DAGLIGVARUINDEX

OKTOBER 2026



Svensk Dagligvaruhandel

hui

Dagligvaruindex oktober

	Total försäljning butik & e-handel	Total försäljning fysisk butik	Total e-handels-försäljning
Månadsutveckling oktober 2026	4,1%	4,1%	4,4%
Ackumulerad utveckling 2026	4,0%	3,8%	8,5%
Rullande 12	4,0%	3,8%	8,5%

Månadsutveckling avser försäljningsutvecklingen den aktuella månaden, jämfört med samma månad föregående år.
Ackumulerad utveckling avser försäljningsutveckling hittills i år, jämfört med samma period föregående år.
Rullande 12 avser utfallet under de 12 senaste månaderna, jämfört med föregående 12-månadersperiod.

SVENSK DAGLIG VARU HANDEL

Dagligvaruindex visar

Dagligvaruindex tas fram av Svensk Dagligvaruhandel i samarbete med HUI Research, som ansvarar för statistikinsamling och kvalitetssäkring av data. Syftet med Dagligvaruindex är att publicera trovärdig och kvalitetssäkrad statistik gällande dagligvaruhandelns försäljningsutveckling på månadsbasis. Dagligvaruindex mäter försäljningsutvecklingen i dagligvaruhandeln, inte den specialiserade livsmedelshandeln eller servicehandeln. Rapporten bygger på försäljningsstatistik som samlas in 12 gånger om året från dagligvaruaktörer och följer utveckling och trender för dagligvaruhandelns tillväxt både i fysisk butik och på nätet. All försäljningsdata redovisas exklusive moms.



Följande aktörer deltar i statistiksamarbetet:
Coop, Stora Coop, X:-tra- en del av Coop, City Gross, Delitea, EKO, Eurocash, Hemköp, ICA Nära, ICA Supermarket, ICA Kvantum, ICA Maxi, Lidl, Linas Matkasse, MatHem, Matkomfort, Matsmart, Tempo, Willys och Willys Hemma.

SVENSK DAGLIGVARUHANDEL

Begreppsdefinition

Total försäljningsutveckling
Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster inkluderat nya och/eller nedlagda butiker (fysiska butiker och e-handel). Försäljningsutvecklingen mellan perioderna skall avse hela företagets butiksinnehav, exklusive stora förvärv*. Den totala försäljningen i indexet utgörs av livsmedel och non-food. Pant ingår i försäljningen, både in- och utgående (såld och inlöst).

Total försäljningsutveckling i fysisk butik
Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster i fysiska butiker inkluderat nya och/eller nedlagda butiker, exklusive stora förvärv*. Den totala butiksförsäljningen utgörs av både livsmedel och non-food. Pant ingår i försäljningen, både in- och utgående (såld och inlöst).

Total e-handelsutveckling
Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet, där både upphämtning i butik och hemleverans ingår. Den totala e-handeln består av matkasse-försäljning och lösplocksförsäljning. Den totala e-handelsförsäljningen utgörs av både livsmedel och non-food. Pant ingår i försäljningen, både in- och utgående (såld och inlöst).

E-handelsutveckling upphämtning i butik
Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet som hämtas i butik.

E-handelsutveckling hemleverans
Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet som levereras till köparen.

E-handelsandel av total försäljning
E-handelsandelen avser hur stor del av den totala försäljningen som sker via hemleverans och upphämtning i butik.

Redovisningsenheter
Företagen som ingår i Dagligvaruindex redovisar försäljningen i absoluta tal (kronor och ören) för total försäljning exklusive moms.

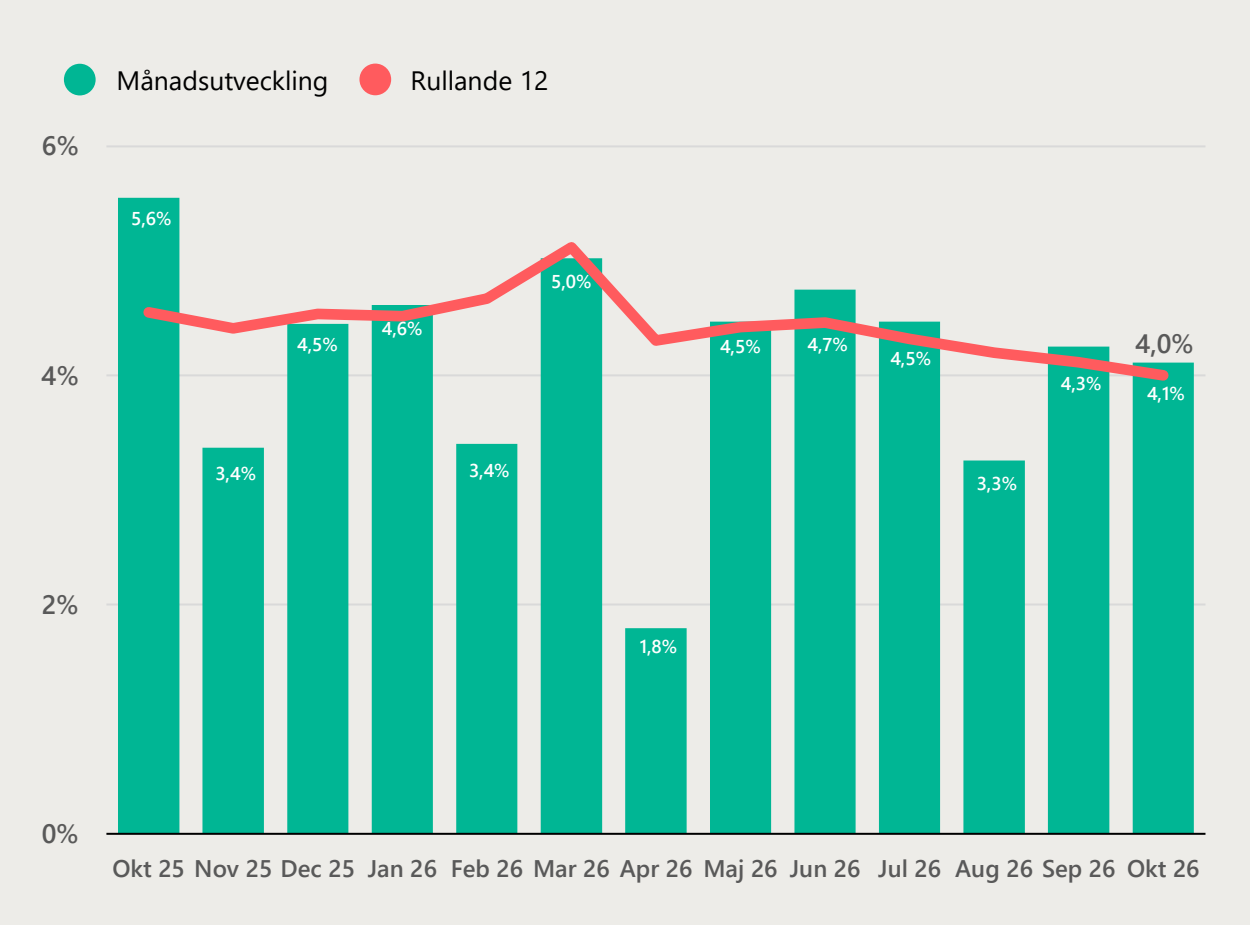
Kalendereffekt
Kalenderkorrigeringen för oktober månad är 0,0 procent*.

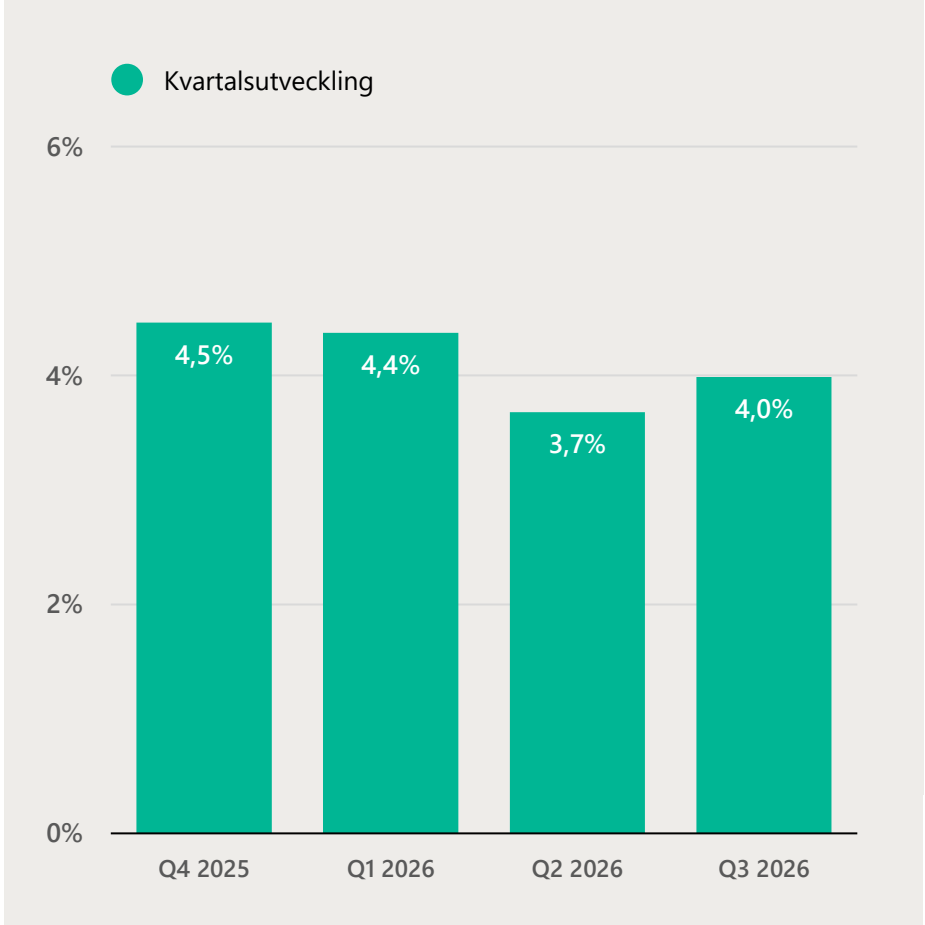
*Kontakta HUI för mer information

Total försäljningsutveckling

Försäljning i kronor exkl. moms*

Q1 2026: 76,7 MDKR
Q2 2026: 84,0 MDKR
Q3 2026: 82,8 MDKR





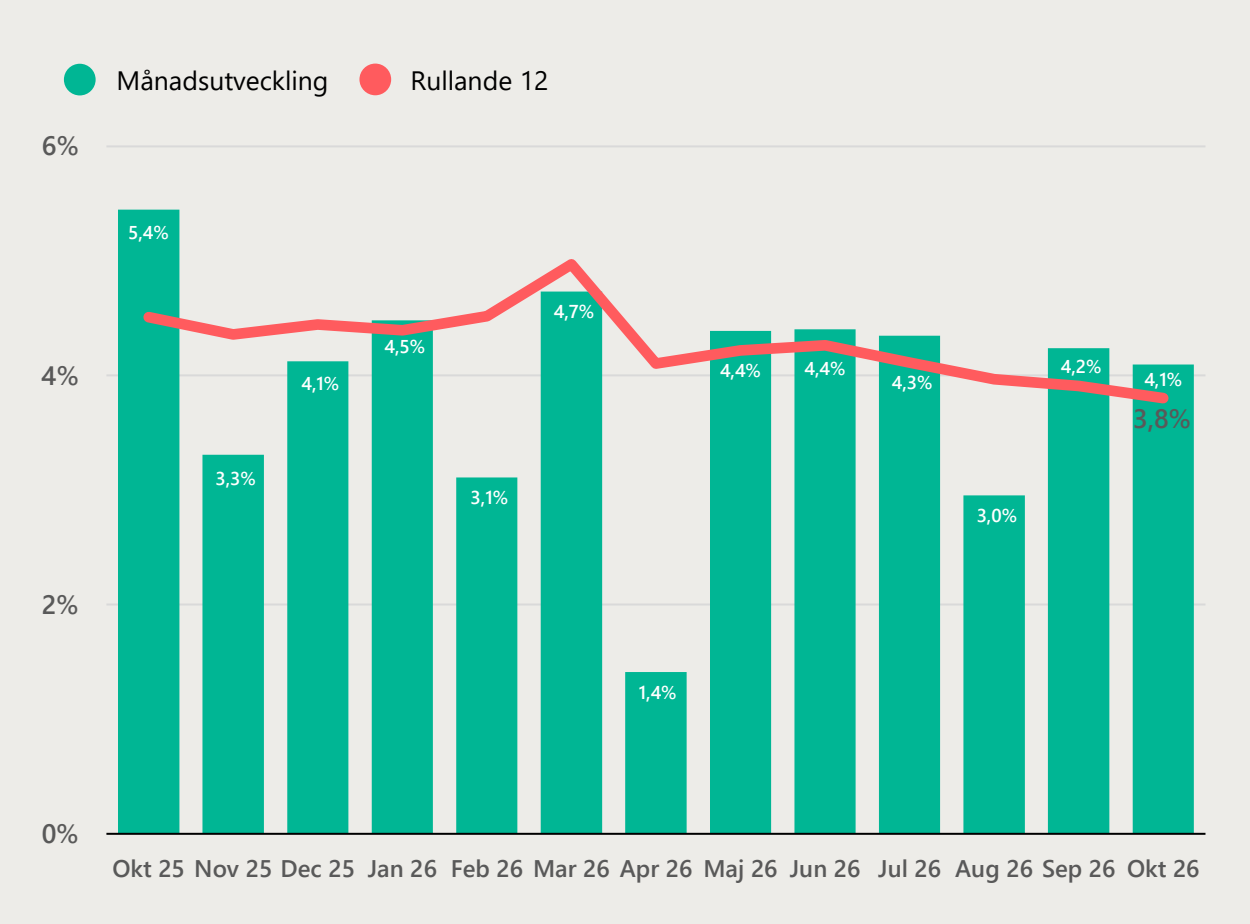
*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex exkl. moms. Avrundat till en decimal.

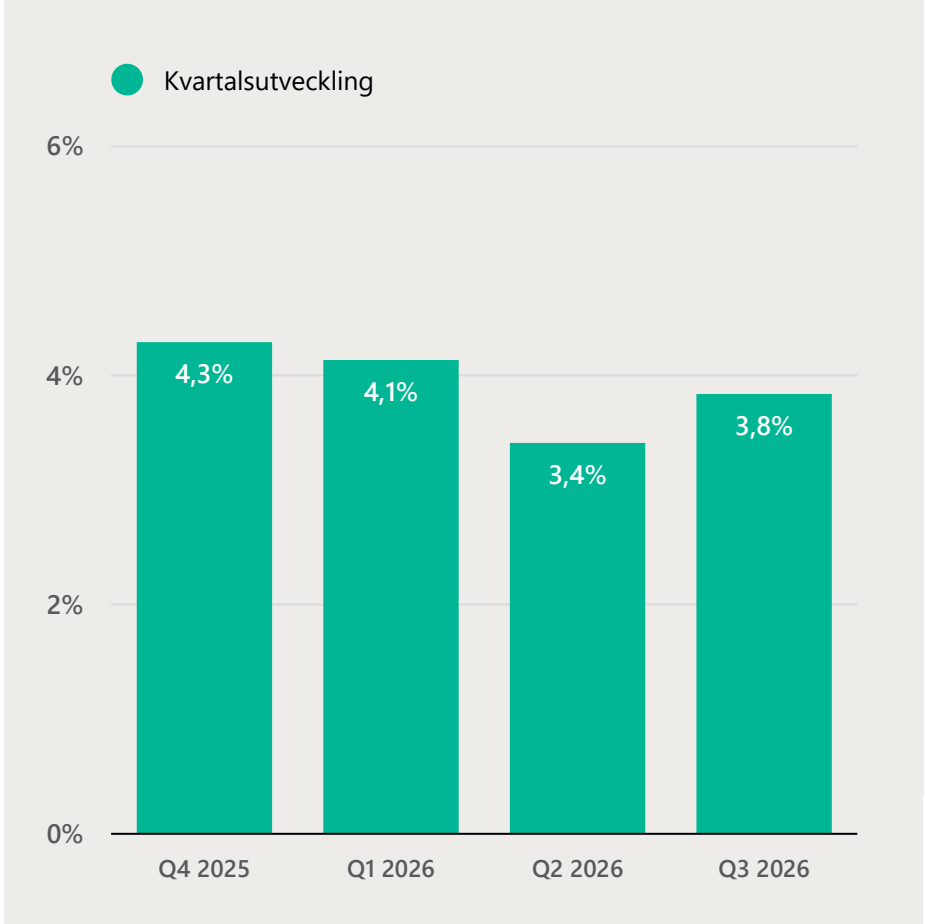
SVENSK DAGLIG VARU HANDEL

Total försäljningsutveckling i fysisk butik

Försäljning i kronor exkl. moms*

Q1 2026: 72,9 MDKR
Q2 2026: 80,3 MDKR
Q3 2026: 79,5 MDKR



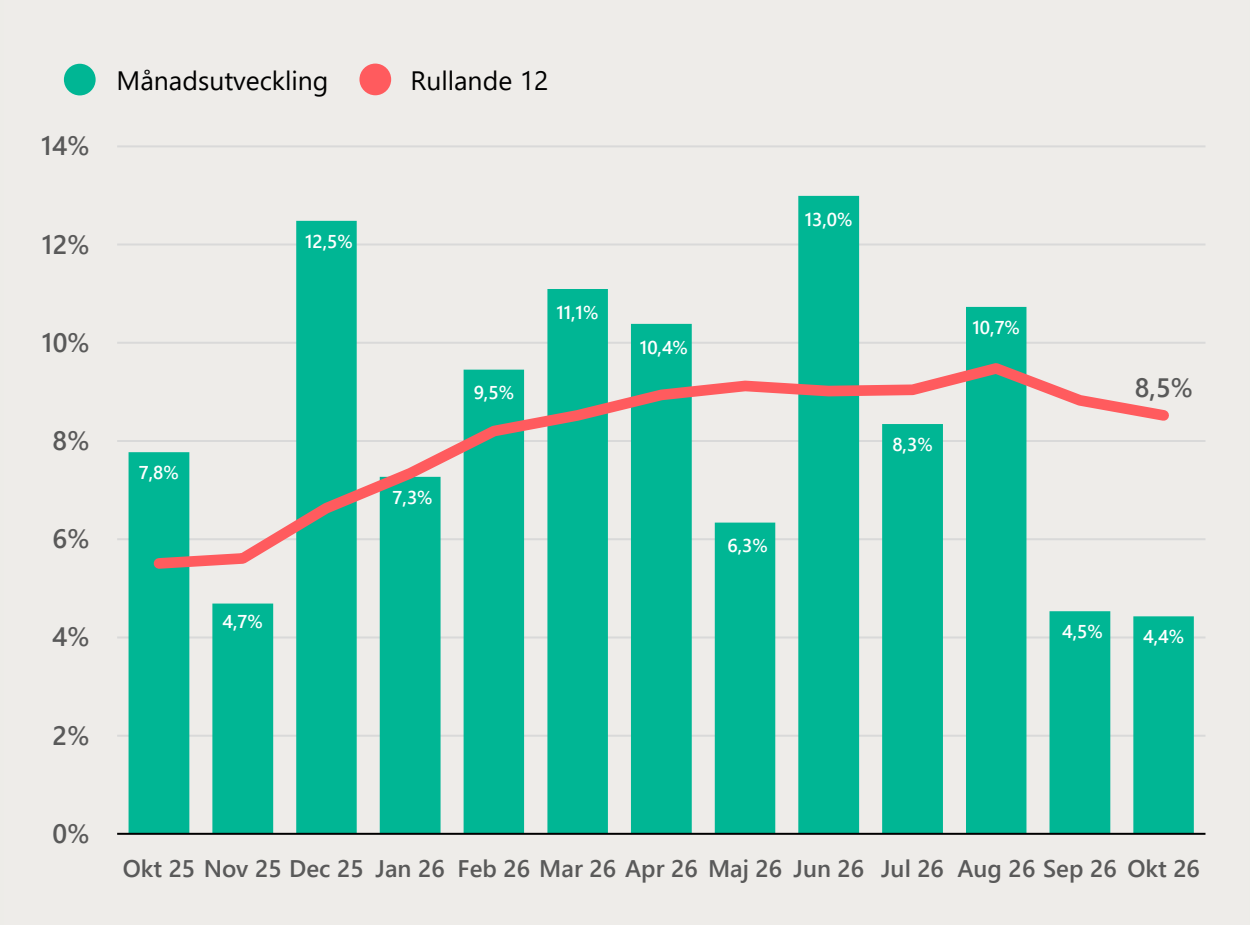


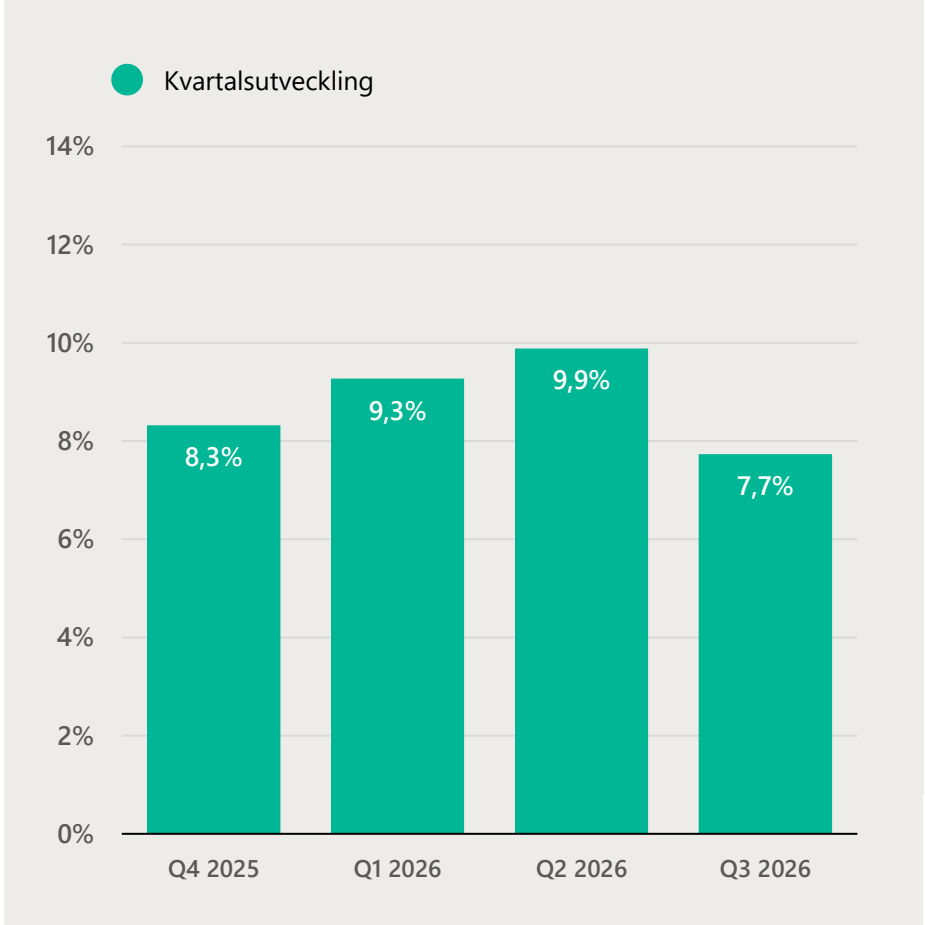
*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex exkl. moms. Avrundat till en decimal.

Total e-handelsutveckling

Försäljning i kronor exkl. moms*

Q1 2026: 3,7 MDKR
Q2 2026: 3,7 MDKR
Q3 2026: 3,3 MDKR

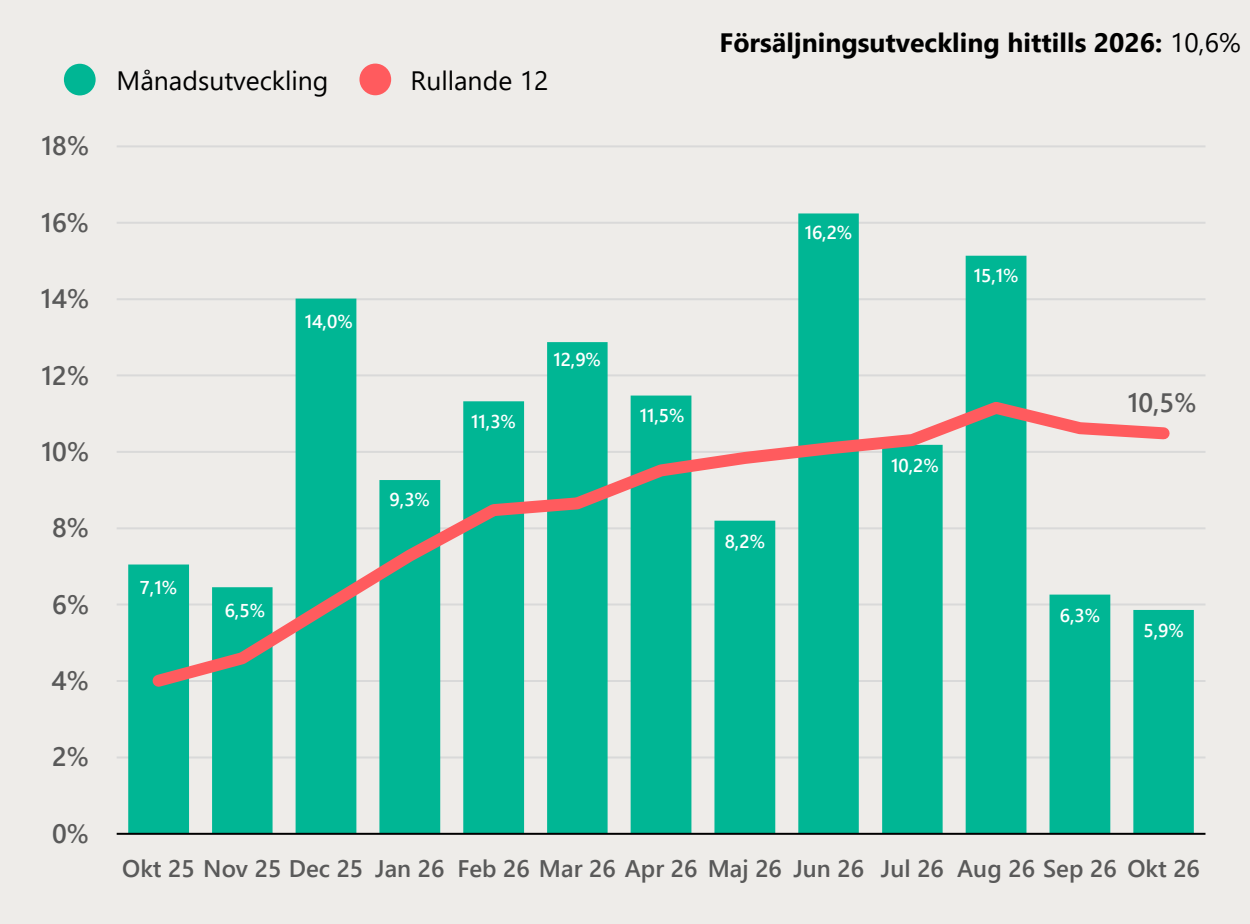


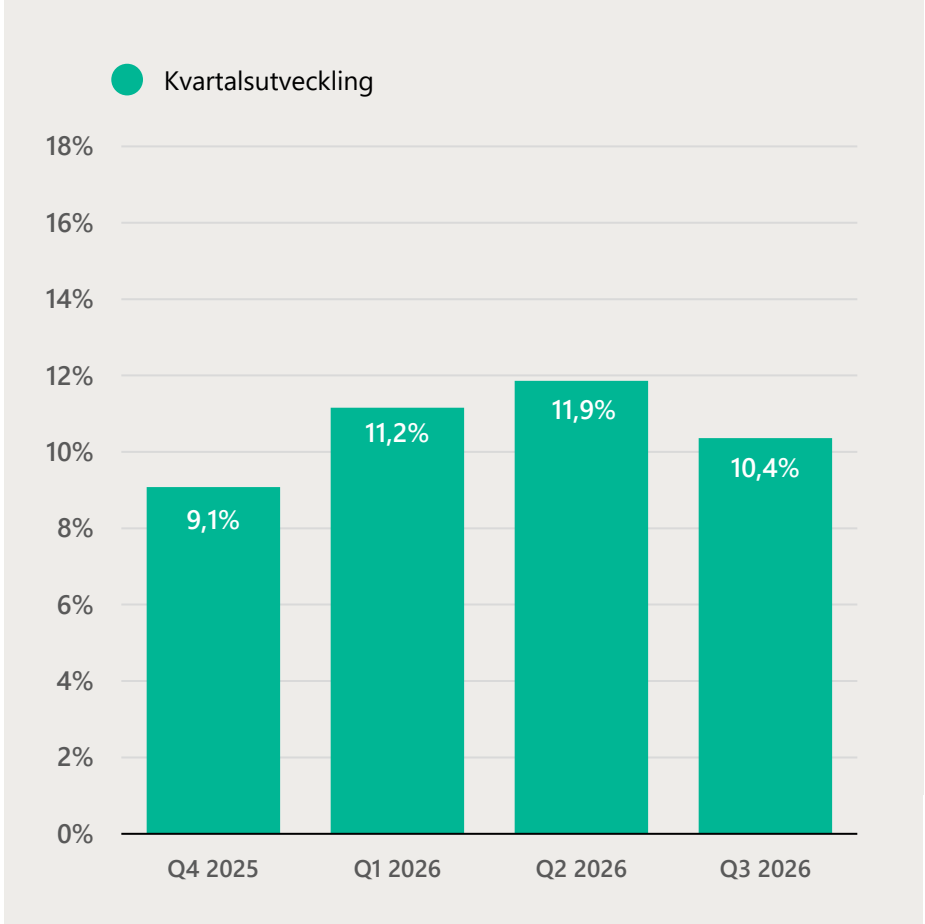


*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex exkl. moms. Avrundat till en decimal.

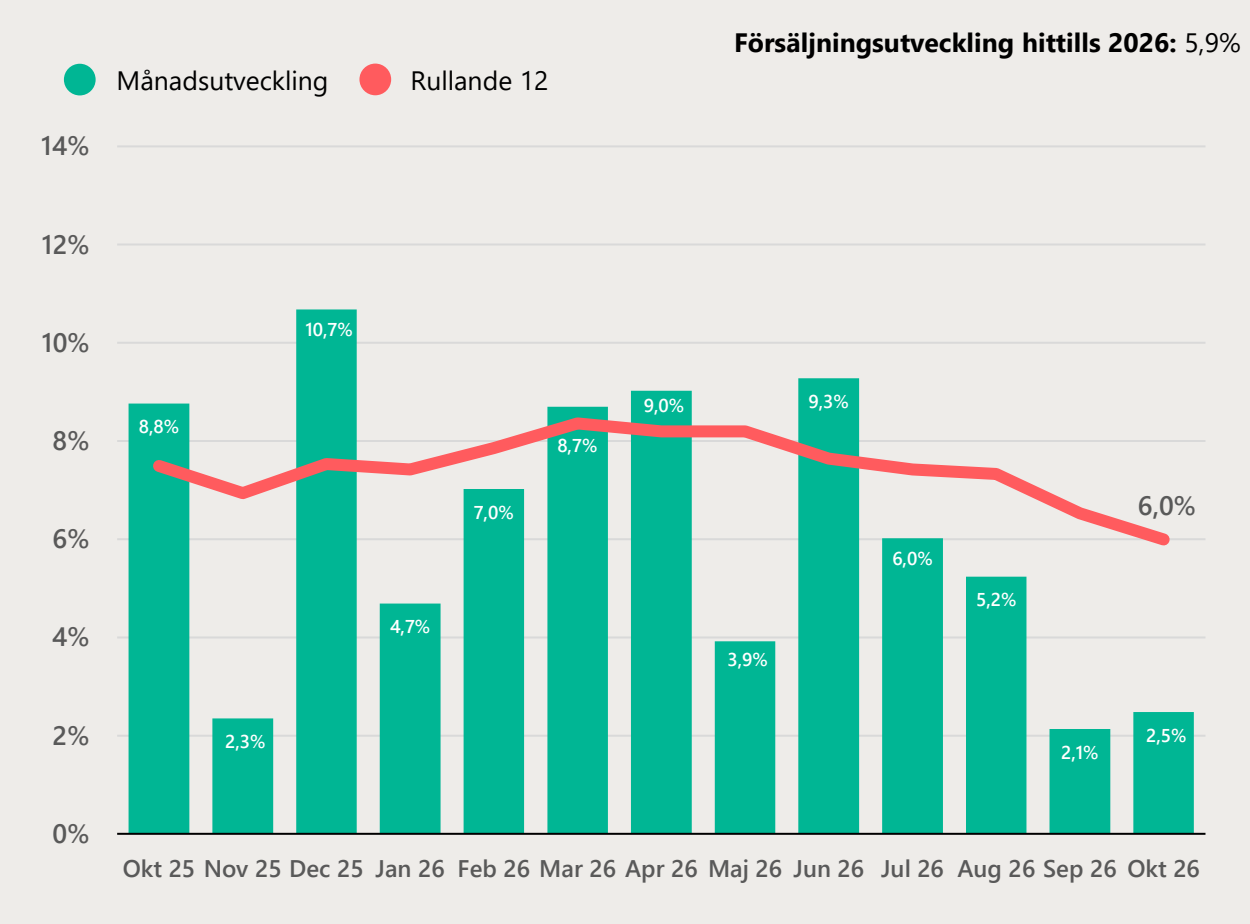
SVENSK DAGLIG VARU HANDEL

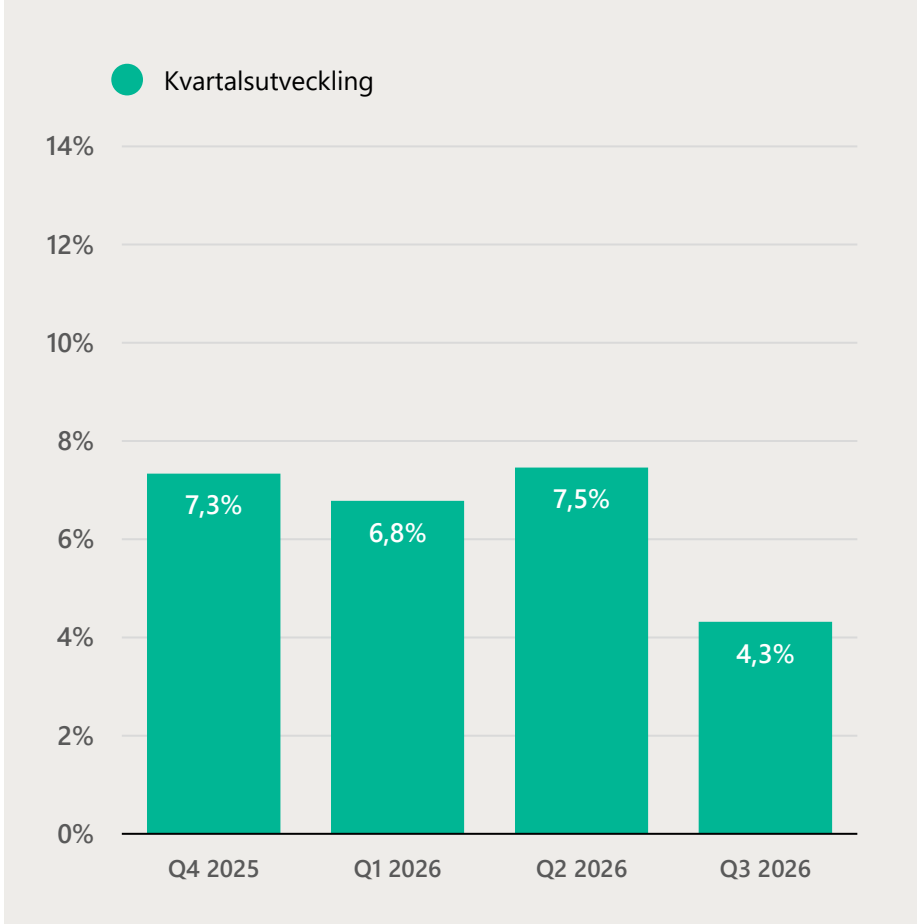
E-handel med hemleverans





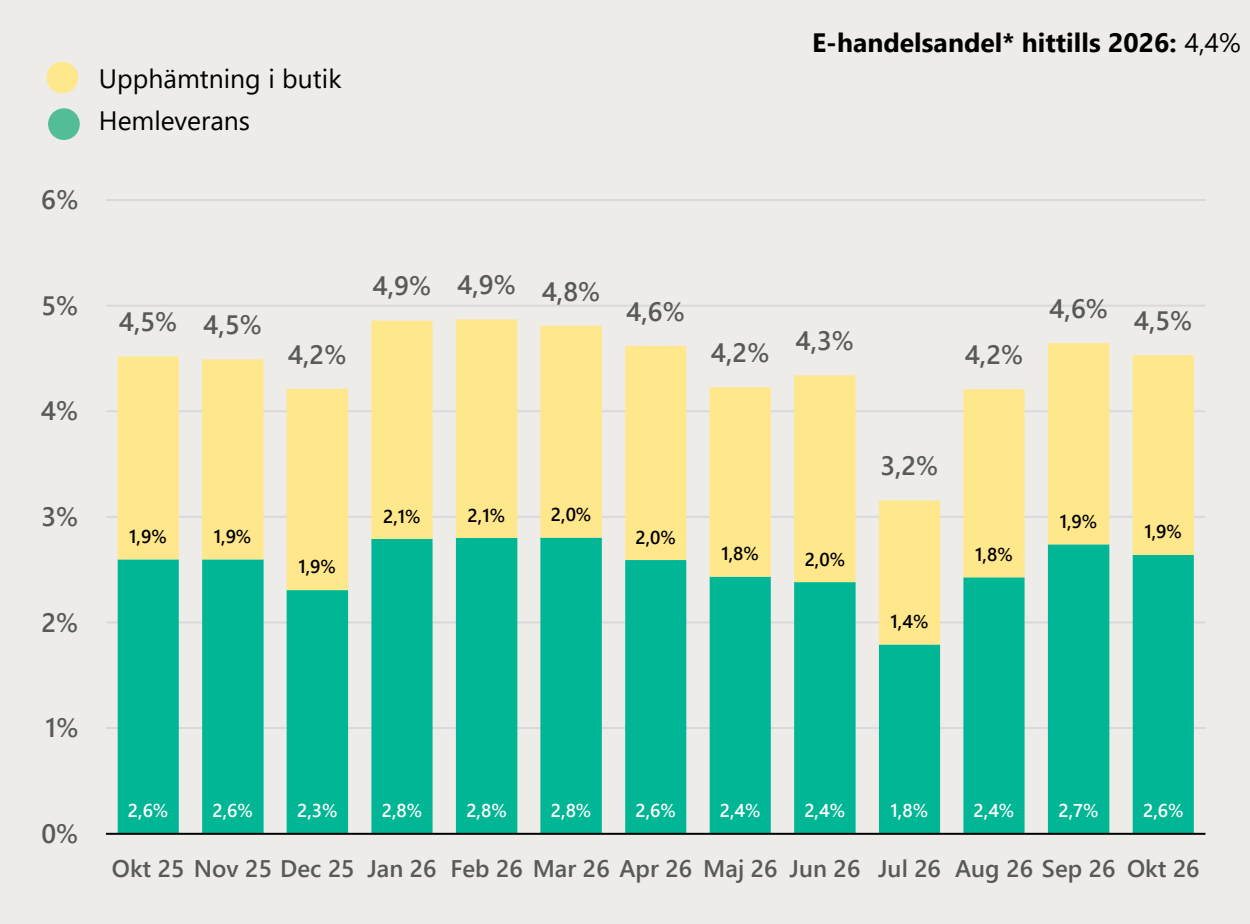
E-handel med upphämtning i butik

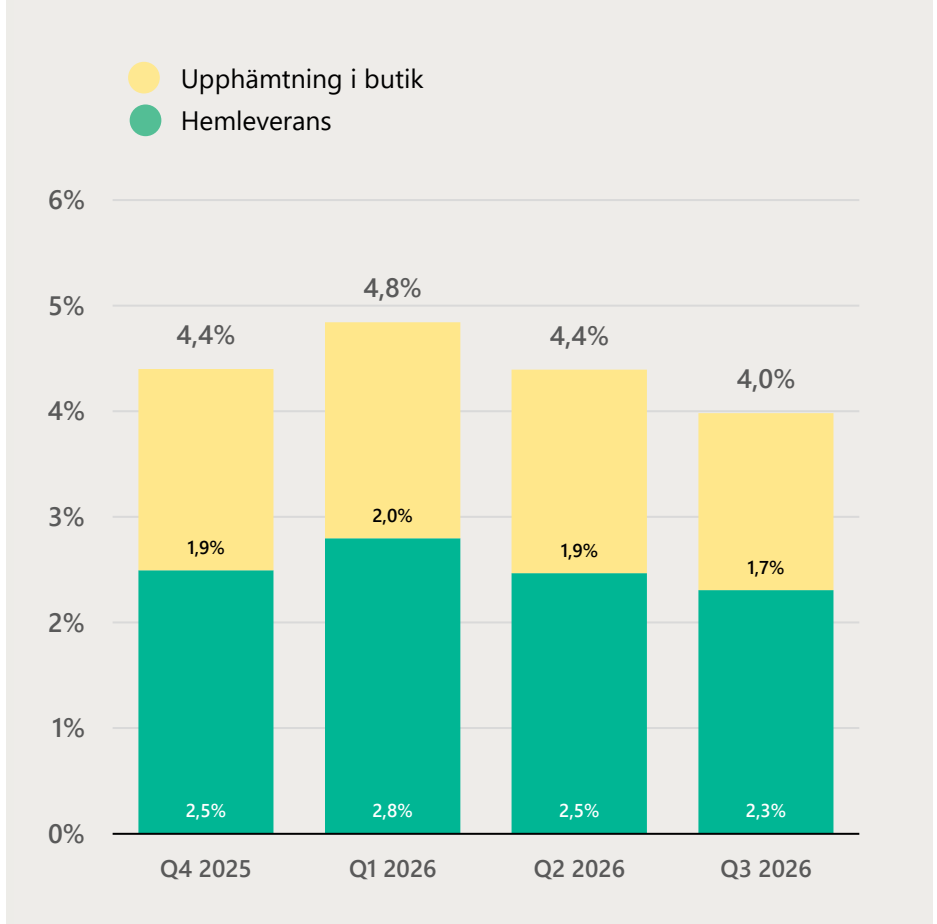




E-handelsandel av total försäljning

-Fördelat på leveransalternativ





*Total e-handelsförsäljning som andel av den totala försäljningen i Dagligvaruindex.

Publiceringsplan

Dagligvaruindex från Svensk Dagligvaruhandel

År	Rapportperiod	Preliminärt publiceringsdatum
2026	November	15 december
2027	December	19 januari



Kontaktpersoner på Svensk Dagligvaruhandel



Cecilia Anneling
Kommunikationschef
cecilia.anneling@svdh.se
070-840 52 63



Karin Brynell
VD
karin.brynell@svdh.se
070-975 80 85

Prenumerera på Svensk Dagligvaruhandels pressmeddelande; tryck på ABONNERA i övre högra hörnet.

Kalendereffekter 2026

Justering för högtids- och veckodagsförskjutningar. De uppskattade kalendereffekterna tar inte hänsyn till eventuella försäljningseffekter relaterade till momssänkningen den 1 april 2026.

Månad	Kalendereffekt	Ackumulerad kalendereffekt
Jan	-0,2%	-0,2%
Feb	0,0%	-0,1%
Mar	1,6%	0,5%
Apr	0,3%	0,4%
Maj	-1,8%	0,0%
Jun	0,5%	0,1%
Jul	0,9%	0,2%
Aug	-1,1%	0,0%
Sep	0,2%	0,0%
Okt	0,0%	0,0%
Nov	-0,2%	0,0%
Dec	1,1%	0,1%

Kvartal	Kalendereffekt	Ackumulerad kalendereffekt
Q1	0,5%	0,5%
Q2	-0,3%	0,1%
Q3	0,0%	0,0%
Q4	0,3%	0,1%