

16 Març 2022

# **Mercat d'Alimentació als Estats Units**

Ecommerce alimentació

# ECOMMERCE FOOD ALS EUA TE SENTIT PER LA MEVA EMPRESA?

B2B

B2C / DTC

# ECOMMERCE FOOD ALS EUA TE SENTIT PER LA MEVA EMPRESA?

B2B

B2C / DTC

**RANGE ME**

# ECOMMERCE FOOD ALS EUA TE SENTIT PER LA MEVA EMPRESA?



**RANGE ME**

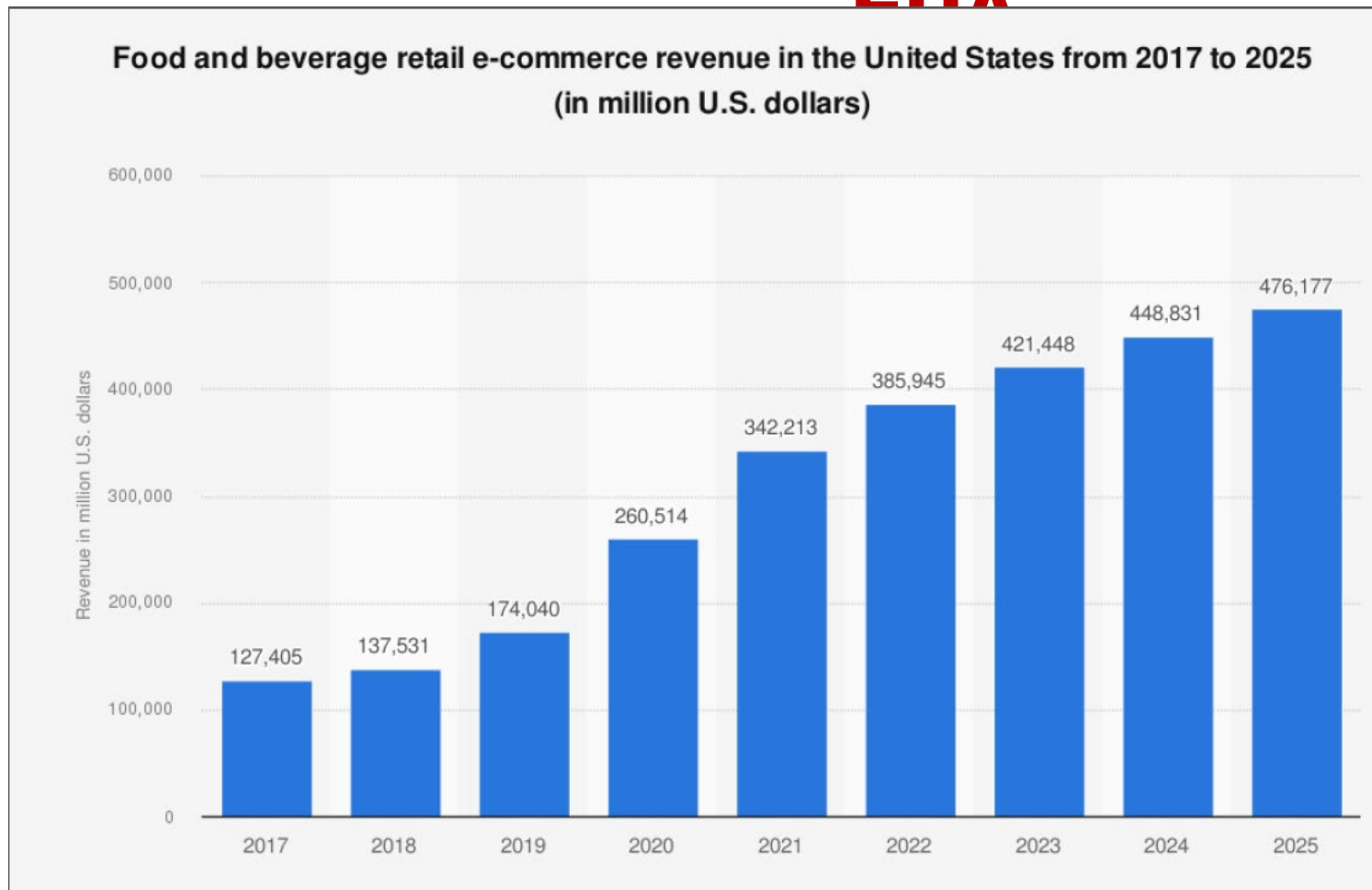


