

Piața de Fashion din România 2022

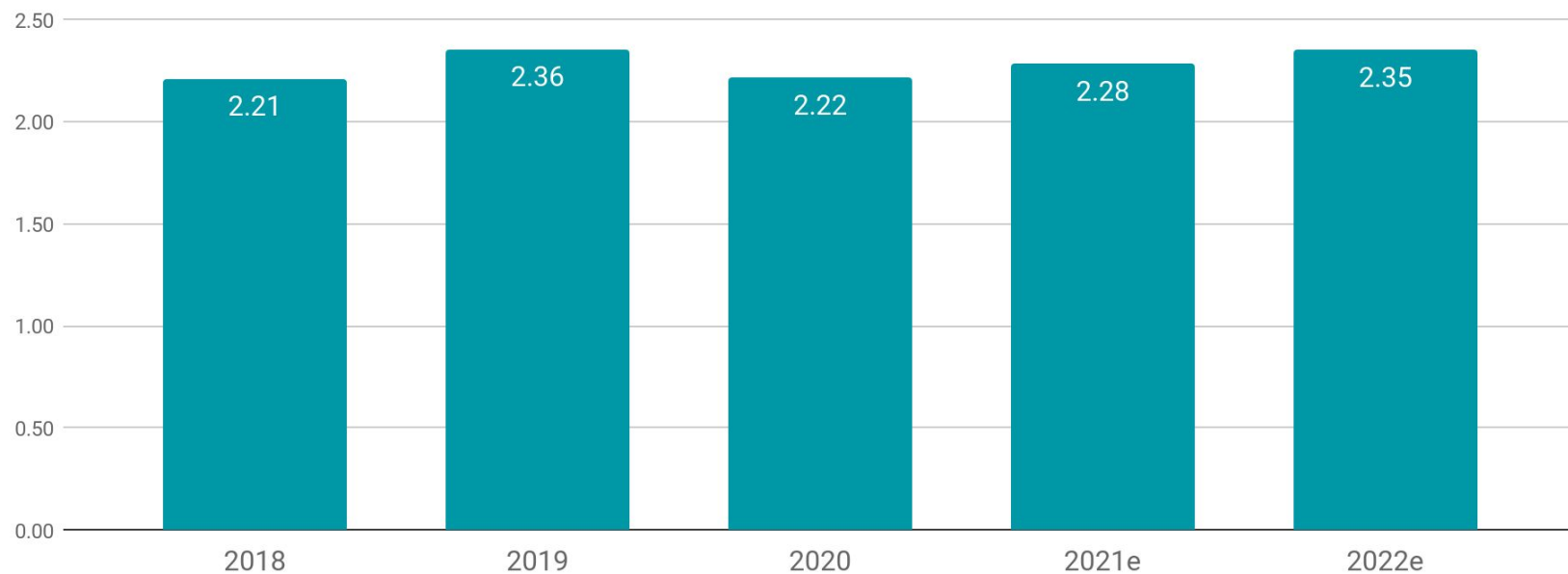
2,35 mlrd. €

valoare consum

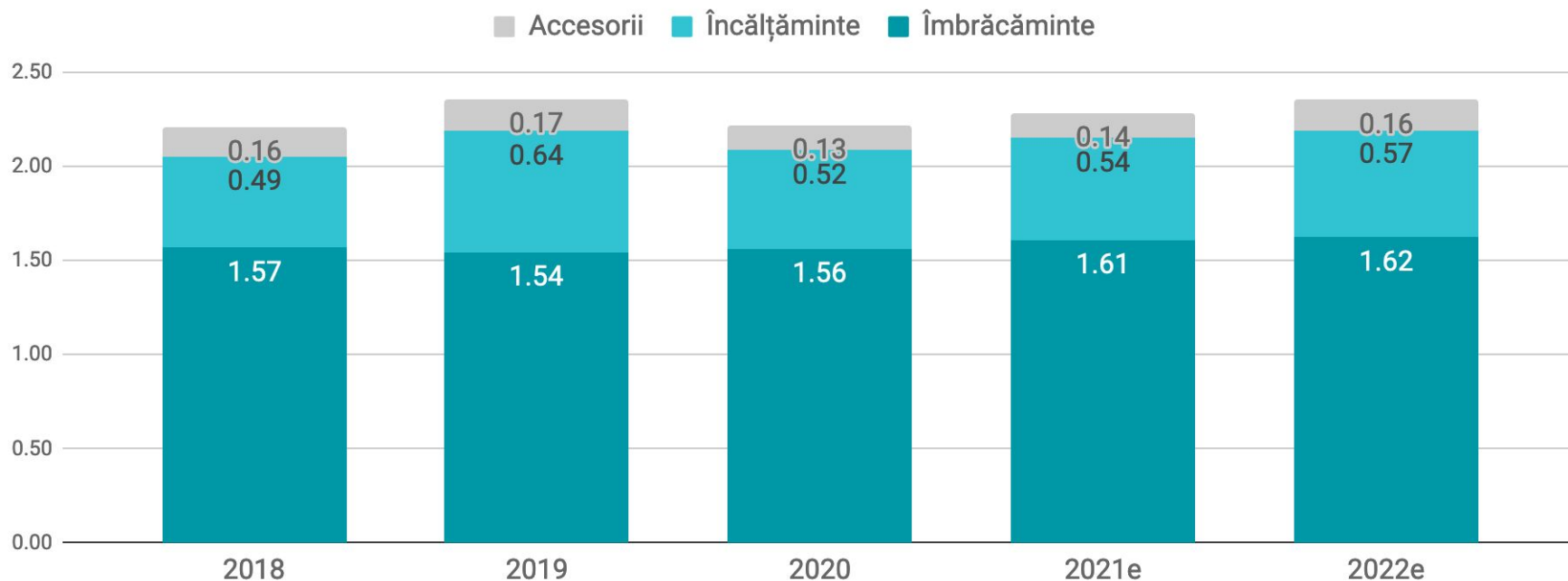
fashion în 2022

+3% YoY, după primul an de pandemie

