



Convenience Stores
Sweden



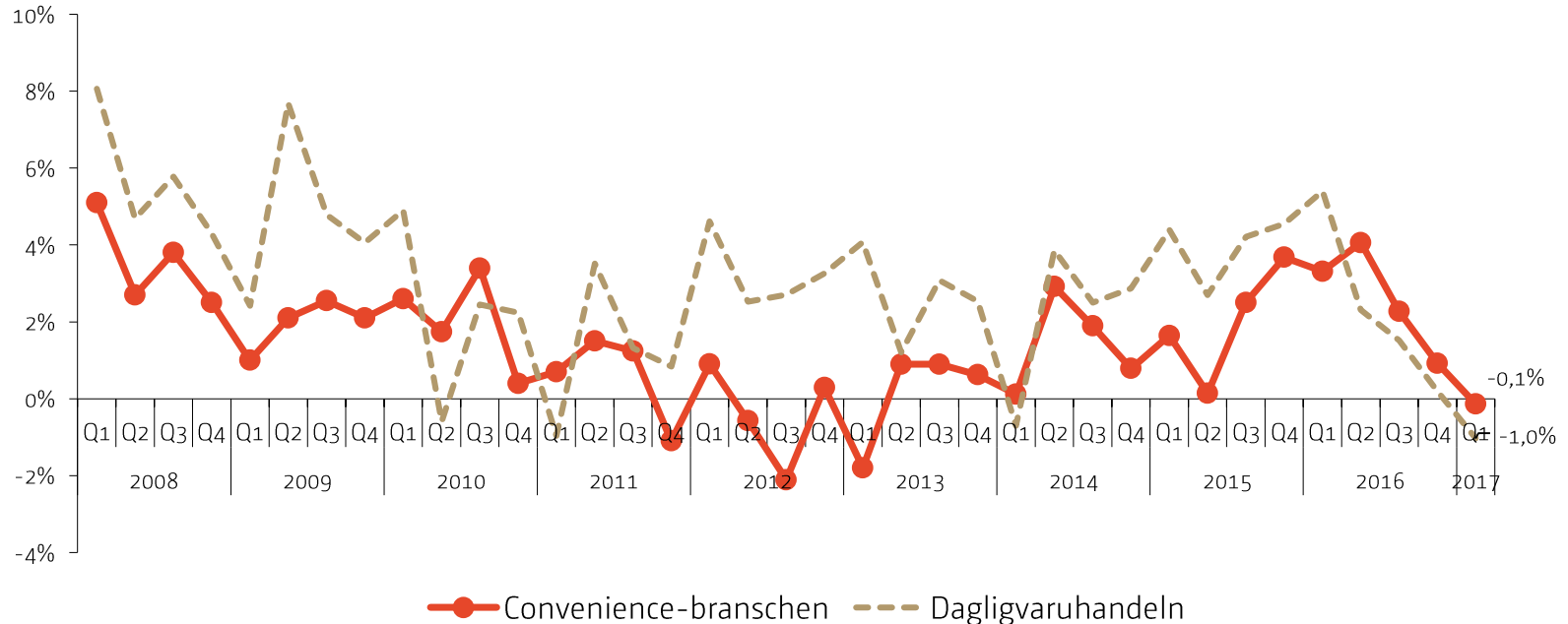
Servicehandelsindex

– Convenience-branschens utveckling första kvartalet 2017

HUI Research

På uppdrag av
Convenience Stores Sweden
Maj 2017

Omsättningsutvecklingen inom convenience-branschen jämfört med dagligvaruhandeln



Diagrammet illustrerar branschernas försäljning jämfört med motsvarande kvartal föregående år. I convenience-branschen mäts försäljningen i jämförbara enheter till skillnad från dagligvaruhandeln som avser total försäljning.