**AMAZON**

**TENDA PROPIA**

**ALTRES OPCIONS**

# DADES RELLEVANTS D'ECOMMERCE FOOD ALS EUA

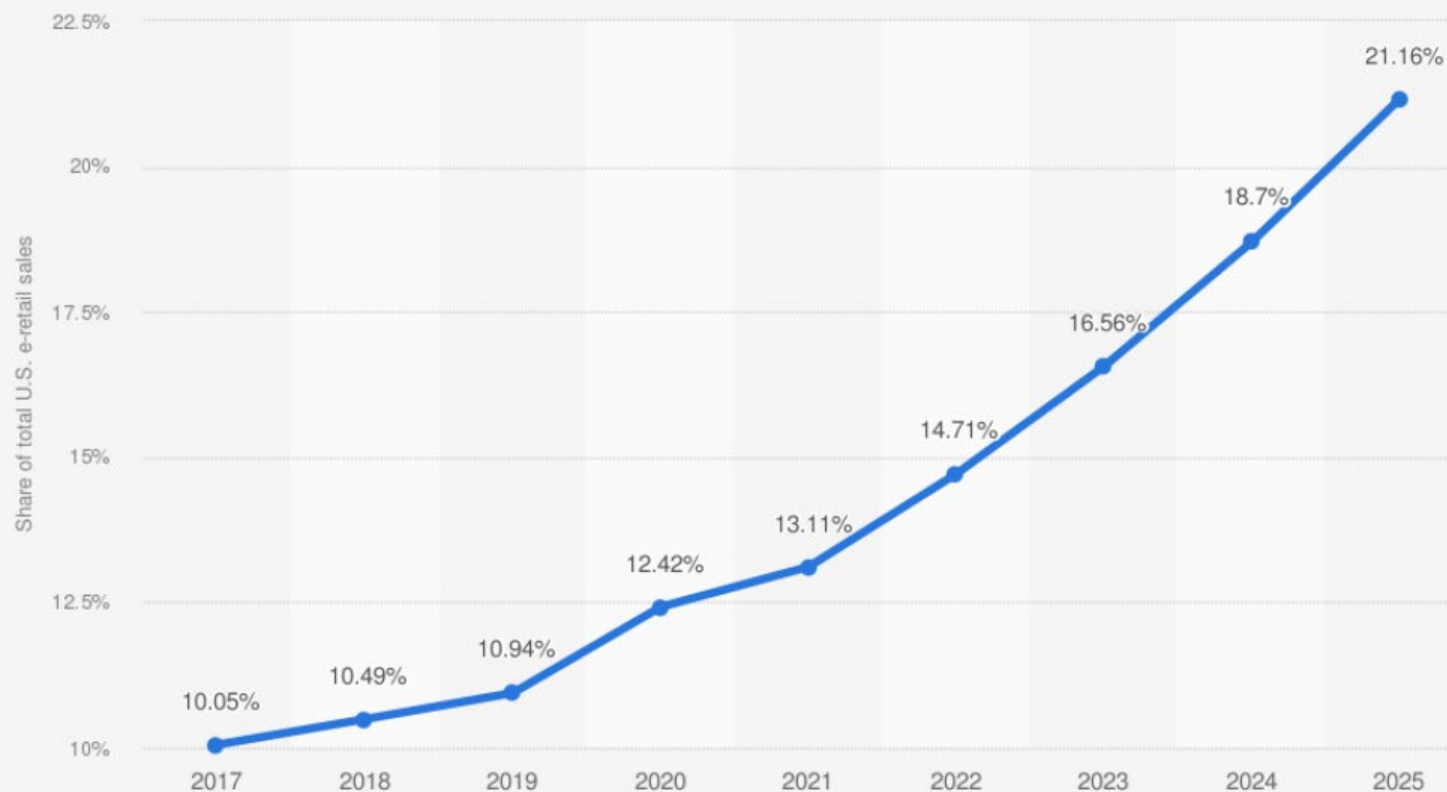


## INGRESSOS ECOMMERCE FOOD

- Entre 2018 i 2021 el ingressos s'han més que duplicat.
- 2021: ingressos per 342 mil millions.
- Projecció ascendent imparable.

