

nielsen

SVENSK  
HANDEL

# Svensk Handels påskprognos 2018

Svensk Handel i samarbete med Nielsen

# Sammanfattning

- Påsken utgör, efter julhandeln och Black Friday, den tredje viktigaste veckan på året för handeln.
- Påsken bidrar till fler jobb genom extraanställningar. Ofta är det unga personer som får chansen på arbetsmarknaden.
- Under påskveckan förväntas försäljningen inom dagligvaruhandeln uppgå till 7,4 miljarder kronor. Det är cirka 800 miljoner kronor, eller 12,5 procent mer än en genomsnittlig vecka.
- Påsken är en stor mathelg, 55 procent av dagligvaruhandlarna anser att påsken är viktig för försäljningen. Motsvarande siffra för sällanköpsvaruhandeln och e-handeln är 23, respektive 12 procent.
- Försäljningen i kategorierna ”Konfektyr” (inklusive lösviktsgodis) och ”Färsk mat” ökar kraftigt under påskveckan.

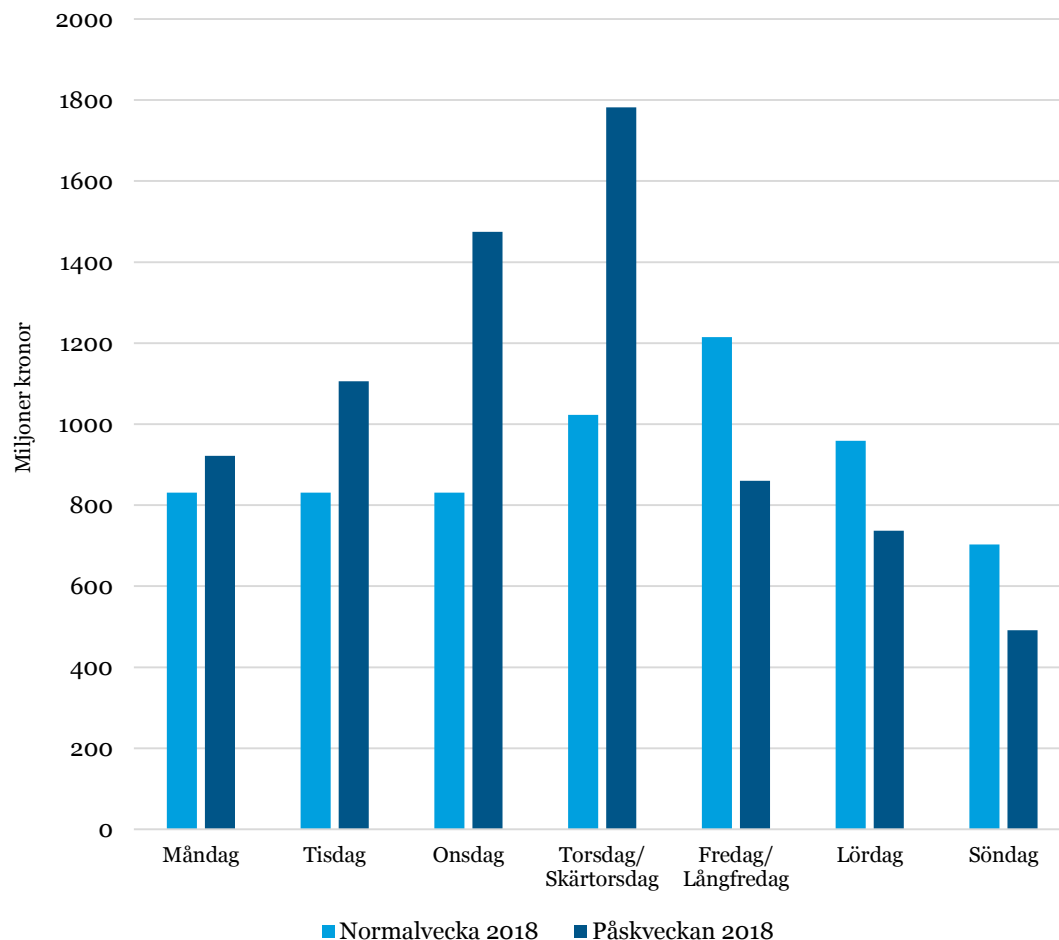
# Påskmat för 7,4 miljarder kronor

Under påskveckan förväntas försäljningen uppgå till 7,4 miljarder kronor.