Consum fashion (mlrd. €)



Structură consum fashion (mlrd. €)



68%

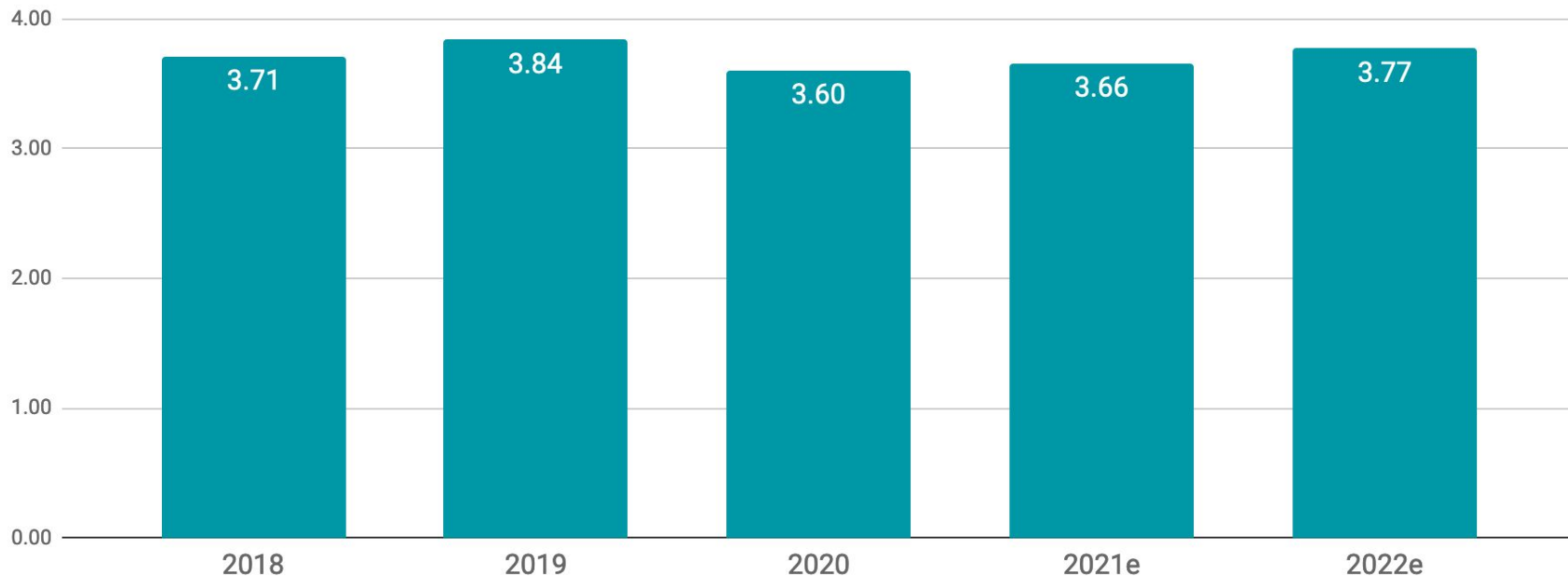
din totalul consumului
este reprezentat de
îmbrăcăminte

