

DAGLIGVARUINDEX

MARS 2025



Dagligvaruindex mars

	Total försäljning butik & e-handel	Total försäljning fysisk butik	Total e-handelsförsäljning
Månadsutveckling mars 2025	-0,3%	-0,6%	7,5%
Akkumulerad utveckling 2025	1,9%	1,9%	2,2%
Rullande 12	3,0%	2,9%	4,3%

Månadsutveckling avser försäljningsutvecklingen den aktuella månaden, jämfört med samma månad föregående år.
Akkumulerad 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.

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, 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.



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.

Kalendereffekt

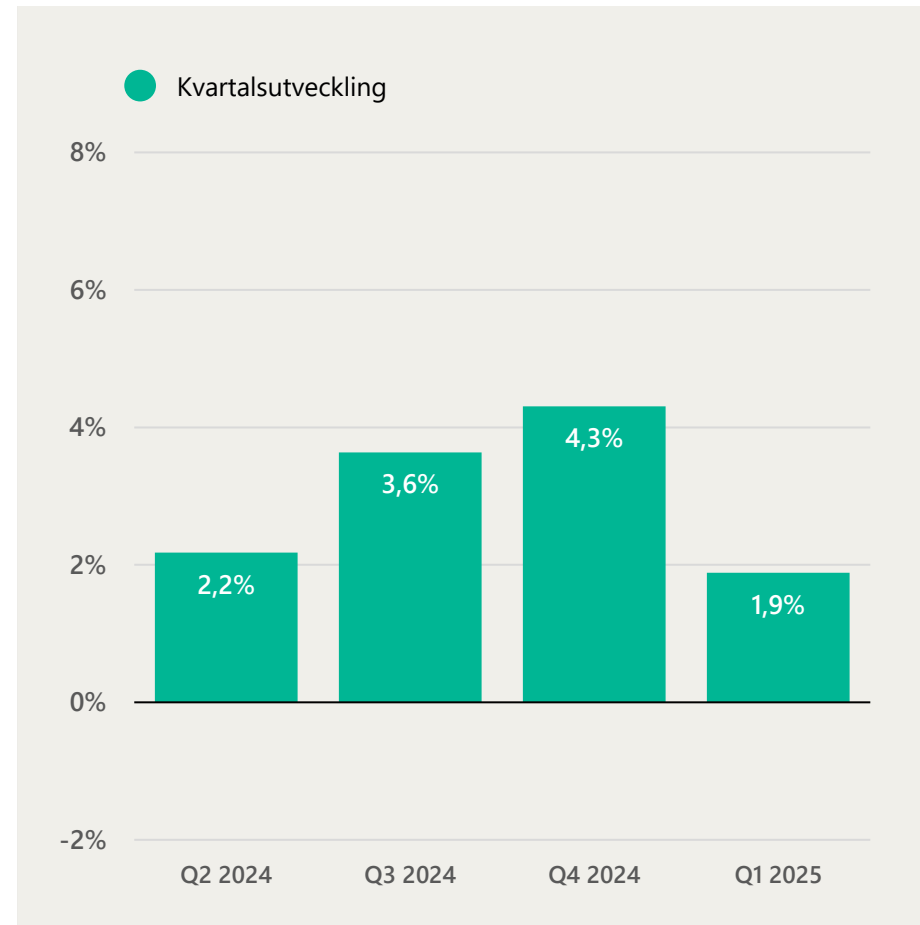
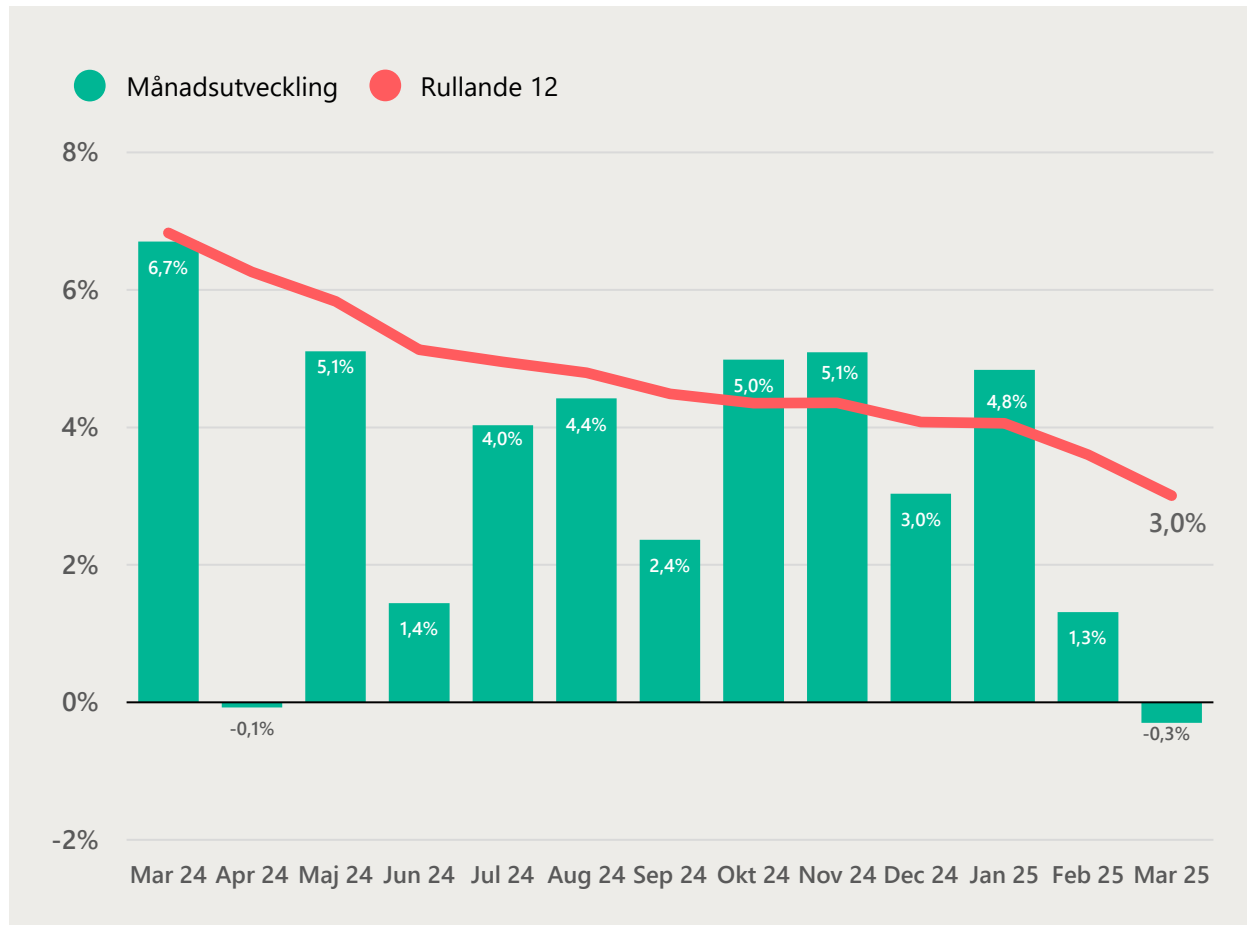
Kalenderkorrigeringen för mars månad är -4,4 procent*.

