



EMV-barometern 2018

Svenskarnas inställning till livsmedelsbutikernas egna varumärken



Om EMV-barometern

Butikernas egna märkesvaror (EMV) även ofta benämnda "private labels" skapar sedan flera år stort engagemang bland företag och konsumenter och har de senaste åren visat på en stark utveckling.

Tillväxten har lett till att allt fler butiks kedjor i Sverige säljer runt 25% EMV. EMV väntas fortsätta växa i Sverige likväl som internationellt. I flera andra västeuropeiska länder är EMV ännu vanligare än i Sverige.

YouGov genomförde den första EMV-barometern 2013. Årets rapport är den sjätte och belyser svenskarnas inställning till EMV över tid.



Om EMV-barometern

Innehåll i EMV-barometern:

- Allmän inställning till EMV
- Drivkrafter och barriärer för EMV
- Profiler av EMV-köpare
- Egenskaper hos EMV vs leverantörsvärnamärken
- Intresse för EMV i olika produktkategorier
- Intresse för EMV inom ekologiskt respektive premiumsortiment
- EMVs inverkan på butikernas sortiment
- EMVs inverkan på prisnivåer i butikernas hela sortiment
- Önskan respektive förväntan om egen andel EMV-inköp, kommande 12 mån
- Kännedom / köp av varumärken inom EMV
- Profiler av EMV-köpare per kedja



Målgrupp/Urval

Målgruppen för undersökningen är kvinnor och män i åldrarna 18-74 år, riksrepresentativt för Sverige på ålder kön och region.



Metod

Undersökningen genomfördes via webbenkäter i YouGovs onlinepanel i Sverige. Totalt har 1008 intervjuer genomförts, varav extra nedbrytningar och analys finns för veckokunder hos:

- ICA
- Coop
- Hemköp
- Willys
- City Gross
- Lidl
- Netto



Datainsamling

Datainsamlingen skedde den 4-7 oktober 2018



Beställ rapporten

Rapporten kostar 20.000 kr, presentation av resultaten ingår.

Hör av dig till din kontaktperson på YouGov eller ring vårt kontor 08-410 058 10,

Skriv till sales@yougov.se

