

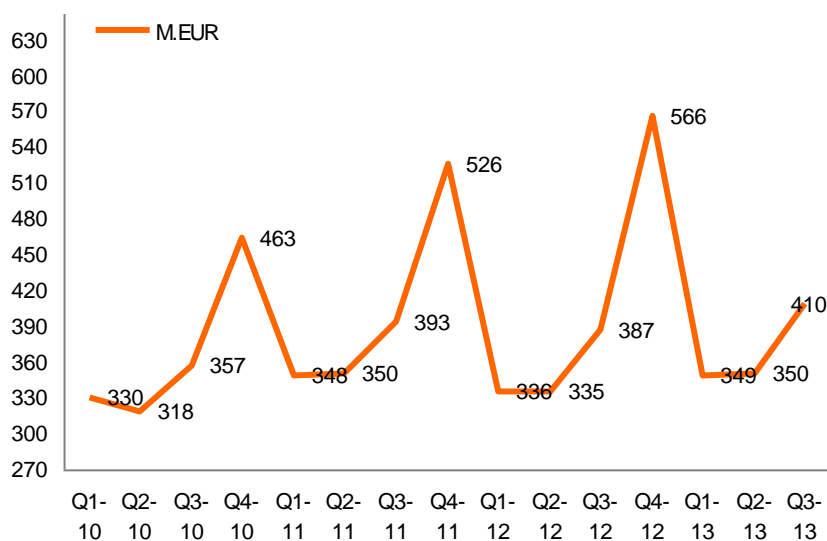
T3 2013: Trei trimestre consecutive cu rezultate pozitive în 2013

Rezultatele GfK TEMAX® România pentru al treilea trimestru al lui 2013

București, 19 noiembrie 2013 – Al treilea trimestru a fost, până acum, cel mai bun trimestru al lui 2013 pentru piața bunurilor de folosință îndelungată atât în ceea ce privește valoarea totală înregistrată, de 410 milioane de euro cât și rata de creștere, de aproape 6% față de același trimestru al lui 2012.

Excluzând piața de imprimante și multifuncționale și piața de electronice - sectoare ce au înregistrat stagnări și piața foto - care a continuat pe un trend negativ, toate sectoarele monitorizate de GfK TEMAX au marcat rate de creșteri pozitive în T3 2013 în ceea ce privește valoarea. Cu o rată de creștere de aproape 12% și o valoare totală de 115 milioane de euro, sectorul Telecom a rămas cel mai mare sector de pe piața bunurilor de folosință îndelungată. Cea mai mare creștere din acest trimestru a fost înregistrată pe piața de electrocasnice mici, cu mai mult de 12% peste același trimestru al anului precedent, în valoare. Sectorul electrocasnicilor mari confirmă evoluția bună din trimestrul precedent cu un al doilea trimestru de creștere, aproximativ 8% peste T3 2012.

Evoluția vânzărilor pentru bunurile de folosință îndelungată în România



GfK Romania
Market Research Institute
BOC Building
3 George Constantinescu
Street, 6TH Floor
district 2,
020331 Bucharest
Romania

Tel +40 21 205 55 00
Fax +40 21 205 55 05
www.gfk-ro.com
info.romania@gfk.com

Managing Directors:
Andi Dumitrescu
Doina Popescu

Commercial Register
J40/19289/1992

Sursa: GfK TEMAX® România, GfK

Electrocasnice mici

Piața electrocasnicilor mici a fost sectorul cu cea mai bună performanță în ceea ce privește rata de creștere în T3 2013, cu peste 12% mai mult decât valoarea înregistrată în T3 2012. Atât categoria aparatelor de

