

Globalna sprzedaż żywności online będzie rosła do 2024 r. w tempie 14,1 proc. rocznie [RAPORT]

data aktualizacji: 2019.12.03



Globalni liderzy detalu spożywczego bardzo aktywnie rozwijają ofertę e-commerce, zarówno poszerzając asortyment, jak i rozwijając logistykę dostaw zamówień. W ostatnim kwartale byliśmy świadkami wielu inicjatyw w tym zakresie. Rozwój sprzedaży żywności online pozostanie w najbliższych pięciu latach priorytetem detalistów - raport Edge by Ascential.

Inwestycje w kanał e-commerce skutkują szybkim wzrostem sprzedaży - tempo tego wzrostu będzie w najbliższych pięciu latach znacznie wyższe niż w przypadku kanału offline, a głównymi beneficjentami będą amerykańskie sieci Target, Walmart i Kroger. W 2024 r. udział sprzedaży kanału e-commerce w łącznej sprzedaży detalicznej wyniesie 21,1 proc. w sieci Target, 15,2 proc. w Walmarcie i 9,6 proc. w sieci Kroger.

Top 10 - Największe światowe sieci detaliczne - sprzedaż brutto (mld USD), 2019-2024



Source: Edge by Ascential, 2019

Data sourced on 25 November 2019: Variations may occur on data sourced from the database after this time.

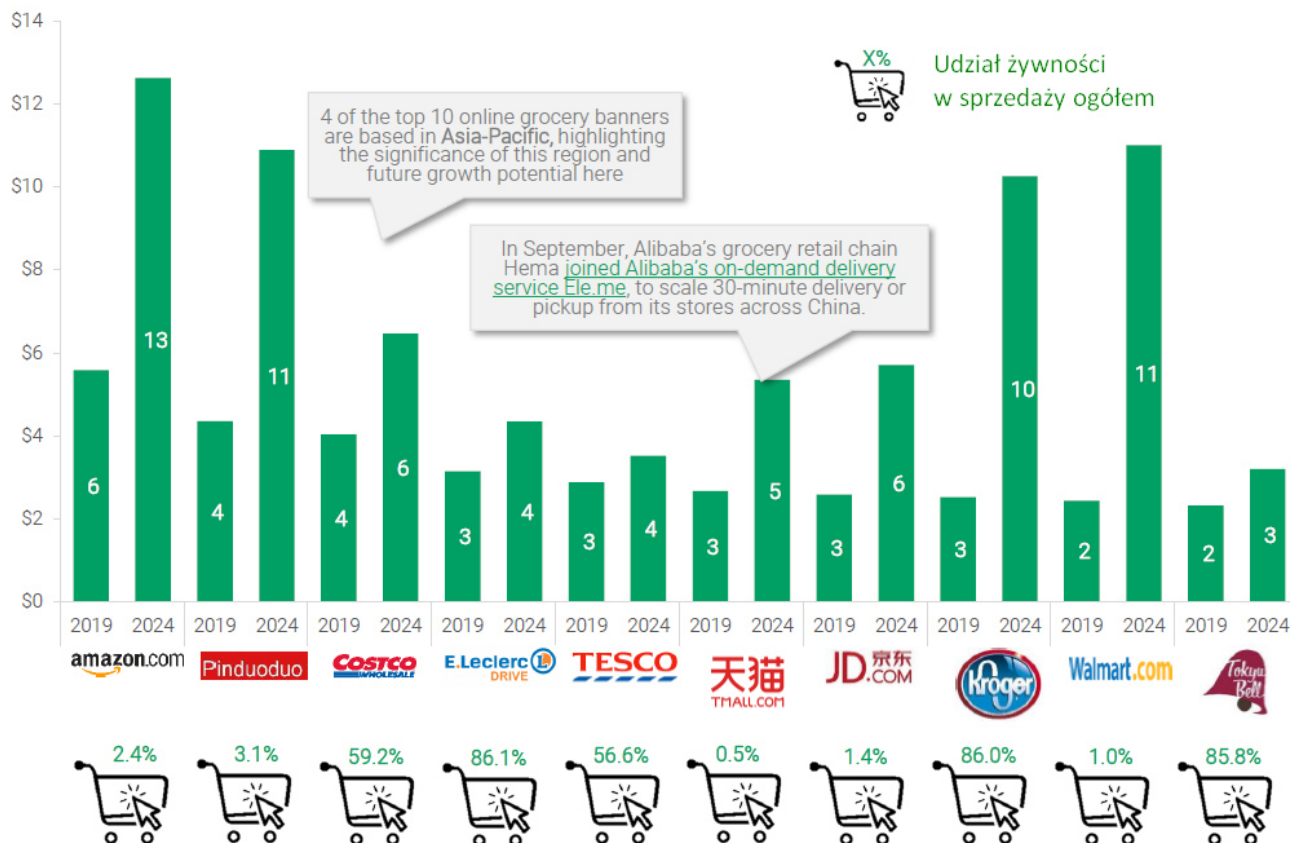
W przypadku żywności rozwój sprzedaży online był znacznie spóźniony w porównaniu z innymi kategoriami produktowymi, co wiązało się zarówno z wyzwaniami logistycznymi, jak i zachowawczym podejściem konsumentów. Obecnie tylko 3,3 proc. żywności sprzedawane jest online, podczas gdy średnia dla całego rynku to 20 proc., a w przypadku takich kategorii, jak elektronika użytkowa to już niemal 50 proc.

