

SVENSK DAGLIGVARUHANDELS KVARTALSRAPPORT

Q3 2017

Med
temabilaga

Vegetarisk
trend





Karin Brynell,
 vd Svensk Dagligvaruhandel

Dagligvaruhandeln ökar sin vegetariska försäljning

Efter de försäljningsmässigt starka försommar- och sommarmånaderna brukar hösten medföra en mindre inbromsning innan dagligvaruförsäljningen når sin kulmen vid jul. Jämfört med samma period föregående år ökade dock kvartalets försäljning under tredje kvartalet. Tillväxten landade på 2,5 procent, vilket också det är en starkare tillväxttakt än i fjol.

Kvartalrapportens temabilaga fokuserar på den vegetariska försäljningen. Många har idag börjat fundera kring sin köttkonsumtion och överväger vegetariska alternativ. Även försäljningssiffrorna talar sitt tydliga språk. Färska siffror från Nielsen visar att den vegetariska försäljningen i år har vuxit med 20 procent för frysta varor och 52 procent för färskvaror.

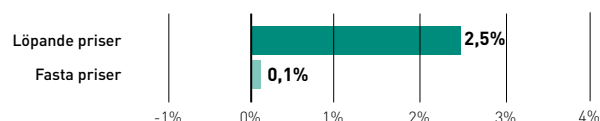


Dagligvaruhandelns försäljningsutveckling

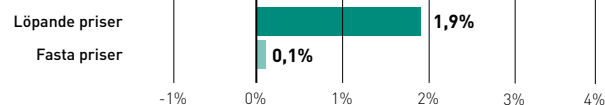
Det tredje kvartalet uppvisade en positiv tillväxttakt i dagligvaruhandeln. Försäljningen ökade med 2,5 procent mätt i löpande priser, vilket var högre än under samma period föregående år. Försäljningsökningen kommer från pris och inte volym. Prisökningstakten var 2,4 procent under tredje kvartalet, vilket innebär att försäljningsvolymen var i stort sett oförändrad. Om hänsyn tas till SCB:s prognosticerade befolkningsökning på drygt 1 procent för helåret, minskade försäljningsvolymen per person i dagligvaruhandeln under tredje kvartalet.

Dagligvaruhandelns försäljning rullande 12 mån: 330,5 miljarder kr

Q3 2017/Q3 2016



Rullande 12 månader

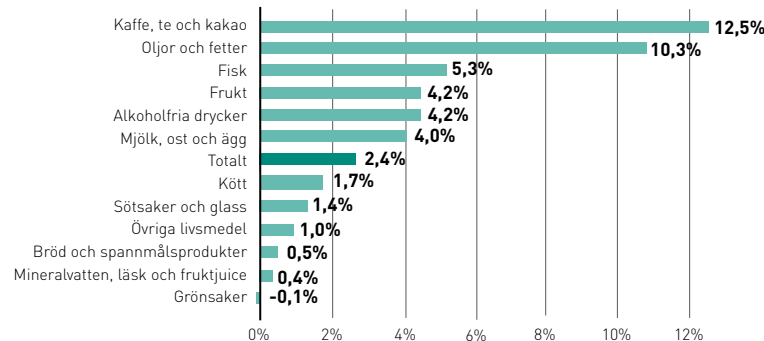


Källa: SCBs och HUIs Detaljhandelsindex (DHI).

Dagligvaruhandelns prisutveckling

Livsmedelspriserna steg med 2,4 procent under det tredje kvartalet, vilket var en starkare ökning än under föregående kvartal. Priserna på kaffe, te och kakao uppvisade den största prisökningen med 12,5 procent under kvartalet. Detta beror bland annat på att Sydamerika upplevt perioder av torra och reducerad produktion. Därefter följde oljor och fetter samt fisk med en prisökningstakt om 10,3 procent respektive 5,3 procent. För grönsaker var det däremot en prissänkning med 0,1 procent. HUI prognosticerar att prisökningen i dagligvaruhandeln kommer att landa på 2,0 procent för helåret 2017.

