companii de retail, reunite sub umbrela Asociației Comercianților Autohtoni (ACA). Aceștia li se adaugă și 151 de magazine LaDoiPași – număr în creștere față de anul precedent, când erau active 128 de magazine sub acest brand de franciză.

### 2023, anul investițiilor în proximitate

În ciuda contextului instabil, marile lanțuri de retail nu au pus frână dezvoltării la nivelul regiunii, ba chiar din contră, am putea spune. Astfel, anul trecut au fost inaugurate 58 de magazine, cu 19 locații mai multe, prin comparație cu 2022. Care a fost formatul-vedetă?

Pe scurt, proximitatea, cu 47 de magazine noi. Dintre acestea, 39 poartă semnătura MyAuchan Petrom, în timp ce Profi a bifat cinci deschideri (două Profi Super, două Profi Go și o locație Profi City), Mega Image a inaugurat două magazine Shop&Go, iar Carrefour, o unitate Express. În ceea ce privește ritmul alert al deschiderilor MyAuchan, trebuie precizat faptul că, anul trecut, retailerul a finalizat, în parteneriat cu OMV Petrom, remodelarea tuturor stațiilor de benzinărie, strategia de remodelare urmând acoperirea județeană.

Dacă ne raportăm la celelalte formate care au atras investiții noi în expansiune anul trecut, Profi a bifat cinci deschideri pe formatul de magazine rurale, dm drogerie markt a inaugurat două locații, în timp ce formatele de hipermarket, discount și cel de supermarket au atras câte o singură inaugurare anul trecut.

Timiș este județul care a pus cele mai multe magazine noi pe harta expansiunii în 2023 (25), urmat de Arad și Hunedoara, unde au fost deschise câte 15 locații noi. În ceea ce privește Caraș-Severin, județul care are și cea mai mică densitate de magazine la 100.000 de locuitori (30), aici au fost deschise doar două magazine noi, ambele sub brandul Profi Loco.

