





## Apps

Smartphones en tablets veranderen het koopgedrag in een rap tempo. Britten winkelen steeds meer met gebruik van smartphones en tablets, dat inmiddels M-commerce wordt genoemd. Ten opzichte van vorig jaar is winkelen via smartphones meer dan verdubbeld. Eén op de tien Britten zoekt dagelijks op het internet naar voedingsmiddelen, om bijvoorbeeld prijzen te vergelijken, maar ook om aanbiedingen te vinden. Steeds meer Britten gebruiken hiervoor apps op smartphones. De bekendste app om prijzen te vergelijken is MySupermarket met ongeveer 150.000 actieve gebruikers.

M-commerce is een belangrijke factor in de groei van e-commerce in de Britse kruidenierswereld en supermarkten hebben in recente jaren geïnvesteerd in een reeks van mobiele verkoopkanalen en apps. Klanten van Sainsbury's kunnen bijvoorbeeld door de 'Mobile Scan & Go' app te downloaden met een smartphone zelf producten scannen om wachttijden bij de kassa te verkorten. Tegelijkertijd stagneert de groei van de traditionele 'superstores'. De CEO van Tesco gelooft dat het bouwen van apps in de toekomst net zo belangrijk zal worden als het bouwen van winkelpanden. Supermarkten die niet investeren in online winkelen, profiteren niet van deze groei. Morrisons, de vierde grootste supermarkt, rapporteerde dit najaar dalende verkoopcijfers omdat het nog geen online thuisbezorging kan aanbieden. Hoewel

De kruidenierswereld in het Verenigd Koninkrijk is momenteel sterk in beweging. Online verkoopkanalen vertegenwoordigen de grootste groeiemarkt, maar ook discounters en convenience stores nemen een steeds grotere positie in. Het convenience store-concept zoals Tesco Express en de M-stores van Morrisons zijn sterk in opmars. Daar tegenover staat dat er minder traditionele grote winkelpanden (de zogenoemde big boxes) worden gebouwd. Tesco heeft bijvoorbeeld aangekondigd bestaande winkelruimtes om te bouwen en deze beschikbaar te stellen voor restaurants zoals de eigen Giraffeketen, maar ook voor het gebruik als gemeenschapsruimte.

de groei cijfers voor de gewone supermarktpanden achterblijven bij de online omzetgroei blijft de vertrouwde brick-and-mortar supermarkt nog altijd goed voor bijna twee derde van de totale omzet van kruidenierswaren in het Verenigd Koninkrijk.

De Landbouwfederatie Londen heeft onlangs een rapport gepubliceerd over kansen voor het Nederlandse mkb op de Britse agro & foodmarkt. Het rapport identificeert online winkelen als het snelst groeiende verkoopkanaal voor voedingsmiddelen, maar wijst ook op de uitdagingen die deze specifieke keten met zich meebrengt, bijvoorbeeld wat betreft de verpakking van sommige producten. Het rapport kan worden opgevraagd via de Landbouwfederatie ([lon-lnv@minbuza.nl](mailto:lon-lnv@minbuza.nl)) en is ook te downloaden via [www.hollanduktrade.nl](http://www.hollanduktrade.nl)

Landbouwfederatie Londen

Bronnen: Codegent, Kantar Worldpanel