bucătărie dar și cea a produselor de îngrijire personală au arătat rate de creșteri de două cifre, performanțe bune înregistrând aparatele pentru prepararea mâncării și storcătoarele, pe de o parte, și aparatele de îndepărtat părul de cealaltă parte. Categoria cu cea mai bună performanță din cadrul electrocasnicelor mici a rămas cea a aparatelor de preparat băuturi, dominată de filtrele de cafea și de espressoare, piață care, impulsionată de preferința consumatorilor pentru espressoare cu capsule și pentru cele fullautomate, a ajuns la o rată de creștere de 39% în T3 2013 față de T3 2012, în valoare. Responsabilă pentru aproximativ un sfert din valoarea înregistrată în sectorul electrocasnicelor mici, piața aspiratoarelor a crescut mai puțin decât alte categorii, iar valoarea totală de pe piața electrocasnicelor mici a ajuns la 27 de milioane de euro.

Telecom

Valoarea nesubvenționată a sectorului de telecom generată în T3 2013 a înregistrat o creștere de aproape 12% în comparație cu aceeași perioadă a anului anterior, însumând 115 milioane de euro.

În timp ce, la nivel total, piața a stagnat în volum, în valoare nesubvenționată, smartphone-urile păstrează evoluția pozitivă a sectorului de telecom.

În perioada ianuarie - septembrie 2013, rata de creștere a fost de peste 15% (302 milioane de euro) față de aceeași perioadă a anului trecut. Se observă însă o încetinire a acestui trend determinată în special de eroziunea prețului mediu al smartphone-urilor. În cadrul acestui segment, s-a înregistrat în T3 o creștere a importanței segmentelor de produse din clasele mici și medii de preț.

Electrocasnice mari

Pe ansamblu, piața electrocasnicelor mari a ajuns la o rată de creștere de 8% față de T3 2012, datorită succesului pe care îl înregistrează aparatele incorporabile, principalul motor de creștere al categoriei. Piața mașinilor de spălat a depășit așteptările cu o creștere de 14% în T3 2013 față de T3 2012, evident fiindu-se clar o tendință către mașinile cu încărcare frontală cu o capacitate în kilograme mai mare (6 kg+) și eficiență energetică ridicată. În același timp, T3 s-a dovedit a fi mai dificil pentru piața frigiderelor care a înregistrat stagnare din punct de vedere al valorii și volume mai mici, dar cu vânzări mai mari pentru produsele cu tehnologia „frost free” incorporată. Alături de cuptoarele cu microunde, care au revenit la creștere, toate categoriile de pe piața electrocasnicelor mari, mai puțin cea a aragazurilor, sunt acum pe un trend ascendent în ceea ce privește valoarea și au contribuit la dezvoltarea pozitivă a sectorului în ansamblu.

IT: Încă un trimestru bun pentru tabletele media

În T3 2013 piața IT își continuă trendul pozitiv, înregistrând o creștere de peste 2% în comparație cu aceeași perioadă a anului precedent.

Ușoara creștere a sectorului a fost generată de segmentul tabletelor media și al tastaturilor, care reușesc să își păstreze evoluția pozitivă și în acest trimestru. În cadrul tabletelor media se observă că produsele cu preț atractiv, ce nu înglobează foarte multe caracteristici tehnice, cresc în importanță. De asemenea, tastaturile wireless ce pot fi conectate la o tabletă sau la un smart TV aduc segmentului de tastaturi creșteri de două cifre. Celelalte categorii de periferice, mouse-uri și camerele web, înregistrează ușoare reveniri.

Cerererile pentru calculatoare portabile, calculatoare desk și monitoare rămân în scădere și în T3 2013.

Electronice

Vânzările din sectorul electronicelor au rămas relativ stabile în al treilea trimestru al anului și valoarea totală pe această piață a ajuns la 57 de milioane de euro. În timp ce vânzările cu sisteme audio, DVD player-ele, player-ele audio portabile, consolele pentru jocuri video și televizoarele cu plasmă au rămas pe un trend negativ, televizoarele cu ecran LCD au reușit să recupereze în ultimele două luni ale trimestrului. În comparație cu același trimestru al anului precedent, vânzările de televizoare cu ecran LCD au fost mai mari cu 3% în valoare, respectiv cu 2% în volum.