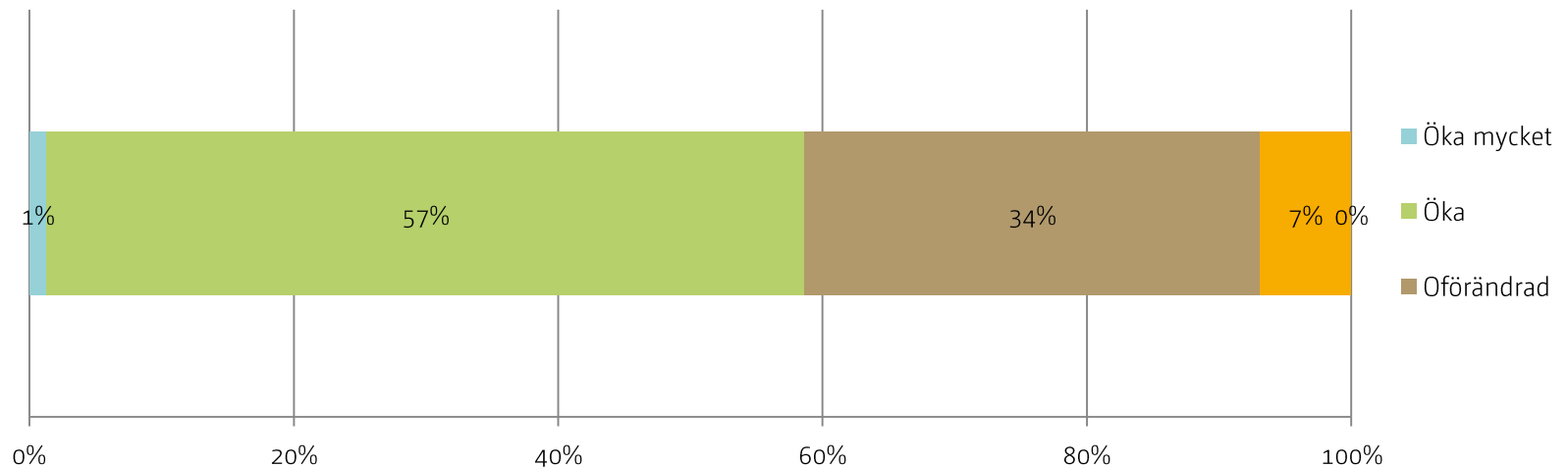
Utvecklingen kommenteras på nästa sida

Omsättningsutvecklingen inom convenience-branschen jämfört med dagligvaruhandeln

- Convenience-branschens försäljning minskade med 0,1 procent under första kvartalet, mätt i jämförbara enheter och i löpande priser. Utvecklingen var ungefär likvärdig för de enskilda företagen och kedjorna.
- Alla delbranscher utom Minilivs uppvisade positiv försäljningstillväxt under det första kvartalet. Starkast gick delbranschen Fast Food med en ökning om 2,2 procent följd av Spel & Tobak som ökade med 0,9 procent. Delbranschen Trafikbutiker uppvisade en tillväxt om 0,6 procent och delbranschen Café ökade med 0,5 procent. Minilivs fortsatte möta fjolårets starka tillväxttal och minskade med 5,0 procent.
- Dagligvaruhandelns försäljning (som mäts genom Detaljhandelsindex), minskade med 1,0 procent under det första kvartalet 2017. Den totala detaljhandeln gick något bättre och åstadkom ett utvecklingstal på 0,6 procent under samma period.

Convenience-branschens framtidstro

Hur tror du att omsättningen i din verksamhet kommer att förändras under det närmaste halvåret
(i jämförelse med samma period föregående år)?

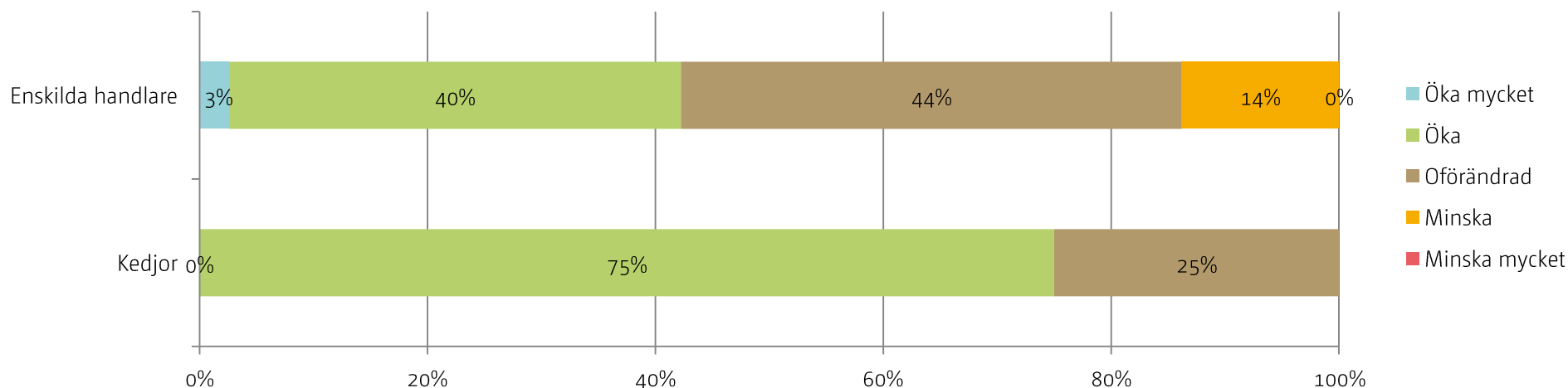


Andelen handlare som tror att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret uppgick till 58 procent under första kvartalet 2017. Andelen handlare som tror att försäljningen kommer att minska uppgick under samma period till 7 procent. Andelen handlare som tror på en oförändrad försäljning under kommande halvår uppgick till 34 procent. Framtidsindex – räknat som summan av dem som tror på en ökning minus summan av dem som tror på en minskning – uppgick till 52 procent.