## Județul cu cea mai mare densitate de magazine



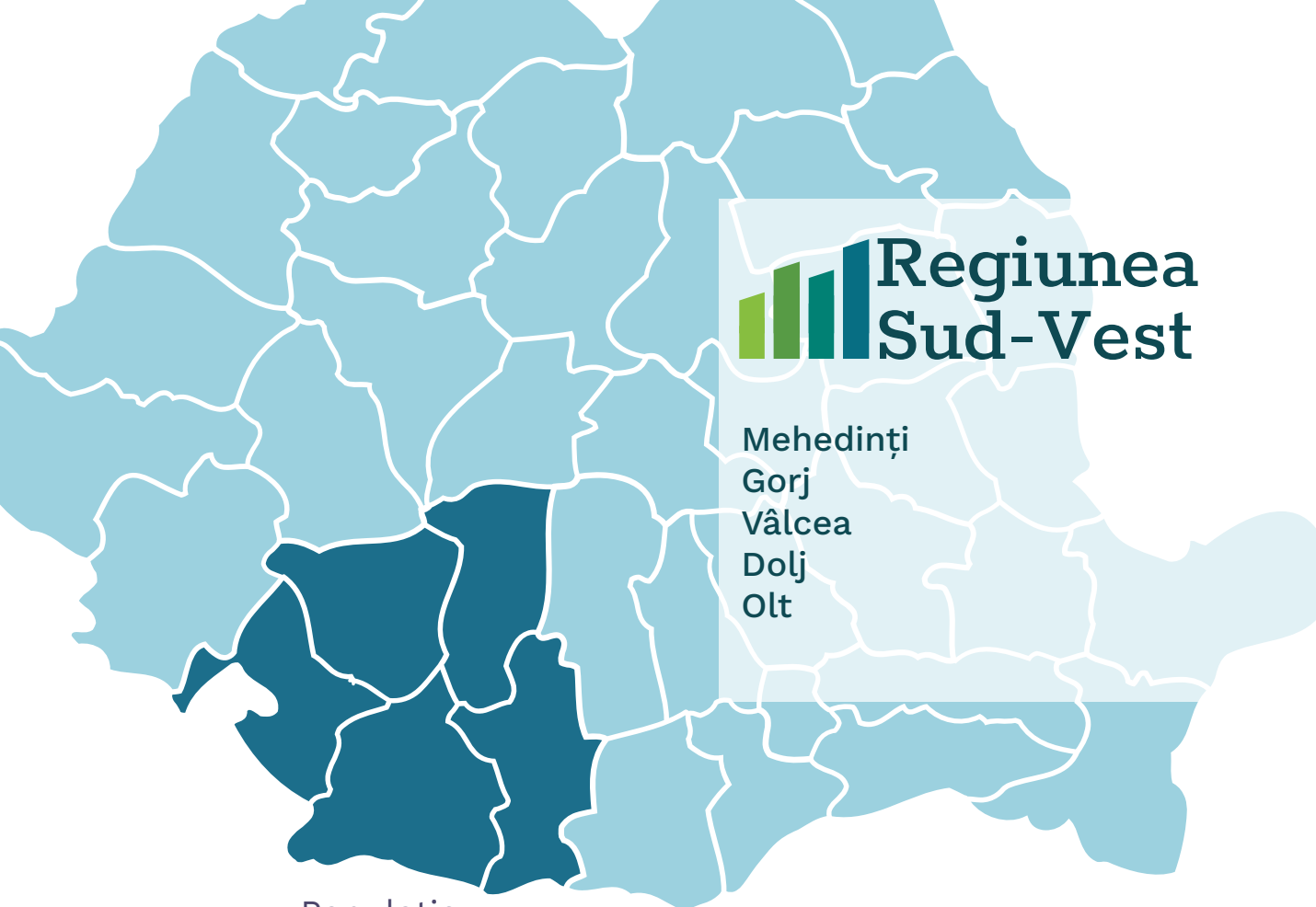
**52** /100.000 locuitori

MĂRGĂRITAR  
ZAHĂR<sup>®</sup>

O MARCĂ AGRANA

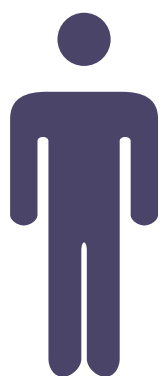
ACASĂ ESTE LOCUL UNDE MĂ SIMT ACASĂ.





Populație  
**1,87 mil.**

## Evoluție top categorii



Salariați  
**0,43 mil.**

Salariul mediu net  
**3.828 lei**

Value share% Share ch%

Băuturi non-alcoolice	<b>20,29</b>	<b>1,8%</b>
Produse fresh	<b>18,77</b>	<b>-1,3%</b>
Băuturi alcoolice	<b>15,77</b>	<b>0,1%</b>
Alimente ambalate	<b>14,79</b>	<b>-7,8%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>10,69</b>	<b>6,3%</b>
Îngrijire personală	<b>6,54</b>	<b>1,9%</b>
Îngrijirea casei	<b>6,08</b>	<b>0,9%</b>
Alimente congelate	<b>3,29</b>	<b>5,5%</b>
Mâncare animale	<b>2,08</b>	<b>5,6%</b>
Îngrijire copii	<b>0,58</b>	<b>-0,5%</b>
Altele	<b>1,12</b>	<b>1,5%</b>

Sursa: **NS**

# 8,9%

**Cota de piață valorică  
a regiunii din total piață**

Sursa: **NielsenIQ** YTD Septembrie 2023

**D**eși are cea mai mică pondere în totalul pieței FMCG (8,9%), potrivit datelor NielsenIQ, regiunea Sud-Vest reprezintă singura zonă în care retailerii independenți reușesc să facă față cu brio concurenței rețelelor internaționale. Vâlcea este județul care se remarcă în acest caz, unde companii precum DIANA, Annabella, Euromarket și Super Mercato dețin, împreună, peste 190 de magazine, în timp ce retailerii internaționali operează doar 35 de locații. [De Simona Popa](#)

În timp ce la nivelul României retailerii internaționali reușesc să își extindă prezența, există un județ în care, în 2023, aceștia au bătut pasul pe loc. Concret, la nivelul județului Vâlcea, marile lanțuri de retail au deschis o singură unitate comercială, în timp ce Annabella, DIANA și Euromarket și-au continuat planurile de expansiune, mizând pe consolidare și pe modernizarea magazinelor existente. Annabella a deschis trei magazine noi în județul-mamă, unul dintre acestea fiind parte dintr-un proiect amplu, primul parc de retail dezvoltat de la zero, în timp ce DIANA a inaugurat două magazine, iar Euromarket a deschis două supermarketuri și a remodelat două.