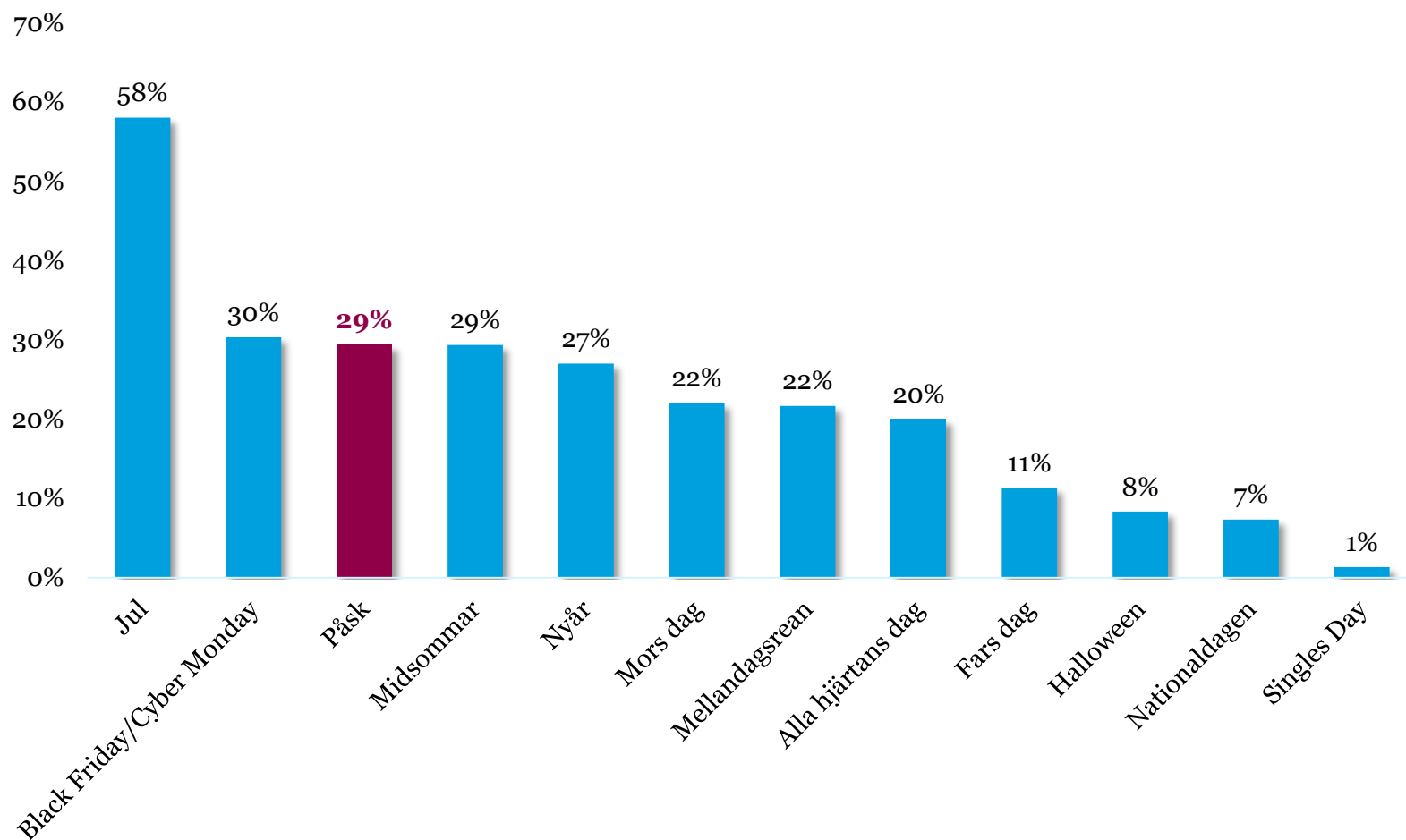
Det är cirka 12,5 procent mer än en genomsnittlig vecka, eller motsvarande 800 miljoner kronor mer.

