

## [EU]과일, 채소의 온라인 거래 현황

최근 몇 년 새 온라인으로 쇼핑하는 소비자가 많아 지고 있다. 2011년 네덜란드 온라인 쇼핑물의 매출은 약 9십억 유로로 집계되었다. 이러한 온라인의 상거래 아이템은 단순히 상품뿐만 아니라 여행, 서비스 등으로 점차 확대되어 가고 있다. 반면 과일, 채소의 온라인 구매는 어떤가?

네덜란드와 독일에서 온라인에서의 과일 및 채소의 구매는 아주 적은 소수에 의해 이루어지는 반면, 영국에서는 이미 이러한 온라인 구매가 자리를 잡아 약 14%의 소비자가 이용하는 것으로 나타났다. 최근 네덜란드 제1의 리테일 슈퍼마켓 체인 Albert Heijn에서 데일리 상품 등을 온라인으로 구매할 수 있도록 하는 계획을 발표하는 등 온라인 과일, 채소 구입에 대한 소비자의 관심이 높아질 것으로 전망한다.

### **신선 식품(채소, 과일) 온라인 거래의 선두, 영국**

영국 소비자들은 온라인으로 신선 과일이나 채소를 구입하는 것에 매우 긍정적인 의견을 가지고 있는 것으로 나타났다. 영국의 신선 식품에 대한 대표적인 온라인 구매 사이트는 'Tesco'로 그 다음 Asda(영국 제2의 리테일 마켓)와 Sainsbury가 차지하고 있다. 또한 전문 온라인 슈퍼마켓 'Ocado'와 오가닉 제품 전문 온라인 마켓 Abel, Cole도 운영 중이다.

### **온라인 거래의 이득과 실**

온라인 구매의 이점은 편리함과 신속성이다. 반면 가장 큰 단점은 직접 만져 보고 사지 않기 때문에 품질에 대해 확신할 수 없는 점이다. 독일과 영국의 소비자들은 온라인으로 오더를 한 후 지정된 장소 (주로 슈퍼마켓 근처의 픽업 장소, 보통 'Drive Inn' 이라 일컬음)에서 직접 픽업하는 컨셉을 선호한다. 이러한 시스템에 대해 네덜란드 소비자의 43%가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

직접 눈으로 보고 물건을 사길 원하는 소비자를 위해 웹캠(webcam)으로 실시간 상품의 질을 보여주는 인터넷 사이트 또는 배송 시간을 (소비자가 원하는 시간에) 정확하게 지키는 서비스 등이 있다면 상품의 품질에 대한 불안감이 조금은 해소되지 않을까. 또한 온라인으로 구입한 상품에 하자가 있을 경우 바로 교환이 가능하게 만드는 방법도 온라인 구매에 대한 신뢰성을 줄 수 있는 방법이 될 것이다.

자료 제공: [www.freshplaza.com](http://www.freshplaza.com) (Productschap Tuinbouw)

Issue date: 2012-02-08