Cum arată bilanțul pentru marile lanțuri de retail în județul Vâlcea? Carrefour, Kaufland, Lidl, Profi, Penny, dm, MyAuchan Petrom și Supeco dețin 35 de magazine, lider din perspectivă numerică fiind Auchan, care deține nouă unități comerciale în stațiile Petrom. Regiunea Sud-Vest cuprinde însă și Mehedinți, Gorj, Dolj și Olt. Per total, în această regiune, marii retailerii operează 352 de magazine, iar cei mai cunoscuți comercianți independenți, adică Annabella, DIANA, Euromarket, Exflor, Senic Gross&Market și Super Mercato, operează peste 200 de locații.

„În calitate de retailer independent prezent în șase județe, cu un bagaj de peste 32 de ani de experiență, considerăm un avantaj informațiile acumulate despre zonele și comunitățile cărora ne adresăm și relațiile construite, în timp, cu clienții. Acestea

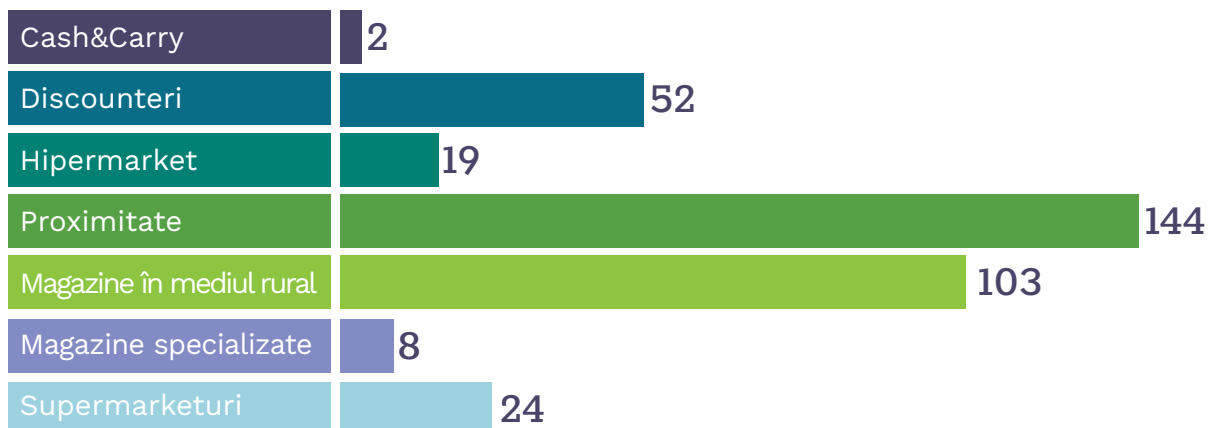
**29** 

**Număr de magazine  
IKA deschise în 2023**

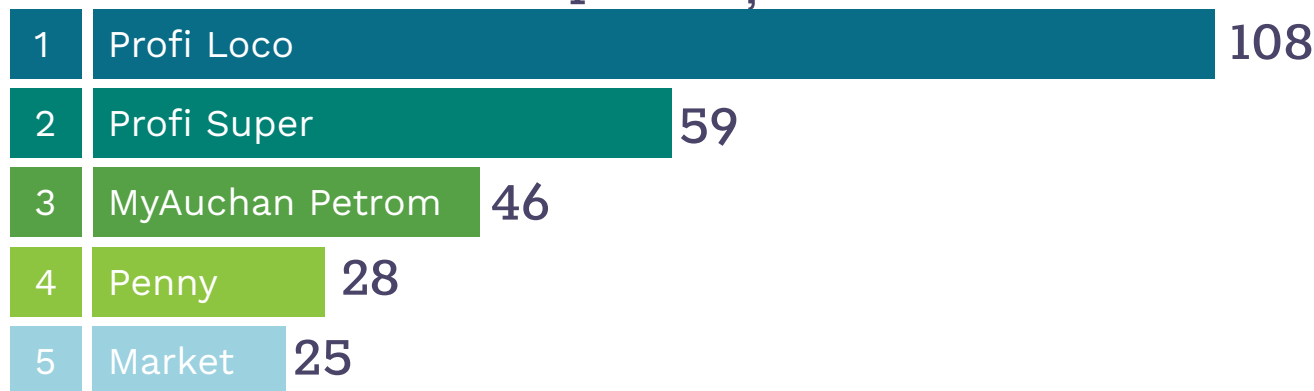
**352**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



ne permit personalizarea formatelor și a ofertei. Flexibilitatea operațională și decizională, autonomia în strategie sunt alte atuuri pe care le avem”, susține Adina Crăciunescu, Managing Partner DIANA.

