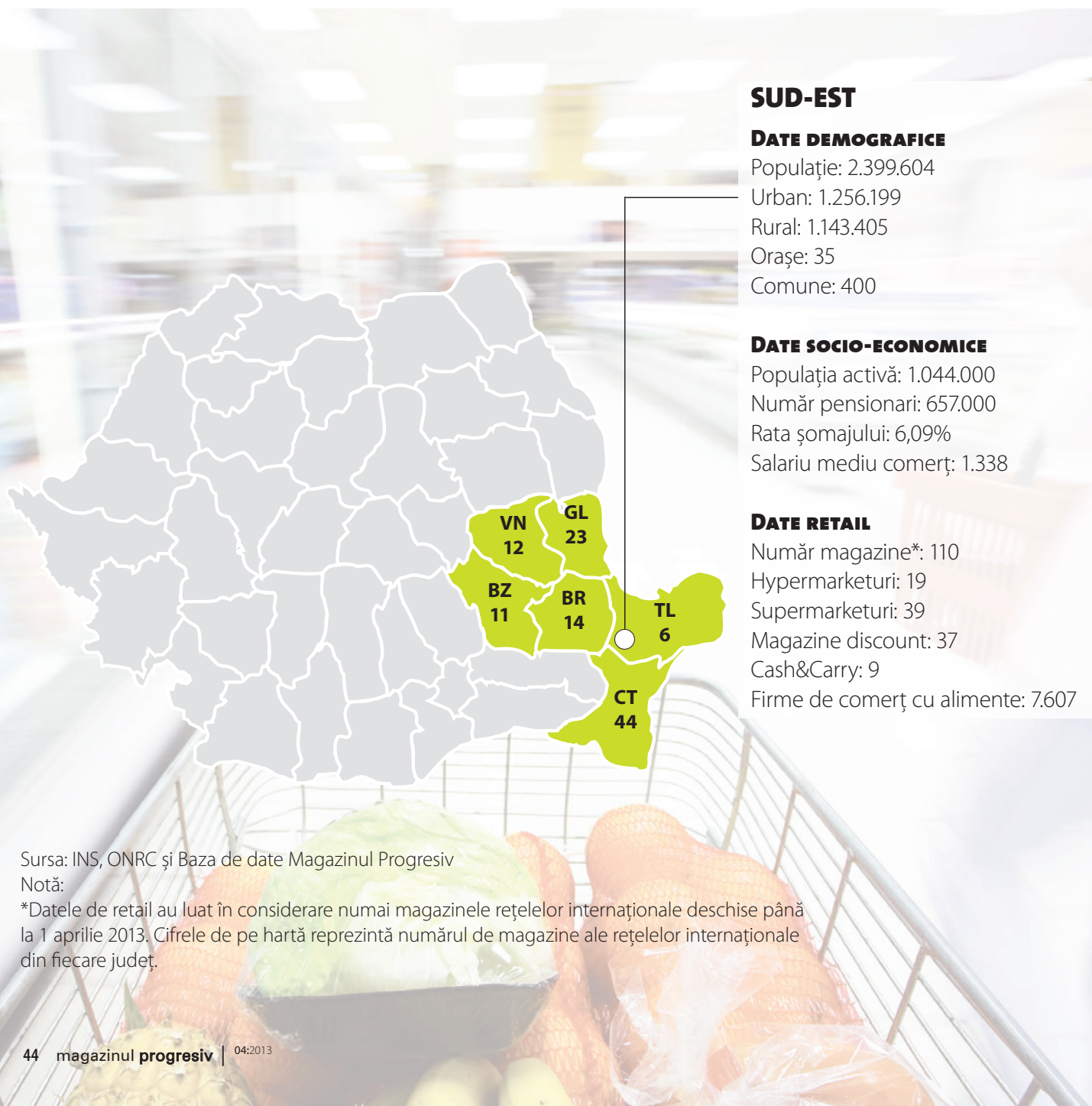




REGIUNEA SUD-EST: ÎNTRE DISCOUNT ȘI PROXIMITATE

Regiunea Sud-Est este o zonă a contrastelor. Are orașe mari, cu o dezvoltare puternică a supermarketurilor și hipermarketurilor (Constanța) sau a magazinelor de discount (Galați), dar și județe cu un retail independent bine dezvoltat (Vrancea) sau zone aproape sălbatice cu o slabă penetrare a oricăror forme de comerț (Tulcea). *De Mihail Tănase.*



