



Convenience Stores
Sweden

HUI
RESEARCH

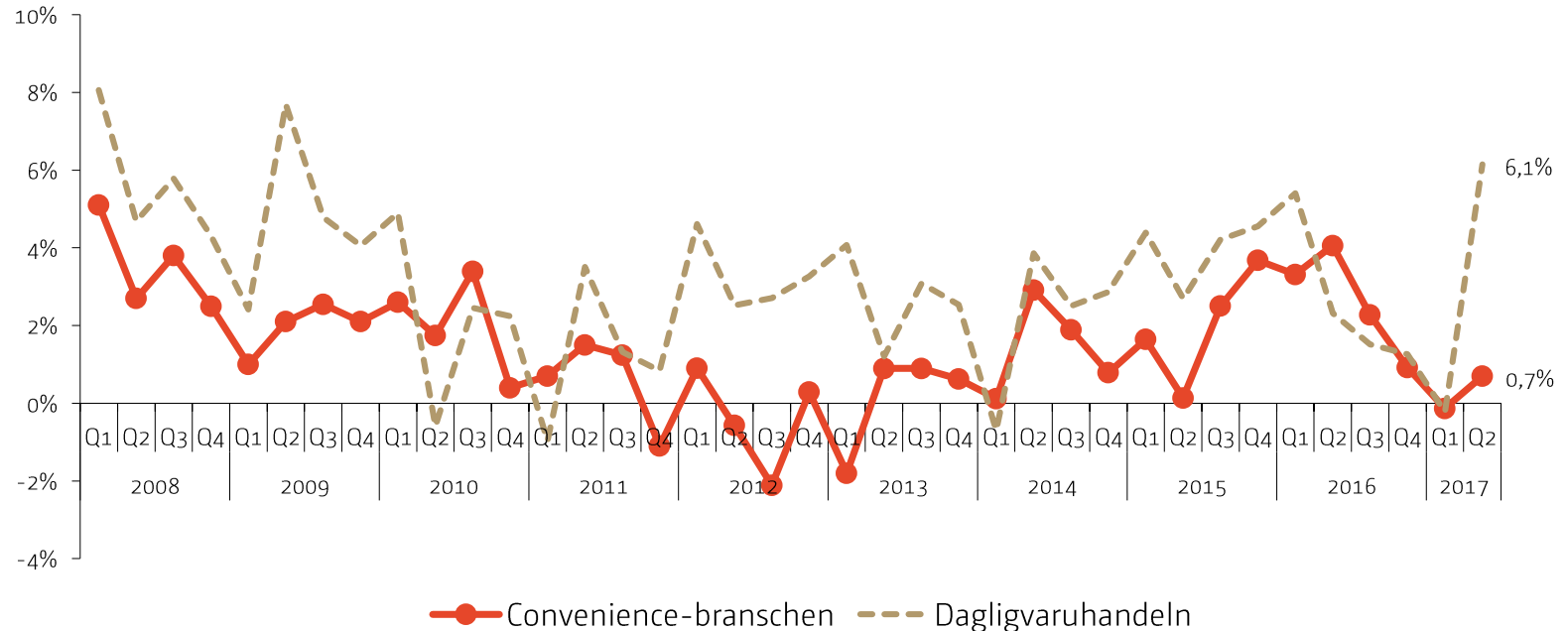
Servicehandelsindex

– Convenience-branschens utveckling andra kvartalet 2017

HUI Research

På uppdrag av
Convenience Stores Sweden
Augusti 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.