### Pariul pe proximitate

Din cele 352 de unități operate de retailerii internaționali în regiunea Sud-Vest în 2023, 144 erau magazine de proximitate, cu opt mai multe decât în anul 2022. A crescut, totodată, numărul locațiilor din rural, fenomen regăsit de altfel la nivelul întregii țări datorită investițiilor alocate de Profi pentru formatul Loco, dedicat zonelor rurale ale României. Astfel, dacă în regiunea Sud-Vest erau 89 de magazine în mediul rural la finalul anului 2022, în 2023 numărul acestora a crescut cu 14 unități. Potrivit informațiilor NielsenIQ, cota de piață valorică a regiunii din total piață este de 8,9%, cea mai mică la nivel național. Raportat la categoriile cumpărate, produsele fresh, alimentele ambalate și produsele de îngrijire pentru copii au pierdut teren, scăderile valorice fiind de până la aproape 8% în cazul alimentelor ambalate. De partea cealaltă, s-au bucurat de o creștere de 6,3% biscuiții și snackurile, alimentele congelate (+5,5%) și mâncarea pentru animale (+5,6%).

### Profi, retailerul cu cea mai mare prezență în Sud-Vest

Dincolo de strategia sa de a deservi eficient cumpărătorii din zonele rurale, Profi și-a consolidat prezența la nivelul regiunii și cu formatul său standard, Profi Super. În cele cinci județe care numără aproape 1,9 milioane de locuitori, Profi operează 59 de magazine sub formatul Super, 108 sub formatul Loco, 18 Profi City și nouă Profi Go. Cumulat, vorbim despre 194 de locații din cele 352 operate de marii retailerii în regiunea Sud-Vest. Într-un top cinci al brandurilor din retail cu cea mai bună prezență la nivelul regiunii, după Profi Loco și Profi Super și-a făcut loc MyAuchan Petrom, care operează 46 de locații, la fel ca în 2022, apoi Penny, cu 28 de magazine, cu patru mai multe decât în 2022, și Market, cu 25 de unități în 2023 față de 24 câte opera în 2022. Pe lista retailerilor cu care marile lanțuri internaționale împart piața de retail se numără și LaDoiPași. La nivel de regiune, rețeaua operată de francizații Metro număra, în 2023, 176 de unități, în creștere cu 18 magazine față de 2022. Mare parte dintre locațiile LaDoiPași sunt concentrate în Dolj și Olt, cu 65, respectiv 58, în timp ce în Mehedinți sunt doar nouă astfel de magazine operate de francizații Metro.



### Județul cu cea mai mare densitate de magazine

**37** /100.000 locuitori

# Evenimente **PROGRESIV**



CONFERINȚA  
PROGRESIV

Conferința Progresiv, ediția 23  
13-15 martie 2024, Sinaia  
[www.conferintaprogresiv.ro](http://www.conferintaprogresiv.ro)

După 20 de ani în care am reunit peste 6.000 de participanți, 450 de speakeri și peste 370 de topicuri, marcăm o nouă etapă în care alături de liderii industriei vom împărtăși viziuni și idei despre cum putem reconstrui într-un mod sustenabil industria de retail după o perioadă de criză, în care inovația, digitalizarea și redefinirea rolului pe care îl joacă comerțul au căpătat noi valențe.



Sustain  
Ability

Sustain Ability, ediția a 2-a  
11 aprilie 2024, București  
[www.sustain-ability.ro](http://www.sustain-ability.ro)

Sustain Ability, este primul eveniment dedicat integral sustenabilității în industria de retail & FMCG. Pentru a discuta concret despre țintele de sustenabilitate, dezvoltare durabilă, economie circulară sau realitatea unui „net zero” am creat evenimentul Sustain Ability, locul în care poți vedea poziționarea producătorilor în contextul actual, demersurile făcute de către retailerii în zona de sustenabilitate, soluțiile și inovațiile care, în final, să ofere o imagine completă asupra industriei. Sustain Ability își propune să te ajute să iei decizii cu impact pozitiv asupra businessului tău.