*Kontakta HUI för mer information

Total försäljningsutveckling

Försäljning i kronor*

Q1 2025: 83,6 MDKR

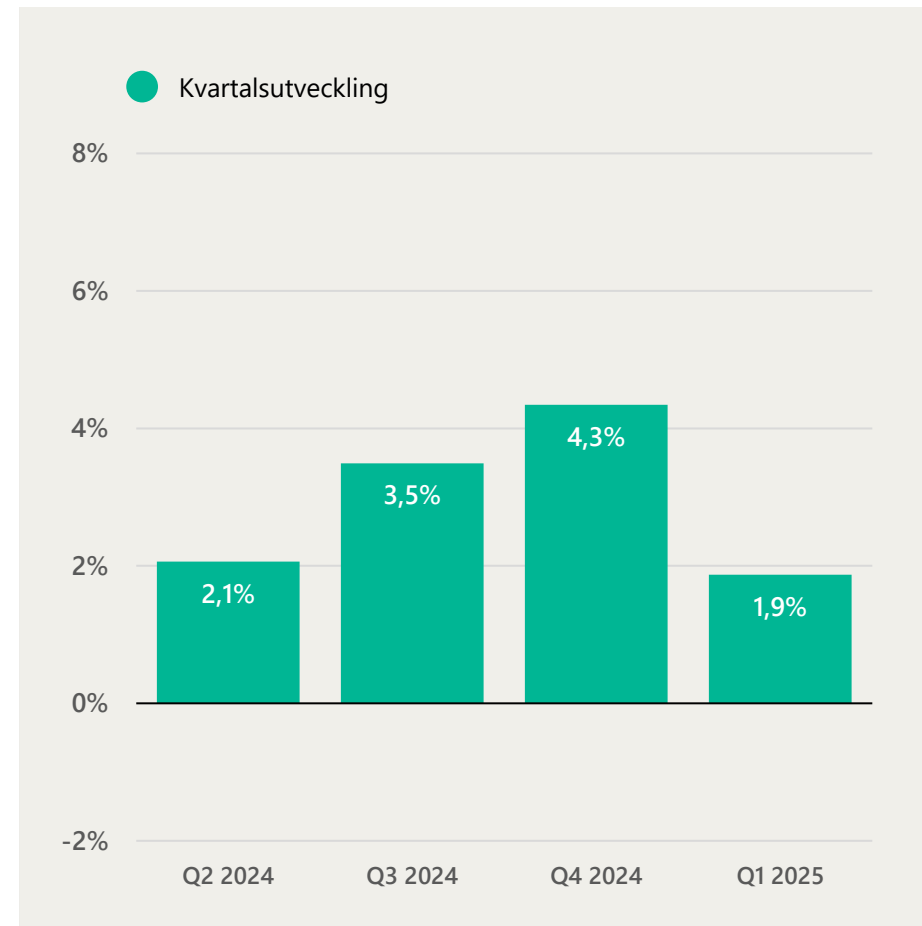
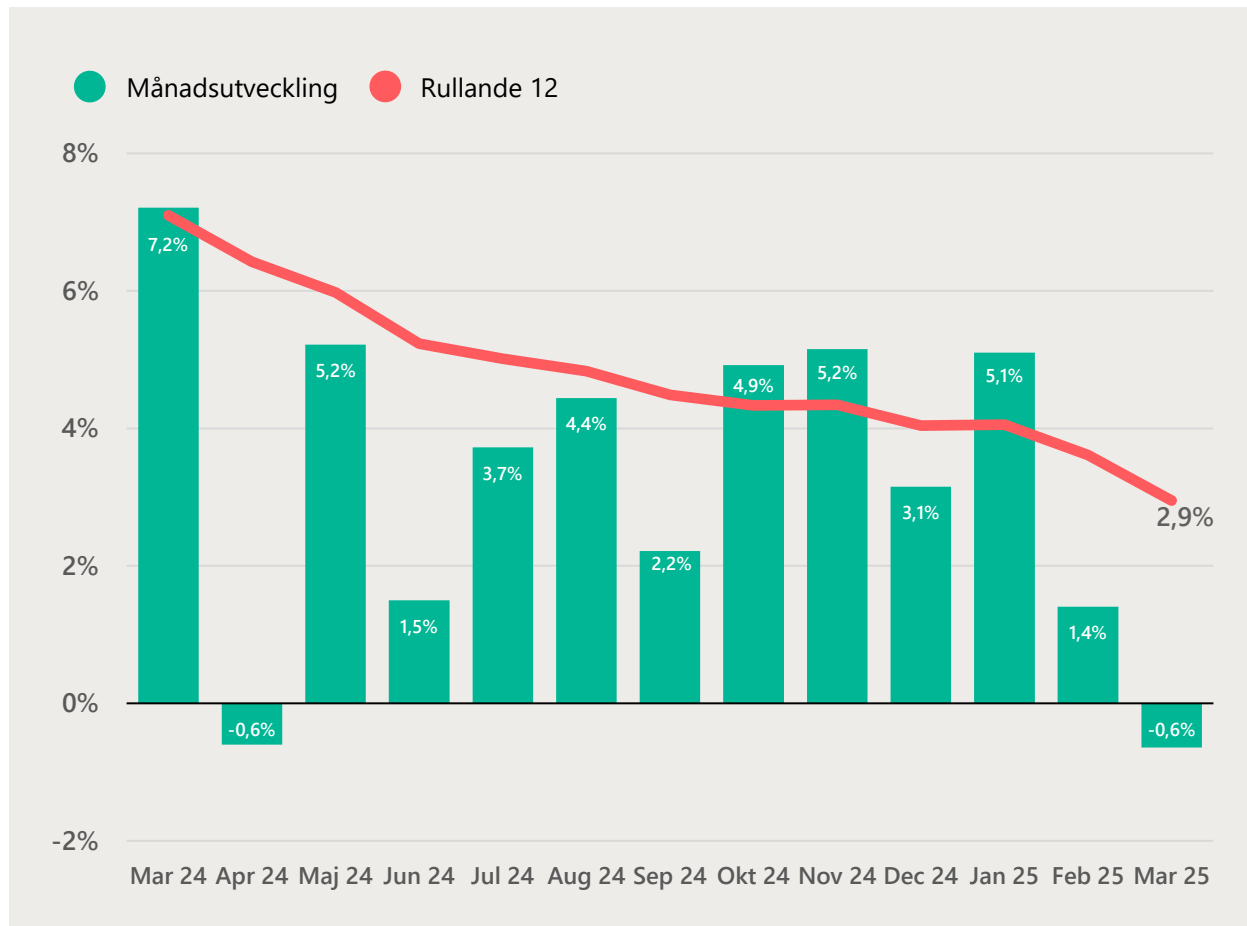