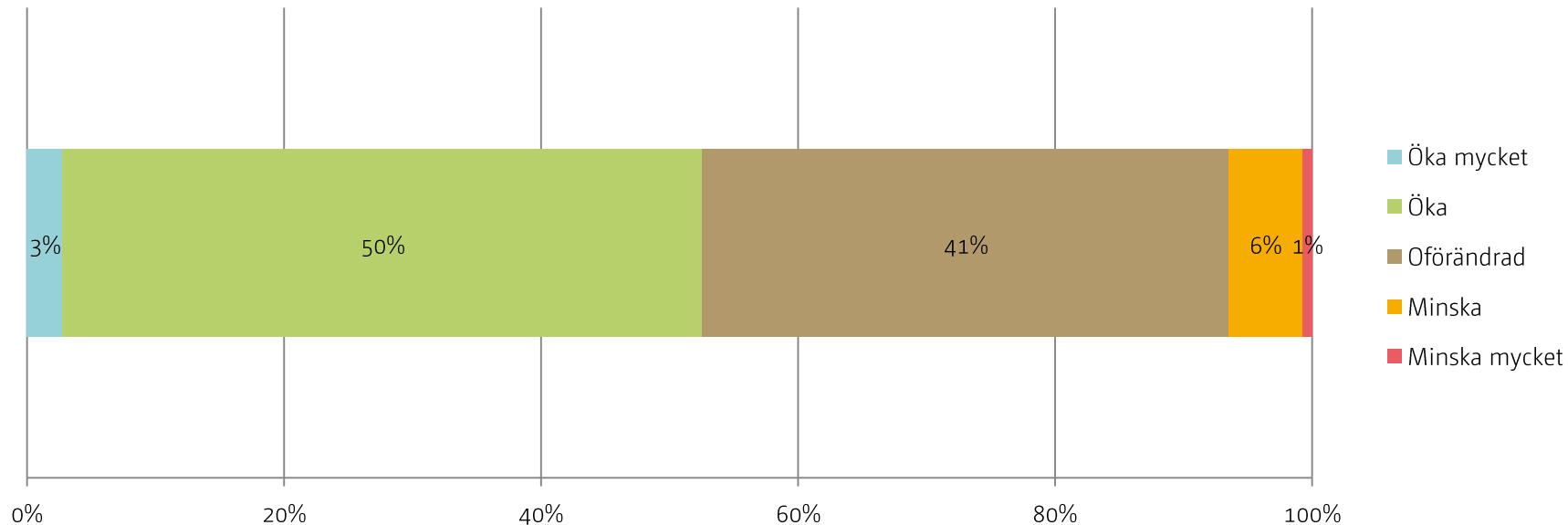
Utvecklingen kommenteras på nästa sida

Omsättningsutvecklingen inom convenience-branschen jämfört med dagligvaruhandeln

- Convenience-branschens försäljning ökade med 0,7 procent under andra kvartalet, mätt i jämförbara enheter och i löpande priser. Utvecklingen var likvärdig för de enskilda företagen och kedjorna.
- Bland delbranscherna visade Fast Food och Trafikbutiker positiv försäljningstillväxt under det andra kvartalet. Fast Food ökade med 3,9 procent och Trafikbutiker ökade med 0,3 procent. De övriga delbranscherna minskade sin försäljning. Café minskade med 0,4 procent. Spel & Tobak och Minilivs minskade med 0,1 procent vardera.
- Dagligvaruhandels försäljning (som mäts genom Detaljhandelsindex), ökade med 6,1 procent under det andra kvartalet 2017. Dagligvaruhandels positiva utveckling inverkade på den totala detaljhandeln som ökade med 4,0 procent.

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)?