## INTERACTIV

Interactiv, a 19-a ediție  
24 aprilie 2024, Brașov  
[www.progresivinteractiv.ro](http://www.progresivinteractiv.ro)

Interactiv este un eveniment aplicat, cu informații custom made pentru jucătorii din retailul independent. Pe lângă informațiile relevante și cu aplicabilitate directă în business, conferința Interactiv facilitează interacțiunea retailerilor cu furnizori de bunuri și servicii, dar vine și cu soluții pentru dezvoltarea afacerilor din comerțul local.

## PROGRESIV AWARDS 2024

Progresiv Awards Gala, ediția 9  
23 mai 2024, București  
[www.progresivawards.ro](http://www.progresivawards.ro)

Progresiv Awards, competiția adevăratelor valori din industria de retail și FMCG, premiază pentru al șaptelea an consecutiv companiile care și-au construit strategia de creștere în jurul inovației și au pariat pe adaptare și dezvoltare.

## INSPIRO

Inspiro, a 14-a ediție  
12 iunie 2024, București  
[www.inspiroconference.ro](http://www.inspiroconference.ro)

Un eveniment departe de excelenți și cifre, aproape de oameni și povești motivaționale care reconfirmă un adevăr simplu: poți să faci răi din ce ai, poți să transformi banalul în grandios și cu impact.



ReTech&Digital

ReTech&Digital, ediția a 2-a  
19 septembrie 2024, București  
[www.retechdigital.ro](http://www.retechdigital.ro)

Digitalul, tehnologia și eCommerce merg mână în mână când vine vorba despre succesul viitorului industriei de retail. ReTech & Digital (RTD) este un eveniment B2B ce se adresează specialiștilor din industria de retail & FMCG care consideră aceste domenii ca fiind piloni strategici ai businessurilor lor, care doresc să descopere cele mai noi trenduri și insighturi din această zonă sau care vor să-și expună și să-și promoveze tehnologiile, soluțiile și produsele inovatoare care pot aduce plusvaloare în retail.

## TRADE ROUND TABLE

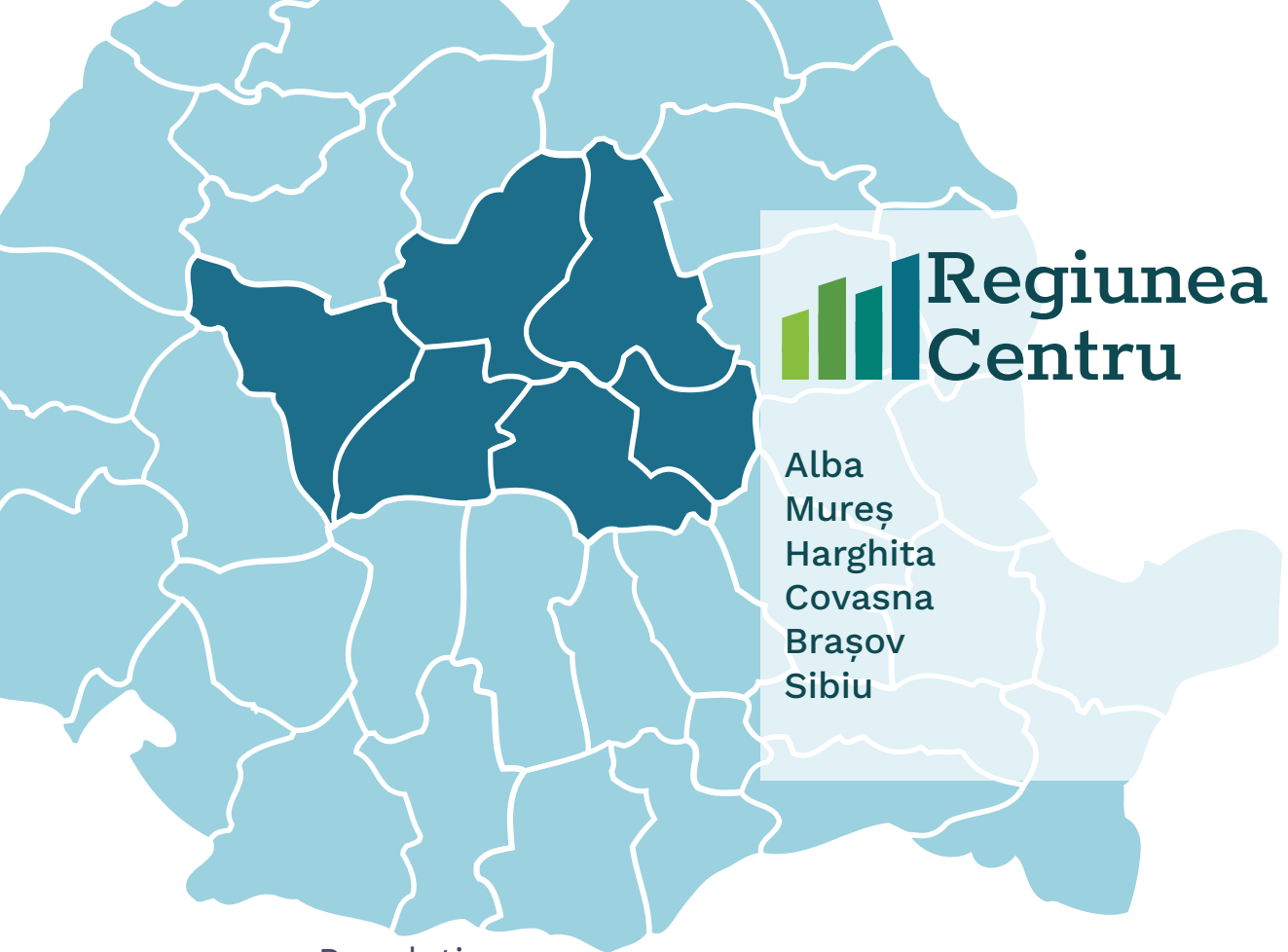
Trade Round Table, ediția 20  
31 octombrie 2024, București  
[www.trt.ro](http://www.trt.ro)