Convenience-branschens framtidstro

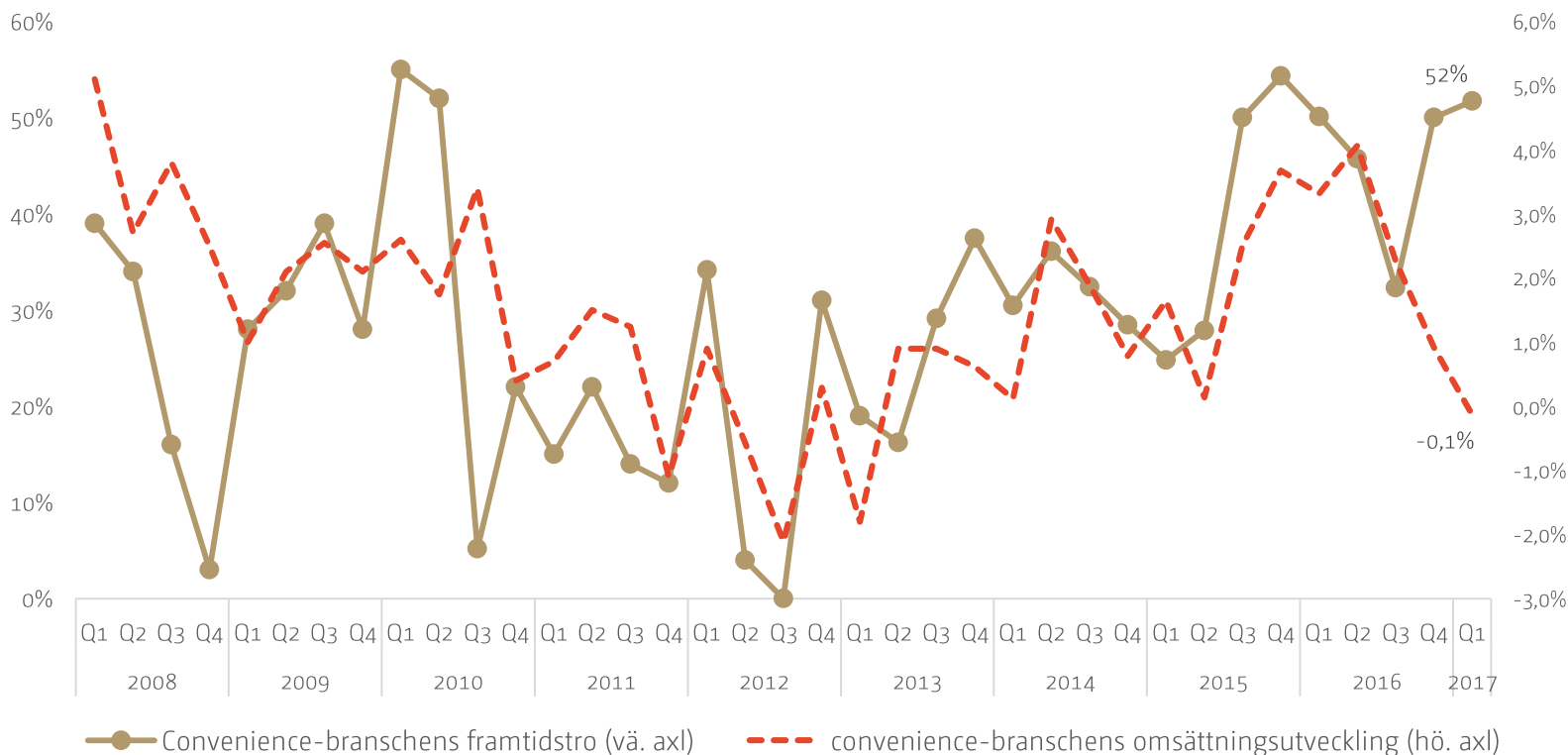
– Kedjor och enskilda handlare

Hur tror du att omsättningen i din verksamhet kommer att förändras under det närmaste halvåret (i jämförelse med samma period föregående år)?



