

# Digital handel guidar kunderna till hållbara val

Hållbarhet är högt upp på företagens agenda och drivkrafterna bakom är många – regulatoriska krav, kundernas förväntningar och konkurrenskraft. Hållbarhet ställer dock krav på transparens. Digital handel är en stor möjlighet till att inte bara sälja mer, utan också smartare, renare och mer transparent. Men 72 procent ser digitala handel och hållbarhetsarbete som två olika agendor visar Litiums nya rapport där över 900 beslutsfattare i Norden tillfrågats.

För de företag som omfattas av EU:s nya Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), innebär det krav på en detaljerad rapportering av miljö-, sociala och styrningsfaktorer (ESG). I Litiums rapport uppger en tredjedel av företagen att man är redo för CSRD. Samtidigt uppger en hög andel av de mindre företagen att man är osäker på eller inte tror sig omfattas av de nya hållbarhetskraven.

- För de företag som redan digitaliserat sina handelsflöden blir övergången till CSRD enklare, eftersom mycket av informationen som ska rapporteras redan finns i systemen. Och i takt med att allt fler affärer flyttar online blir hållbarhet också en del av kundupplevelsen. Man kan guida kunderna till hållbara val, minska behovet av fysiska kundbesök och planera effektivare transporter och därmed bidra till lägre utsläpp, säger Malin Bodolla.

Fem slutsatser från rapporten:

- 28 procent av nordiska B2B-företag ser digital handel som en del av sin hållbarhetsstrategi.
- 32 procent uppger att de är redo för CSRD.
- Större bolag är tre gånger mer benägna att koppla ihop hållbarhet med digital handel än små.
- Digital försäljning minskar resor och logistikutsläpp.
- Transparens via klimatdata blir en ny konkurrensfaktor.

## Om rapporten

Rapporten Driving Sustainability through B2B Digital Commerce bygger på insikter från över 900 beslutsfattare i Norden – alla verksamma inom tillverkning, distribution eller grossistledet. I Sverige kommer svaren från 282 respondenter, 214 från Danmark, 218 från Norge och 206 från Finland. 81 procent av företagen säljer direkt till företagskunder, medan övriga säljer till konsumenter eller företagskunder via återförsäljare. 30 procent säljer också direkt till konsumenter.

Ladda ner rapporten här: <http://www.litium.se/driving-sustainability-through-b2b-digital-commerce>

**För mer information kontakta:**

Malin Bodolla, CMO Litium AB  
Mobil: +46 73 800 35 40  
E-post: [malin.bodolla@litium.com](mailto:malin.bodolla@litium.com)

**Om Litium:**

Litium AB (publ) är en av Nordens ledande aktörer inom digital handel. Vi hjälper företag inom B2B och B2C att accelerera sin försäljning, snabbt skala upp sin verksamhet, nå nya marknader och samtidigt skapa marknadsledande kundupplevelser online. Vi gör det genom att erbjuda en skalbar och molnbaserad e-handelsplattform som är byggd för tillväxt. Våra kunder som Lindex, Tingstad och Jollyroom omsätter över 20 miljarder kronor årligen online. Litium agerar tillsammans med sitt partner nätverk på den globala marknaden och är noterat på Nasdaq First North Growth Market. Amudova AB är bolagets Certified Adviser och kan nås på [info@amudova.se](mailto:info@amudova.se) eller +46 8 545 017 58. För mer information besök gärna [litium.se](https://litium.se).