Det är framför allt försäljningen under onsdagen och Skärtorsdagen som driver försäljningen.

Bara under Skärtorsdagen väntas vi köpa mat för cirka 1 800 miljoner kronor, vilket är drygt 74 procent mer än en vanlig torsdag.

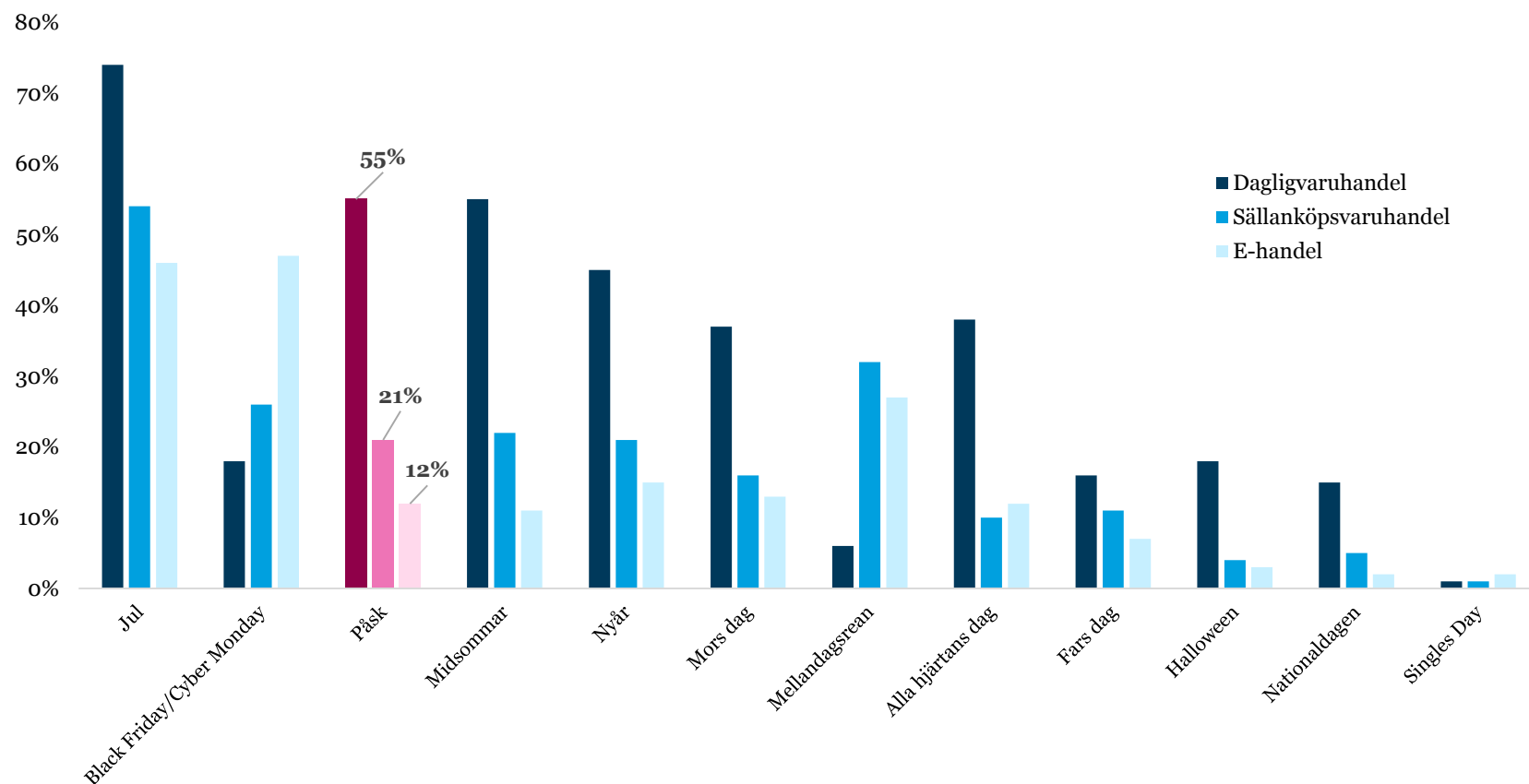


