

Piața de retail în România Ianuarie – Decembrie 2009

Contact: gabriela.luca@gfk.com

1

→ PIB-ul a scăzut cu 7,1%,
printre factori amintim
reducerea consumul privat și
lipsa investițiilor;

→ Transilvania și București rămân
în continuare zonele cele mai bine
acoperite în ceea ce privește
distribuția retailerilor;

→ Cota de piață a primilor zece
retaileri de pe piață a crescut cu
patru puncte procentuale;

→ Discounterii și hypermarketurile s-
au dezvoltat pozitiv în 2009. Ce canale
au fost afectate?

→ consumul în afara casei a scăzut,
segmentul hotelier și restaurantele
fiind puternic afectate;

PART 1 – Informații generale despre economie

→ Majoritatea companiilor au declarat
scăderi ale cifrei de afaceri în 2009,
afectate fiind și de deprecierea leului;

PART 2 – Distribuția retailerilor în România

Part 3 – Piața de retail – informații generale

→ Carrefour și-a intensificat
activitatea promoțională cu
precădere pentru segmentul
produselor alimentare;

→ Crește importanța produselor de
îngrijire a locuinței în cadrul segmentului
de produsele marcă proprie;