

D-food Index Q1 2018

– Stark start på året för nätmaten

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 30 procent under första kvartalet 2018 jämfört med första kvartalet 2017. Försäljningen av lösplock ökade med 48 procent medan middagslösningar minskade med 4 procent.

Försäljningstillväxt	Q1 2018
– Middagslösningar	-4 %
– Lösplock	+48 %
Totalt	+30%

Svensk Digital Handel kommenterar utfallet

– Första kvartalet öppnade starkt och resultatet överträffade helårsprognosen om 25 procent. Det var framförallt löslocket som drev på tillväxten medan middagslösningarna uppvisade en svag minskning. Under första kvartalet fick livsmedelskonsumtionen extra dragningskraft av den tidiga påsken som flyttade från april i fjol till mars i år, säger Tina Thorsell, tf VD på Svensk Digital Handel.

– Vi bedömer att den starka tillväxten kommer att fortsätta under 2018. De svenska konsumenterna är e-handelsvana och nu har man även tagit nätmaten till sig, avslutar Tina Thorsell.

Rapporten baseras på följande företags försäljningsuppgifter

Bergendahls, Coop, Delitea, Familyfood, Hemköp, ICA, Linas Matkasse, Mat och Ro, Mat.se, Mathem, Matkomfort, Middagsfrid, Willys samt Årstiderna.

Mediakontakt

Tina Thorsell, tf VD på Svensk Digital Handel, 010-471 85 90, tina.thorsell@dhandel.se

Statistikfrågor

Erik Bergh, analytiker på HUI Research, 070-22 37 626, erik.bergh@hui.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.