Q3 2017/Q3 2016



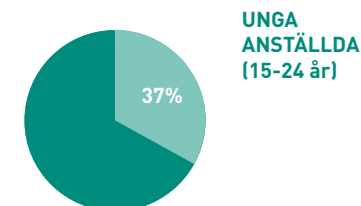
Källa: SCB, Konsumentprisindex.

Sysselsättning i dagligvaruhandeln

Totalt var 105 000 personer sysselsatta inom dagligvaruhandeln under tredje kvartalet 2017. Av dessa var 37 procent mellan 15 och 24 år. Den totala sysselsättningen inom dagligvaruhandeln ökade med 9,3 procent under det tredje kvartalet jämfört med samma period under föregående år. Sysselsättningen har ökat med 3,8 procent sett över den senaste 12-månadersperioden.

Totalt antal anställda Q3 2017: 105 000 (+9,3%)

Q3 2017

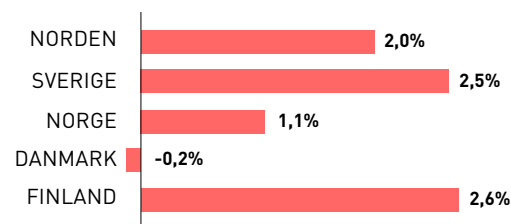


Källa: SCBs arbetskraftsundersökningar (AKU).

Dagligvaruhandelns försäljningsutveckling i Norden

Försäljningen i den nordiska dagligvaruhandelns* uppvisade en tillväxttakt på 2,0 procent under det tredje kvartalet 2017. Norge, Sverige och Finland visade positiva ökningstal medan Danmark uppvisade en negativ utveckling. Finland och Sverige hade den starkaste tillväxten med en ökning om 2,6 respektive 2,5 procent. En bidragande orsak till detta är prisutvecklingen på livsmedel i Sverige som utgör merparten av ökningen mätt i löpande priser.

LÖPANDE PRISER Q3 2017/Q3 2016

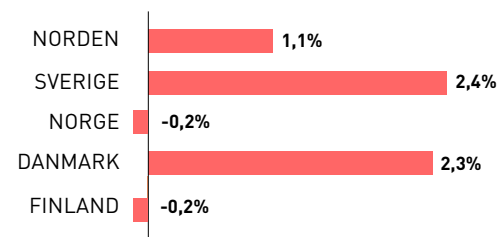


Källa: Eurostat.

Prisutveckling på livsmedel i Norden

De nordiska livsmedelspriserna steg med 1,1 procent under det tredje kvartalet 2017. Prisutvecklingen uppvisar alltså stora variationer mellan de nordiska länderna. Den finska prisutvecklingen har under flera år varit dämpad och uppvisade för tredje kvartalet ett tillväxttal om minus 0,2 procent. Den norska prisutvecklingen har varierat mellan kvartalen och uppvisade också en minskning om minus 0,2 procent. Danmark och Sverige har haft en mer stabil prisökningstakt under året. De svenska livsmedelspriserna ökade med 2,4 procent under tredje kvartalet och de danska ökade med 2,3 procent under samma period.

Q3 2017/Q3 2016



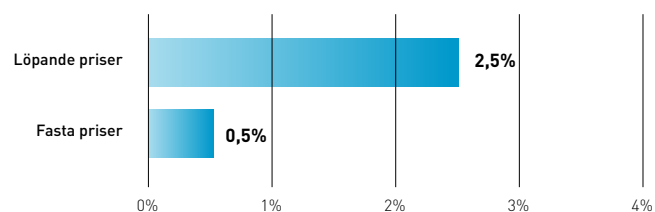
Källa: Eurostat.

*Estimerat av HUI Research utifrån de nordiska ländernas årliga dagligvaruförsäljning. Den svenska eurostatsiffran är justerad utifrån de senaste definitiva siffrorna i Detaljhandelsindex.