# Handelns tredje viktigaste helg



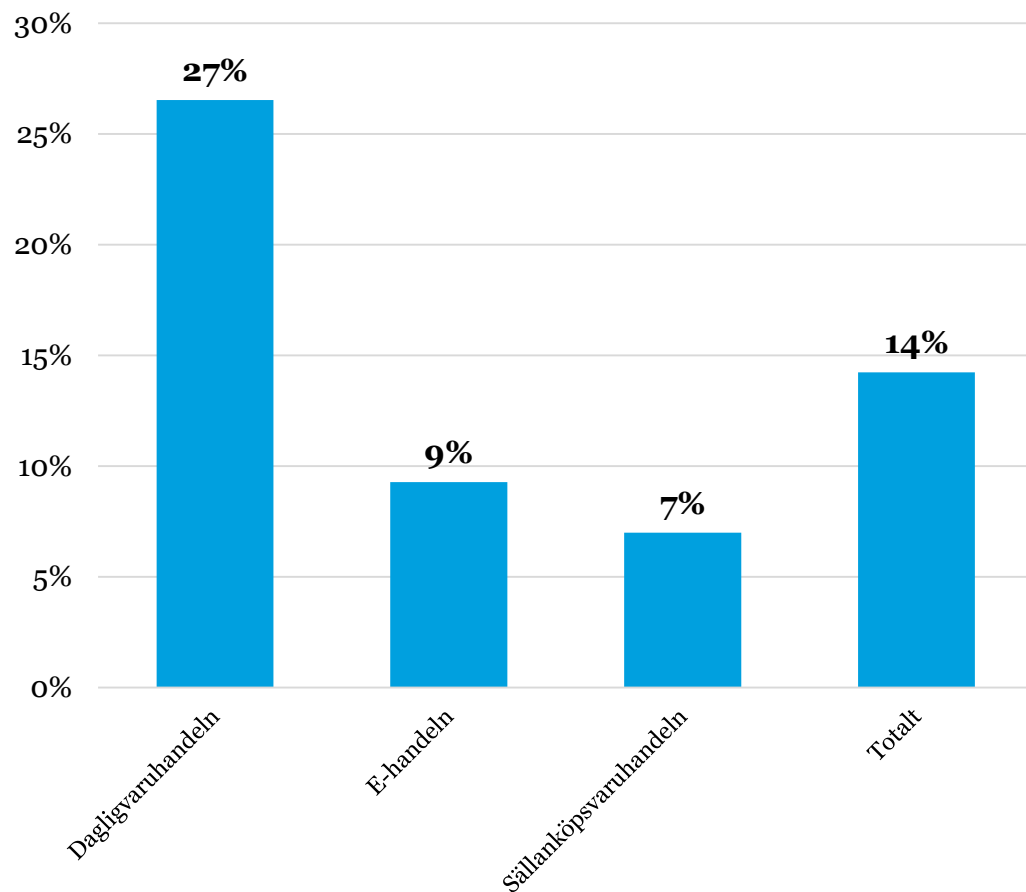
Fråga: Vilken betydelse anser du att följande helger/högtider/reaperioder har för försäljningen i din butik?  
I diagrammen redovisas de som svarat "viktig" (Handelsbarometern januari 2018).

