



Pressmeddelande

Solna, 2018-08-22

Rapport: Svenskarnas syn på e-handel förändras

Den svenska e-handeln omsätter i dag mångmiljardbelopp och utvecklingen accelererar snabbt. En ny undersökning visar att var tredje svensk handlar mer online i dag jämfört med för ett år sedan. Men resultaten visar även att konsumenten inte är lika benägen att handla online när det gäller dagligvaror. Enligt ICAs framtidsrapport kommer denna attityd att förändras i takt med att våra inköp automatiseras i större utsträckning.

Genom djupintervjuer med forskare och trendanalytiker samt undersökningar bland konsumenter och startupföretag har ICA i rapporten "Lycka, Data, Mening - Konsumenten 2030" kartlagt de attityder och omvärdstrender som kommer att forma utvecklingen av handeln fram till år 2030.

Enligt rapporten kommer konsumtionen att förändras kraftigt i takt med att tekniken blir smartare och de virtuella assistenterna slår igenom. Men redan idag kan man se en beteendeförändring i svenskarnas konsumtionsmönster. Var tredje svensk uppger att de handlar mer online idag jämfört med förra året. Bland unga (18-29 år) är det fyra av tio som näthandlar mer idag.

Men fortfarande finns det vissa varor som svenskarna helst köper i butik. På frågan "Vilken typ av varor föredrar du att handla i fysisk butik?" uppger 86 procent av befolkningen dagligvaror, exempelvis livsmedel och hushållsartiklar. Endast var tjugonde svensk föredrar i dag att handla dagligvaror på nätet. De främsta anledningarna till att man väljer att handla i butik är "att man kan se och prova produkten direkt på plats" (84%), "bemötande/servicenivå" (40%) följt av "det är roligare att gå i butik" (31%).

Samtidigt ser man en kraftig procentuell ökning i hur många som handlar livsmedel online, men omsättningen är relativt liten, sett till den totala livsmedelsförsäljningen.

- Idag står näthandeln för cirka 2 procent av dagligvaruhandelns omsättning men mycket tyder på att vi kommer se ett skifte och att e-handeln kommer att öka de närmaste åren i takt med att den underliggande teknologin blir smartare, säger Ann-Katrin Tottie, framtidsanalytiker på ICA-gruppen.

Enligt rapporten kommer den fysiska marknadsplatsen fortsätta ha en viktig roll i framtiden, men i en annan form. Om ett decennium kommer butiken att fungera mer som en förlängning av hemmet där man söker aktiviteter, nya upplevelser, social samvaro och njutning. E-handeln fungerar då som ett komplement, med teknik som är designad för att frigöra din tid.



- Vi kommer se en tydligare uppdelning i konsumtionen av dagligvaror. Färska livsmedel vill konsumenten handla i butik och hushållsartiklar och andra basvaror handlas online. Den artificiell intelligensen kommer att föra med flera fördelar och snart kan den föreslå och distribuera produkter skräddarsydda för varje enskild konsument. Till exempel kan hushållsartiklar som pasta, blöjor och tvättmedel stå innanför dörren innan man själv ens visste att de var på väg att ta slut, säger Ann-Katrin Tottie.

Vilken typ av varor föredrar du att handla online?

1. Biljetter till evenemang och resor (67%)
2. Elektronik (32%)
3. Kläder och Inredning (28%)
4. Hobby- och fritidsprodukter (26%)
5. Skönhet/hudvård/smink (17%)
6. Dagligvaror, t.ex. livsmedel och hushållsartiklar (5%)

Vilken typ av varor föredrar du att handla i fysisk butik?

1. Dagligvaror, t.ex. livsmedel och hushållsartiklar (86%)
2. Kläder och Inredning (64%)
3. Elektronik (29%)
4. Skönhet/hudvård/smink (18%)
5. Hobby- och fritidsprodukter (15%)
6. Biljetter till evenemang och resor (2%)

För mer information

ICAs presstjänst, telefon: 010 422 52 52

Om Rapporten

Rapporten är framtagen av ICA tillsammans med trend- och innovationsbyrån Sprillo och bygger på framtidsspaningar från djupintervjuer med ett 50-tal forskare, futurister och startups samt ett 30-tal externa rapporter, ett 100-tal artiklar och flertalet interna workshops med representanter för ICA. Utöver detta bygger rapporten på en kvantitativ undersökning bland 100 svenska startupföretag samt en kvantitativ undersökning bland 2000 svenska konsumenter, utförda av Novus under februari-mars 2018.

Om Konsumentundersökningen

Undersökningen är genomförd av Novus på uppdrag av ICA under perioden februari-mars 2018 bland allmänheten 18-79 år och har 2 266 respondenter. Undersökningen är statistiskt säkerställd och är genomförd via Novus riksrepresentativa webbpanel; Sverigepanelen.

Om Startup-undersökningen

Undersökningen är genomförd av Novus på uppdrag av ICA under perioden mars-april 2018 bland startupföretag i Sverige inom konsumentprodukter, retail, hälsa och mat. Undersökningen har genomförts med hjälp av telefonintervjuer, totalt har 109 intervjuer genomförts.