# DADES RELLEVANTS D'ECOMMERCE FOOD ALS

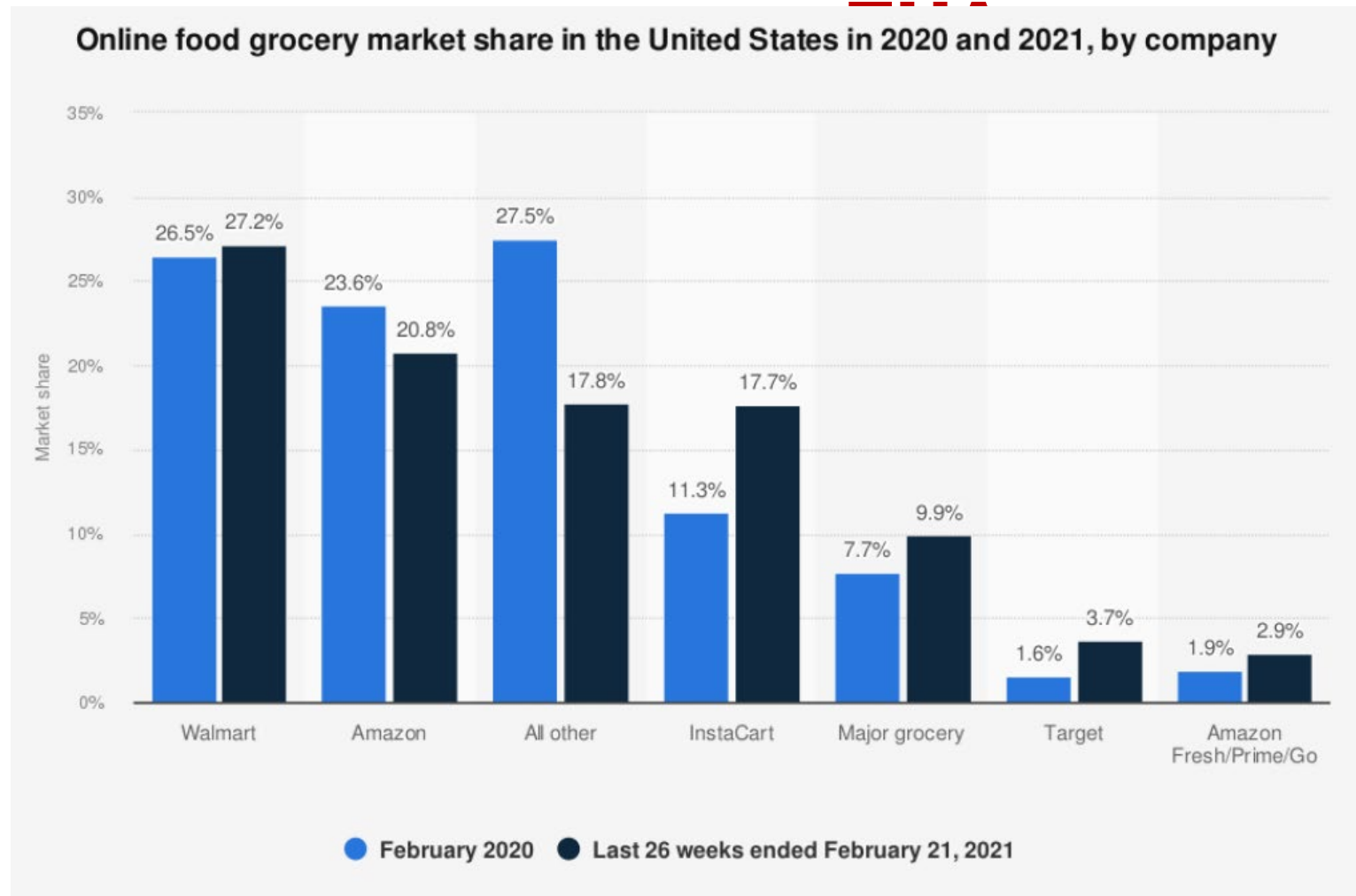
Food and beverage sales as percentage of total retail e-commerce sales in the United States from 2017 to 2025



## RATIO DE VENDES DE FOOD VS ECOMMERCE GENERAL

- Entre 2018 i 2021 es passa del 10 al 13
- Esperem que al 2025 superi el 20%
- De nou, bones notícies pel sector: projecció ascendent imparable.