Trade Round Table concentrează într-o conferință de o zi evoluțiile prefigurate de-a lungul întregului an în retail și FMCG în România. Este cel mai mare eveniment de business dedicat industriei de retail & FCMG din București.

## PROGRESSIVE WOMEN

Progressive Women, ediția a 3-a  
12 decembrie 2024, București  
[www.progressivewomen.ro](http://www.progressivewomen.ro)

Progressive Women este primul eveniment dedicat leadershipului feminin ce pune în lumina reflectoarelor cele mai puternice femei din industria de retail & FMCG. O inițiativă care aduce în prim plan povești antreprenoriale de succes, cariere impresionante în companii internaționale, dar și viziuni de business care și-au pus amprenta asupra pieței de retail și FMCG, Progressive Women promovează vocile feminine cu care industria locală se poate mândri.



Populație  
**2,27 mil.**

Salariați  
**1,23 mil.**

Salariul mediu net  
**4.022 lei**

Sursa: **NS**

# 12,3%

**Cota de piață valorică  
a regiunii din total piață**

Sursa: **NielsenIQ** YTD Septembrie 2023

## Evoluție top categorii

	Value share	Share ch%
Băuturi non-alcoolice	<b>19,19</b>	<b>2,8%</b>
Produse fresh	<b>19,39</b>	<b>1,5%</b>
Băuturi alcoolice	<b>17,35</b>	<b>-1,2%</b>
Alimente ambalate	<b>12,58</b>	<b>-7,9%</b>
Biscuiți și snackuri	<b>10,94</b>	<b>2,1%</b>
Îngrijire personală	<b>7,03</b>	<b>1,4%</b>
Îngrijirea casei	<b>5,69</b>	<b>-0,4%</b>
Alimente congelate	<b>3,86</b>	<b>2,7%</b>
Mâncare animale	<b>2,00</b>	<b>3,8%</b>
Îngrijire copii	<b>0,70</b>	<b>-0,5%</b>
Altele	<b>1,27</b>	<b>-1,0%</b>



**A**nul trecut a reprezentat pentru universul de retail modern din regiunea Centru un moment de regândire a strategiei de expansiune pentru principalii jucători, ceea ce s-a tradus printr-o scădere abruptă a numărului de magazine nou-deschise. Mai exact, de la 90 de unități IKA inaugurate în anul 2022, anul trecut retailerii au mai deschis doar 31 de magazine, ajungând la un total de 517 locații în această regiune. [De Alina Stan](#)