SUD-EST

DATE DEMOGRAFICE

Populație: 2.399.604
 Urban: 1.256.199
 Rural: 1.143.405
 Orașe: 35
 Comune: 400

DATE SOCIO-ECONOMICE

Populația activă: 1.044.000
 Număr pensionari: 657.000
 Rata șomajului: 6,09%
 Salariu mediu comerț: 1.338

DATE RETAIL

Număr magazine*: 110
 Hipermarketuri: 19
 Supermarketuri: 39
 Magazine discount: 37
 Cash&Carry: 9
 Firme de comerț cu alimente: 7.607

Sursa: INS, ONRC și Baza de date Magazinul Progresiv

Notă:

*Datele de retail au luat în considerare numai magazinele rețelelor internaționale deschise până la 1 aprilie 2013. Cifrele de pe hartă reprezintă numărul de magazine ale rețelelor internaționale din fiecare județ.

Regiunea Sud-Est, cu județele Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea și Vrancea, are cele mai multe magazine ale rețelelor internaționale de retail, cu excepția Transilvaniei și a Capitalei. Din cei 2,4 milioane de locuitori, puțin peste jumătate locuiesc în mediul urban în cele 35 de orașe. Regiunea Sud-Est are două orașe cu peste 200.000 de locuitori (Constanța și Galați) și alte două cu peste 100.000 de locuitori (Brăila și Buzău), conform ultimului recensământ. Din acest motiv, regiunea Sud-Est este dezvoltată atât din punctul de vedere al prezenței lanțurilor internaționale de retail, cât și al rețelelor locale.

Declinul industriei din aceste orașe, mai ales în cazul județelor Galați și Brăila, a afectat regiunea de Sud-Est, care are o rată ridicată a șomajului (6,09%, față de media națională de 5,82%) și o populație activă de numai 1,05 milioane persoane, reprezentând doar 44% din populația zonei.

Din punct de vedere economic, Constanța este și cel mai important pol economic pentru regiunea Sud-Est, în primul rând datorită serviciilor (turism și port comercial la Marea Neagră). Din acest motiv, județul Constanța, cu 44 de magazine ale rețelelor internaționale la sfârșitul lunii martie, ocupă locul doi în funcție de gradul de penetrare a rețelelor internaționale în România.

În același timp, cea mai importantă zonă industrială a regiunii, formată din orașele Galați și Brăila, este în declin de la căderea comunismului, combinatul siderurgic ArcelorMittal fiind cel mai important centru industrial al zonei. Atât în județul Constanța, cât și în Brăila și Galați există porturi maritime și fluviale, precum și șantiere navale.

Buzău este un alt oraș cu industrie relativ dezvoltată. Tot aici se găsesc mai multe unități de producție ale unor importante companii din industria FMCG: Bunge (ulei vegetal), Agrana (zahăr), SABMiller (bere) și Boromir (morărit și panificație). Zona are o importanță agricolă ridicată, exemplificată de Insula Mare a Brăilei sau podgoriile din județele Vrancea, Buzău și Constanța, doi dintre cei mai importanți producători de vinuri din România (Vincon și Murfatlar) având cramele și principalele podgorii în această regiune. Tot în Sud-Est se află și bazinul legumicol din apropierea orașului Tecuci, unde se află și fabrica de procesare legume Contec a grupului Marathon. Un alt jucător important este grupul Marex din Brăila, cu o producție integrată, cu unități de creștere a porcilor, procesare a cărnii și producție a alcoolului.

