

SVENSK DAGLIGVARUHANDELS KVARTALSRAPPORT

Q2 2017

Med
temabilaga

Trend -
alkoholfritt





Karin Brynell,
 vd Svensk Dagligvaruhandel

Dagligvaruhandeln ökar sin försäljning av alkoholfri öl

Sommaren 2017 går mot sitt slut. Under sommaren och semestertider får mat och dryck större fokus i många hushåll. Därför har vi tittat närmare på dryckesförsäljningen och dryckestrenden alkoholfritt i denna kvartalsrapports temabilaga. Vi kan konstatera att dagligvaruhandelns försäljning av alkoholfritt fortsätter att öka, inte minst alkoholfri öl. Färska siffror från Nielsen visar att försäljningen av alkoholfri öl ökade med 30 procent jämfört med föregående sommar. Dagligvarubutikerna har fångat upp trenden med alkoholfria drycker och småskaliga ölproducenter. Att allt fler butiker skapar särskilda avdelningar där alkoholfria drycker lyfts fram talar för att den positiva försäljningsutvecklingen fortsätter.

I kvartalsrapporten presenteras som vanligt också nyckeltal kring försäljningsutveckling, sysselsättning och livsmedelsprisutveckling.

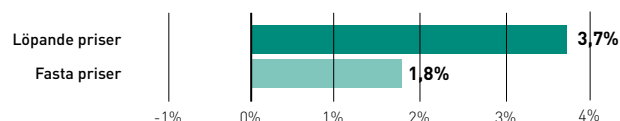


Dagligvaruhandelns försäljningsutveckling

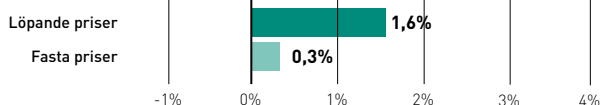
Det andra kvartalet visade en positiv utveckling enligt Detaljhandelsindex. Försäljningen ökade med 3,7 procent jämfört med samma period föregående år. Denna ökning kan till stor del förklaras av att påsken inföll i april år 2017 jämfört med mars år 2016.

Dagligvaruhandelns försäljning rullande 12 mån: 328,4 miljarder kr

Q2 2017/Q2 2016



Rullande 12 månader

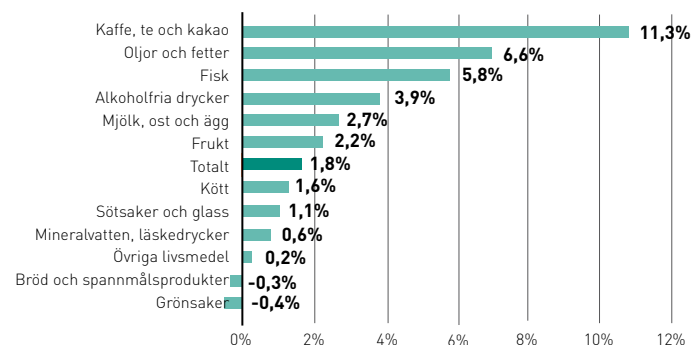


Källa: HUIs Detaljhandelsindex (DHI)

Dagligvaruhandelns prisutveckling

Livsmedelspriserna steg med 1,8 procent under det andra kvartalet, samma ökning som under föregående kvartal. Torra och det faktum att antalet plantager har minskat har medfört högre priser på kaffe, te och kakao. Fiskpriserna har ökat kraftigt, bland annat på grund av parasiter i norska laxodlingar. Prisökningstakten vände dock nedåt under mars-maj bland annat på grund av lägre importpriser på oförädlade livsmedel. Detta gör, tillsammans med valutaprognoiser som pekar på att både euron och dollarn kommer att bli billigare i relation till den svenska kronan, att en förväntad prisökning om 1,5 procent för helåret 2017 fortfarande är huvudscenariot enligt HUI.

Q2 2017/Q2 2016



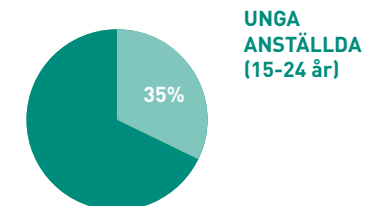
Källa: SCB, Konsumentprisindex (KPI)

Sysselsättning i dagligvaruhandeln

Totalt var 92 400 personer sysselsatta inom dagligvaruhandeln under andra kvartalet 2017. Av dessa var 35 procent mellan 15 och 24 år. Den totala sysselsättningen i dagligvaruhandeln ökade med 1,5 procent under det andra kvartalet jämfört med samma period föregående år. Sysselsättningen har ökat med 1,4 procent sett över den senaste 12-månadersperioden.

Totalt antal anställda Q2 2017: 92 400 (+1,5%)

Q2 2017

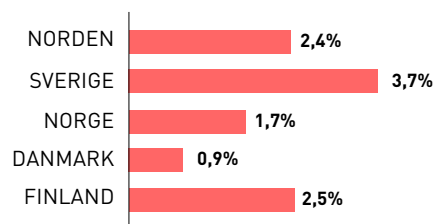


Källa: SCBs arbetskraftsundersökningar (AKU)

Dagligvaruhandelns försäljningsutveckling i Norden

Försäljningen i den nordiska dagligvaruhandeln* uppvisade en tillväxttakt på 2,4 procent under det andra kvartalet 2017. Samtliga nordiska länder visade positiva ökningstal, om än i varierande storlek. Sverige hade den starkaste tillväxten med en ökning om 3,7 procent. Detta förklaras bland annat av att påsken har störst betydelse för den svenska dagligvaruhandelns försäljning. Svagast utveckling i Norden hade Danmark, 0,9 procent.