Fashion retail România

3,77 mlrd. €

valoare fashion retail în 2022, în
revenire după contractarea cu
6.3% în pandemie (2020)

Evoluție Fashion retail (mlrd. €)



Sursa: Estimări MKOR, Fashion Consumer Trends.Live

894 milioane €

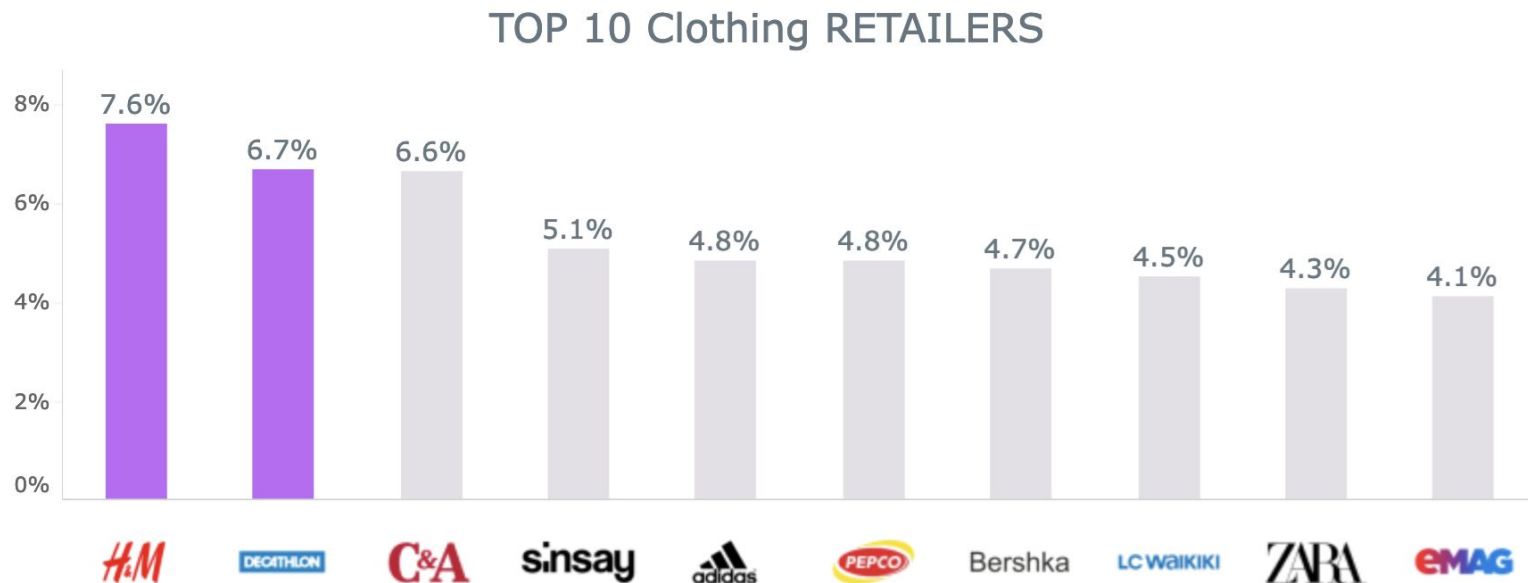
valoare online

fashion retail în 2021

+ 26% YoY în 2021

Sectorul cu cea mai mare
creștere din piața de
ecommerce

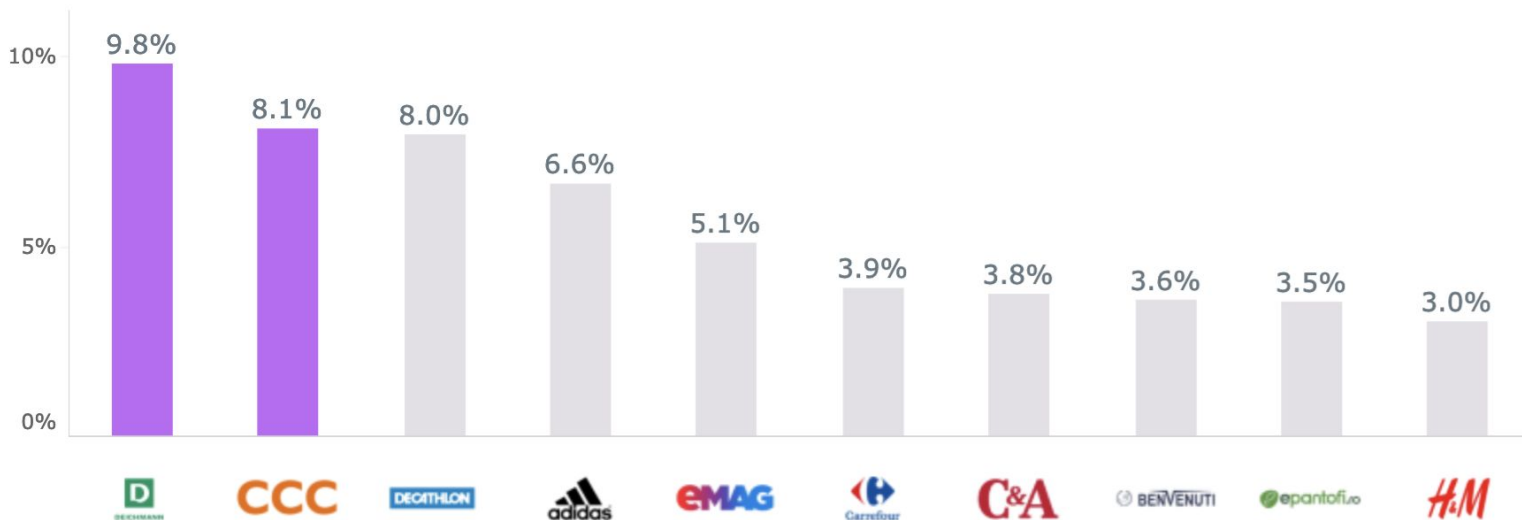
Top retaileri de fashion: îmbrăcăminte



N=3,373 | Q: Which store did you last buy Clothing from?

Top retaileri de fashion: încălțăminte

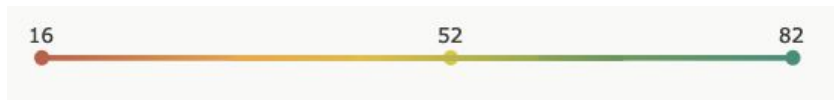
TOP 10 Footwear RETAILERS



N=2,037 | Q: Which store did you last buy Footwear from?

