



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΛΟΝΔΙΝΟΥ
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Λονδίνο, Απρίλιος 2013

Στοιχεία καταναλωτικής συμπεριφοράς στην λιανική αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου
Ηλικιακές ομάδες 18-25 και 50-96 ετών

Η καταναλωτική συμπεριφορά των ηλικιακών ομάδων 18-25 και 50-96 ετών, απετέλεσε αντικείμενο δύο ερευνών των εταιρειών The Beans Group και Age UK, οι οποίες δημοσιεύθηκαν στο κλαδικό περιοδικό The Grocer. Κεντρικό ερώτημα των ερευνών είναι ο τρόπος αγορών τροφίμων των υπό εξέταση ομάδων και ο βαθμός χρήσης του διαδικτύου για την πραγματοποίηση αυτών. Σημειώνεται ότι η αξία της διαδικτυακής αγοράς τροφίμων ανέρχεται στο ποσό των 5,6 δισ. λιρών (6,7 δισ. ευρώ περίπου) ενώ εκτιμάται ότι μπορεί να διπλασιαστεί, στα 11,1 δισ. λίρες μέχρι το 2017.

Για την ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών, η έρευνα πραγματοποιήθηκε την περίοδο Δεκέμβριος 2012 – Ιανουάριος 2013 σε δείγμα 1.303 φοιτητών. Η ομάδα αυτή, παρ' ότι θεωρείται η πλέον εξειδικευμένη στην καθημερινή χρήση υπολογιστών, δήλωσε σε σημαντικό ποσοστό (41%) ότι προτιμά να αγοράζει τρόφιμα επισκεπτόμενη τα καταστήματα τροφίμων, ενώ ποσοστό μόλις 3% δήλωσε ότι πραγματοποιεί τις αγορές του αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Η προτίμηση αυτή οφείλεται στους μικρούς χώρους διαβίωσης και στον περιορισμένο χρόνο παραμονής σε αυτούς καθώς και στον όγκο και τη χρονική συχνότητα των αγορών. Η ηλικιακή αυτή ομάδα επισκέπτεται πιο συχνά, αν και ακανόνιστα, τα καταστήματα και δεν αγοράζει τρόφιμα σε μεγάλες ποσότητες, αποδίδει μεγάλη σημασία στην τιμή του προϊόντος ενώ αρέσκεται σε πειραματισμούς με νέα είδη τροφίμων. Συμπληρωματικά, ποσοστό 47% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι προτιμά να μαγειρεύει στο σπίτι, αποδομώντας έτσι την εικόνα ότι οι φοιτητές προτιμούν τα έτοιμα προμαγειρεμένα γεύματα.

Αναλυτικότερα, ποσοστό 72% θεωρεί την τιμή ως τον σημαντικότερο παράγοντα επιλογής των προϊόντων, 70% περπατάει μέχρι το σούπερ μάρκετ, 41% δήλωσε ότι «ενθουσιάζονται» με την επίσκεψη στο σούπερ μάρκετ, 3% πραγματοποιεί πάντοτε τις αγορές του μέσω διαδικτύου και 3% δήλωσε ότι «απεχθάνεται» την επίσκεψη στο κατάστημα.

Για την ηλικιακή ομάδα 50-96 ετών, η έρευνα πραγματοποιήθηκε την ίδια περίοδο, σε δείγμα 1500 ατόμων. Παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι προτιμά να πραγματοποιεί τις αγορές επισκεπτόμενη τα καταστήματα τροφίμων, ποσοστό μεγαλύτερο του 20% δήλωσε ότι προτιμά τις διαδικτυακές αγορές. Επίσης, ποσοστό 30% δήλωσε ότι προτιμά να

επισκέπτεται καταστήματα που προσφέρουν υπηρεσία μεταφοράς των αγορασθέντων προϊόντων στο σπίτι, ενώ σημαντικό ποσοστό ανέφερε ότι η τεχνολογία έχει διευκολύνει τη ζωή τους.

Αναλυτικότερα, ποσοστό 70% έχει αγοράσει τρόφιμα μέσω διαδικτύου τουλάχιστον μία φορά, 52% θεωρεί ότι η τεχνολογία έχει διευκολύνει τη ζωή τους, 40% των γυναικών δήλωσε ότι έχει πρόβλημα με τα καλάθια και τα καρότσια του σούπερ μάρκετ, 20% ανέφερε ότι προβληματίζεται με την μεγάλη ποικιλία προϊόντων των σούπερ μάρκετ και 15% διαθέτει «έξυπνο κινητό» όπως iPhone5.

Σημειώνεται, ότι ποσοστό μεγαλύτερο του 30% του βρετανικού πληθυσμού είναι άνω των 50 ετών και διαθέτει το 80% του πλούτου της χώρας.

Γραφείο Ο.Ε.Υ. Λονδίνου