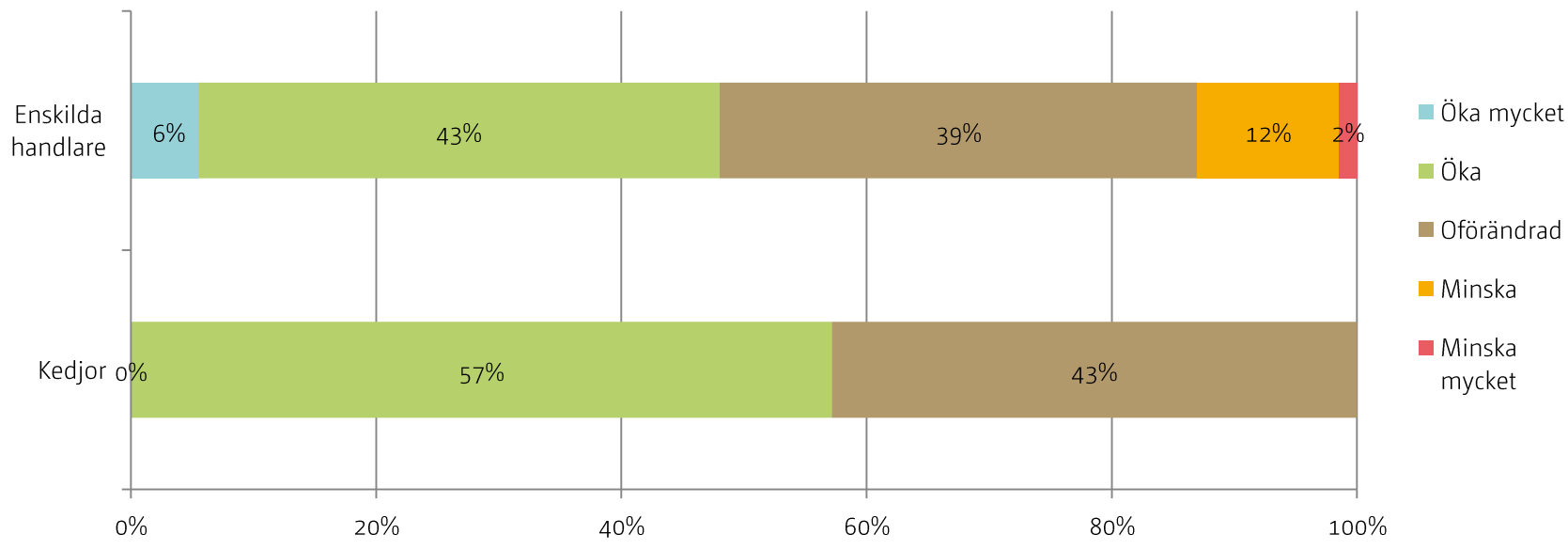


Andelen handlare som tror att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret uppgick till 53 procent under andra kvartalet 2017. Andelen handlare som tror att försäljningen kommer att minska uppgick under samma period till 7 procent. Andelen handlare som tror på en oförändrad försäljning under kommande halvår uppgick till 41 procent. Framtidsindex – räknat som summan av de som tror på en ökning minus summan av de som tror på en minskning – uppgick till 46 procent.

