**E-spożywczak coraz bardziej popularny**

**Sprzedaż produktów spożywczych w kanałach online w Polsce jest coraz popularniejsza. Jednak proces ten wymaga integracji wielu podmiotów i procesów. Bez rozwiązań usprawniających standaryzację nie ma mowy o efektywności sektora e-grocery.**

Jeszcze w roku 2019 poziom sprzedaży artykułów spożywczych online w Polsce szacowano na poziomie poniżej 1% w łącznej sprzedaży FMCG, głównie w dużych miastach. Dzisiaj   
e-grocery stało się zjawiskiem znacznie bardziej powszechnym. Najnowszy raport *E-grocery na świecie i w Polsce. Czy konsumenci są gotowi na zakupy spożywcze online?* przygotowany przez Sieć Badawczą Łukasiewicz – Instytut Logistyki i Magazynowania na zlecenie GS1 Polska to pogłębiona analiza rynku e-grocery w Polsce i potencjału jego rozwoju. Publikacja omawia specyfikę rynku e-grocery w Polsce oraz wszystkie modele obsługi sprzedaży w tym sektorze.

**Rynek e-grocery rośnie jak na drożdżach**

Jak wynika z raportu GS1 Polska, w 2020 r. e-zakupów produktów spożywczych dokonało 28% polskich internautów, co przekłada się na 65% wzrost liczby e-konsumentów w tym sektorze. Z kolei prognozy PwC wskazują na istotny wzrost wartości e-grocery w latach 2022-2026.   
Z szacunków wynika, że sprzedaż produktów spożywczych online będzie rosła najszybciej, średnio nawet na poziomie 40% rocznie. Autorzy raportu przywołują analizę przeprowadzoną przez PwC, z której wynika, że w 2026 r. wartość brutto polskiego rynku e-grocery osiągnie poziom 18 mld złotych, stanowiąc ponad 11% łącznej wartości brutto sprzedaży online.

**Standaryzacja potrzebna od zaraz**

E-grocery integruje wiele podmiotów – nie tylko sprzedawców i kupujących, ale także firmy zaangażowane w realizację dostaw. Uwzględnia także różnorodne procesy, m.in. przygotowanie i odpowiednią prezentację oferty produktowej, kompletację zróżnicowanych towarowo zamówień, ich pakowanie, dystrybucję zamówień do odbiorców z koniecznością zapewnienia specyficznych warunków dostaw czy obsługę zwrotów. Autorzy raportu   
*E-grocery na świecie i w Polsce* wskazują, że zastosowanie standardów identyfikacyjnych   
i komunikacyjnych GS1 wydaje się nieodzowne dla podniesienia efektywności operacyjnej sektora e-grocery.

– W procesie identyfikacji i znakowania towarów, przesyłek i lokalizacji wykorzystywane są w większości standardowe kody kreskowe. Przesyłki wysyłane do klientów mają etykietę logistyczną zgodną ze standardem operatorów KEP realizujących dystrybucję zleconą przez interfejsy webowe. Jednak nowi na rynku dostawcy artykułów spożywczych nie korzystają   
w tej chwili ze standardu GS1 - ich aktywizację należy uznać za kierunek rozwoju   
i optymalizacji – podkreśla Magdalena Krasoń-Wałęsiak, e-commerce Menedżer w GS1 Polska.

**Kod kreskowy to dopiero początek**

Jak podają autorzy raportu, na koniec 2020 r. Uczestnikami Systemu GS1 w Polsce było prawie 30 tysięcy przedsiębiorstw – najliczniejszą grupę stanowili producenci. Wśród nich najsilniej reprezentowaną branżą była produkcja artykułów spożywczych (prawie 4,5 tysiąca firm). Niektórzy z nich budują własne sklepy internetowe lub sprzedają na internetowych platformach handlowych. Przeprowadzone przez Sieć Badawczą Łukasiewicz – Instytut Logistyki i Magazynowania badanie wskazuje, że na obecnym etapie rozwoju e-grocery standardy GS1 nie są jeszcze powszechnie stosowane.

– Standaryzacja może stać się w przyszłości istotnym katalizatorem rozwoju e-grocery. Najbardziej perspektywicznym obszarem wdrażania standardów GS1 w ramach e-grocery jest wdrażanie modeli danych produktowych, które zapewnią sprzedawcom i dostawcom   
e-grocery możliwość kompleksowej i jednoznacznej identyfikacji danych produktowych,   
a finalnie bezpieczną i sprawną obsługę procesów sprzedaży – komentuje dr hab. Arkadiusz Kawa, Dyrektor Sieci Badawczej Łukasiewicz – Instytutu Logistyki i Magazynowania.

###

Kontakt:

Marta Szymborska, Menedżer ds. Komunikacji, PR i CSR

e-mail: marta.szymborska@gs1pl.org; tel. kom.: 887 889 705

**O GS1 Polska** – zarządza Systemem GS1 w Polsce. Jako jedyna upoważniona organizacja przyjmuje firmy i instytucje z Polski i UE do Systemu GS1 oraz nadaje im uprawnienia   
do stosowania kodów kreskowych GS1. Wspiera Uczestników Systemu GS1 w efektywnym wdrażaniu standardów GS1, stanowiących zbiór wielobranżowych rozwiązań i narzędzi identyfikacyjnych oraz komunikacyjnych. Opracowuje rozwiązania krajowe oraz bierze aktywny udział w rozwijaniu globalnych standardów i nowych zastosowań.

Więcej informacji [www.gs1pl.org](http://www.gs1pl.org)