52

Scor NPS mediu
în retailul de
fashion



MOST LOVED FASHION BRANDS.LIVE

• June 2022 •

NPS RANK	BRAND	NPS TREND
1	Bershka	↗
2	C&A	↗
3	DEOTECH	↗
4	NIKE	↔
5	PERCO	↘
6	sinsay	↘
7	ABOUT YOU	↗
8	adidas	↗
9	EMAG	↘
10	CCC	↘

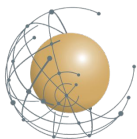
Fashion retail:

Obiceiuri de consum

Consumer Trends.Live

Primul studiu de piață în timp real din România
(și din lume), prin care monitorizăm **7 industrii**





CONSUMER TRENDS.LIVE
by MKOR

Platforma digitală prin care inovăm cercetarea de piață

- 👉 Actualizare lunară a datelor
- 👉 Acces instant la date
- 👉 Raport interactiv, ușor de explorat
- 👉 Benchmarking pe date istorice (din Feb 2021)
- 👉 Benchmarking pentru principalii retaileri din piață
- 👉 Reprezentativitate la nivel de piață



Metodologie



Fashion Consumer Trends.Live oferă acces în timp real la datele din piața de Fashion retail, actualizate lunar.

- **Eșantion:** N=6,043 respondenți
- **Caracteristici eşantion:** reprezentativ național pe criterii de gen, vârstă și regiune. Nivel de încredere 95%, eroare max. +/-1.4%
- **Target:** populația generală a României cu vârste cuprinse între 18 și 65 de ani
- **Metodă de cercetare:** sondaj de opinie
- **Instrument:** chestionar
- **Abordare:** online, prin Panelul MKOR
- **Vizualizare date:** Dashboard interactiv, online

Consumer Trends.Live este instrumentul digital aliniat uneia dintre cele mai inovatoare și dinamice industrii - retailul. În acest sector este necesar ca datele din piață să țină pasul cu ritmul industriei, în special în timpul perioadelor pline de provocări precum cele din ultimii ani.

