



5,5 miljarder

...var omsättningen av mat på nätet 2016



1/4



...av Sveriges konsumenter har handlat mat på nätet



10%

Mat på nätet växer fortare än annan internethandel. Mat på nätet står nu för knappt 10 procent av omsättningen för den totala svenska detaljhandeln på internet.

58%

Lösplock

42%

Middagslösning

Hög Potential

Bekvämlighet ★ Flexibelt ★ Tidsbesparande



30%

...ökade omsättningen av mat på nätet under 2016



30%

Förväntad ökning 2017



31%

kommer att handla
mer mat på nätet

2017 utgörs 2/3 av den renodlade
livsmedelsförsäljningen på nätet av
självalda livsmedel, förutsatt att de
senaste årens trend fortsätter.



71%

vill ha leverans
till bostaden

79%

...skulle
rekommendera
andra att göra det



Hinder

- Kläm och kännfaktorn, fortsatt hög
- Invant konsumentbeteende, svårt att bryta
- Fraktkostnaden, anses hög
- Maten anses dyrare på nätet
- Behov av maten direkt



27% av alla kvinnor och
24% av alla män har
handlat mat på nätet.



26-45 år
Storstad
Familjer med barn

För åttonde året i rad har Svensk Digital Handel tagit fram rapporten Digital. Syftet är att lyfta kunskapen om livsmedelsförsäljningen på nätet, beskriva konsumenternas beteenden, attityder och åsikter samt marknadens storlek och utveckling. Rapporten har skrivits av HUI Research på uppdrag av Svensk Digital Handel och baseras på en konsumentundersökning och insamlade uppgifter från branschföretagen. Konsumentundersökningen, som är den största i sitt slag, baserar sig på en webbenkät med 4 063 respondenter mellan 18 och 70 år. 2017. Rapportens försäljningsuppgifter baseras på D-food Index och information från Statistiska Centralbyrån. Webbenkäten besvarades under januari och februari 2017.

Svensk Digital Handel 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. www.dhandel.se