*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

Total försäljningsutveckling i fysisk butik

Försäljning i kronor*

Q1 2025: 79,7 MDKR

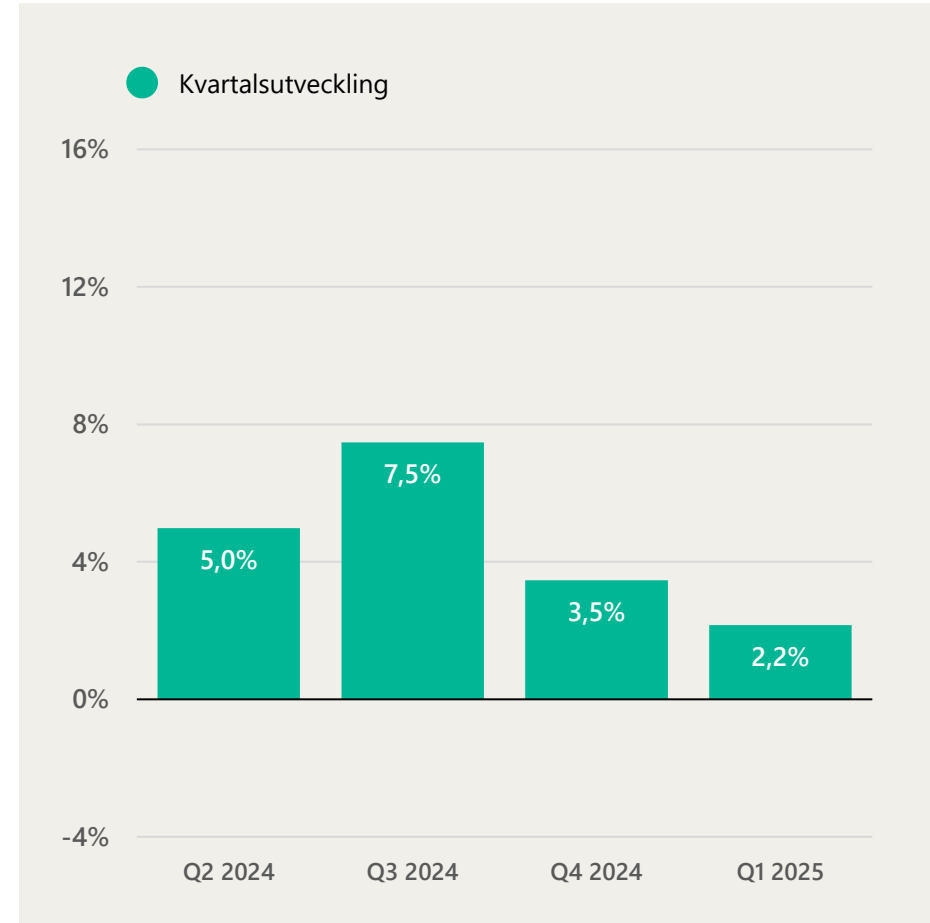
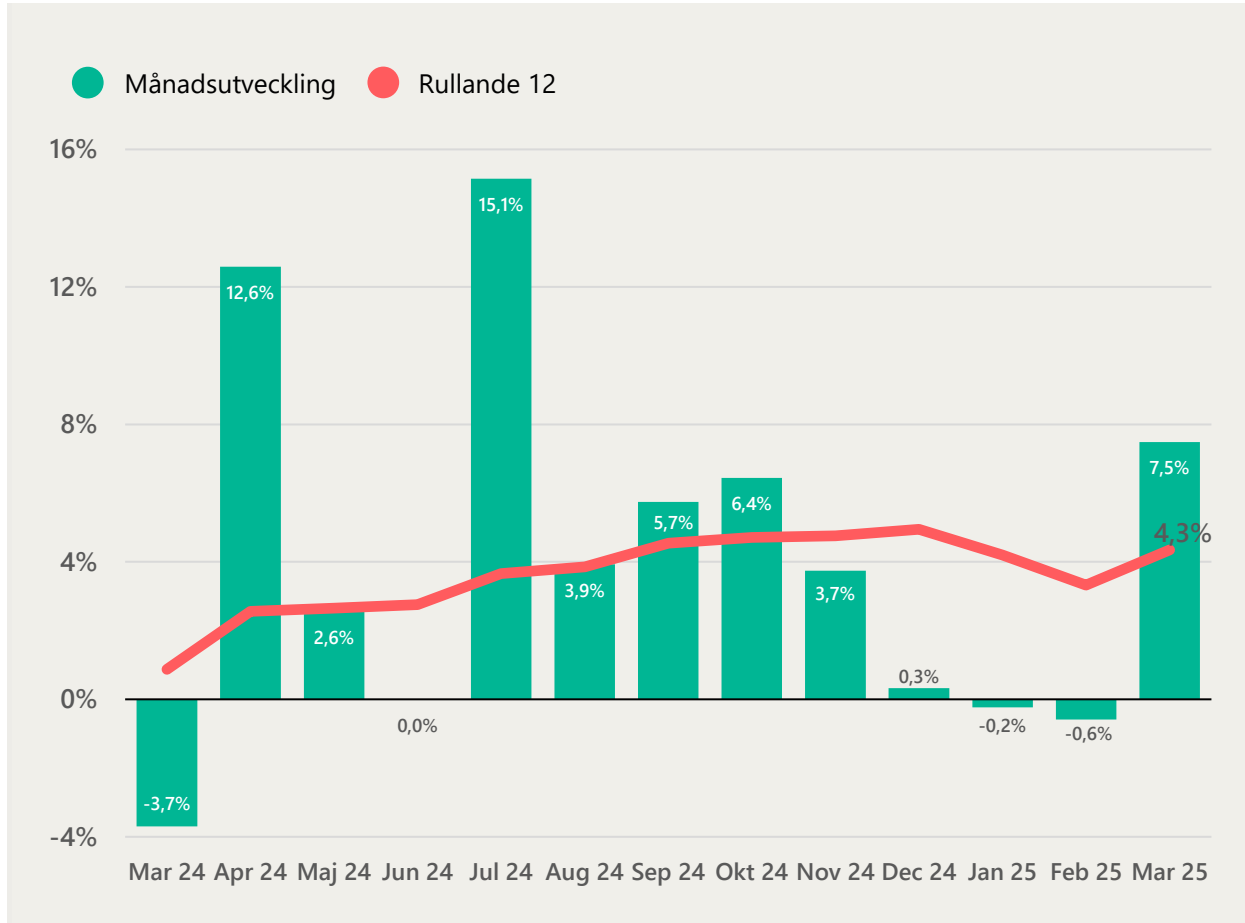