Försäljningsprognos för dagligvaruhandeln

Försäljningsprognosen för dagligvaruhandeln under innevarande år är 2,5 procent i löpande priser och 0,5 procent i volym. Hittills i år är prisökningstakten 2,1 procent, vilket ligger i linje med HUI:s prognos om 2,0 procent. Volymtillväxten hittills i år uppgår till 0,1 procent, vilket är svagare än beräknat. Samtidigt återstår den försäljningsmässigt viktiga julhandeln där årets decembermånad innehåller fler helgdagar än i fjol, vilket kan komma att lyfta försäljningsvolymen under avslutningen av året.

HUIs FÖRSÄLJNINGSPROGNOS 2017

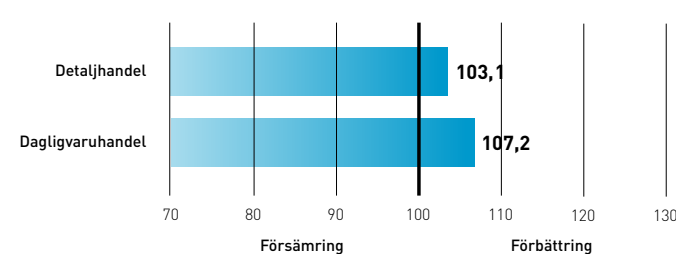


Källa: HUI Research, Detaljhandelsindex (DHI) och SCB.

Dagligvaruhandlarnas framtidstro

Dagligvaruhandlarnas framtidstro minskade något under det tredje kvartalet och ligger på 107,2. Dagligvaruhandlarnas framtidssyn är alltså mer optimistisk än sällanköpshandlarnas. En bidragande orsak till optimismen kan vara att julhandeln förefaller mer gynnsam i år än i fjol med ett ökat antal helgdagar.

KONFIDENSINDIKATORN OKTOBER 2017



Källa: Konjunkturinstitutets konjunkturbarometer.

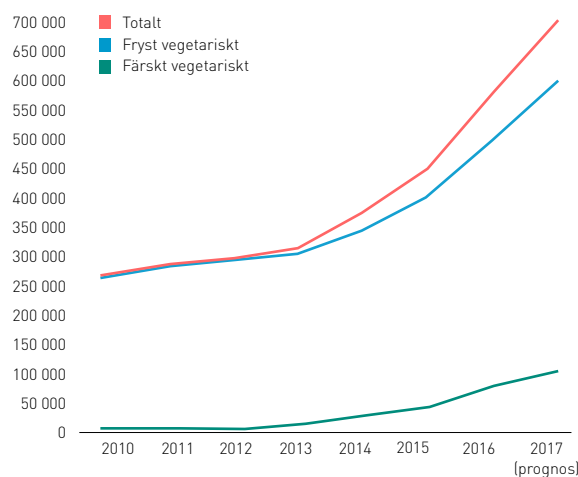
Vegetariska trenden avspeglas i dagligvaruhandelns försäljningsstatistik

Konsumenternas önskan om att byta ut en del av köttet till vegetariska alternativ har uppmärksamats mycket under den senaste tiden, inte minst i konsumentundersökningar. Men handlar konsumenterna i enlighet med vad de säger?

Färsk statistik från Nielsen Data visar att så är fallet. Frysta vegetariska produkter har i år vuxit med 20 procent. Färska vegetariska alternativ har haft en ännu mer imponerande försäljningsökning, 52 procent.

– Med de nya försäljningssiffrorna kan vi slå fast att den vegetariska trenden inte bara är ett önskat beteende hos konsumenter, utan att de faktiskt också handlar vegetariska livsmedel i högre utsträckning, säger Karin Brynell vd Svensk Dagligvaruhandel.

Försäljningsutveckling (1000 SEK)



Källa: Nielsen Scantrack.

