

Evaluarea impactului economic și social al sectorului retail în România

Această carte se bazează pe concluziile și informațiile din studiul „Analiza impactului socioeconomic al sectorului retail în România”, finanțat de către REWE România SRL.

Datele au fost obținute din surse publice și analizate de către autori.

Autorii își asumă întreaga responsabilitate pentru conținutul, opiniile și interpretările prezentate în această carte. Acestea nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorului sau al altor entități asociate cu studiul.

Informațiile incluse au scop educativ și informativ și nu reprezintă recomandări profesionale sau juridice.

Ion ANGHEL
(coordonator)

Nicolae ISTUDOR

Tănase STAMULE

Adriana AnaMaria DAVIDESCU

Vasile Alecsandru STRAT

Mihaela Hrisanta MOSORA

Cristina Ștefania CUREA

Sorin ANAGNOSTE

Evaluarea impactului economic și social al sectorului retail în România

Editura ASE
București
2025



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Copyright © 2025, Academia de Studii Economice din București

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Evaluarea impactului economic și social al sectorului retail în România /

Ion Anghel (coord.), Nicolae Istudor, Tănase Stamule, - București :

Editura ASE, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0565-5

I. Anghel, Ion

II. Istudor, Nicolae

III. Stamule, Tănase

339

Editura ASE

Tehnoredactor: Ruxandra Argatu

Coperta: Livia Radu

Cuprins

Lista tabelelor	7
Lista figurilor	9
1. Impactul economic prin valoarea adăugată brută a sectorului / grupului de companii de retail modern	11
1.1. Datele și metodologia.....	12
1.2. Contribuția sectorului 47 la lanțurile valorice din economie, cu evidențierea rolului subsectorului CAEN 4711.....	20
1.3. Impactul sectorului „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)” în produsul intern brut al României	23
2. Numărul de angajați și costurile salariale, contribuțiile fiscale și sociale ale sectorului „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)”	28
2.1. Analiza evoluției principalilor indicatori economico-financieri	28
2.1.1. Analiza dinamicii numărului de întreprinderi active și a cifrei de afaceri.....	28
2.1.2. Analiza dinamicii numărului mediu de salariați la nivelul sectorului	30
2.1.3. Analiza productivității muncii	30
2.2. Impactul companiilor (Top 10) asupra sectorului „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)”	31
2.3. Evoluția câștigului salarial mediu la nivelul sectorului „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)” și a grupului de companii din Top 10 versus câștigul salarial mediu la nivelul economiei naționale	33
2.4. Analiza contribuțiilor fiscale și sociale obligatorii la nivelul sectorului (impactul asupra bugetului de stat)	36
3. Analiza eficienței costurilor și a ratelor de rentabilitate în sectorul „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)”	43
3.1. Analiza ratei de eficiență a cheltuielilor de exploatare (cheltuieli la 100 lei venituri din exploatare)	44
3.2. Analiza ratelor de rentabilitate.....	46
3.2.1. Analiza ratei rentabilității economice la nivelul eșantionului de companii.....	48
3.2.2. Analiza ratei rentabilității financiare la nivelul eșantionului de companii	49
3.2.3. Analiza ratei rentabilității comerciale nete la nivelul eșantionului de companii.....	50
3.3. Analiza rezultatelor și performanțelor din sector pe tipuri de companii	52

4. Investiții realizate (structurat pe tipuri de investiții și regiuni de dezvoltare).....	56
5. Contextul actual, dezvoltare regională și bunăstare.....	63
6. Proiecte de inovare și cheltuieli de cercetare-dezvoltare.....	80
7. Inițiative la nivelul comunităților locale, activități de responsabilitate socială	91
7.1. Realizări în domeniul ESG în sectorul „Comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711)”	94
7.2. Recunoașterea proiectelor de responsabilitate socială prin distincțiile Community Index 2024	101
7.3. ESG în practică: obstacole, priorități și alocări de resurse – analiză cantitativă și calitativă	104
Concluzii	111
Bibliografie	115
Anexă	117