

Meet us at the show!



We help you enter the United States market.

Η Registrar Corp εξειδικεύεται στην υποστήριξη των εταιριών για τη συμμόρφωσή τους με τους κανονισμούς του U.S. FDA. Συναντήστε μας στο show για να σας βοηθήσουμε με τις εξαγωγές σας στις ΗΠΑ και τις απαιτήσεις του FDA, συμπεριλαμβανομένου:

FDA Registration ★ **Food Labeling** ★ **FSMA Rules**

>>> SCHEDULE A MEETING <<<

Registrar Corp - Southeast Europe
Office: (+30) 213 099 8027
Cell: (+30) 694 898 6333
greece@registrarcorp.com

● **GROCERY**

Στο διάδρομο με τα ελαιόλαδα: Προσφέροντας ό,τι ζητούν οι καταναλωτές



Η πλειοψηφία των Αμερικανών χρησιμοποιεί το ελαιόλαδο για τα οφέλη στην υγεία τους —

ο τζίρος της κατηγορίας είναι **\$1.2B**, με ρυθμό αύξησης **2%** ανά έτος —

παρόλα αυτά, η διαδικασία αγοράς ελαιόλαδου μπορεί να γίνει περίπλοκη και να προκαλέσει σύγχυση.



των Αμερικανών προτιμούν το ελαιόλαδο έναντι οποιουδήποτε άλλου λαδιού



Οι καταναλωτές μπερδεύονται στον διάδρομο, με τα ελαιόλαδα, υποστηρίζοντας ότι αφιερώνουν περισσότερο χρόνο έναντι άλλων

Κατά την επιλογή της μάρκας, οι Αμερικανοί αναζητούν στοιχεία που υποδηλώνουν ότι το ελαιόλαδο είναι:

52% — υψηλής ποιότητας

37% — υγιεινό

24% — αυθεντικό



Οι Αμερικανοί ζητούν διαφάνεια — **3 στους 4 καταναλωτές** δηλώνουν ότι θα αγόραζαν μία μάρκα ελαιόλαδου που δίνει σε βάθος πληροφορίες για το προϊόν.

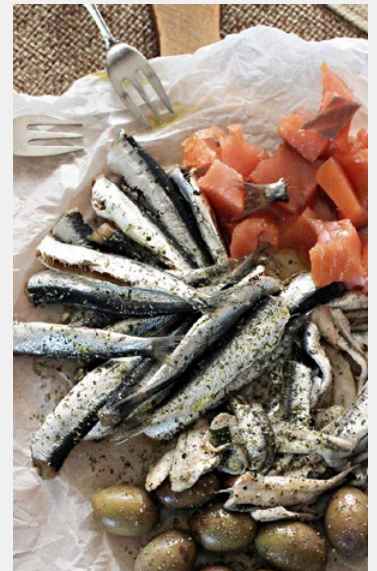


Περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές θεωρούν κρίσιμο τον τόπο προέλευσης και πως παράγονται τα προϊόντα.



● **FOOD TRENDS**

Η επιστροφή του γαύρου



Ο γαύρος ενδέχεται να επιστρέψει στις προτιμήσεις των Αμερικανών καταναλωτών, αναφέρουν οι New York Times.

Ένα από τα πλεονεκτήματά του είναι η πληθώρα τρόπων κατανάλωσής του. Για παράδειγμα, μπορεί να καταναλωθεί φρέσκο, παστό ή από κονσέρβα, ή ακόμη και να κομιοτροποιηθεί για να χρησιμοποιηθεί σε σάλτσες ή σαλάτες. Επιπλέον, προσφέρει μια αλμυρή, πλούσια γεύση umami, που μπορεί να συνδυαστεί με πίτσα, μπιφτέκια, ακόμα και σε μπισκότα.