Jednak niska penetracja e-commerce na rynku żywności oznacza duży potencjał przyszłych wzrostów. Według analityków Edge, do 2024 r. sprzedaż produktów spożywczych online będzie rosła w tempie 14,1 proc. rocznie CAGR. Warto przy tym zaznaczyć, że kategoria „żywność i napoje” jest pod względem wartości sprzedaży ponad dwukrotnie większa od drugiej w kolejności kategorii „moda i odzież”.

Detaliści, świadomi wysokiego potencjału wzrostu e-grocery, inwestują w strategię omnichannel i szybko zwiększają sprzedaż żywności online – w przypadku sieci Kroger i Walmart do 2024 r. ulegnie ona potrojeniu.

Eksperti Edge by Ascential zwracają uwagę na fakt, że sprzedaż żywności online interesują się także detaliści non-food – u których produkty spożywcze odpowiadają za mniej niż 5 proc. sprzedaży ogółem. Wśród 10 największych sprzedawców żywności online, pięciu to pure-players (działający wyłącznie w sieci), z czego cztery firmy nie są detalistami spożywczymi – Amazon.com, Pinduoduo.com, Tmall.com i JD.com. Dla tych gigantów e-commerce żywność i napoje wciąż stanowią margines sprzedaży, jednak wszystkie platformy systematycznie rozwijają ofertę własną i pozyskują partnerów wśród wiodących detalistów spożywczych.

Top 10 - Najwięksi globalni sprzedawcy żywności online - sprzedaż brutto (mld USD), 2019-2024



Source: Edge by Ascential, 2019

Data sourced on 25 November 2019: Variations may occur on data sourced from the database after this time.

Największe aspiracje wykazuje w tym zakresie Amazon. Jak wynika z danych Market Plus, zawartych w raporcie Edge Retail Insight, sprzedaż żywności na platformie Amazon.com od dwóch lat notuje pozytywną dynamikę – w I kwartale 2019 r. wzrosła o 44,1 proc. rok do roku. Liczba podmiotów oferujących żywność w ubiegłym roku wzrosła o 11,7 proc.

W ofercie Amazona przeważają takie produkty, jak napoje, odżywki sportowe czy żywność sucha, natomiast wciąż wolniej rosną takie kategorie świeże, przede wszystkim ze względu na trudności logistyczne – skomplikowany system różnych form dostawy, zróżnicowane abonamenty i niepełne pokrycie geograficzne sieci logistycznej dla dostaw świeżej żywności.

Amazon koncentruje się zatem na doskonaleniu systemów dostaw, poprawiając szybkość i zasięg sieci logistycznej, a jednocześnie firma optymalizuje współpracę z siecią stacjonarną Whole Foods. Przykładowo, w październiku 2019 r. usługa Amazon Fresh została udostępniona nieodpłatnie dla abonentów Prime, a jednocześnie zniesiono opłatę za usługę odbioru w czasie do dwóch godzin zamówień złożonych w sieci Whole Foods, co ma przyciągać do niej lojalnych klientów Amazona.

Źródło: Edge by Ascential, Food & Beverage Sector Report, November 2019

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/globalna-sprzedaz-zywnosci-online-bedzie-rosla-do-59064>