Kedjeaktörerna var betydligt mer positiva inför framtiden än de enskilda handlarna under det första kvartalet. Framtidsindex – räknat som summan av dem som tror på en ökning minus summan av dem som tror på en minskning – uppgick till 75 procent för kedjeaktörerna och 28 procent för de enskilda handlarna. 75 procent av kedjeaktörerna trodde på en ökad försäljning under det närmaste halvåret medan 43 procent av de enskilda handlarna trodde på en ökad försäljning under samma period.

Convenience-branschens framtidstro och omsättningsutveckling



Diagrammet illustrerar andelen optimistiska handlare i förhållande till andelen pessimistiska handlare samt försäljningsutveckling.

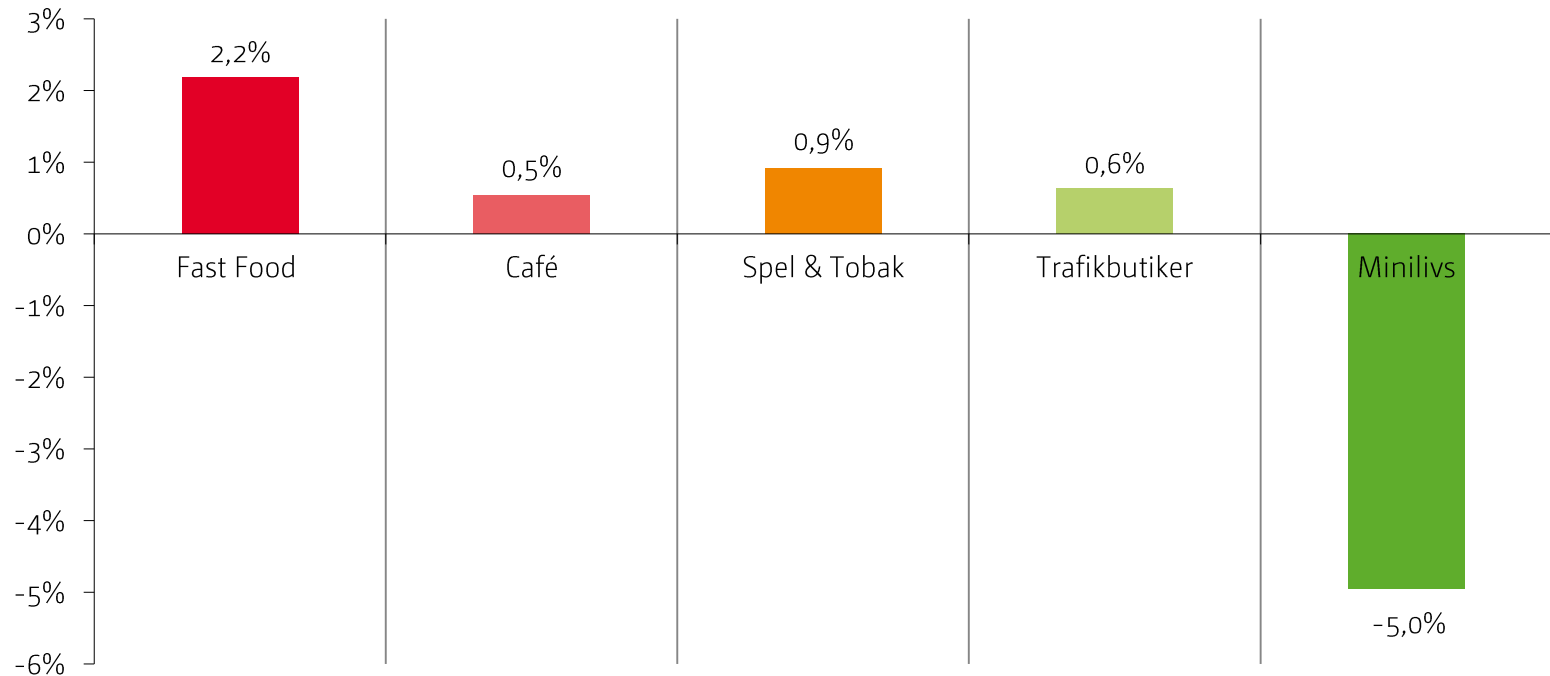
Diagrammet kommenteras på nästa sida

Convenience-branschens framtidstro för det kommande halvåret

- Framtidsindex ökade med 2 procentenheter under det första kvartalet 2017. Framtidsindex – räknat som summan av dem som tror på en ökning minus summan av dem som tror på en minskning – ligger nu på 52. Ett värde som ligger betydligt högre än det historiska medelvärdet.
- Handlarnas framtidstro under första kvartalet 2017 fördelade sig enligt nedan:
 - Andelen som tror att försäljningen kommer att öka uppgick till cirka 58 procent.
 - Andelen som tror att försäljningen kommer att minska uppgick till cirka 7 procent.
 - Andelen som tror på en oförändrad utveckling uppgick till cirka 34 procent.
- Framtidsindex – räknat som summan av dem som tror på en ökning minus summan av dem som tror på en minskning – uppgick till 75 procent för kedjeaktörerna och 28 procent för de enskilda handlarna.