Ο Dr. Villy Christensen, καθηγητής στο Πανεπιστήμιο της British Columbia, λέει ότι η κατανάλωση μικρότερων κτηνοτροφικών ψαριών, όπως οι αντσούγιες ή οι σαρδέλες, μπορεί να συμβάλει στη μείωση της υπεραλίσωσης μεγαλύτερων ψαριών και στην εξισορρόπηση των ειδών ψαριού στον ωκεανό. Στοχεύοντας σε ένα πιο βιώσιμο διατροφικό οικοσύστημα.

● CONSUMERS

Πώς οι ηλεκτρονικές αγορές διαμορφώνουν τις πωλήσεις λιανεμπορίου



Η απάντηση στην ερώτηση ποικίλει αν αναλογιστεί κανείς τους τρόπους. Σε γενικές γραμμές, είναι ευρέως γνωστό ότι οι ηλεκτρονικές αγορές αυξάνονται. Οι αριθμοί μπορεί να ποικίλλουν, αλλά όλα δείχνουν σημαντική ανάπτυξη. Οι τάσεις μας επιτρέπουν να εξετάσουμε και να αντιληφθούμε στη λεπτομέρεια τα ποιος, τι, πώς και γιατί των ηλεκτρονικών αγορών.

Η ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΤΩΝ ONLINE ΑΓΟΡΩΝ

Ενώ το 43% των αγοραστών έχουν ψωνίσει online για είδη παντοπωλείου κατά το παρελθόν έτος, μόνο οι μισοί από αυτούς, ή το 21% όλων των αγοραστών, το κάνουν σε τακτική ή μηνιαία βάση. Ορισμένοι αγοραστές παντοπωλείων έχουν παρακινηθεί να δοκιμάσουν τις online αγορές με προωθητικές ενέργειες, διαφήμιση ή ακόμα και βασισμένοι στην περιέργεια, αλλά τελικά επιστρέφουν στην καθιερωμένη προτιμώμενη συνήθεια της αγοράς από το κατάστημα τροφίμων. Μόνο το 10% των αγοραστών είναι συχνοί online αγοραστές (τουλάχιστον μία φορά κάθε δύο εβδομάδες).

ΟΙ MILLENNIALS ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΟΙ

Φέτος, υπερτερούν οι Gen Xers, οι οποίοι τώρα ψωνίζουν online σχεδόν στην ίδια έκταση με τους Millennials. Επιπρόσθετα, οι Gen Zers προέρχονται από μια εποχή, όπου υπερτερούν οι αγορές online. Ως εκ τούτου, εμφανίζουν τα ίδια επίπεδα προτίμησης αγορών online με τους millennials. Συμπερασματικά, θα μπορούσε να πει κανείς πως οι online αγορές δεν είναι χαρακτηριστικό μόνο των Millennials.

ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΤΟΥ ONLINE RETAIL

Οι αγοραστές online παντοπωλείων κάνουν πολλά ψώνια και παράλληλα συγκρίνουν τιμές.

DATA - ON LINE

Αριθμός retailers που επισκέπτονται μηνιαίως

Τυπικός αγοραστής: 4,4

Συχνός αγοραστής: 8

Πόσα ξοδεύουν για

φαγητό

(\$/εβδομάδα)

Τυπικός αγοραστής: 114

Συχνός αγοραστής: 167

Να σημειωθεί ότι οι συχνοί αγοραστές στο διαδίκτυο, ενώ διαθέτουν το 39% των χρημάτων τους ηλεκτρονικά, εξακολουθούν να ξοδεύουν κατά μέσο όρο \$108/εβδομάδα στο φυσικό κατάστημα.

ΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Οι έμποροι λιανικής πώλησης προσφέρουν και βελτιώνουν τους τρόπους, με τους οποίους χειρίζονται την εκπλήρωση των παραγγελιών, ώστε να αφογκράζονται τις διάφορες ανάγκες και επιθυμίες των αγοραστών. Φέτος, διαπιστώνεται ότι περισσότεροι αγοραστές επιλέγουν το click-and-collect/pick-up στο κατάστημα κατά την παράδοση

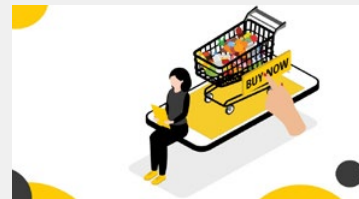
της ίδιας ημέρας. Ένα αυξανόμενο μερίδιο αξιοποιεί επίσης τα μοντέλα εγγραφής και αποθήκευσης ή άλλα είδη συνδρομητικών υπηρεσιών.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΑ ΕΙΔΗ

Έχουμε δει τις αλλαγές στις κατηγορίες τροφίμων, τις οποίες οι αγοραστές ενσωματώνουν πιο εύκολα στις ηλεκτρονικές αγορές τους, αλλά οι κατηγορίες των μεγάλων αλυσίδων συνεχίζουν να κυριαρχούν. Αυτά είναι ακριβώς τα είδη των κατηγοριών που αποστέλλονται, αλλά και όπου οι αγοραστές μπορούν να εμπιστευτούν στην παράδοσή τους κατ' εξακολούθηση. Εν τω μεταξύ, οι αγοραστές αντιστέκονται στην αγορά φρέσκων προϊόντων (κρέας κ.α.) από το διαδίκτυο, καθώς προτιμούν να είναι σε θέση να επιλέξουν αυτά τα προϊόντα από το κατάστημα. Είναι σημαντικό, ωστόσο, ότι οι συνήθεις αγοραστές στο διαδίκτυο εμφανίζουν μια αυξανόμενη τάση να αγοράζουν φρέσκα προϊόντα, και η προτίμηση αυτών των προϊόντων, φαίνεται να αποτελεί σημαντική προϋπόθεση για να γίνει κανείς online αγοραστής.

● FOOD TECH

5 αυτοματισμοί που θα επηρεάσουν τις αλυσίδες λιανικής



1

Η αξιοποίηση του αυτοματισμού θα είναι ο κύριος τρόπος με τον οποίο τα σουπερμάρκετ θα παραμείνουν ανταγωνιστικά. Θα το καταφέρουν αυτό με την αύξηση της παραγωγικότητας σε τρεις τομείς της επιχείρησής.

2

Η χρήση αυτοματισμού θα προσελκύσει ένα πιο μορφωμένο και / ή αφοσιωμένο και παραγωγικό εργατικό δυναμικό στο λιανικό εμπόριο τροφίμων.

3

Τα αυτοματοποιημένα συστήματα επιλογής παραγγελιών θα αντικαταστήσουν / μειώσουν το λιανικό εμπόριο "αυτοεξυπηρέτησης" καθώς βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα της εκπλήρωσης των παραγγελιών.

4

Μακροπρόθεσμα, ένας μεγάλος αντίκτυπος του αυτοματισμού θα είναι η βελτίωση της εμπειρίας των αγορών στα σημεία λιανικής, επιτρέποντας στον πελάτη να απολαμβάνει τη δική του εξατομικευμένη έκδοση του καταστήματος με διαλεγμένα προϊόντα, που ταιριάζουν στις ανάγκες και τις προτεραιότητές του.

5

Στο πραγματικό πνεύμα του disruption, η δύναμη του αυτοματισμού, που θα αλλάξει το παιχνίδι, θα υλοποιηθεί πλήρως μόνο όταν οι τεχνικές καινοτομίες έχουν ως αποτέλεσμα την πτώση του κόστους λειτουργίας

FN|USA. ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΩΝ Η.Π.Α.

Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Β. Νώτης
Διευθυντής Σύνταξης: Μάρκος Αποστόλου
Σύμβουλος Έκδοσης: Γιώργος Αλοϊμόνος
Εμπορική Διεύθυνση: Κλαίρη Στυλιάρη

Ν Ο Τ | C | E Βαλαριτού 9, 106 71 Κολωνάκι,
CONTENT & SERVICES Τηλ.: 210 3634061, sales@notice.gr

Σε συνεργασία με την **Elementals**
USA Market Classification