Piața de imprimante și multifuncționale

Piața de imprimante și multifuncționale a înregistrat stagnare în T3 2013 (-0,1%) față de aceeași perioadă a anului trecut, ajungând la valoarea de 7 milioane de euro.

În timp ce segmentul de multifuncționale a înregistrat o ușoară creștere datorită evoluției pozitive a produselor laser, segmentul imprimantelor a contrabalansat cu o cerere în scădere. Produsele inkjet continuă pe trendul descendent, înregistrând rate de scăderi de două cifre.

Foto

Piața de foto a continuat să scadă și în acest trimestru, cu 16,6% față de același trimestru al lui 2012, ajungând la o valoare de doar 10 milioane de euro. Similar cu trimestrul trecut, camerele foto compacte au fost cele care au scăzut cel mai mult. După o scădere de 24% în comparație cu T3 2012, în acest trimestru, această categorie a înregistrat vânzări de 5 milioane de euro. Și vânzările de D-SLR-uri au scăzut, cu 2% în volum, dar au rămas stabile în valoare. Cel mai probabil, consumatorii așteaptă campaniile de Black Friday și de Crăciun înainte de a face achiziții.

Sumar în format tabelar

	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013	Q3 13 /Q3 12	Q1-3 2013	Q1-3 13 /Q1-3 12
	M.EUR	M.EUR	M.EUR	M.EUR	+/-%	M.EUR	+/-%
Consumer Electronics (CE)	110	57	52	57	-0,1%	166	-2,5%
Photo (PH)	15	9	9	10	-16,6%	28	-12,6%
Major Domestic Appliances (MDA)	105	58	73	93	7,9%	224	4,2%
Small Domestic Appliances (SDA)	35	24	24	27	12,2%	75	7,3%
Information Technology (IT)	151	105	88	100	2,2%	292	1,9%
Telecommunication (TC)	140	88	99	115	11,9%	302	15,3%
Office Equipment & Consumables (OE)	10	8	6	7	-0,1%	21	-1,4%
GfK TEMAX® Romania	566	349	350	410	5,8%	1.109	4,8%

Sursa: GfK TEMAX® România, GfK

Studiul

GfK Temax® este un indicator utilizat de GfK Retail and Technology pentru a monitoriza piețele bunurilor de folosință îndelungată. Rezultatele sunt bazate pe studiile desfășurate regulat pe panelul de retail al GfK. Panelul de retail cuprinde date de la peste 390,000 de puncte de vânzare la nivel mondial. Începând din februarie 2009, GfK Retail and Technology calculează indicele GfK TEMAX® la nivel internațional, în peste 30 de țări. Este primul indice care include toate piețele bunurilor de folosință îndelungată în țări diferite. Toate rapoartele și comunicatele de presă sunt, de asemenea, disponibile la www.gfktemax.com.

Dacă sunt citate informații din prezentul comunicat de presă sau de pe www.gfktemax.com, GfK TEMAX® trebuie indicat explicit ca sursă.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm să contactați:

Raluca Bob, tel: +40 21 205 55 00, raluca.bob@gfk.com

Grupul GfK

GfK este una dintre cele mai mari companii de cercetare de piață din lume, cu mai mult de 13.000 de experți care lucrează pentru a descoperi noi informații despre cum oamenii trăiesc, gândesc și cumpără, în peste 100 de piețe, în fiecare zi. GfK inovează constant și utilizează cele mai noi tehnologii și cele mai inteligente metodologii pentru a le oferi clienților cea mai clară înțelegere despre cei mai importanți oameni din lume: clienții lor. În 2012, vânzările GfK au fost de 1,51 miliarde EUR.

Pentru mai multe detalii, vizitați www.gfk.com sau urmăriți GfK pe Twitter: www.twitter.com/gfk_group.