Omsättningsutveckling per delbransch

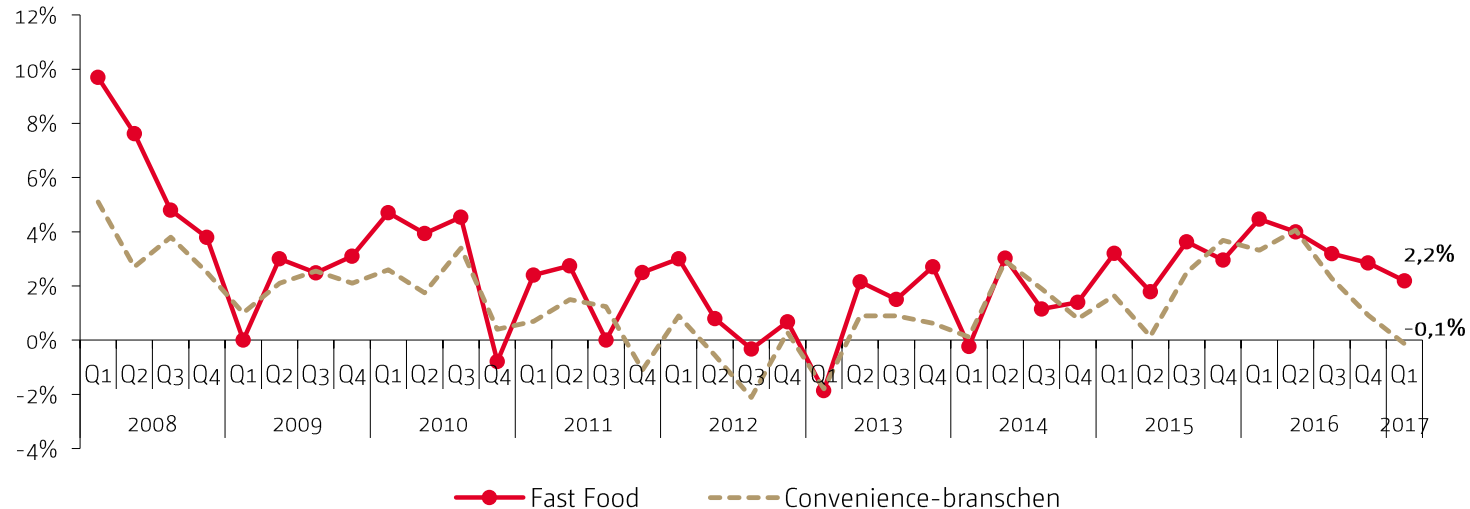
– 2017 kvartal 1



– Året öppnade något trevande med nolltillväxt. Flera branscher hade en svagare inledning än under fjolåret. Samtidigt är det värt att betona att senast vi hade en lika svag Q1-försäljning – under 2014 – svarade branschen starkt under Q2, säger Bengt Hedlund, VD för Convenience Stores Sweden.