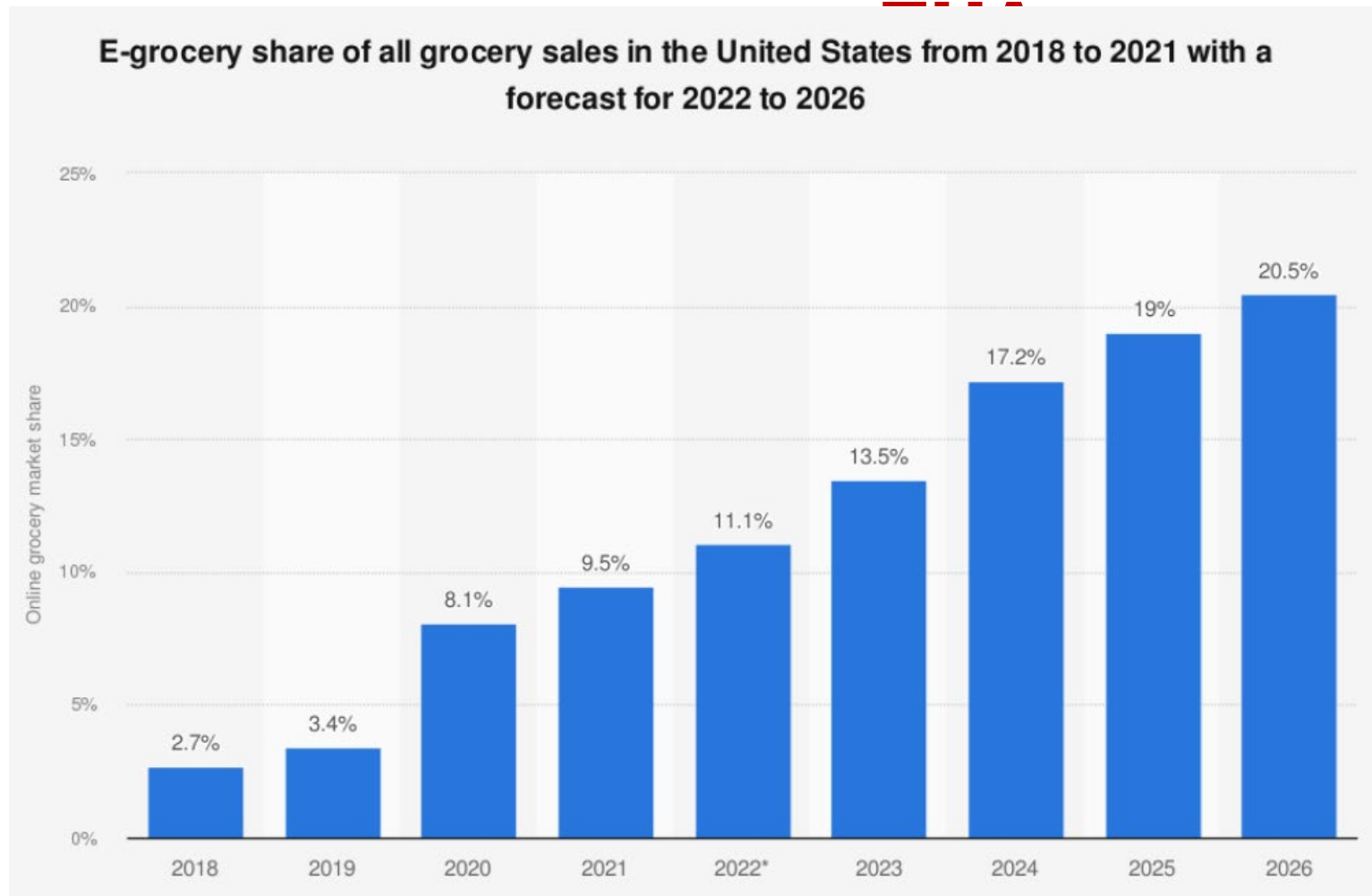
# DADES RELLEVANTS D'ECOMMERCE FOOD ALS



## QUOTA DE MERCAT PER EMPRESA

- **WALMART** va ser el minorista líder en vendes el 2021 amb quota de mercat del 27,2 %.
- **AMAZON** va ser el segon amb una quota de mercat del 20,8%.
- La resta son empreses regionals com **ALBERTSONS, KROGER, HEB, PUBLIX** (i van de Baixada).
- Destacar l'app **INSTACART** en creixement (1 de cada 5, + visitat).
- Destacar **AMAZON FRESH** (Whole Foods) + **TARGET** en augment.

# DADES RELLEVANTS D'ECOMMERCE FOOD ALS

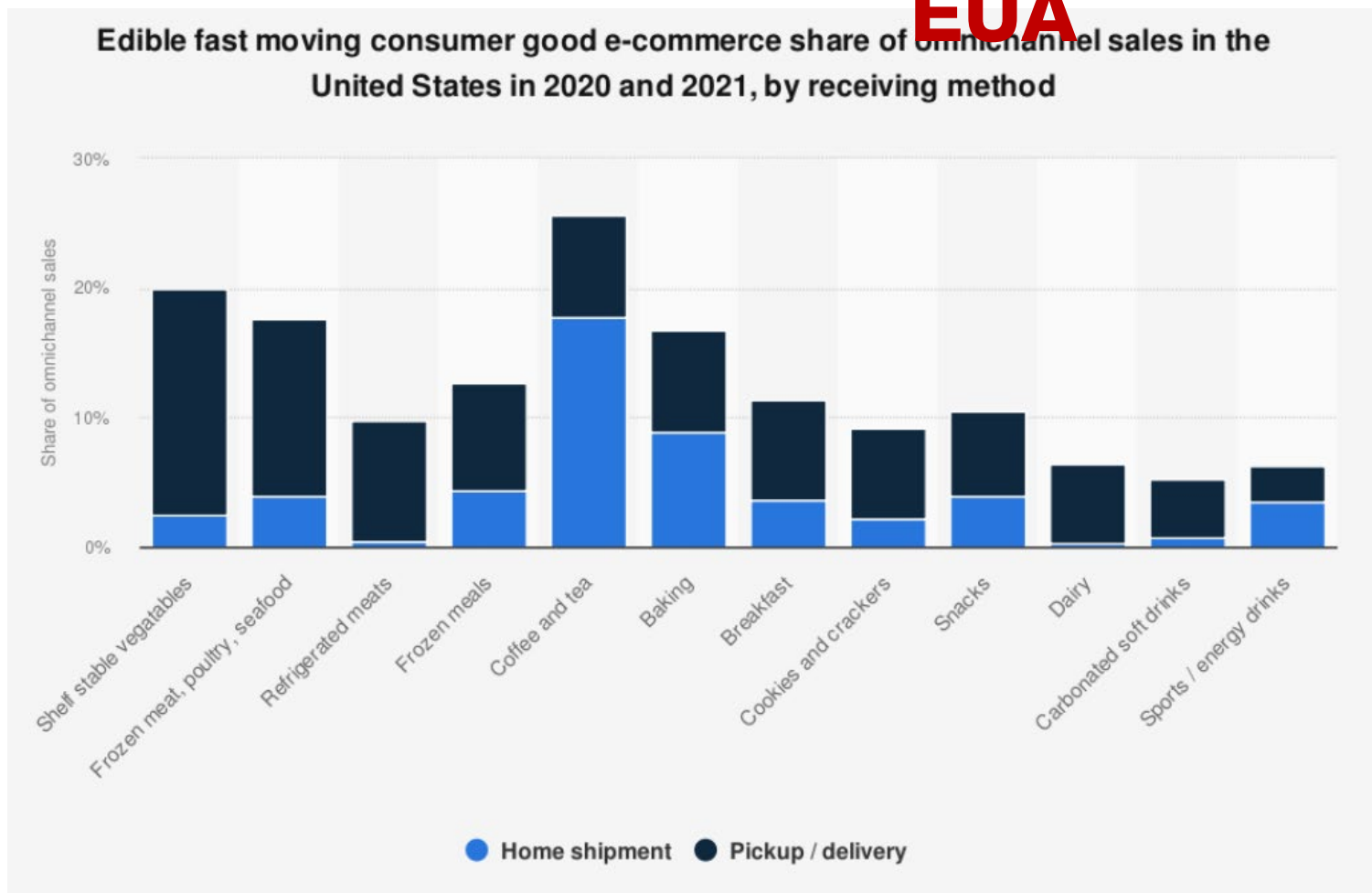


## QUOTA DE COMPRES QUEVIURES ELECTRONIQUES VS. EN TENDA

- EFECTE PANDEMIC: canvi del 2019 al 2020
- Es preveu que les vendes de queviures a través dels canals de comerç electrònic **AUGMENTIN**.
- L'any 2026, les projeccions per als EUA mostren que el ecommerce de queviures representaran el **20,5%** de les vendes totals de queviures.
- Curiosament hi ha cert paralelisme entre aquesta quota i la quota de ecommerce food vs. ecommerce general



# DADES RELLEVANTS D'ECOMMERCE FOOD ALS EUA



## ECOMMERCE FOOD PER CATEGORIA DE PRODUCTES.

- El cafè i el te van ser la categoria més popular per a l'enviament a domicili (UPS i FedEx)
- les **verdures estables** van ser la categoria més popular per a la recollida en tenda.
- Els congelats són la segona categoria en recollida en tenda.

# TENDENCIES I COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

- Els consumidors nord-americans que compren en línia prefereixen rebre els seus queviures **a casa seva**.
- La **recollida a botiga** (*curbside pickup*) va guanyar popularitat. P.e. el 46% dels enquestats preferia la recollida a botiga de begudes alcohòliques / productes per cuinar / forn.
- La **generació Z** va informar que està interessada en tot tipus de mètodes de compra i lliurament de queviures i 16 % van informar que esperaven comprar queviures en línia amb molta més freqüència després que la pandèmia acabi.
- Les **transaccions d'escriptori** són més populars que les de mòbils i es fan més sovint a les webs del minorista.
- El 50% dels compradors online utilitzen l'**històric** de comandes per recomprar queviures.
- Per fer les compres grans el 70% dels compradors online **triguen més de 1 dia** a fer la llista de la compra online.
