

# D-food Index Q1 2016

2016-05-10

## Mat på nätet inleder året starkt

*D-food Index är en återkommande kvartalsrapport från Svensk Digital Handel om livsmedelsförsäljningen över nätet. Rapporten tas fram i samarbete med HUI Research som ansvarar för insamling och kvalitetssäkring av data.*

D-food Index från Svensk Digital Handel visar att livsmedelsförsäljningen på nätet ökade med 32 procent under första kvartalet 2016 jämfört med första kvartalet 2015.

Middagslösningarna ökade med 21 procent medan lösplocket ökade med 43 procent under samma period.

Försäljningstillväxt	Q1 2016	Helåret 2015
Middagslösningar	21 %	26 %
Lösplock	43 %	55 %
<b>Totalt</b>	<b>32 %</b>	<b>40 %</b>

### Kommentarer från Svensk Digital Handel

– Matförsäljningen på nätet inledde året starkt och vi ser inga tecken på avmattning. En av fyra kunder säger att de tänker öka sin matkonsumtion på nätet under året, och Sverige ligger fortfarande en bra bit bakom de ledande nationerna. Det finns därför en stor potential för fortsatt tillväxt framöver, säger Jonas Ogvall, VD på Svensk Digital Handel.

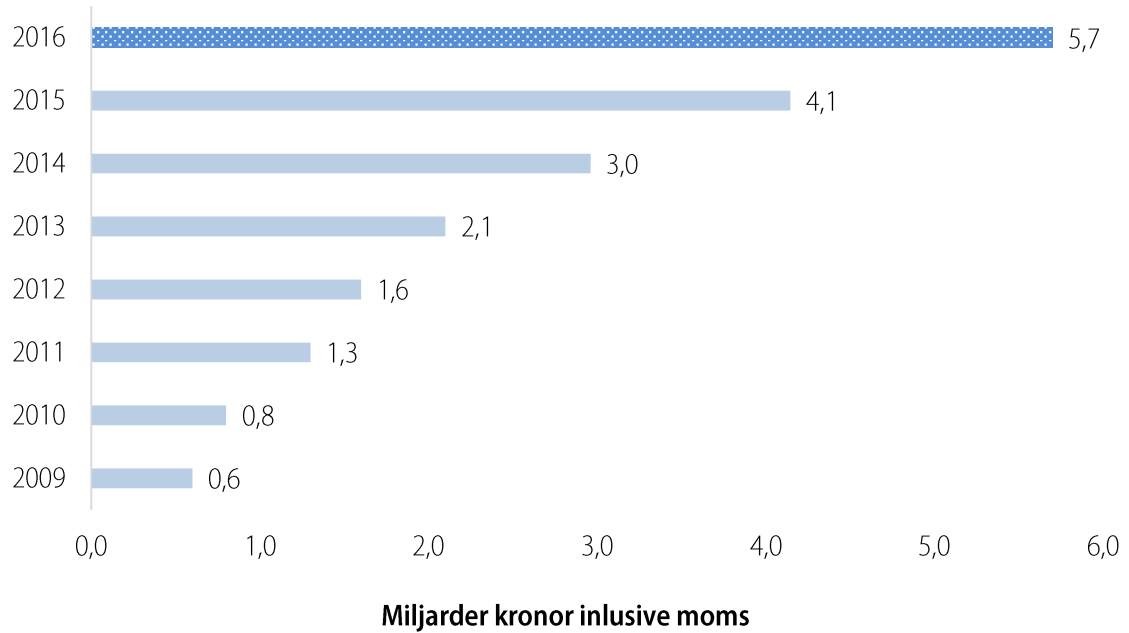
– Det är alltså fraktkostnaden som betraktas som den största nackdelen med att handla mat på nätet. Samtidigt har livsmedelsbranschen varit bland de mest drivande för förbättrade fraktlösningar. Det är inte i många andra branscher som aktörerna erbjuder leverans på kvällar, helger och ibland samma dag, avslutar Jonas Ogvall.

### För eventuella frågor kontakta:

Jonas Ogvall, VD Svensk Digital Handel, på tel. +46 709 76 44 26,  
[jonas.ogvall@svenskhandel.se](mailto:jonas.ogvall@svenskhandel.se)

**Om Svensk Digital Handel:** Svensk Digital Handel, tidigare Svensk Distanshandel, är intresseorganisationen för den digitala handeln i Sverige och vår vision är att vartannat köp ska vara digitalt. Vi verkar för att framtidssäkra medlemmarnas digitala verksamhet och tillsammans göra det enklare att handla på nätet. Svensk Digital Handel är en del av Svensk Handel.

## Årlig livsmedelsförsäljning på nätet (mdkr) samt prognos för helåret 2016



Källa: Svensk Digital Handel och HUI Research.