Hyper și supermarketuri vs. discounteri

Cele mai importante trei orașe din regiunea Sud-Est (Constanța, Galați și Brăila) dau tonul și în privința retailului modern. Toate formatele de retail cu prezență internațională și rețelele de magazine cash&carry sunt prezente aici. La fel ca în aproape toate orașele cu cel puțin 150.000 de locuitori, cea mai recentă fază de expansiune

a retailului modern se manifestă în zona de proximitate, cu suprafețe de vânzare sub 500 de metri pătrați, dar și în zona de discount. Un exemplu în acest sens este orașul Constanța, cu o prezență puternică a rețelelor de supermarketuri. Pe lângă Billa și Mega Image, Carrefour și-a făcut anul trecut intrarea pe segmentul supermarketurilor prin preluarea a cinci magazine Aliment Murfatlar, rebranduite în luna noiembrie 2012 în magazine Market. O strategie similară a avut și rețeaua Profi, care și-a făcut intrarea în 2007 în orașul de la malul Mării Negre prin preluarea magazinelor de proximitate Uni'All, după intrarea în incapacitate de plată a Univers'All. Încă mai este loc pe piața constănțeană, dacă ținem cont că în luna februarie a acestui an atât Mega Image cât și Carrefour au deschis aici câte un supermarket. În condițiile în care dezvoltarea retailului modern din Constanța a reluat, la o scară redusă, expansiunea rețelelor comerciale din Capitală, nu este exclus ca atât Carrefour, cât și Mega Image să-și aducă aici în curând și rețelele de proximitate – Express, respectiv Shop&Go.

Și pe segmentului hypermarketurilor încă mai sunt anunțate deschideri. Cora va inaugura al doilea hypermarket al său din Constanța în vara acestui an, însă unul din cele două hypermarketuri Real din acest oraș va fi închis dacă nu se va găsi un cumpărător până la definitivarea preluării hypermarketurilor grupului Metro de către Auchan.

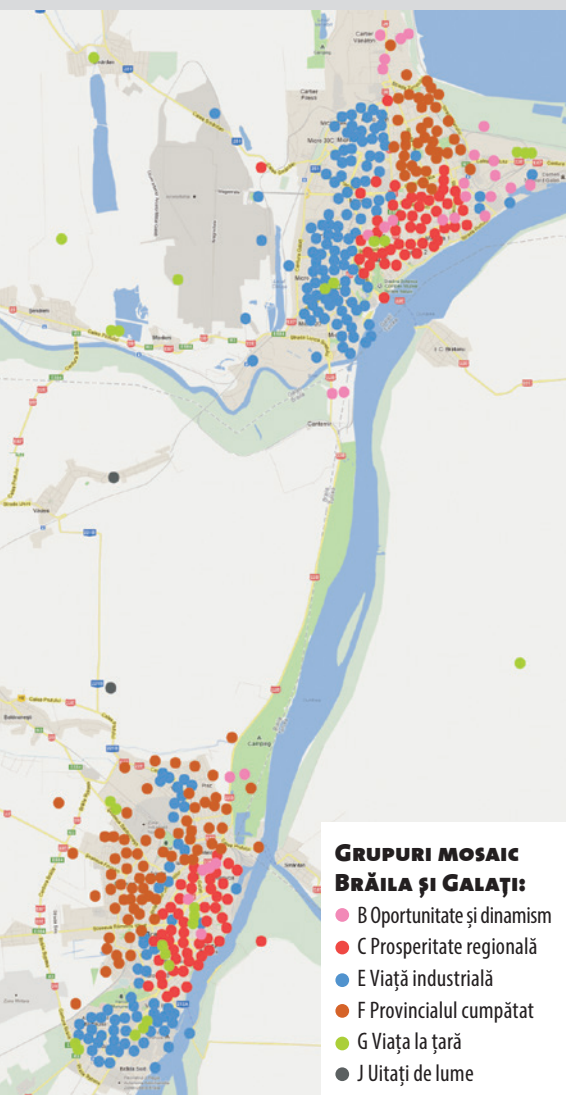
Totodată, Kaufland, rețeaua cunoscută pentru accentul pus pe discount, va deschide în această primăvară un al treilea hypermarket la Galați. Dacă în Constanța veniturile mai ridicate ale populației au permis dezvoltarea segmentelor hypermarketurilor și supermarketurilor, în orașele Galați și Brăila, dar și localitățile din mediul urban cu mai puțin de 100.000 de locuitori, tendința predominantă rămâne orientarea către discount. Tot în Galați, Lidl a deschis două noi magazine de discount în ultimele cinci luni. În plus, un supermarket Billa a fost reamenajat și transformat în XXL Mega Discount, ambele rețele aparținând grupului german Rewe.