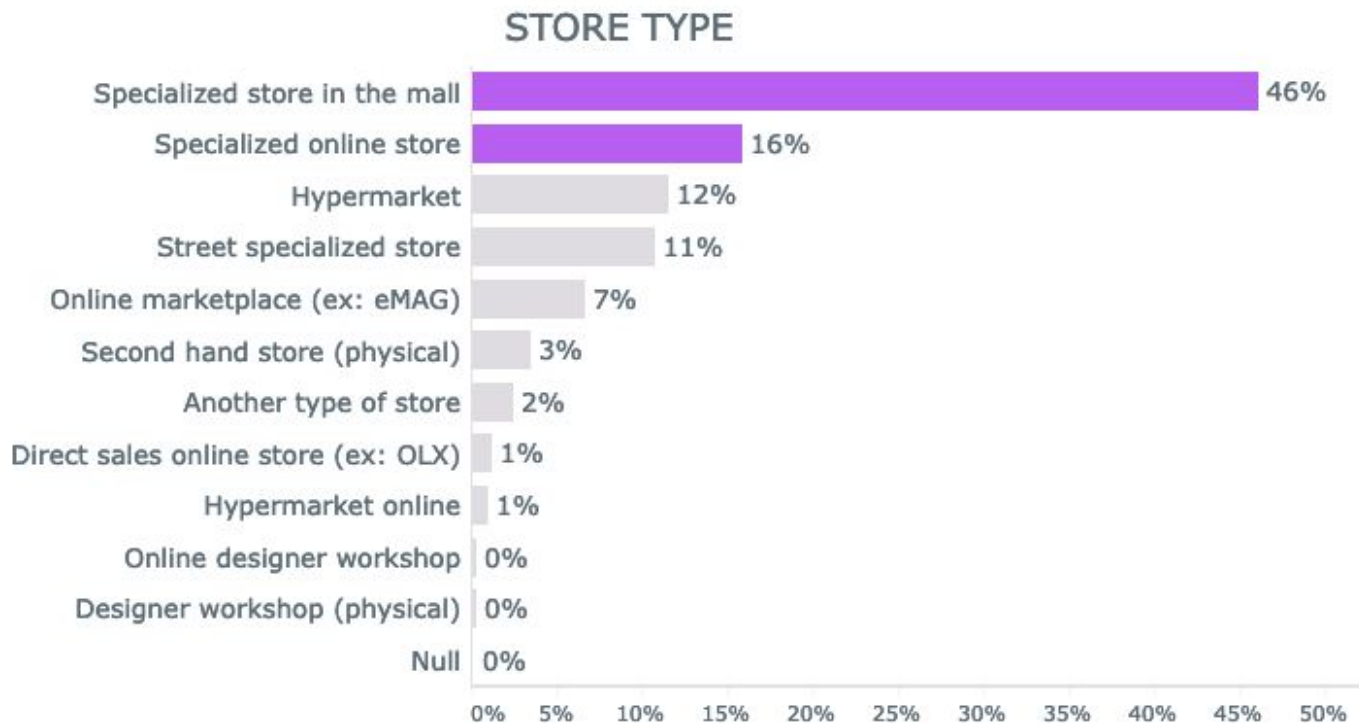


Top categorii de produse



Sursa: Fashion Consumer Trends.Live, Iunie 2022, N=6,043 respondenți

Obiceiuri de consum fashion



Sursa: Fashion Consumer Trends.Live, Iunie 2022, N=6,043 respondenți

46%

dintre consumatori
preferă să cumpere
articole fashion din mall



2.5 x

frecvența medie
de cumpărare
lunară



300 RON

bugetul mediu la
o sesiune de
cumpărături

+12% Bugete mai mari
pentru cumpărăturile
online, comparativ
cu offline



Fashion retail:

Online vs.

Offline

21%

dintre consumatori
au cumpărat articole de
fashion exclusiv online în
ultima lună

Diferențiatori pentru magazinele online