Cu un total de 517 locații operate de marile lanțuri de retail, în regiunea Centru se distinge în mod categoric formatul de proximitate, care numără 253 de magazine. Clasamentul este completat de discounteri (114 magazine), magazine în rural (40 de magazine), hipermarketuri și supermarketuri, ambele formate numărând câte 39 de unități comerciale. Prin prisma expansiunii, segmentul de proximitate a atras cele mai multe proiecte de expansiune, anul trecut fiind inaugurate 13 magazine, în timp ce discounterii au bifat șapte noi locații în portofoliu. În rest, ritmul de expansiune pe celelalte canale de vânzare a încetinit: +5 hipermarketuri, +3 magazine în mediul rural, +2 magazine specializate și +1 magazin pe formatul de supermarket. Cele mai puține magazine (8) se regăsesc în formatul cash&carry, acolo unde expansiunea a stagnat în ultimii șase ani, Metro și Selgros fiind jucătorii care nu au inaugurat niciun magazin nou în perioada menționată. În schimb, Metro a continuat focusul pe segmentul de proximitate prin brandul LaDoiPași, ajungând la un număr de 2.237 de magazine la nivel național, cu 291 de locații în plus față de 2022. Punctual, în regiunea Centru, LaDoiPași număra la finalul anului trecut 389 de magazine (+38 față de 2022), dintre care 124 erau localizate în județul Brașov. De altfel,