Din punct de vedere al prezenței rețelelor internaționale de retail în județele din Regiunea Sud-Est, județul Constanța număra, la finele lunii martie, 44 de unități comerciale, ocupând locul al doilea la nivel național (după județul Cluj cu 48 de magazine).

Raportat la media națională, segmentul cash&carry este mult mai bine reprezentat în Sud-Est, în primul rând datorită zonelor turistice, având un indice de acoperire de 0,36 magazine/100.000 de locuitori, față de media națională de 0,25 magazine. Hypermarketurile au o prezență ușor mai bună decât la nivel național (0,79 unități/100.000 de locuitori față de 0,75 unități media națională) în timp ce supermarketurile și discounterele au o prezență ușor mai slabă, potrivit GeoStrategies, furnizor de informații geo-demografice și socio-economice despre consumatori și retail.

Primele trei rețele de magazine din Regiunea Sud-Est, în ordinea preferințelor localnicilor, sunt Kaufland, Carrefour și Billa. Frecvența de cumpărare din supermarketurile și hypermarketurile în această regiune este într-o proporție

PORTRETUL MOSAIC AL CONSUMATORILOR DIN REGIUNEA SUD-EST



GRUPURI MOSAIC BRĂILA ȘI GALAȚI:

- B Oportunitate și dinamism
- C Proșperitate regională
- E Viață industrială
- F Provincialul cumpătat
- G Viața la țară
- J Uitați de lume

Consumatorii Regiunii Sud-Est sunt, în termeni geo-demografici, un mix de populații cu trăsături de comportament specific, în special, grupelor Mosaic B (Oportunitate și Dinamism - oameni cu familie, foarte motivați, cu aspirații și spirit întreprinzător, care locuiesc în zone turistice cu rețele de transport bine dezvoltate), E (Viață Industrială - familii care lucrează în sectorul industrial și care locuiesc în orașele din provincie) și I (Săraci și Bătrâni - persoane bătrâne și sărace care trăiesc în mici comunități, aflate departe de orice servicii elementare, depinzând de activitățile rurale tradiționale). Aceste grupe reprezintă circa 60% din populația urbană și rurală a regiunii, remarcându-se totodată printr-un index de penetrare mai mare față de media națională.

Grupul B (Oportunitate și dinamism) reprezintă aproximativ 15% din totalul populației acestei regiuni, fiind bine reprezentat în județele Constanța și Galați. Consumatorii din acest grup sunt persoane tinere (25-40 ani), dinamice, cu venituri relativ ridicate, în general cu nivel de educație mediu. Sunt consumatori de brand-uri internaționale și își doresc un standard de viață confortabil. Au aspirații înalte și apreciază valorile materiale, constituind o categorie importantă de consumatori. Generațiile mai în vârstă au un stil care tinde spre stilul conservator, iar generațiile mai tinere au preferințe cosmopolite, sunt

adeptii unui stil internațional și își fac cumpărăturile în special la supermarketuri, magazine cash&carry și mall-uri. Grupul B își face cumpărăturile într-o măsură puțin mai mare decât media regională din Kaufland și Carrefour, însă într-o proporție mult mai ridicată din Mega Image, Cora și Auchan, semn că mare parte din reprezentanții acestui grup se regăsesc în Constanța, singurul oraș din regiune unde aceste rețele sunt prezente.