*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

Total e-handelsutveckling

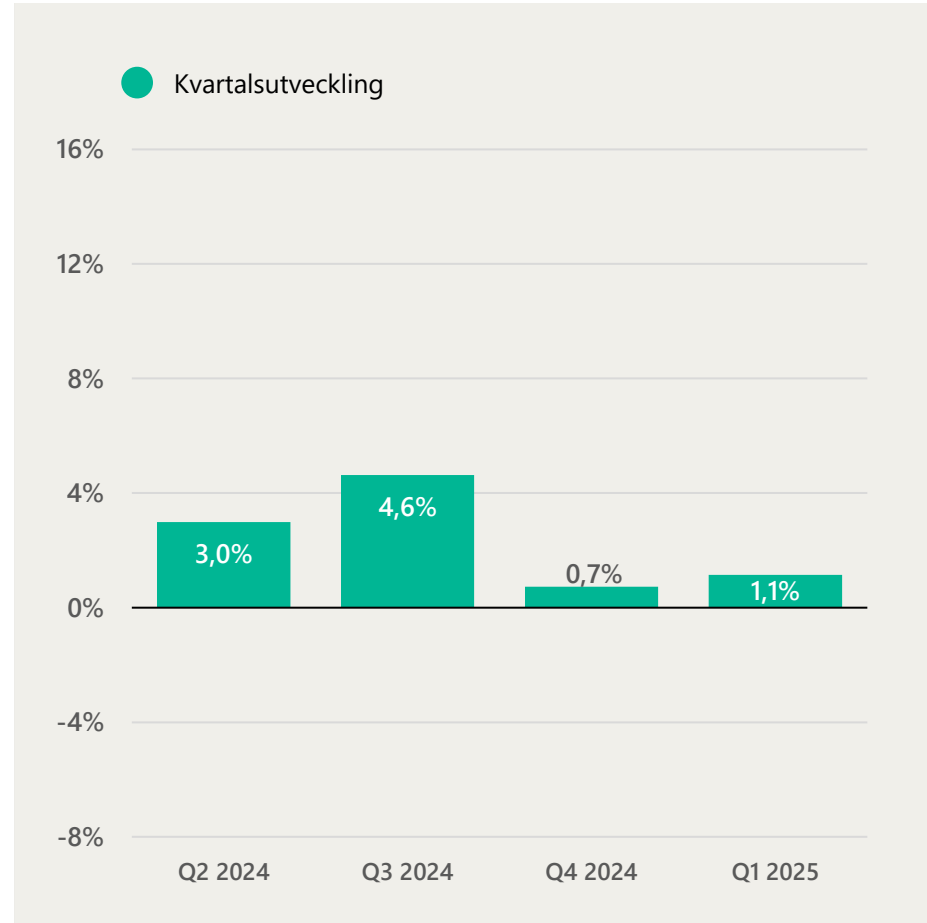
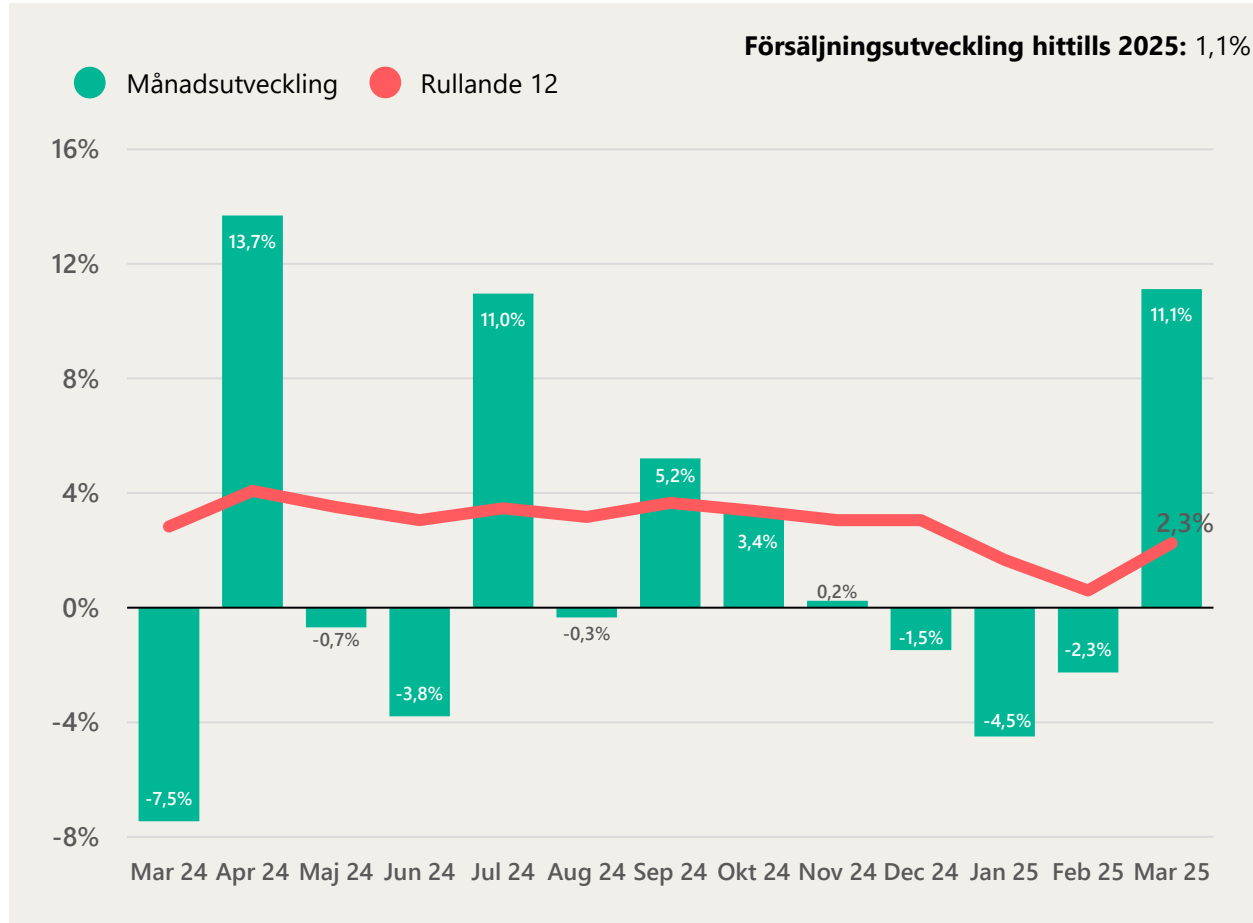
Försäljning i kronor*