- 👍 Raportul calitate-preț (40%)
- 👍 Experiența de cumpărare (35%)
- 👍 Produsele oferite (31%)

Diferențiatori pentru magazinele offline

- 👍 Ambianța magazinului (35%)
- 👍 Experiența de cumpărare (32%)
- 👍 Produsele oferite (31%)

Fashion retail: Experiențe digitale

6 din 10

consumatori folosesc telefonul
mobil la cumpărăturile din
magazinele fizice

Utilizarea telefonului pentru:

- 👉 Accesarea aplicației magazinului (24%)
- 👉 Accesarea cardului de loialitate (22%)
- 👉 Plata cumpărăturilor (21%)

Millennials și Gen Z

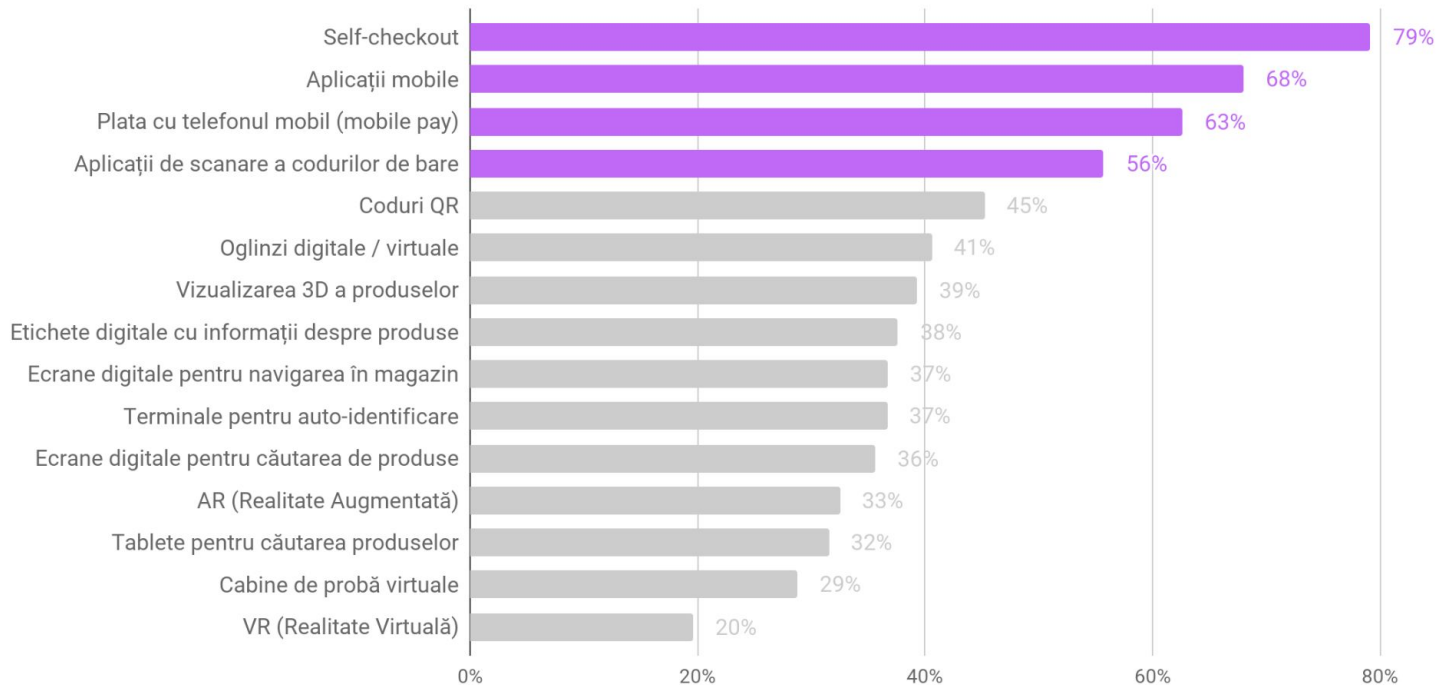
plătesc cel mai des cu
telefonul mobil în magazin