Grupul E (Viață Industrială) reprezintă aproximativ 22% din totalul populației acestei regiuni și prezintă un indice de penetrare de 1,3 ori mai mare față de media națională. Aceștia trăiesc cu o pondere mai mare în județe ca Brăila, Galați, Vrancea, Tulcea. Această grupă constă din familii care lucrează în special în sectorul industrial și locuiesc în zone cu densitate ridicată. Sunt în special familii de salariați, având doi sau trei copii, cu nivel de educație mediu, în special liceal și profesional. Consumul acestei categorii este relativ scăzut, deoarece oamenii cumpără în general strictul necesar. Sunt consumatori de retail tradițional și preferă magazine ca supermarketuri, magazine de discount, pe care le vizitează cu frecvență ridicată, în special pe perioada promoțiilor. Grupul E își face cumpărăturile într-o măsură ceva mai ridicată decât media regiunii, din rețelele Kaufland și Billa și ușor peste medie din Carrefour. În schimb, reprezentanții grupului își fac cumpărăturile de la Mega Image într-o proporție mult mai mică decât media pe regiune.

Sursa: Analiză realizată de GeoStrategies cu Mosaic România (un program dezvoltat care presupune segmentarea geo-demografică a consumatorilor din România).

Geo Strategies

mai ridicată o dată pe săptămână (30%) și o dată pe lună (24%). Un procent de 22% din populația Regiunii Sud-Est își fac cumpărăturile din aceste tipuri de magazine mai rar de o dată pe lună, aproape 3% merg să cumpere zilnic, iar 11% nu merg niciodată.

Retailerii independenți rezistă

Dacă în Buzău și Vrancea retailul modern este mai puțin dezvoltat decât în restul regiunii, cele două județe compensează printr-o prezență mai puternică a rețelelor locale, cele mai importante fiind Zanfir și Paco din județul Vrancea și CE Market din Galați.

Rețeaua Zanfir are opt magazine: patru din acestea sunt situate în orașul Focșani, alte două sunt localizate tot în județul Vrancea, în orașele Adjud și Panciu, iar restul unităților sunt în județul Bacău. Zanfir a mai deschis anul trecut un supermarket în centrul orașului Bacău, la subsolul centrului comercial Luceafărul, însă acesta a fost închis după mai puțin de un an de funcționare.

Paco este celălalt retailer independent puternic din Vrancea, rețeaua operând trei supermarketuri în Focșani și alte două în Odobești. Anul acesta, Paco ar putea deschide un al șaselea magazin, purtând negocieri pentru închirierea unui spațiu comercial. „Retailul este destul de dezvoltat în Regiunea Sud-Est, dar nu este o concurență între retailerii independenți. Mai degrabă dau peste noi rețelele internaționale, care sunt din ce în ce mai interesate de zona de proximitate. Interesul lor față de retailerii independenți este să-i cumpere, să-i scoată, să-i asimileze sau să-i francizeze”, a comentat Feliciu Paraschiv, administratorul Paco Supermarket.

În privința rețelei CE Market, conceptul magazinelor este puțin diferit: rețeaua face parte din grupul Asil, unul dintre cei mai mari producători din sectorul bunurilor de larg consum non-food din România. Din acest motiv, cea mai mare pondere din sortimentajă CE Market o dețin produsele de întreținere a locuinței, de îngrijire a corpului și cele din hârtie. Rețeaua cuprinde 21 de magazine. Prima unitate comercială a fost deschisă în septembrie 2009 la Galați, oraș unde rețeaua deține și numărul cel mai mare de unități, respectiv 14 magazine. CE Market mai operează trei magazine la Brăila, două la Buzău și altedouă în județul Ialomița.

În cazul francizei La Doi Pași, dezvoltată de Metro pentru clienții săi revânzatori din comerțul tradițional, în Regiunea Sud-Est erau, la sfârșitul lunii martie, 80 de astfel de unități comerciale, majoritatea acestor magazine (53%) fiind localizate în mediul rural. ■