Q1 2025: 3,9 MDKR

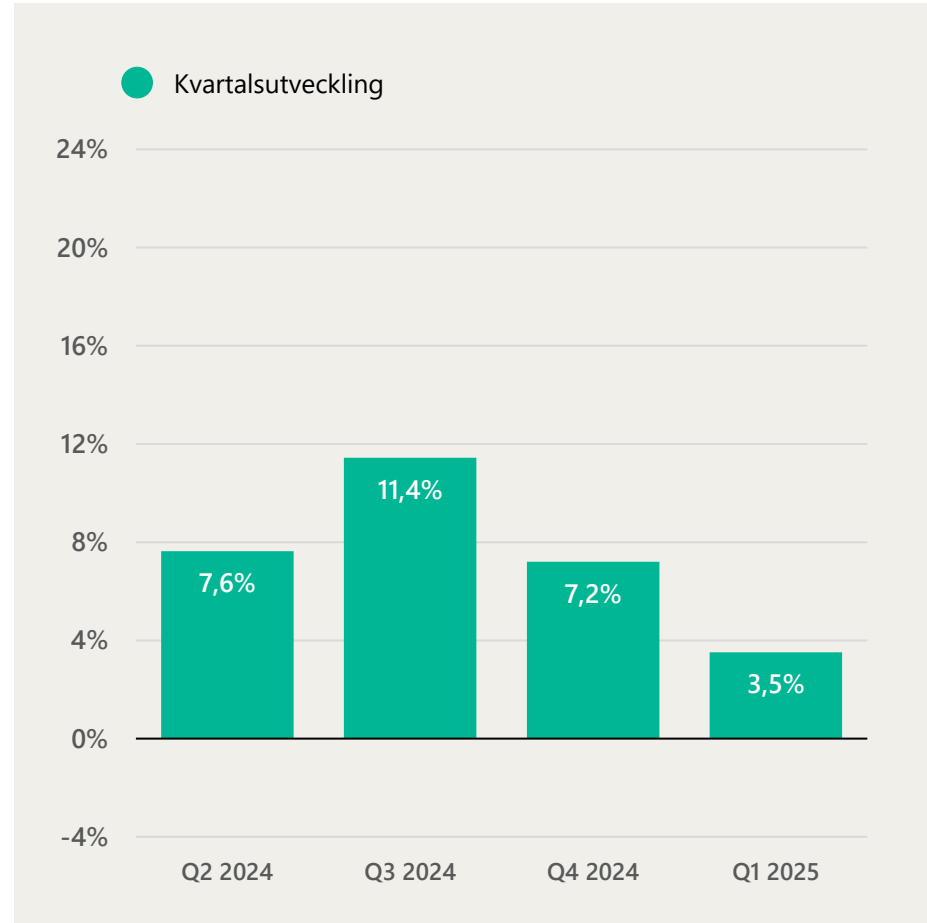
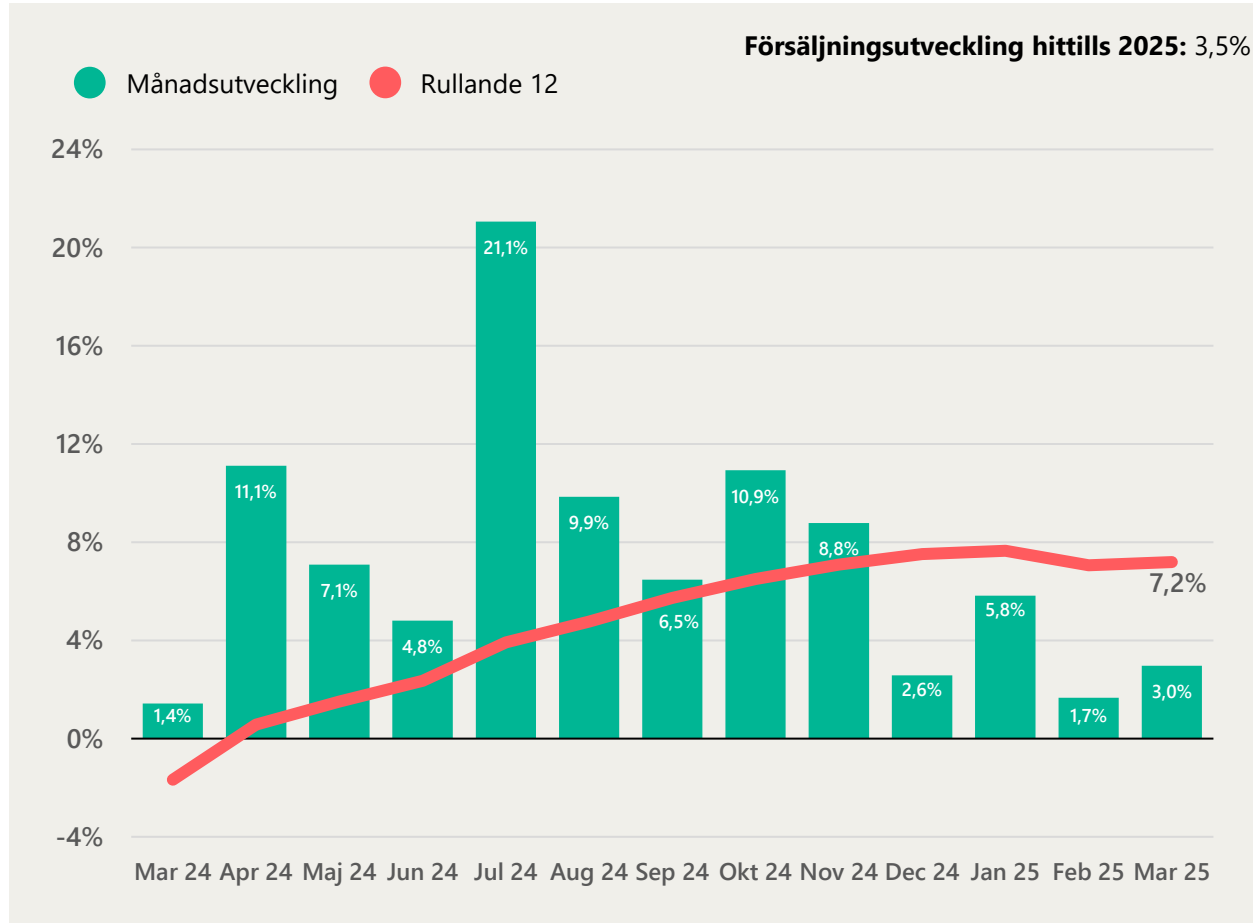