- 23% de tots els compradors de queviures online tenen la intenció de comprar online amb **més freqüència**

# TENDÈNCIES I COMPORAMENT DEL CONSUMIDOR <sup>11</sup> – GEN Z

- Les tendències d'alimentació **saludable** porten al **consum verd**. El treball remot i la pandèmia han impulsat la salut immune, la digestió, la salut cognitiva, els nivells d'energia i la gestió de l'estrès. També l'impacte al planeta, especialment a través de la nostra dieta (Amazon s'ha compromès amb la sostenibilitat).
- **Personalització**: relacionar-se amb les marques segons els seus termes és empoderador. L'ús de les **xarxes socials** juntament amb la personalització augmentarà les mètriques de conversió creant una experiència connectada més personalitzada per a grups d'edat específics.
- **Consistència**: volen fiabilitat, valors i coherència:.
- Es econòmicament intel·ligent aquest aliment? L'empresa té principis? Es intuïtiu el procés per a la navegació i la comanda online? Utilitzaran aquests principis tant si compren a la botiga, a través d'una app o en un lloc web.
- **Mitjans socials i influencers** per a aliments i begudes: creant un impacte a les xarxes socials, els consumidors més joves continuen comprant a marques que ofereixen una experiència personalitzada, ja que els fa sentir desitjats i afegeix eficiència al procés.

## Contacta'ns!

934 767 206

[info.accio@gencat.cat](mailto:info.accio@gencat.cat)

Passeig de Gràcia, 129  
08008 Barcelona

[accio.gencat.cat](http://accio.gencat.cat)

[catalonia.com](http://catalonia.com)

## Segueix-nos a les xarxes socials!



accio\_cat  
@Catalonia\_TI



linkedin.com/company/acciocat/  
linkedin.com/company/invest-in-catalonia/