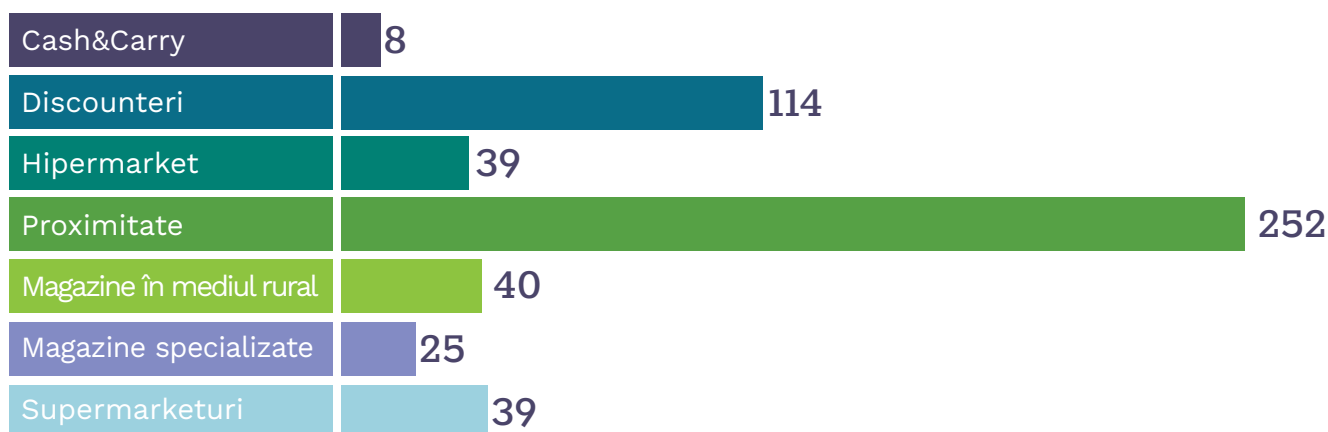
**31**

**Număr de magazine IKA deschise în 2023**

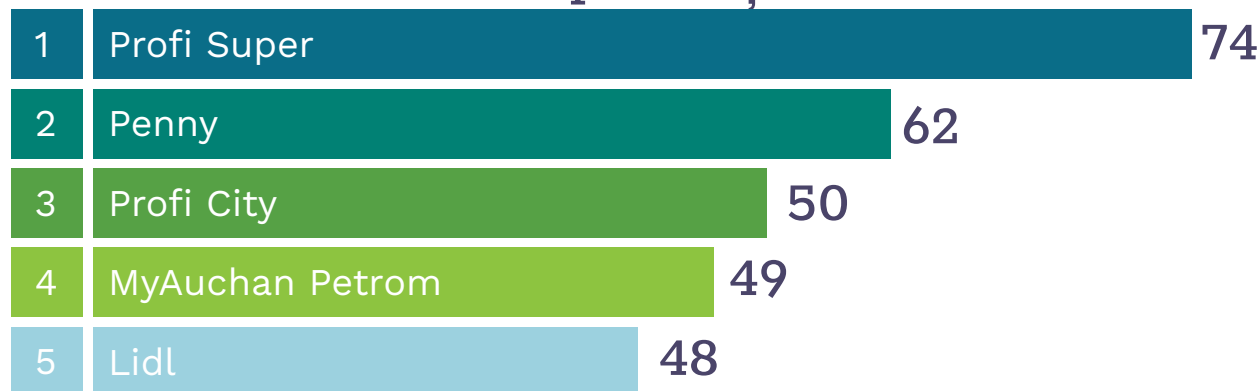
**517**

**Total magazine IKA**

## Număr de magazine, per canal de vânzare



## IKA cu cea mai mare prezență



Brașov este și județul cu cea mai mare densitate de magazine (48/100.000 de locuitori), urmat în clasament de Sibiu (37/100.000 de locuitori) și Covasna (33/100.000 de locuitori). La polul opus se află județul Harghita, cu cea mai mică densitate de magazine operate de retailerii internaționali (23/100.000 de locuitori). Aceste date nu sunt deloc surprinzătoare dacă includem în context indicatori precum puterea de cumpărare, salariile medii nete sau numărul de salariați din fiecare județ în parte. Astfel, datele furnizate de Institutul Național de Statistică arată că, dintr-un total de 2,2 milioane de locuitori, cel mai mare număr de salariați – 199.103 – îl regăsim tot în județul Brașov.

În ceea ce privește rețelele de retail care se bucură de cea mai mare vizibilitate în această regiune, clasamentul nu a suferit modificări notabile comparativ cu 2022. Astfel, prima poziție este păstrată de retailerul Profi, cu 74 de magazine sub formatul Super în regiunea Centru. Retailerul, cu vânzări de 2,5 miliarde de euro și care a semnat un acord de preluare cu Ahold Delhaize, a bifat anul trecut doar șase deschideri, împărțite în mod egal între formatul Profi Super și Profi Loco.

Un alt jucător care a mizat pe cartea expansiunii este Penny, care a deschis anul trecut șapte noi locații în regiune, ajungând la un număr de 62 de magazine, dintr-un total de 376 de locații la nivel național. Pe poziția a treia se regăsește, din nou, Profi, cu un număr identic de magazine în formatul City cu cel din 2022 (50). Topul celor mai vizibili jucători IKA în regiune este completat de MyAuchan Petrom, cu 49 de locații (+2 față de 2022). OMV Petrom și Auchan Retail România au finalizat anul trecut amenajarea la nivel național a aproape 400 de magazine de proximitate MyAuchan în toate stațiile Petrom. Proiectul a fost finalizat cu un an mai devreme decât a fost estimat inițial. „Decizia de a dezvolta magazine a avut în vedere lansarea francizei Auchan, dar un program de franciză poate fi lansat doar atunci când ai un format câștigător. Astăzi, putem spune că avem un format câștigător și anul acesta vom lansa franciza Auchan”, a punctat Ionuț Ardeleanu, Director General Auchan Retail România, într-un interviu pentru Progresiv. Topul retailerilor internaționali cu cele mai multe magazine în regiunea Centru este completat de discounterul Lidl, cu 48 de locații, număr constant în ultimii doi ani.



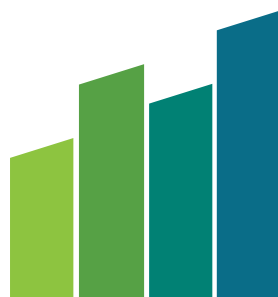
În luna iulie, Industry Overview, proiectul special marca Progresiv, vine cu o imagine clară asupra pieței locale a bunurilor de larg consum și prezintă strategiile de business ale principalilor retaileri, atât internaționali, cât și independenți.



# universul de retail

Instrument online complex de analiză și corelare a informațiilor despre magazinele IKA și LKA din România.

[www.universulderetail.ro](http://www.universulderetail.ro)



Proiect online marca

**PROGRESIV**

## Partener principal



## Parteneri



CULOAREA INCREDERII