# Mer än hälften av dagligvaruhandlarna anser att påsken är viktig för försäljningen



Fråga: Vilken betydelse anser du att följande helger och högtider har för försäljningen i din butik?  
I diagrammen redovisas de som svarat "viktig" (Handelsbarometern januari 2018)

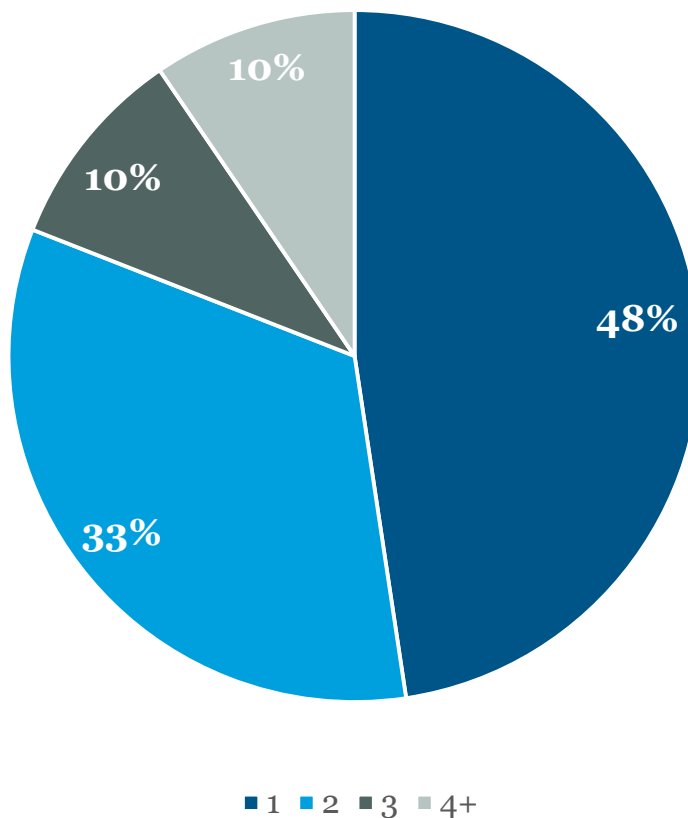
# Påskan bidrar till fler jobb



**27 procent**  
av dagligvaruhandlarna  
anger att de kommer att  
ta in extrapersonal under  
påskan. Det motsvarar  
omkring  
**2 400**  
extraanställningar

Fråga: Kommer din butik att ta in extrapersonal under påskhandeln? I diagrammet redovisas de som svarat "ja"  
(Handelsbarometern mars 2018).