Omsättningsutveckling per delbransch

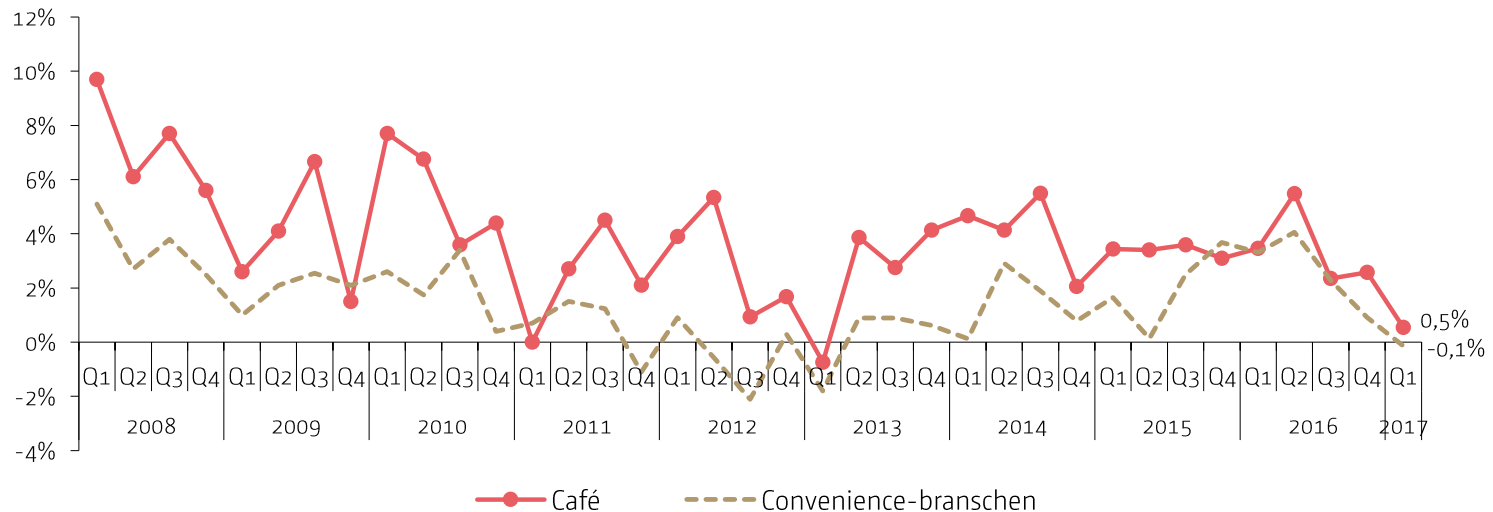
– Fast Food



- Fast Food är en delbransch inom convenience-branschen som utgörs av omkring 60 procent kedjeanslutna handlare och 40 procent enskilda handlare.
- Fast Food har haft en god utveckling de senaste kvartalen. Under det första kvartalet ökade delbranschens försäljning med 2,2 procent jämfört med samma period föregående år och gick betydligt bättre än genomsnittet för convenience-branschen.

Omsättningsutveckling per delbransch

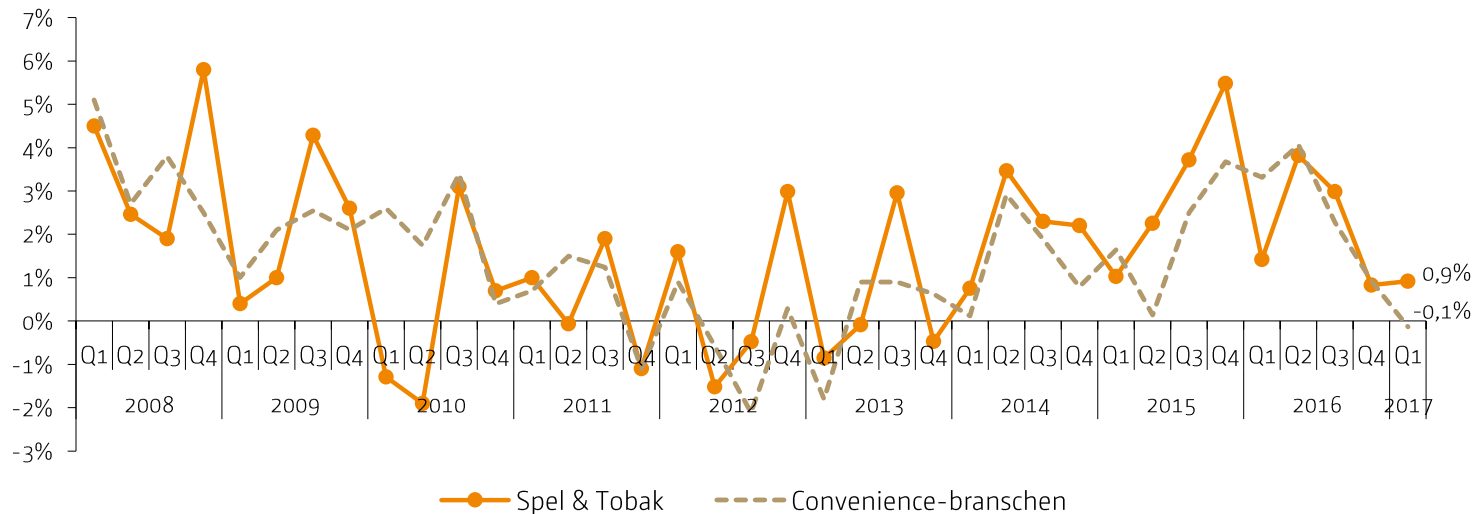
– Café



- Café är en delbransch inom convenience-branschen som utgörs av omkring 50 procent kedjeanslutna handlare och 50 procent enskilda handlare.
- Försäljningen i delbranschen Café ökade med 0,5 procent under det första kvartalet 2017. Delbranschen har inte visat negativa utvecklingstal sedan i början av 2013, men har sett en vikande trend de senaste kvartalen.

Omsättningsutveckling per delbransch

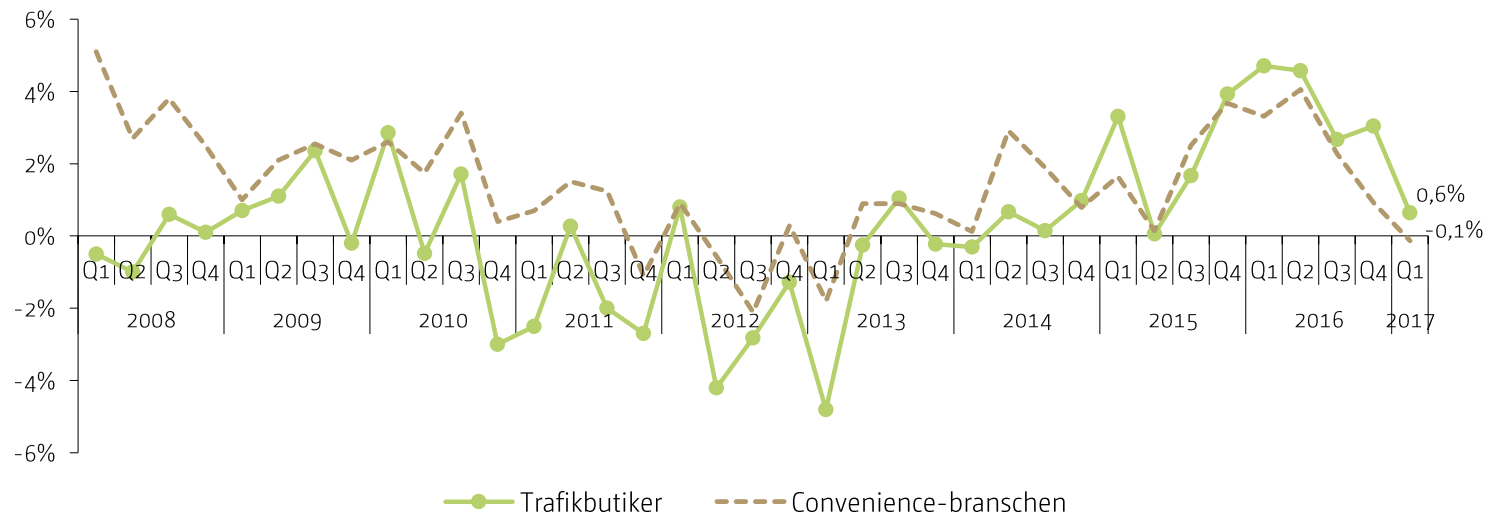
– Spel & Tobak



- Spel & Tobak är en delbransch inom convenience-branschen som till 80 procent representeras av enskilda handlare, medan övriga 20 procent är kedjeanslutna.
- Tillväxttakten sjönk betänkligt för Spel & Tobak under det första kvartalet och landade på 0,9 procent. Delbranschen låg fortfarande över snittet för hela convenience-branschen under första kvartalet men det här var det andra kvartalet i rad med lite lägre tillväxttal.

