

Polska



Zwyczaje zakupowe Kanadyjczyków

2015-12-25 20:38:48



Kanadyjczycy przyzwyczajeni są do handlu tradycyjnego, 80% robi zakupy w hipermarketach raz lub dwa razy w tygodniu. Przy wyborze sklepów kierują się: bliskością od miejsca zamieszkania, wielkością sklepu i łatwością poruszania się po nim, dostępnością miejsc parkingowych, jakością towarów, ceną, atrakcyjnością oferowanych towarów oraz przecenami i wyprzedażami. Ważnym aspektem jest możliwość korzystania z kas samoobsługowych.

Kanadyjczycy przyzwyczajeni są do handlu tradycyjnego, 80% robi zakupy w hipermarketach raz lub dwa razy w tygodniu. Przy wyborze sklepów kierują się: bliskością od miejsca zamieszkania, wielkością sklepu i łatwością poruszania się po nim, dostępnością miejsc parkingowych, jakością towarów, ceną, atrakcyjnością oferowanych towarów oraz przecenami i wyprzedażami. Ważnym aspektem jest możliwość korzystania z kas samoobsługowych.

Najczęściej wybieraną formą płatności są karty płatnicze i kredytowe. Kanadyjczycy mają świadomość zakupową, są tzw. SMART konsumentami:

- 88% deklaruje, że zawsze lub często sporządza listę zakupów oraz porównuje promocje w różnych sklepach
- 92% konsumentów jest „dumna” z nabycia produktu po niższej cenie (great value for the money)
- 55% uważa, że produkty tzw. marki własnej (private label) są tak samo dobre jakościowo jak produkty markowe, ale 75% woli kupować produkty markowe, jeżeli są w promocyjnej cenie.

Kanadyjczycy coraz częściej sięgają po smartfony w celu podjęcia decyzji o zakupie produktu: 54% wyszukuje informacji na temat danego produktu, 31% porównuje ceny online przed zakupem, natomiast 13 % szuka recenzji i opinii na ten temat.

Wiele sklepów i hipermarketów raz w tygodniu dostarcza gazetki lub ulotki promocyjne do domów - pakiet od różnych lokalnych sklepów w jednej reklamówce. 95% Kanadyjczyków deklaruje, że przegląda te oferty co najmniej raz w miesiącu.

77% kanadyjskich konsumentów jest „otwartych” na testowanie nowych, innowacyjnych produktów, a 40% deklaruje, że są w stanie zapłacić więcej za produkty przyjazne środowisku. Wzrasta także zainteresowanie zdrową, naturalną żywnością. Rodziny z dziećmi to konsumenci kupujący najwięcej produktów organicznych, 49% z nich jest przekonana, iż są to produkty zdrowsze, a 35 % że mogą zapłacić za nie więcej.

76% Kanadyjczyków deklaruje, że aktywnie pracuje nad zmianą stylu życia na zdrowszy, a 56% próbuje poprawić swoje nawyki żywieniowe m.in. poprzez zwracanie uwagi na wartości odżywcze podane na etykiecie opakowania. Zauważalny jest trend rezygnacji z kupowania żywności wysoce przetworzonej na rzecz świeżych, naturalnych i organicznych produktów oraz żywności w mniejszych i ekologicznych opakowaniach. Wśród najbardziej popularnych produktów organicznych są: herbata, kawa, czekolada, makaron oraz płatki zbożowe. Spożycie produktów organicznych przekracza moce produkcyjne ponad 1000 certyfikowanych firm i zakładów, dlatego Kanada importuje około 70% tych produktów, głównie z USA.

Dużą popularnością cieszą się sklepy z żywnością etniczną. Społeczeństwo kanadyjskie jest jednym z najbardziej zróżnicowanych na świecie z silnymi korzeniami europejskimi i azjatyckimi. Charakterystyczna jest duża otwartość i podatność oraz zwiększający się popyt na kuchnię świata i żywność z różnych krajów zarówno, jeśli chodzi o restauracje jak i sklepy.

Źródło: Statistics Canada, The Globe and Mail



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego