

DAGLIGVARUINDEX

MARS 2021

hui.



Dagligvaruindex mars

	Total försäljning butik & e-handel	Total försäljning fysisk butik	Total e-handelsförsäljning
Månadsutveckling mars 2021	1,0%	-3,3%	109,1%
Akkumulerad utveckling 2021	3,0%	-1,3%	127,6%
Rullande 12	6,1%	2,9%	120,8%

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.

Följande aktörer deltar i statistiksamarbetet:

Coop och Stora Coop, Citygross, Delitea, EKO, Eurocash, Hemköp, ICA Nära, ICA Supermarket, ICA Kvantum, ICA Maxi, IKEA Food Services, Lidl, Linas Matkasse, MatHem, Matkomfort, Mat och Ro, Mat.se, Middagsfrid, Willys och Willys Hemma.

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 således avse hela företagets butiksinnehav, exklusive stora förvärv*. Den totala försäljningen i indexet utgörs av livsmedel och non-food.

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.

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 matkasseförsäljning och lösplocksförsäljning. Den totala e-handelsförsäljningen utgörs av både livsmedel och non-food.

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

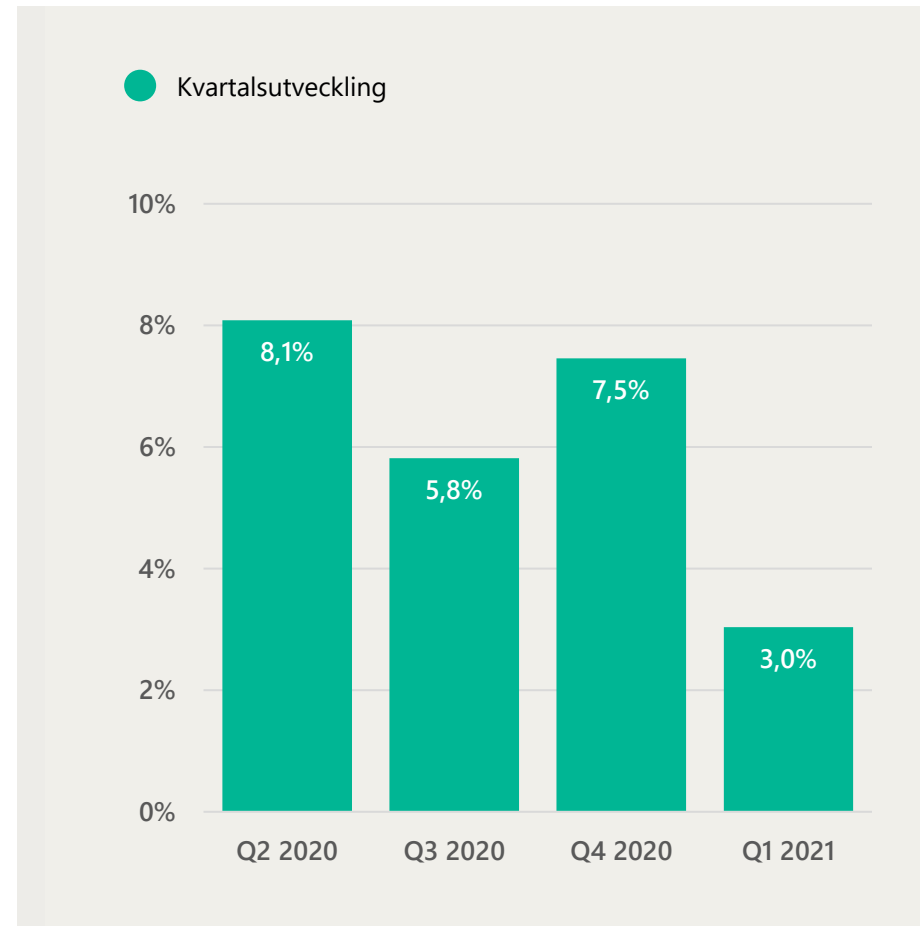
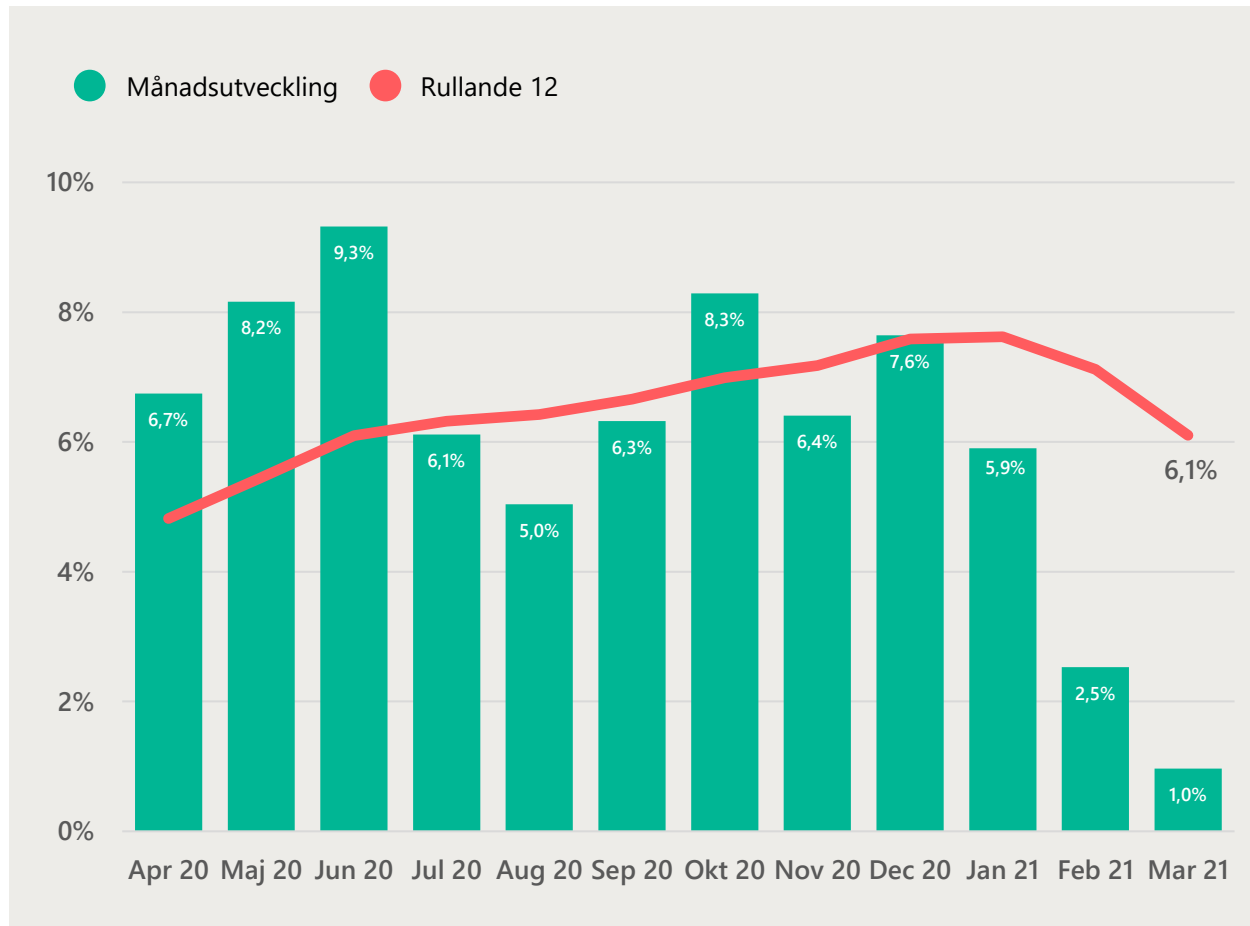
E-handelsandelen avser hur stor del av den totala försäljningen som säljs via antingen hemleverans eller upphämtning i butik.

Redovisningsenheter

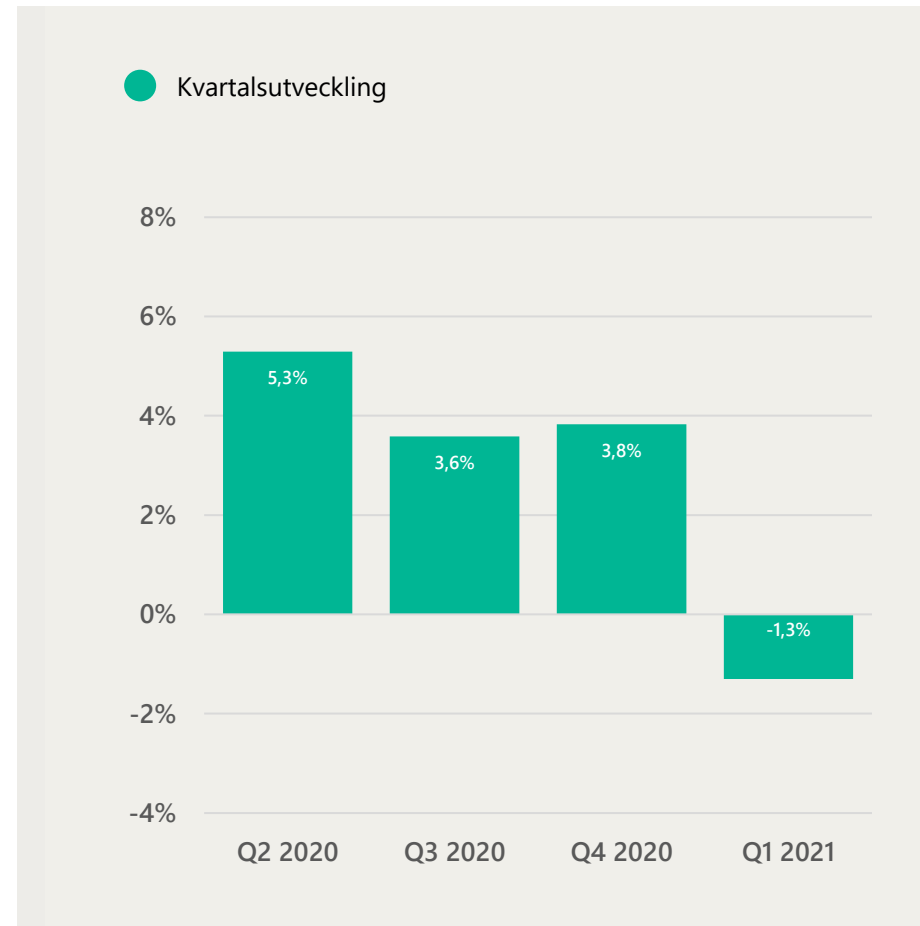
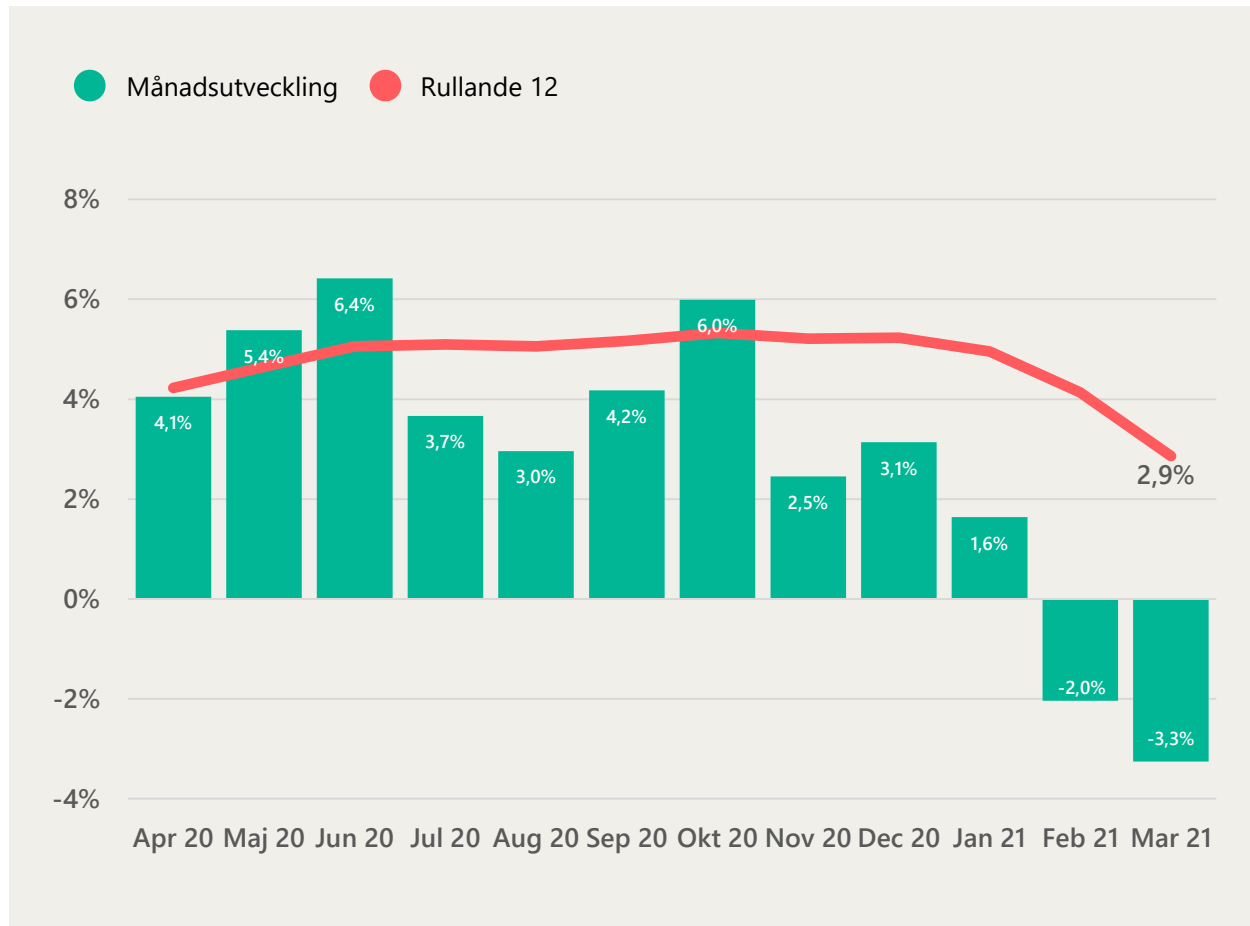
Företagen som ingår i Dagligvaruindex redovisar försäljningen i absoluta tal (kronor och ören) för total försäljning.

*Kontakta HUI för mer information

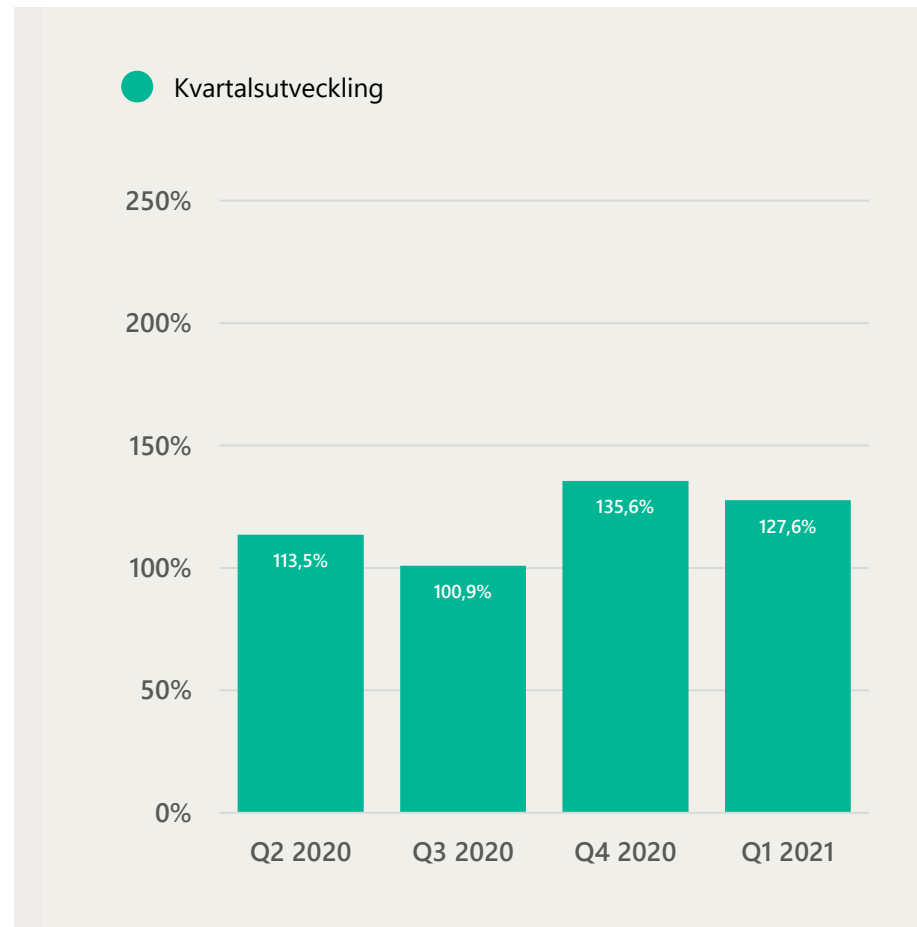
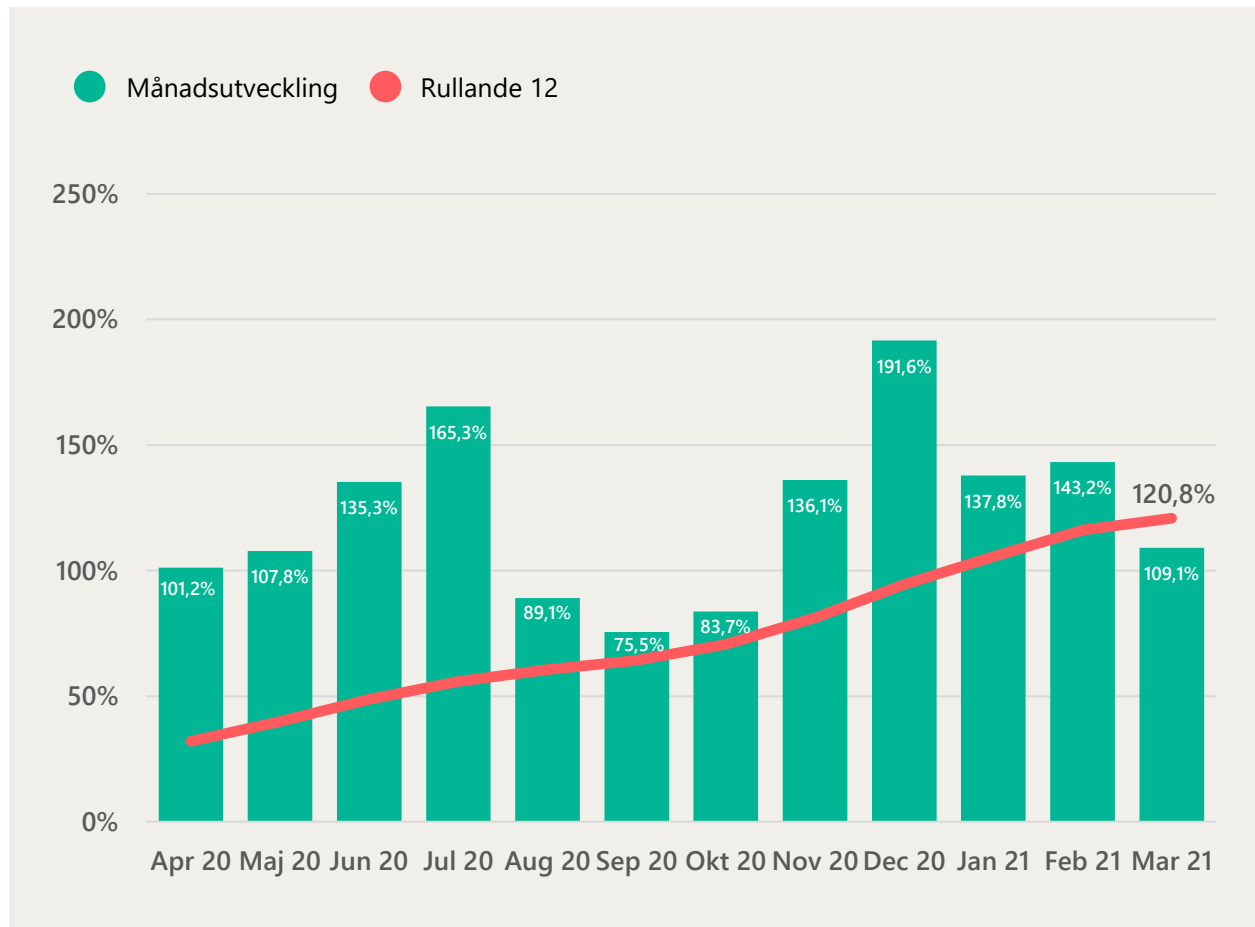
Total försäljningsutveckling



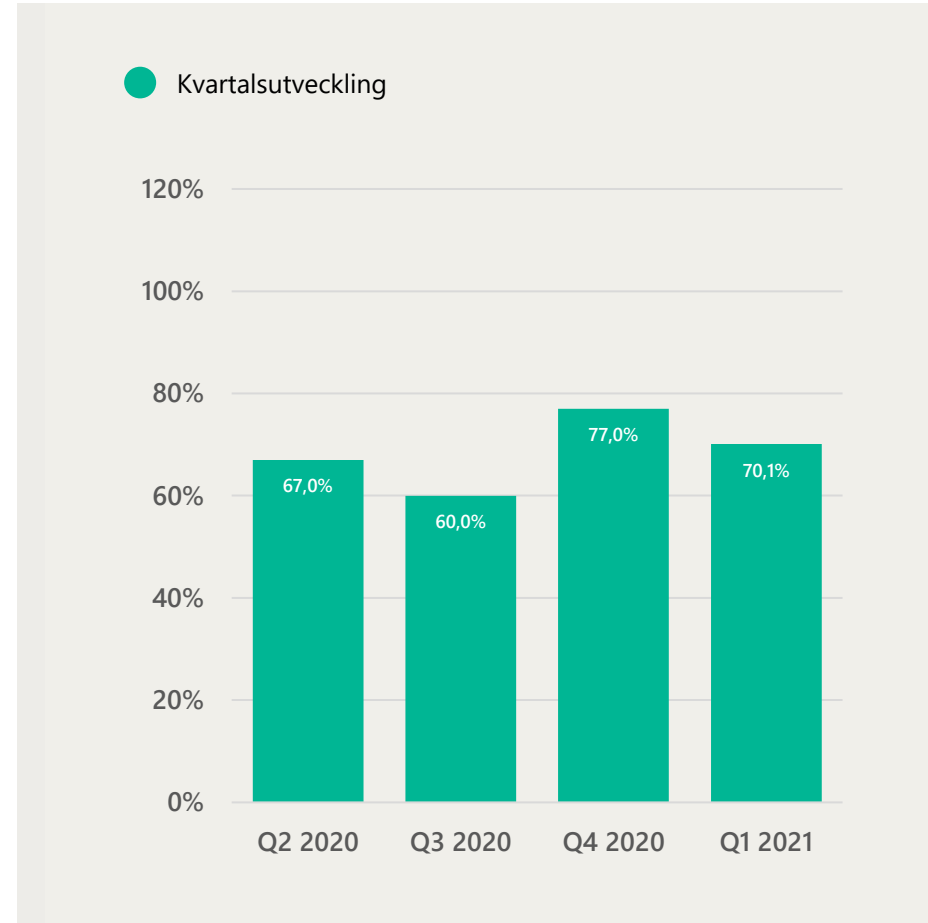
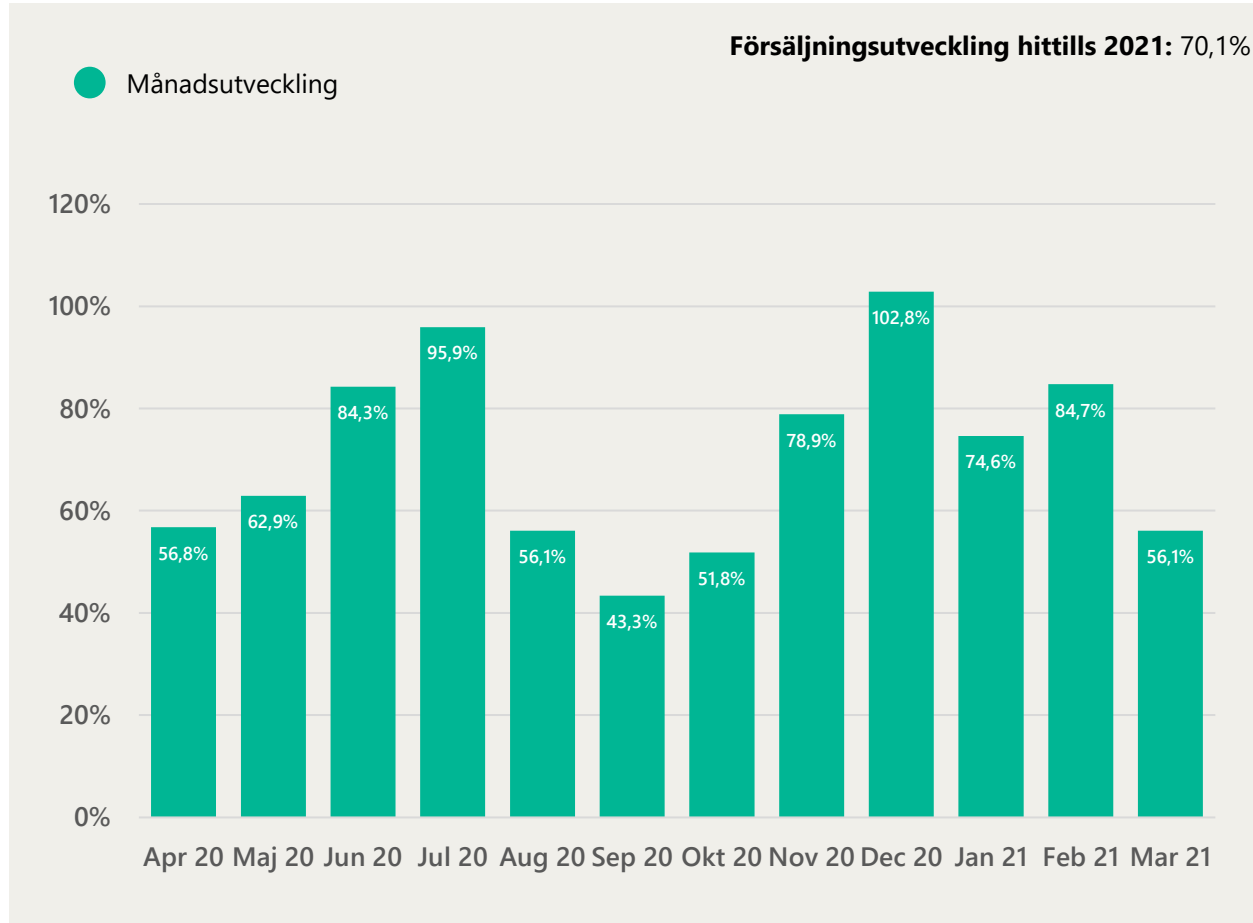
Total försäljningsutveckling i fysisk butik



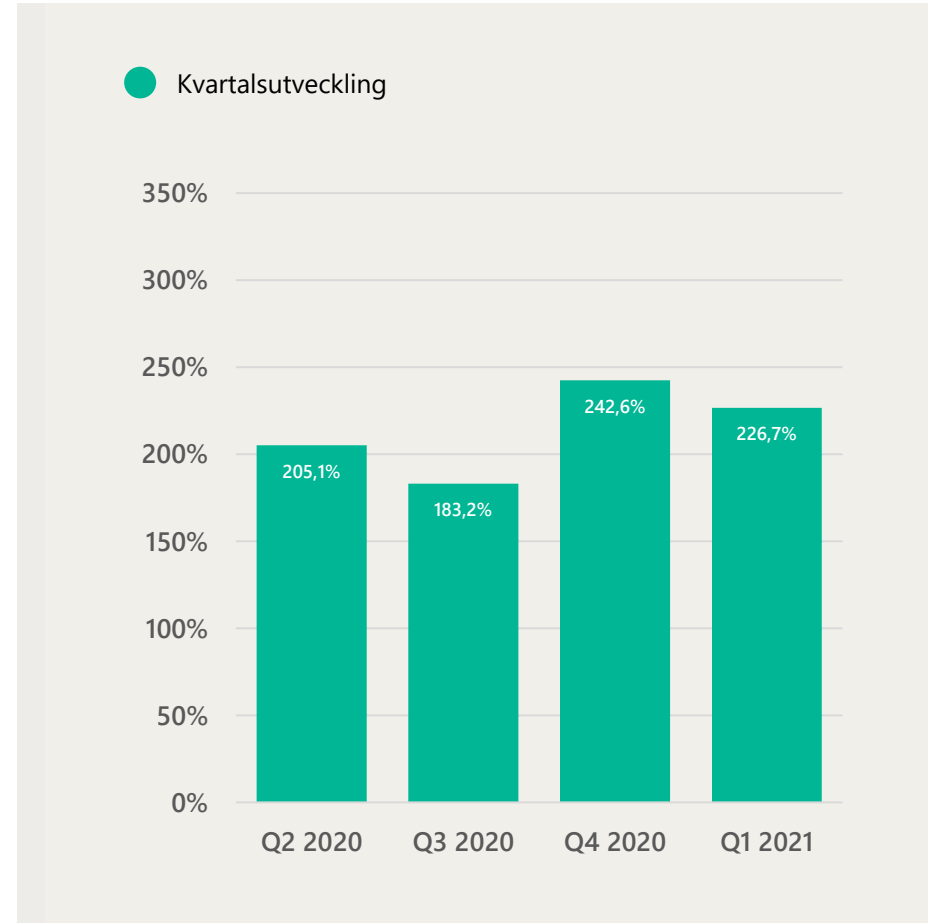
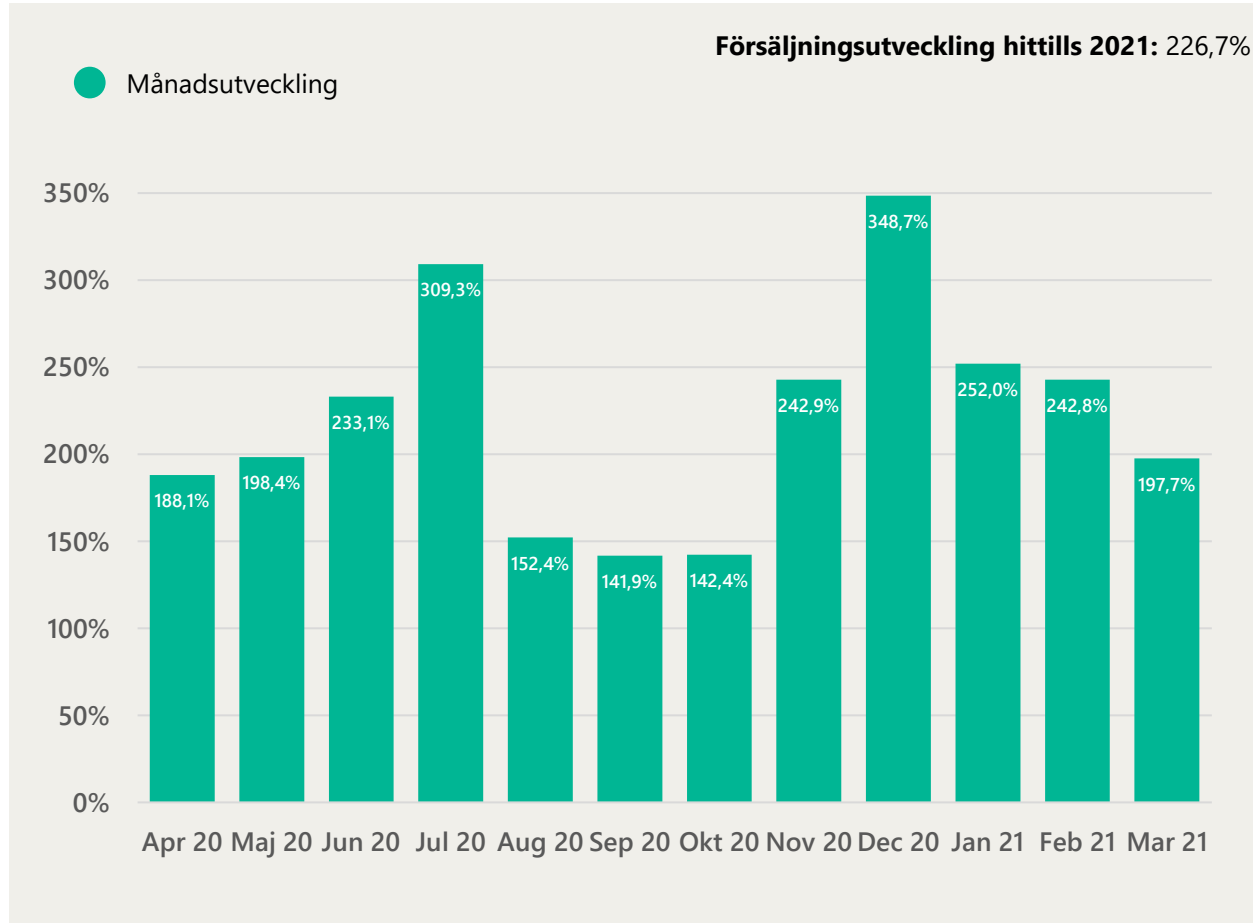
Total e-handelsutveckling



E-handel med hemleverans

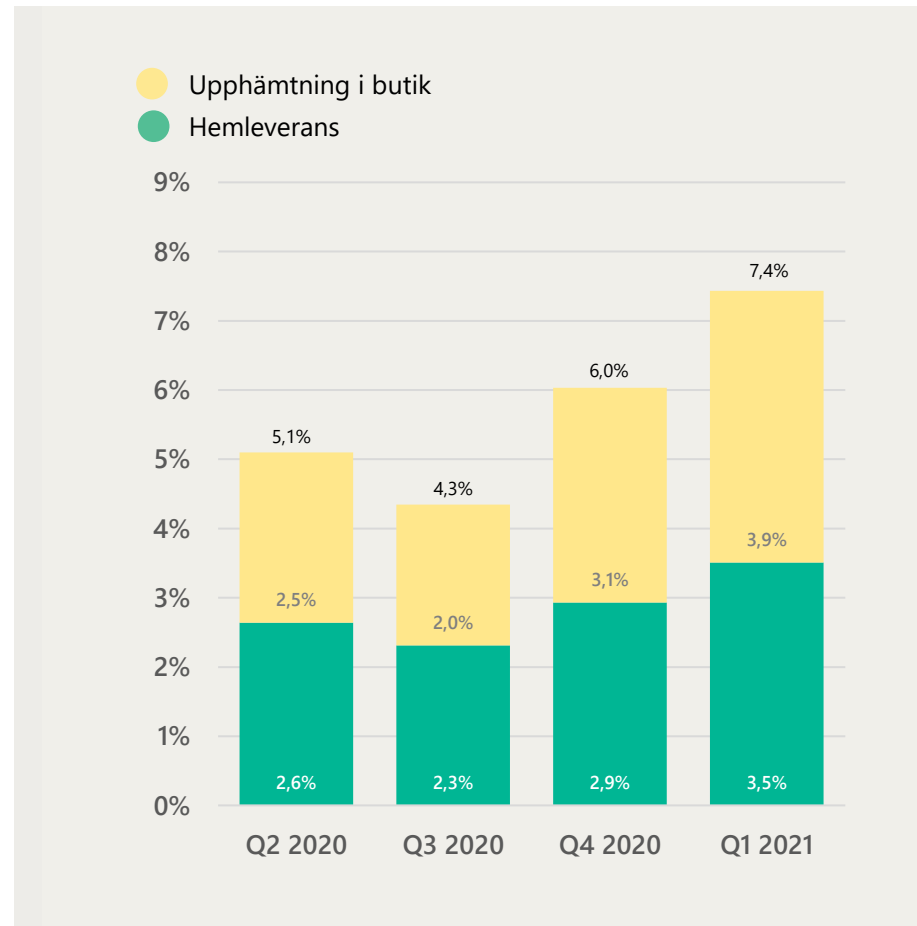
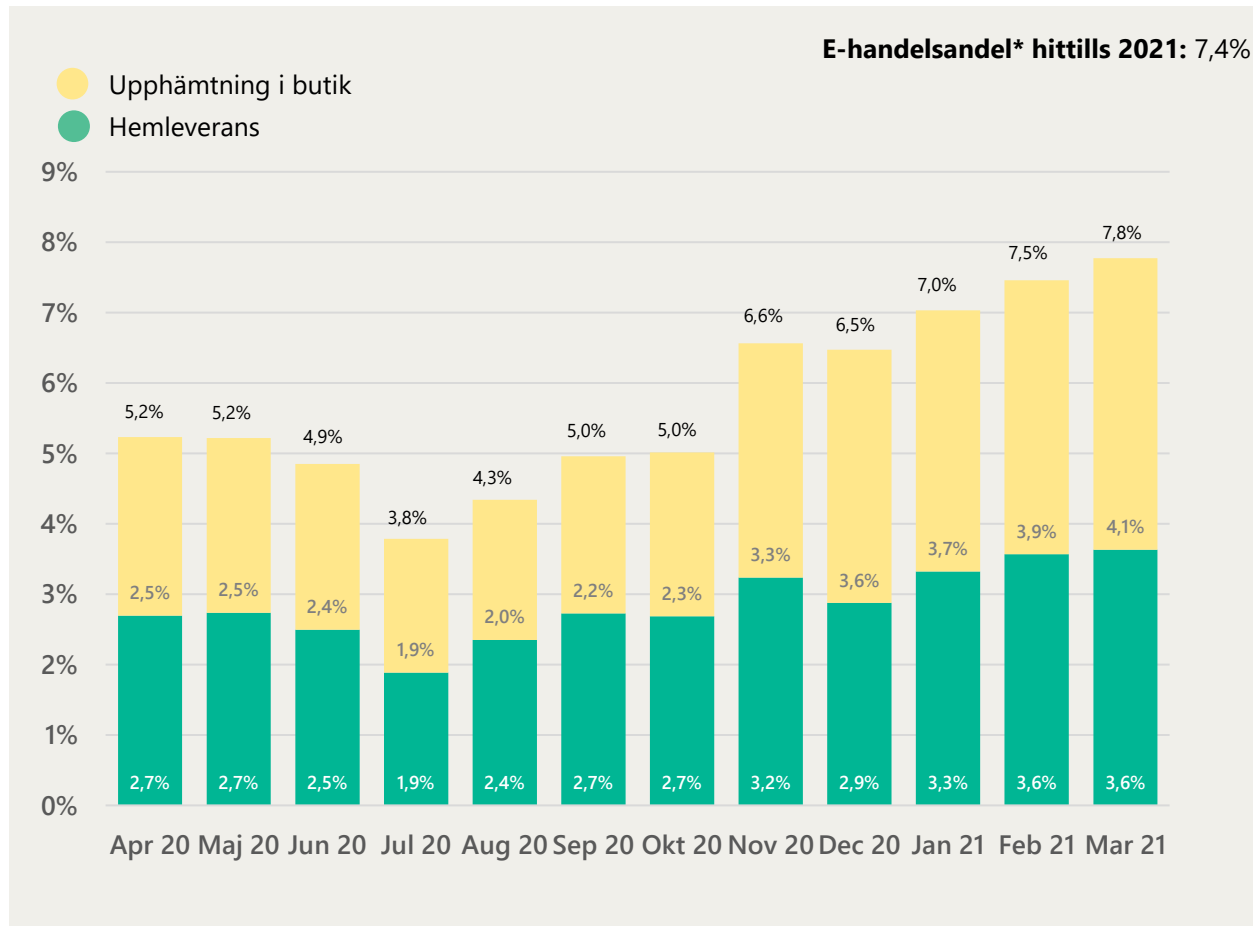


E-handel med upphämtning i butik



E-handelsandel av total försäljning

-Fördelat på leveransalternativ



*E-handelsandelen beräknas genom total e-handelsförsäljning som andel av den totala försäljningen i Dagligvaruindex.

Publiceringsplan

Dagligvaruindex från Svensk Dagligvaruhandel

År	Rapportperiod	Prel. publiceringsdatum
2021	Mars	22 april
2021	April	12 maj
2021	Maj	15 juni
2021	Juni	15 juli
2021	Juli	17 aug
2021	Augusti	14 sep
2021	September	21 okt
2021	Oktober	17 nov
2021	November	15 dec
2022	December samt helåret 2021	T.B.A

Kontaktpersoner på Svensk Dagligvaruhandel



Anna Fager Persson

Kommunikationschef

anna.fagerpersson@svdh.se

070-980 32 09



Karin Brynell

VD

karin.brynell@svdh.se

070-975 80 85

Prenumerera på Svensk Dagligvaruhandels [pressmeddelande](#);
tryck på ABONNERA i övre högre hörn.