Sursa: Fashion Consumer Trends.Live, Iunie 2022, N=6,043 respondenți

8 din 10

consumatori au interacționat
cu tehnologii digitale în
sesiunile de cumpărături de
fashion

Experiențe digitale în magazinele de fashion



Sursa: Fashion Consumer Trends.Live, Iunie 2022, N=6,043 respondenți

Millennials și Gen Z
interacționează cel mai
mult cu tehnologiile
digitale

Fashion retail:

Magazinul viitorului

54%

dintre români își doresc o
experiență High-Tech la
cumpărături

High-Tech

28% Aplicații mobile

15% Plată fără numerar

11% Gadgeturi & Tehnologii

În plus, consumatorii
așteaptă o experiență:

37% Premium, la prețuri accesibile

16% Omnichannel

Concluzii

👉 Piața de fashion revine ușor (+3%) după scăderea din pandemie. Încălțăminte a înregistrat cea mai mare scădere (-24%), urmată de cea mai mare creștere (+10%) post-pandemie.

👉 68% din consum îl reprezintă îmbrăcămintea, constantă în ultimii 5 ani, indiferentă la impactul pandemiei.

Concluzii

- 👉 Românii preferă să cumpere articole fashion din mall, trend vizibil inclusiv în pandemie.
- 👉 Românii alocă 750 RON / lună cumpărăturilor de fashion. 2 din 10 cumpără online, alocând bugete cu 12% mai mari, lunar.
- 👉 Majoritatea folosesc telefonul la cumpărăturile offline, în special pentru accesarea aplicației mobile a magazinului sau a cardului de loialitate, dar și pentru plăți.

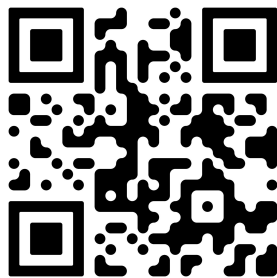
Concluzii

👉 Diferențiatorii principali sunt raportul calitate-preț, în online, și atmosfera din magazin, în offline. Experiența de cumpărare și produsele oferite sunt esențiale indiferent de mediu.

👉 Consumatorii așteaptă de la Magazinul Viitorului o experiență omnichannel, tehnologizată, premium, la prețuri accesibile.



mkor.ro/FR



Corina Cimpoca, MBA
Fondator, Senior Consultant
corina@mkor.ro
linkedin.com/coricimpoca