*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

E-handel med hemleverans

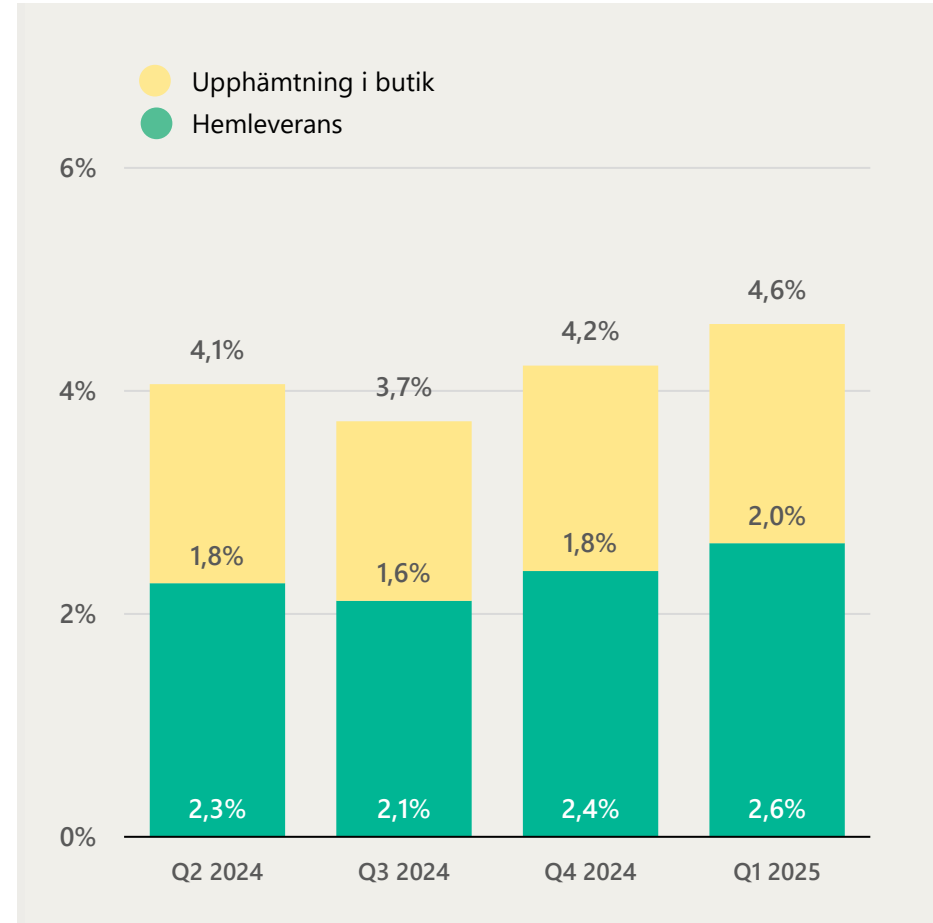
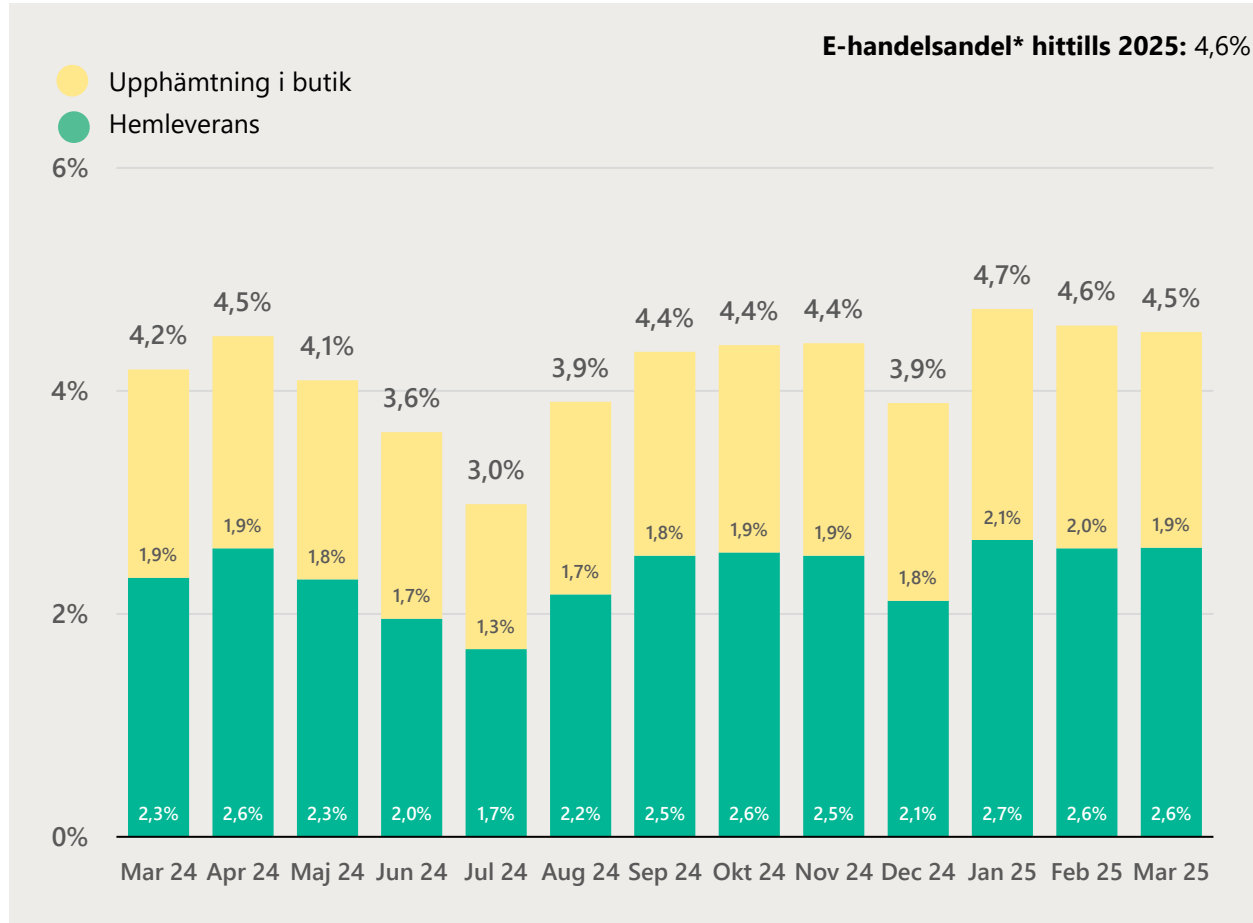


E-handel med upphämtning i butik



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	Prel. Publiceringsdatum
2025	April	16 maj
2025	Maj	18 juni
2025	Juni	10 juli
2025	Juli	15 augusti
2025	Augusti	19 september
2025	September	16 oktober
2025	Oktober	19 november
2025	November	17 december
2026	December samt helåret 2025	T.B.A



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 2025

- Justering för högtids- och veckodagsförskjutningar

Månad	Kalendereffekt	Akkumulerad kalendereffekt
Jan	1,1%	1,1%
Feb	-3,6%	-1,2%
Mar	-4,4%	-2,3%
Apr	3,8%	-0,8%
Maj	0,0%	-0,7%
Jun	-0,2%	-0,6%
Jul	0,5%	-0,4%
Aug	-0,7%	-0,5%
Sep	0,5%	-0,4%
Okt	0,9%	-0,2%
Nov	-1,4%	-0,3%
Dec	0,7%	-0,3%

Kvartal	Kalendereffekt	Akkumulerad kalendereffekt
Q1	-2,3%	-2,3%
Q2	1,2%	-0,6%
Q3	0,1%	-0,4%
Q4	0,1%	-0,3%