**Informacja prasowa**

**Opole, 30.10.2023 r.**

**Wiodące trendy w e-commerce kształtujące branżę spożywczą**

**Szacuje się, że wartość rynku e-commerce w Polsce wynosi obecnie 92 mld złotych, a największy wpływ na jego kształt, także w branży spożywczej, mają klienci. W sektorze żywnościowym dynamicznie rozwija się omnichannel, model łączący kanały zakupów online i offline. Zwiększa się także rola aplikacji mobilnych, które generują coraz więcej zamówień przez Internet. Ważnymi trendami kształtującymi branżę są również sztuczna inteligencja oraz nowoczesne systemy zarządzania, ułatwiające dostarczanie zamówionych produktów spożywczych bezpośrednio do klienta.**

Obecnie aż 64% osób deklaruje, że kupuje artykuły spożywcze online. Takie dane przedstawia Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research w swoim badaniu z lutego 2023 roku. Wynika z niego także, iż około 20% z tej grupy korzysta z oferty tych samych firm podczas kolejnych zakupów w sklepach internetowych. Te statystyki odzwierciedlają stan polskiej branży spożywczej w e-commerce i dowodzą, że ten kanał sprzedaży jest już nie tylko perspektywiczny, ale kluczowy w dalszym rozwoju tego sektora.

Zakupy produktów spożywczych online stały się bardzo popularne w czasie pandemii COVID-19. Skłoniła ona konsumentów do wyboru bezpiecznych metod zamawiania żywności. Dodatkowo zakupy w sklepach stacjonarnych były utrudnione i zabierały więcej czasu, więc duża część konsumentów zaczęła szukać alternatywy. Trend związany z coraz większym udziałem rynku e-commerce w handlu w branży spożywczej wciąż utrzymuje się na wysokim poziomie. A może być jeszcze lepiej, bo potencjał rozwoju jest ogromny. W porównaniu do konsumentów z zachodnich krajów, robimy zakupy spożywcze częściej – średnio 2-3 razy w tygodniu, a 40% respondentów badania przeprowadzonego przez PwC deklaruje, iż do sklepu wybiera się nawet codziennie. To pokazuje, jakie są perspektywy przed branżą również w Internecie. Obiecujące są także prognozy, z których wynika, że udział sprzedaży produktów rolno-spożywczych w handlu online w 2027 roku wzrośnie do 2,7%. To duża wartość – szczególnie, gdy weźmiemy pod uwagę fakt, że żywność na tle innych towarów i usług jest relatywnie tania. Trend wzrostowy w e-commerce dotyczy także zdrowych produktów spożywczych, po które sięgają konsumenci, chcący zadbać o swoją formę fizyczną i dobre samopoczucie.

*W kanale e-commerce w branży spożywczej dynamicznie rośnie popularność produktów naturalnych i prozdrowotnych. Idzie to w parze z rozwojem nowych technologii, co skłania konsumentów do coraz częstszego korzystania z urządzeń mobilnych do zakupów online. Sklepy internetowe stają się coraz bardziej intuicyjne, a ich wersje mobilne są dopracowywane w każdym szczególe. Nasz sklep e-commerce pozwala klientom składać zamówienia z dostawą do domu lub odbiorem osobistym w wybranym sklepie. Umożliwia zakup bezpiecznych i zdrowych suplementów diety oraz odżywek, przeznaczonych dla szerokiego grona odbiorców: od sportowców, przez osoby aktywne, aż po konsumentów dbających o własne samopoczucie na co dzień –* komentuje **Rafał Zakrzewski, Chief Revenue Officer, członek zarządu SFD, lidera e-commerce w Polsce w branży suplementów diety.** I dodaje *–* *Cały czas rozwijamy się w modelu omnichannel, a udział zysków przypadający na kanał e-commerce tylko w samym 2022 roku wyniósł 161 mln zł. To prawie 50% całkowitego przychodu. Zdajemy sobie sprawę z tego, jak ważna jest obecnie sprzedaż online i wiemy, że na rynku trzeba szybko reagować na zmiany.*

Polski rynek spożywczy w Internecie rozwija się dynamicznie i stwarza szansę dla przedsiębiorców łączących sprzedaż offline i online. Jak wynika z badania Agencji Badań Rynku i Opinii SW Research, klientów nie powinno zabraknąć. Aż 48% respondentów uznało, że największą zaletą kupowania produktów spożywczych online jest to, że zamówienia można składać bez wychodzenia z domu. Oprócz wygody, 43% ankietowanych wskazuje także na inny, istotny czynnik przemawiający za zakupami w sklepie internetowym – oszczędność czasu. Z kolei prawie co trzecia osoba docenia to, że będąc online, nie musi stać w kolejkach do kasy.

Branżę spożywczą w e-commerce kształtuje obecnie także sposób dostawy produktów. Klienci oczekują szybkiego i wygodnego dowozu artykułów żywnościowych. W związku z tym sklepy internetowe oferują więcej opcji dostawy w tym samym lub następnym dniu, a sam proces pakowania opiera się nierzadko na automatyzacji. Coraz częściej też wykorzystywane są dane o konsumentach, aby oferta była jak najbardziej dopasowana do ich oczekiwań. W analizie preferencji klientów i działaniach marketingowych dużym wsparciem może okazać się sztuczna inteligencja. Personalizacja i programy lojalnościowe przekładają się na odpowiednie rekomendacje nowych produktów, co wpływa pozytywnie na decyzje konsumenckie poszczególnych osób.

Z prognoz Strategy&Polska wynika, że obroty w branży spożywczej na rynku e-commerce w Polsce w 2027 roku wyniosą 13 mld złotych. Przewiduje się też, iż całkowita wartość sprzedaży online będzie kształtować się na poziomie 187 mld złotych. To pokazuje, że działalność sklepów internetowych może okazać się w najbliższym czasie efektywnym sposobem prowadzenia działalności gospodarczej. Dla branży spożywczej, rozwijającej skrzydła w e-commerce, wciąż ważne będzie jednak odpowiednie planowanie, rozumienie rynku i potrzeb klientów oraz podążanie za nowymi technologiami w rodzaju rozszerzonej i wirtualnej rzeczywistości czy sztucznej inteligencji.

\*\*\*

**SFD** jest liderem e-commerce w Polsce w kategorii odżywek i suplementów diety. Firma w obecnej formie funkcjonuje od 2010 roku, a od 2011 roku jest notowana na rynku **NewConnect**. Produkty SFD są dostępne w największych sieciach handlowych, jak **Żabka, Lidl, Biedronka oraz Dino**. Firma posiada również sto sklepów stacjonarnych pod własną marką oraz osiem sklepów e-commerce. Siedziba przedsiębiorstwa mieści się w **Opolu.**

Wiodącymi markami SFD w kategorii spożywczej są **NUTLOVE** – przekąski bez dodatku cukru i oleju palmowego, **FITKING DELICIOUS** – proteinowe przekąski i napoje dla sportowców oraz **Kizzers** – bezcukrowy fit baton, który powstał w kolaboracji z jednym z najbardziej popularnych raperów w Polsce, KIZO.

**Więcej informacji:**

[**www.nutlove.pl**](http://www.nutlove.pl)

[**www.fit-king.pl**](http://www.fit-king.pl)

[**www.kizzers.pl**](http://www.kizzers.pl)

**Kontakt dla mediów:**

Bartosz Sosnówka

E: [bartosz.sosnowka@dwapiar.pl](mailto:bartosz.sosnowka@dwapiar.pl)

M: 517 476 361