LÖPANDE PRISER Q2 2017/Q2 2016

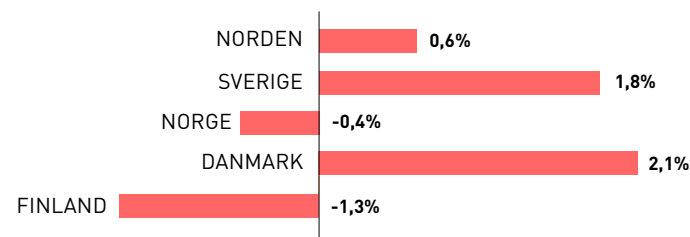


Källa: Eurostat, löpande priser

Prisutveckling på livsmedel i Norden

De nordiska livsmedelspriserna steg med 0,6 procent under det andra kvartalet 2017. Prisutvecklingen hade dock stora variationer mellan de nordiska länderna. Danmark och Sverige uppvisade prisökningar på livsmedel om 2,1 respektive 1,8 procent. Finland och Norge såg prisminskningar om -1,3 respektive -0,4 procent under det andra kvartalet. Finland har under flera år upplevt en stark prispress. De norska priserna har varierat kraftigt under året från att tidigare legat runt 2-4% prisökning. De danska och de svenska priserna har i stort sett följt varandra under de senaste åren och har sedan hösten 2016 båda ökat.

Q2 2017/Q2 2016



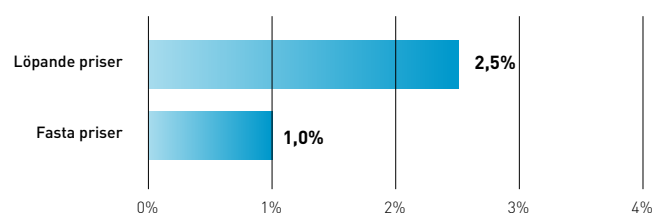
Källa: Eurostat

*Estimerat av HUI Research utifrån de nordiska ländernas årliga dagligvaruförsäljning.

Försäljningsprognos för dagligvaruhandeln

Baserat på HUIs konjunkturrapport från juni är försäljningsprognosen för dagligvaruhandeln under innevarande år + 2,5 procent i löpande priser och + 1,0 procent i volym. Under det första halvåret uppgick prisökningstakten till närmare 2 procent, vilket är något högre än HUIs prognosticerade prisökningstakt för helåret 2017. HUI bedömer dock att prisökningstakten i dagligvaruhandeln kommer att bli lägre under det andra halvåret 2017 medan volymtillväxten hålls uppe främst tack vare Sveriges starka befolkningstillväxt på över 1,5 procent. Detta betyder en sjunkande konsumtion av dagligvaror per capita under året.

HUIs FÖRSÄLJNINGSPROGNOS 2017

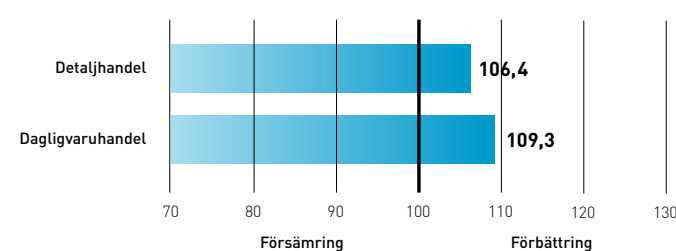


Källa: HUI Research, Detaljhandelsindex (DHI)

Dagligvaruhandlarnas framtidstro

Dagligvaruhandlarnas framtidstro steg under det andra kvartalet och ligger nu på 109,3. Dagligvaruhandlarnas syn är fortsatt mer optimistisk än sällanköpshandlarnas. Ökningen kan främst kopplas till ett förbättrat försäljningsutfall de senaste månaderna.

KONFIDENSINDIKATORN JULI 2017



Källa: Konjunkturinstitutets konjunkturbarometer

Den alkoholfria trenden fortsatte sommaren 2017

Både ute på krogen och hemma vid köksbordet ser vi trenden att alkoholfria alternativ blir allt mer populära. Från att tidigare ha varit ett smalt segment har den alkoholfria ölen och det alkoholfria vinet fått en större plats på hyllorna i livsmedelsbutikerna.

Färsk siffra från Nielsen visar att försäljningen av alkoholfri öl ökade med hela 30 procent sommaren 2017 jämfört med sommaren 2016.

Försäljning
av alkoholfri öl
+30%

– Det är förvisso en försäljningsökning från låga nivåer men jag kan ändå konstatera att försäljningen av alkoholfri öl fortsatte att öka sommaren 2017. Dagligvarubutikerna har fångat upp trenden med alkoholfria drycker och småskaliga ölproducenter. Att allt fler butiker skapar särskilda avdelningar där alkoholfria drycker lyfts fram talar för att den positiva försäljningsutvecklingen fortsätter, säger Karin Brynell vd på Svensk Dagligvaruhandel.



Källa: Nielsen veckorna 17-28. Totalt DVH inkl. HD. Volymutveckling.