Omsättningsutveckling per delbransch

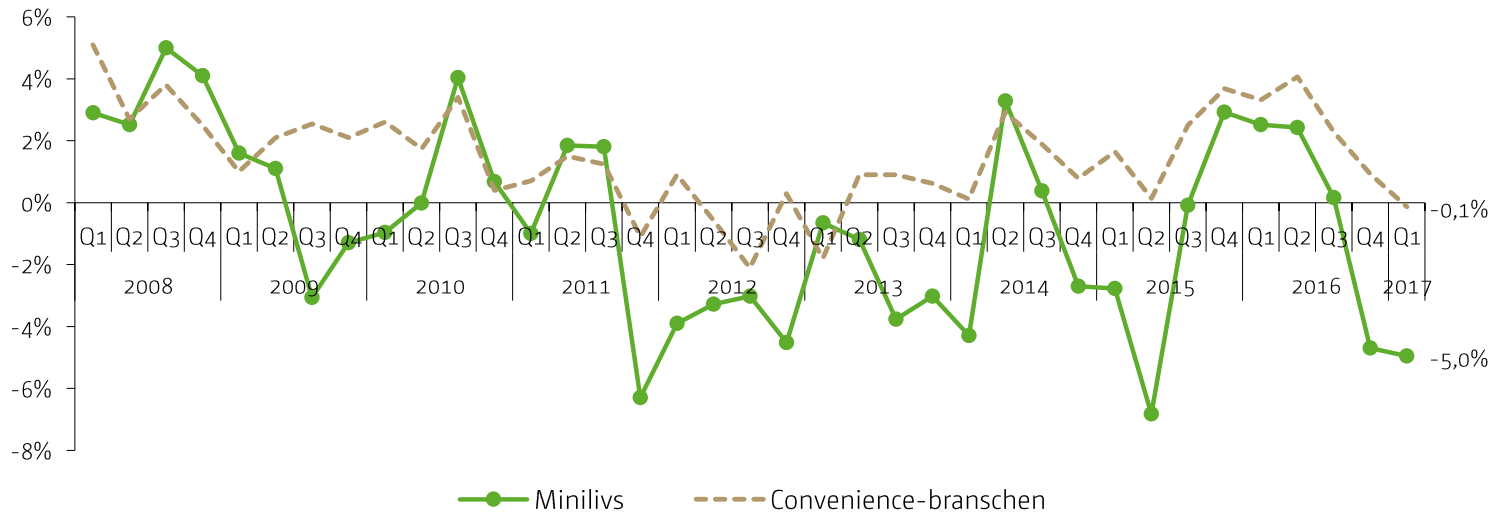
– Trafikbutiker



- Trafikbutiker är en delbransch inom convenience-branschen där omkring 95 procent av aktörerna är kedjeanslutna, medan endast 5 procent är enskilda handlare.
- Försäljningen ökade med 0,6 procent jämfört med första kvartalet 2016. Trafikbutikerna har haft det kämpigt under ett par år men levererar alltjämt positiva utvecklingstal.

Omsättningsutveckling per delbransch

– Minilivs



- Minilivs är en delbransch inom convenience-branschen med omkring 50 procent kedjeanslutna handlare och omkring 50 procent enskilda handlare.
- Minilivs har stundtals haft det kämpigt och de två senaste kvartalen har varit svaga. Första kvartalet innebar en minskning med 5 procent jämfört med samma period föregående år. Det är troligt att även det andra kvartalet kommer att vara svagt och att det sedan ljusnar under den senare delen av året när jämförelsetalen blir lättare.

Rapportens definitioner

– Delbranscher

- **Fast Food** – Branschen kännetecknas av företag som är specialiserade på mat som kan tillagas och serveras snabbt. "Take away" är vanligt förekommande. Har oftast inget serveringstillstånd för alkohol.
- **Café** – Branschen kännetecknas av företag som är specialiserade på caféverksamhet. Enklare mat i form av sallader, pajer och bakverk serveras. Företagen är ofta specialister på kaffe och te. "Take away" är vanligt förekommande. Har oftast inget serveringstillstånd för alkohol.
- **Spel & Tobak** – Tobaksbutiker med försäljning av kiosktillbehör såsom tidningar, godis, frukt samt spel.
- **Trafikbutiker** – Servicebutiker med ett begränsat sortiment av dagligvaror. Ofta belägen i eller i direkt anslutning till en bensinstation. Liknande utbud som Minilivs.
- **Minilivs** – Småskalig dagligvaruhandel med bra öppettider och något högre priser. Butiker med ett urval av dagligvaror, färdigrätter och övrig service.

Om Servicehandelsindex

HUI Research mäter kvartalsvis försäljningsutvecklingen i jämförbara enheter inom convenience-branschen. Undersökningen görs på uppdrag av branschorganisationen Convenience Stores Sweden. Undersökningen har pågått sedan 2008. Uppgiftsinsamlingen sker genom telefonintervju och webbenkät. Kedjor och enskilda handlare svarar på undersökningen. Informationen som samlats in under första kvartalet 2017 bygger på uppgifter från 16 servicehandelskedjor samt ett roterande urval om drygt 1 000 enskilda servicehandlare.

För vidare analys kontakta:

Convenience Stores Sweden

Bengt Hedlund

VD

Tele.nr: +46 (0)8-505 970 31

E-post: bengt.hedlund@conveniencestores.se

För frågor om undersökningen kontakta:

HUI Research

Andreas Svensson

Senior analytiker

Tele.nr: +46 (0)8-762 72 85

E-post: andreas.svensson@hui.se

HUI Research

Postadress

HUI Research AB
103 29 Stockholm

Besöksadresser

Regeringsgatan 60, Stockholm
Drottninggatan 56, Göteborg

Tel: 08-762 72 80

Fax: 08-679 76 06

E-post: info@hui.se