Convenience-branschens framtidstro

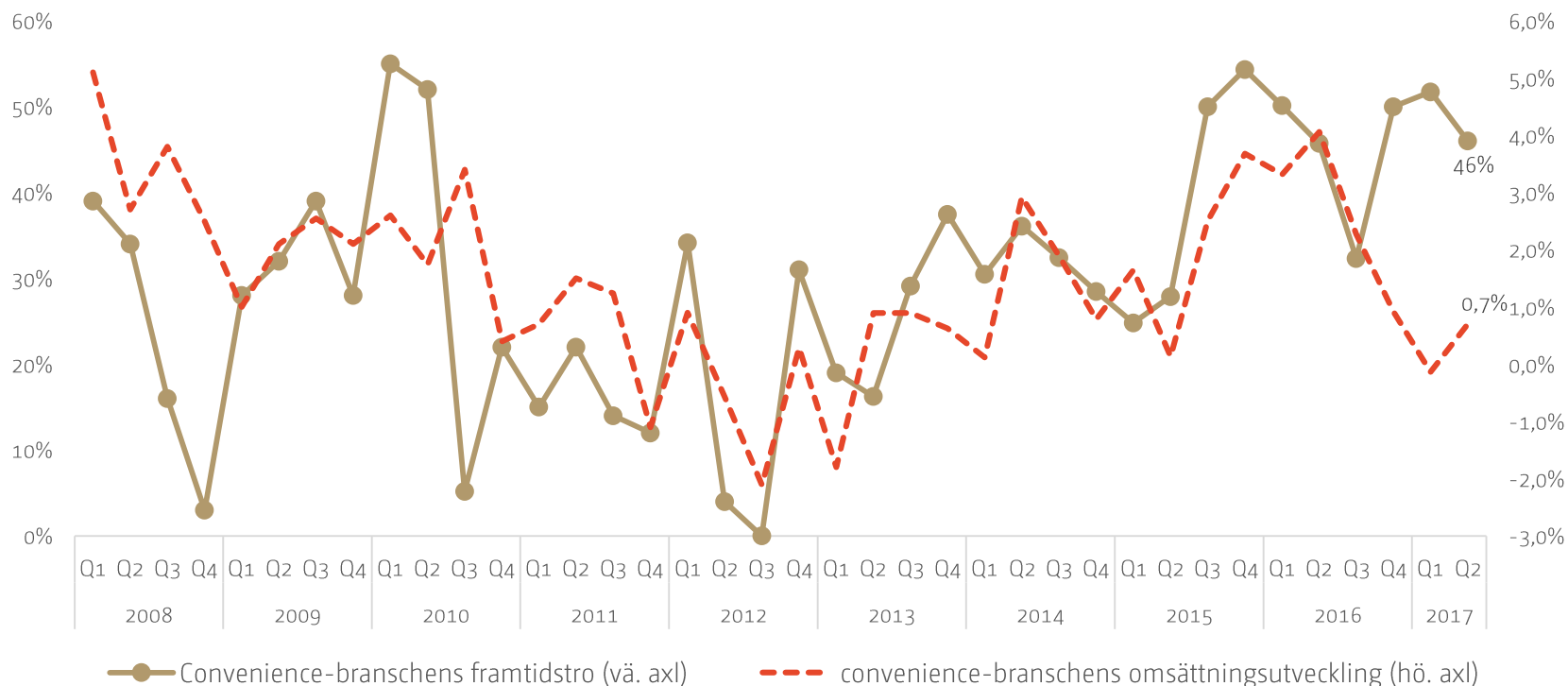
– Kedjor och enskilda handlare

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



Kedjeaktörerna var något mer positiva inför framtiden än de enskilda handlarna under det andra kvartalet. Framtidsindex – räknat som summan av de som tror på en ökning minus summan av de som tror på en minskning – uppgick till 57 procent för kedjeaktörerna och 35 procent för de enskilda handlarna. 57 procent av kedjeaktörerna trodde på en ökad försäljning under det närmaste halvåret medan 49 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.

