

Comerțul online în România va ajunge anul acesta la aproximativ 2,8 miliarde de euro, în creștere cu 35% față de 2016, peste estimarea inițială de 2,5 miliarde de euro, informează Asociația Română a Magazinelor Online (ARMO) printr-un comunicat.

"Evoluția comerțului electronic din primele 9 luni ale anului, precum și țintele anunțate de magazinele online pentru cel mai important eveniment de shopping al anului, Black Friday, ne-au determinat să reevaluăm în creștere estimarea privind valoarea pieței comerțului online în 2017, la 2,8 miliarde de euro", a declarat Florinel Chiș, director executiv al Asociației Magazinelor Online.

Anul trecut, comerțul online din România a crescut cu 38%, la o valoare de 2,05 miliarde de euro, conform raportului european privind comerțul electronic realizat de Global Ecommerce Association, plasând România pe primul loc în Europa, după rata de creștere, și pe locul doi la nivel global după Australia, care a înregistrat un avans de 40%.

"Comerțul online are potențial foarte bun de creștere. Dacă la avansul organic al acestei verticale putem miza și pe o strategie națională de digitalizare care să permită dezvoltarea serviciilor digitale pe suport pentru promovarea micilor afaceri online și a comerțului electronic transfrontalier, dar și pe inițiative de dezvoltare a competențelor digitale pentru cetățeni, perspectivele vor fi chiar mai bune. Ne așteptăm, de altfel, ca valoarea comerțului online să ajungă la 5 miliarde de euro până în 2020", a mai spus Florinel Chiș.

Conform indicelui DESI (Digital Economic and Society Index), calculat de Comisia Europeană, rata digitalizării economiei, inclusiv în ceea ce privește serviciile publice și nivelul competențelor digitale este cea mai redusă în România prin comparație cu celelalte țări membre ale Uniunii Europene, dar cu potențial uriaș de creștere. În februarie 2015, însă, România a adoptat Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România 2020, în scopul îmbunătățirii infrastructurii și a serviciilor digitale în România, se menționează în comunicat.

Lansată în 2010, Asociația Română a Magazinelor Online (ARMO) reprezintă magazinele online din România și susține interesele membrilor săi. ARMO a elaborat Codul de Bune Practici ale Magazinelor Online și un program de atestare a magazinelor online din România, în conformitate cu acest Cod de Bune Practici.

AGERPRES