

Industria FMCG, în criză. What's next?

09 Jun 2021 | de Andra Imbrea



[1]

Obiceiurile de consum s-au schimbat drastic odată cu izbucnirea pandemiei de COVID-19, care a creat atât provocări, cât și oportunități pentru industria FMCG. Cu restricții majore impuse, consumatorii și-au rărit vizitele la supermarket și au migrat în online, iar retailerii au lansat servicii de livrare pentru a suplini cererea în creștere. Toate aceste modificări ale comportamentului de consum și categoriile FMCG care au prosperat sau, din contră, au suferit de la debutul crizei pandemice au fost analizate în cadrul raportului internațional „Consumer goods in a crisis”, realizat de YouGov.

În 11 piețe, jumătate dintre consumatori și-au schimbat comportamentul de consum, procentul variind de la 44% la 83%. În Europa, Marea Britanie conduce clasamentul, cu 66% dintre britanici care declară acest lucru, urmată de Suedia (60%), în timp ce în Franța 46% dintre consumatori declară că și-au schimbat comportamentul de consum din cauza pandemiei, iar în Danemarca

44%, arată raportul internațional YouGov, care se bazează pe analiza a 17 piețe folosind date din sondajele YouGov și BrandIndex, alături de cercetări de piață calitative.

„Pandemia nu a avut un impact unic asupra comportamentului de consum în industria FMCG. Există diferențe reale între diferite piețe la nivel global și va fi interesant de urmărit modul în care aceste comportamente vor continua să se schimbe sau dacă lucrurile vor reveni la modul în care erau înainte de pandemie”, declară Chris Todd, VP of New Business Sales - US.

Studiul arată că în majoritatea piețelor analizate este mult mai probabil ca populația să-și facă cumpărăturile la supermarketuri sau magazine alimentare decât la magazinele din colț sau cele de conveniență. **La nivel european, supermarketurile domină clasamentul canalelor de vânzare**, cu 89% dintre consumatorii din Italia și 77% dintre cei din Suedia optând pentru supermarketuri atât pentru cumpărături in-store, cât și online. Există o variație semnificativă în ceea ce privește cumpărăturile din magazinele de conveniență: în timp ce în Polonia 49% dintre respondenții studiului optează pentru acest format, în Germania procentul ajunge la doar 4%. Chiar și în rândul țărilor nordice se remarcă aceeași discrepanță: în Suedia, o treime dintre consumatori cumpără de la magazinul din colțul străzii, în timp ce doar 8% dintre danezi spun același lucru.

Raportul arată că există **un trend clar al declinului piețelor locale și retailerilor specializați**, în unele cazuri acest aspect făcând parte dintr-o schimbare pe termen lung în comportamentul consumatorilor. De exemplu, în SUA, piețele locale au înregistrat scăderi anuale încă din 2018, iar același lucru se poate constata și în ceea ce privește magazinele specializate, precum brutăriile sau băcăniile, în 2020 procentul consumatorilor care au ales acest format fiind de până la 20%.

Dinamica serviciilor de livrare pentru cumpărăturile online

Pandemia nu a oprit consumatorii din a-și face cumpărături în magazinele fizice. În medie, 81% dintre consumatorii din cele 17 piețe analizate au făcut cumpărături în magazinele fizice în luna anterioară studiului. Același studiu arată că există o intenție de a utiliza tot mai

mult serviciile de online delivery și click & collect, cu procente care variază de la 24% la 67% în întreaga lume. În cazul Europei, este mai puțin probabilă folosirea acestor servicii, după cum arată datele studiului, cu procente de 38% dintre consumatori care optează pentru acesta în Marea Britanie, 26% în Germania și Franța și 24% în Danemarca.

Citește analiză completă [AICI](#). [2]

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/industria-fmcg-criza-whats-next>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/257-trend-01.jpg>

[2] <https://revistaprogresiv.ro/revista/2021-05-may-8h28hr28hdf7weyf7w23rwe/>