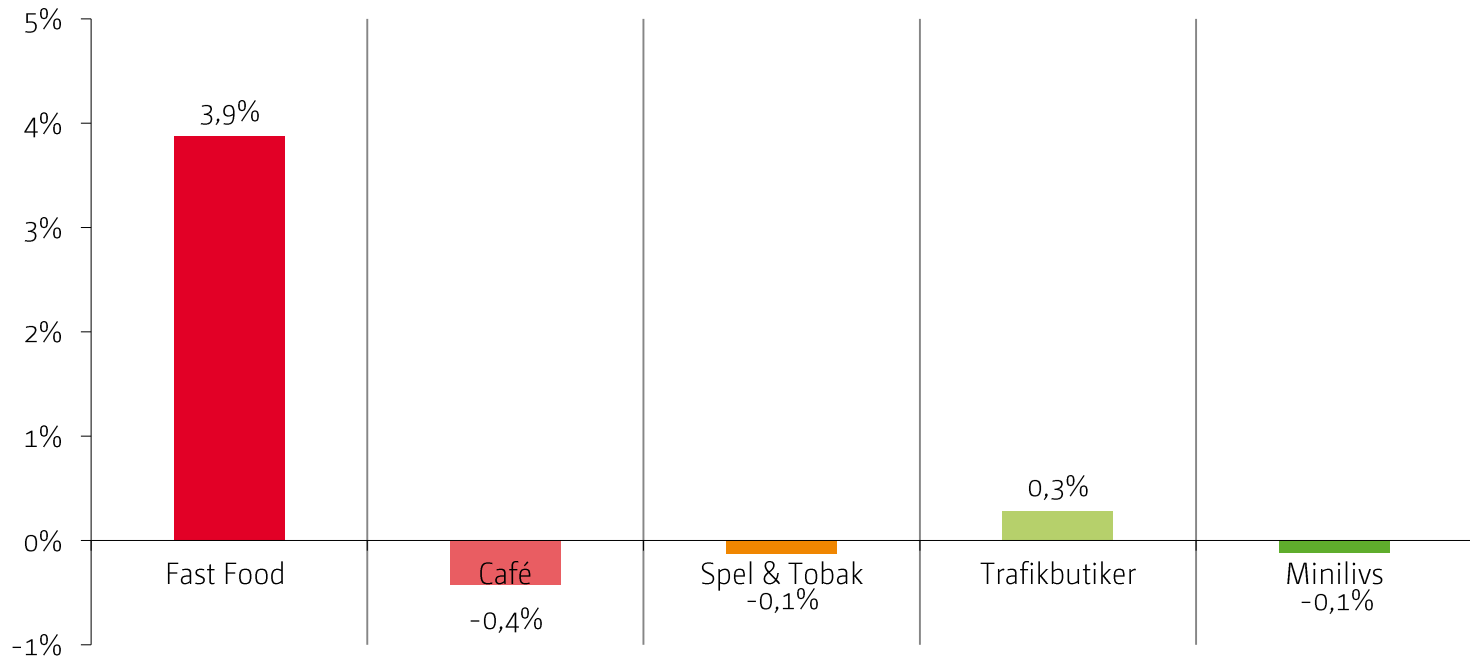
Diagrammet kommenteras på nästa sida

Convenience-branschens framtidstro för det kommande halvåret

- Framtidsindex minskade med 6 procentenheter under det andra 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 46.
- Handlarnas framtidstro under andra kvartalet 2017 fördelade sig enligt nedan:
 - Andelen som tror att försäljningen kommer att öka uppgick till cirka 53 procent.
 - Andelen som tror att försäljningen kommer att minska uppgick till cirka 7 procent.
 - Andelen som tror på en oförändrad utveckling uppgick till cirka 41 procent.
- Framtidsindex – räknat som summan av de som tror på en ökning minus summan av de som tror på en minskning – uppgick till 57 procent för kedjeaktörerna och 35 procent för de enskilda handlarna.

Omsättningsutveckling per delbransch

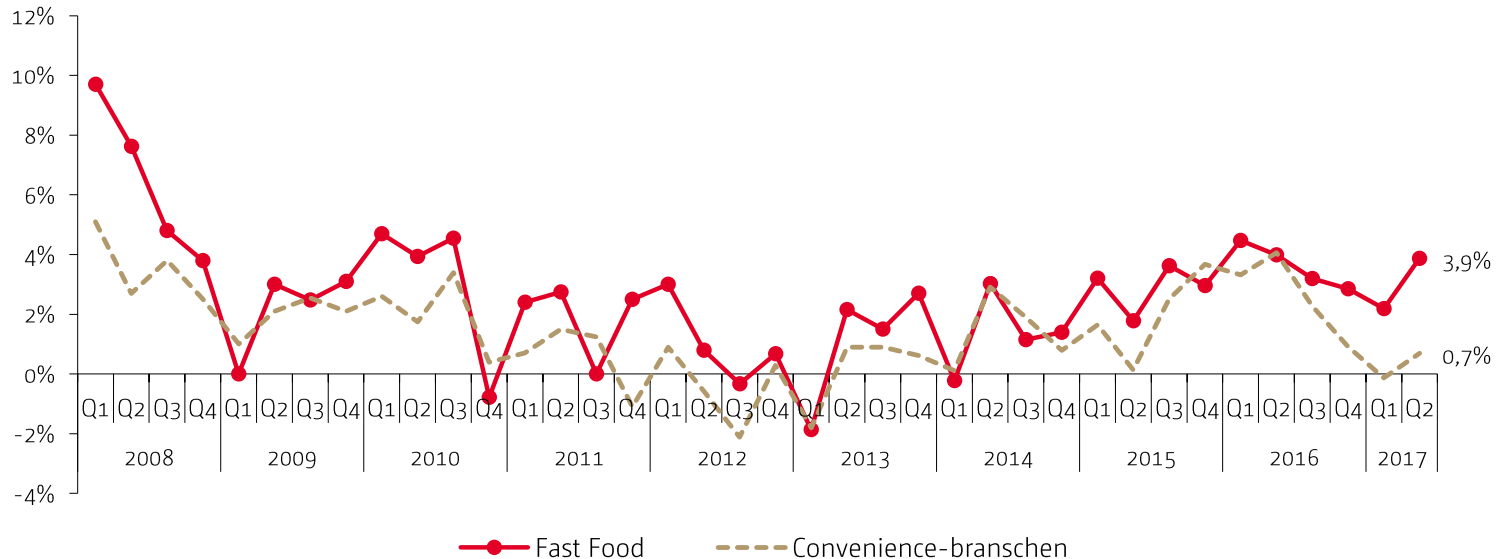
– 2017 kvartal 2



– Det andra kvartalet uppvisade en svag ökning för convenience-branschen. Fast Food har utvecklats positivt under flera år och det var Fast Food-segmentet som stod för huvuddelen av tillväxten under andra kvartalet, säger Bengt Hedlund, VD för Convenience Stores Sweden.

Omsättningsutveckling per delbransch

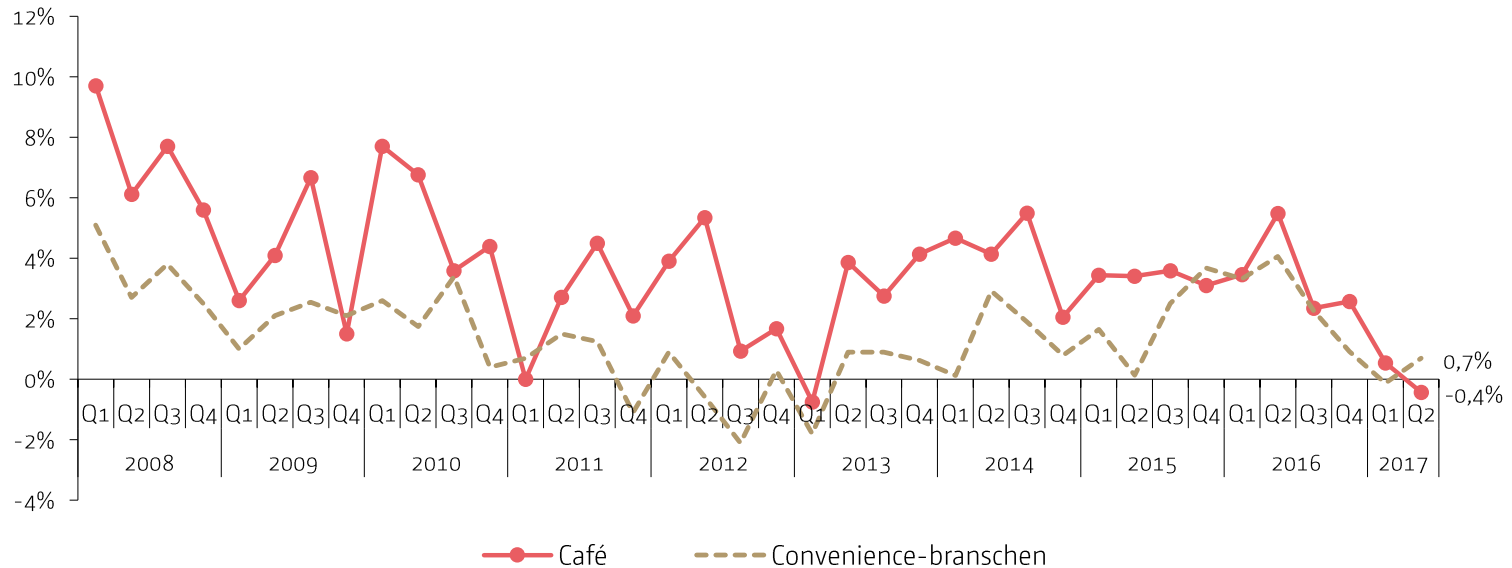
– Fast Food



- 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 under de senaste kvartalen. Under det andra kvartalet ökade delbranschens försäljning med 3,9 procent jämfört med samma period föregående år. Fast Food hade den bästa utvecklingen av samtliga delbranscher under kvartalet.

Omsättningsutveckling per delbransch

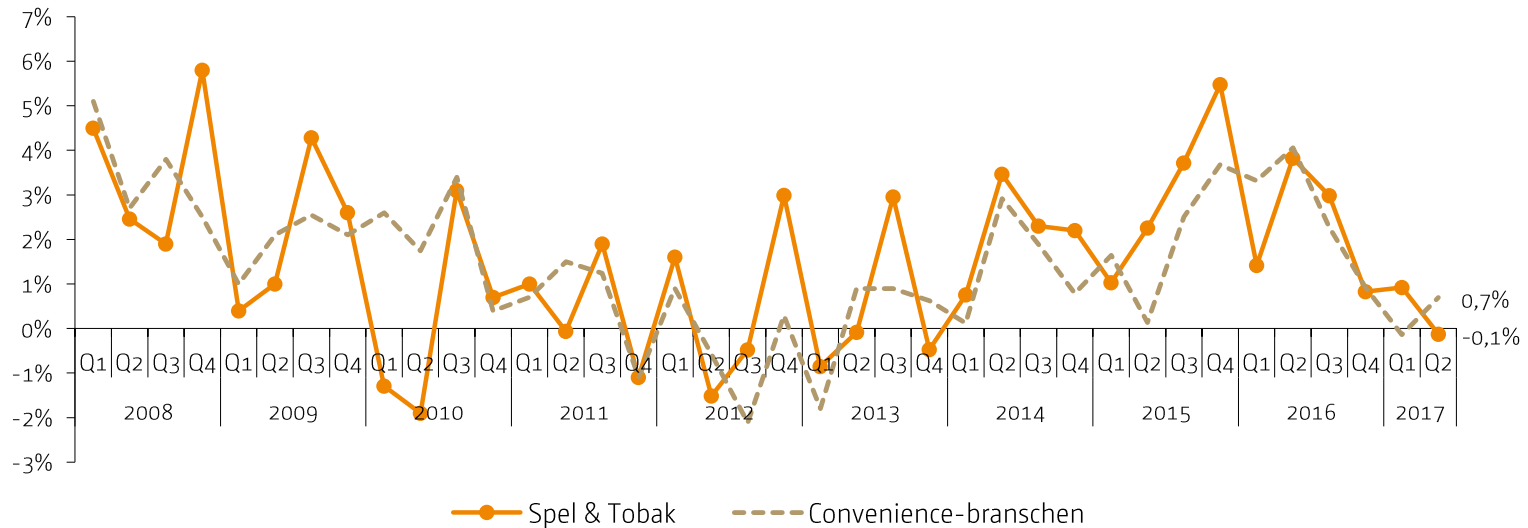
– Café



- Café är en delbransch inom convenience-branschen som utgörs av omkring 50 procent kedjeanslutna handlare och 50 procent enskilda handlare.
- Försäljningen i delbranschen Café minskade med 0,4 procent under det andra kvartalet 2017. Det är första gången sedan 2013 som delbranschen uppvisar negativa utvecklingstal.

Omsättningsutveckling per delbransch

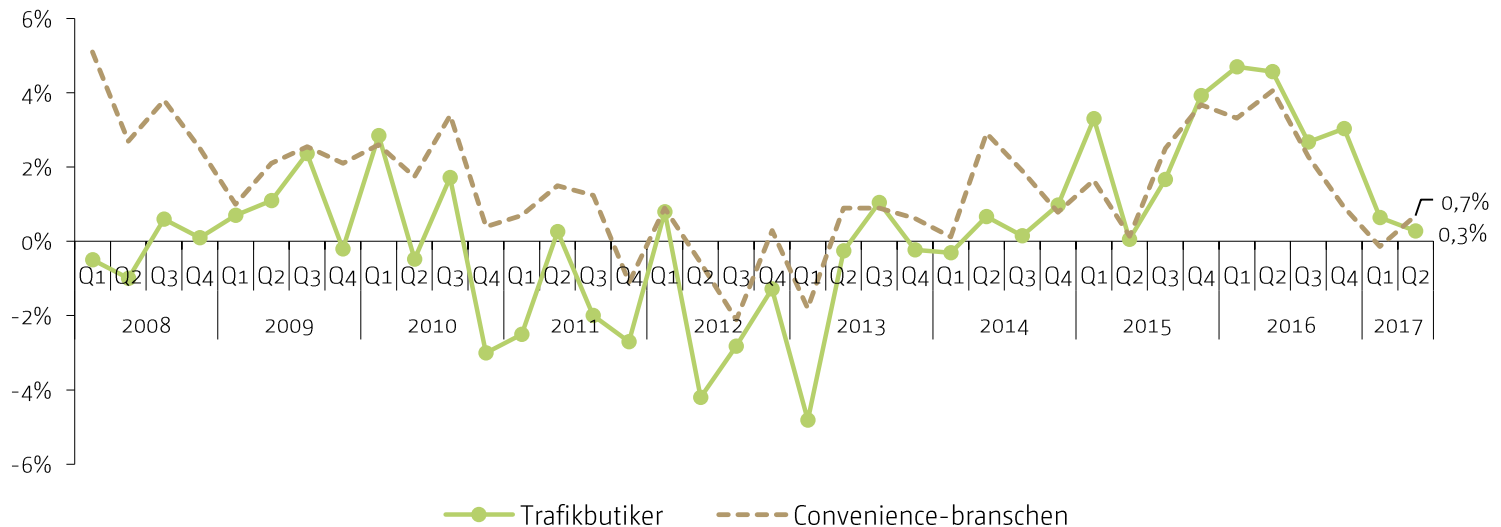
– Spel & Tobak



- Spel & Tobak är en delbransch inom convenience-branschen som till 80 procent representeras av enskilda handlare, medan övriga 20 procent är kedjeanslutna.
- Delbranschen Spel & Tobak minskade med 0,1 procent under det andra kvartalet. Tillväxttalen för Spel & Tobak har avtagit under de senaste kvartalen och ligger nu under snittet för convenience-branschen.

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 0,3 procent jämfört med andra kvartalet 2016. Trafikbutikerna har alltså positiva tillväxttal, men ligger under snittet för convenience-branschen.

Omsättningsutveckling per delbransch

– Minilivs



- Minilivs är en delbransch inom convenience-branschen med omkring 50 procent kedjeanslutna handlare och omkring 50 procent enskilda handlare.
- Minilivs minskade med 0,1 procent under det andra kvartalet jämfört med samma period föregående år. Utvecklingen innebar dock en återhämtning jämfört med det första kvartalet.

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 andra 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