# Vanligast är att ta in en (1) extraanställd under påsken



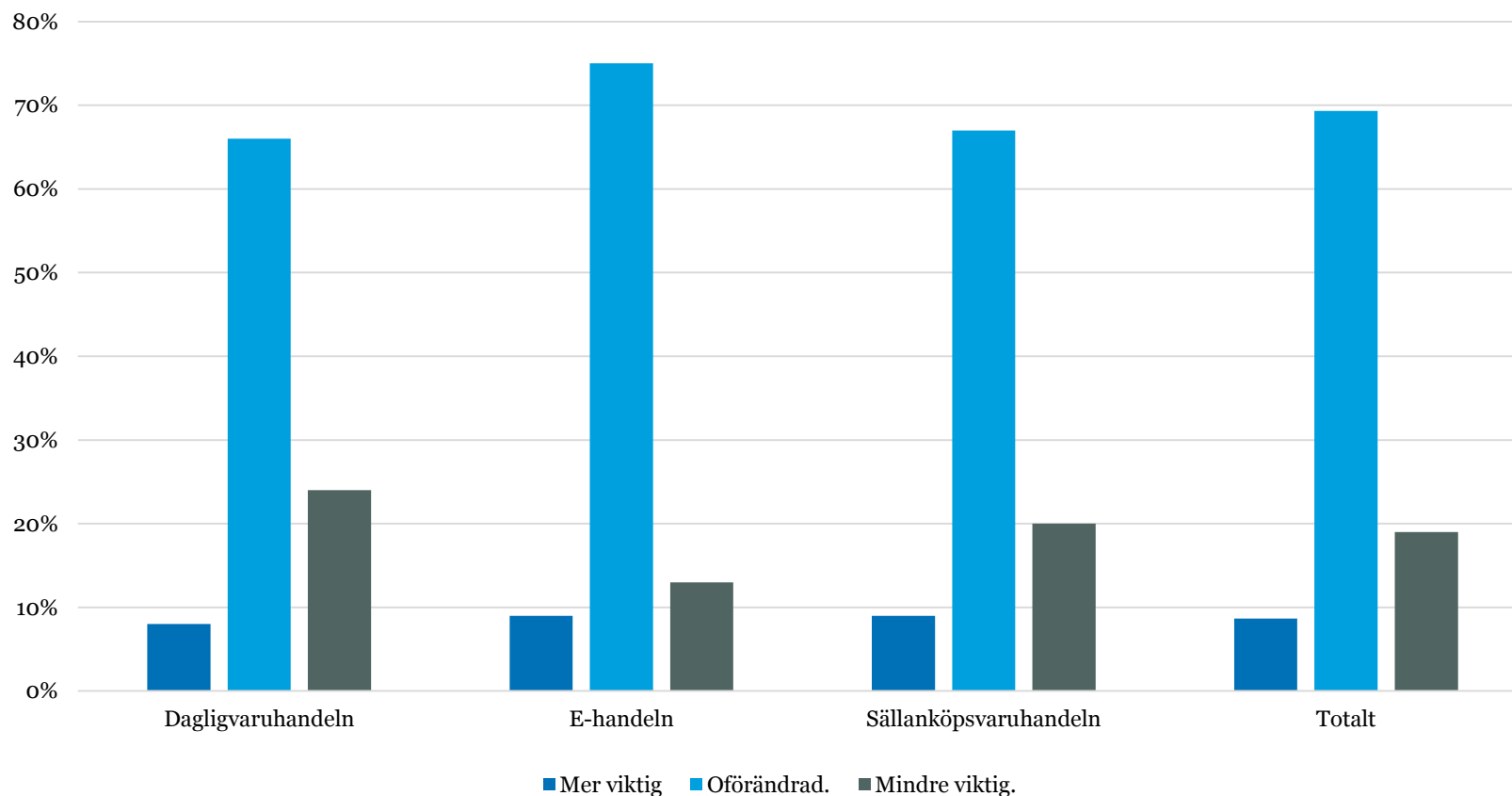
**48 procent**

av handlarna anger att de kommer att ta in en person extra under påsken.

**33 procent**

av handlarna anger att de kommer att ta in två personer extra under påsken.

# Fler handlare anser att påskens betydelse för försäljningen har minskat de senaste åren



Fråga: Hur har påskens betydelse för försäljningen i din butik förändrats de senaste åren? (Handelsbarometern mars 2018)



# Försäljningen kan påverkas av när påsken infaller

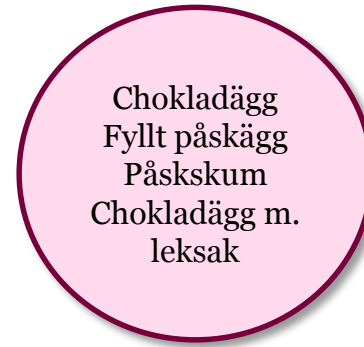
## Exempelvis så inföll:

- Påskafton 2015 den 4 april  
(10 dagar efter senaste löneutbetalning)
- Påskafton 2016 den 26 mars  
(1 dag efter senaste löneutbetalning)
- Påskafton 2017 den 15 april  
(22 dagar efter senaste löneutbetalning)
- Påskafton 2018 den 31 mars  
(8 dagar efter senaste löneutbetalning)

# Påskan – en mathögtid

- Under påskveckan 2017 sålde samtliga varugrupper inom livsmedel i snitt 12,5 procent mer än under en genomsnittlig vecka.
- Konfektyr (inklusive lösviktsgodis) sticker ut mest av alla kategorier och säljer 64 procent mer under påskveckan jämfört med en genomsnittlig vecka.
- Försäljningen i kategorin ”Färsk mat” ökar också kraftigt under påsk. Jämfört med en genomsnittlig vecka är försäljningen omkring 40 procent högre under påskveckan.
- Svenskarna köpte färre ägg under påskveckan 2017 jämfört med året innan. Samtidigt ökade andelen ekologiska ägg.
- Vart femte ägg som såldes under påskan 2017 var ekologiskt.

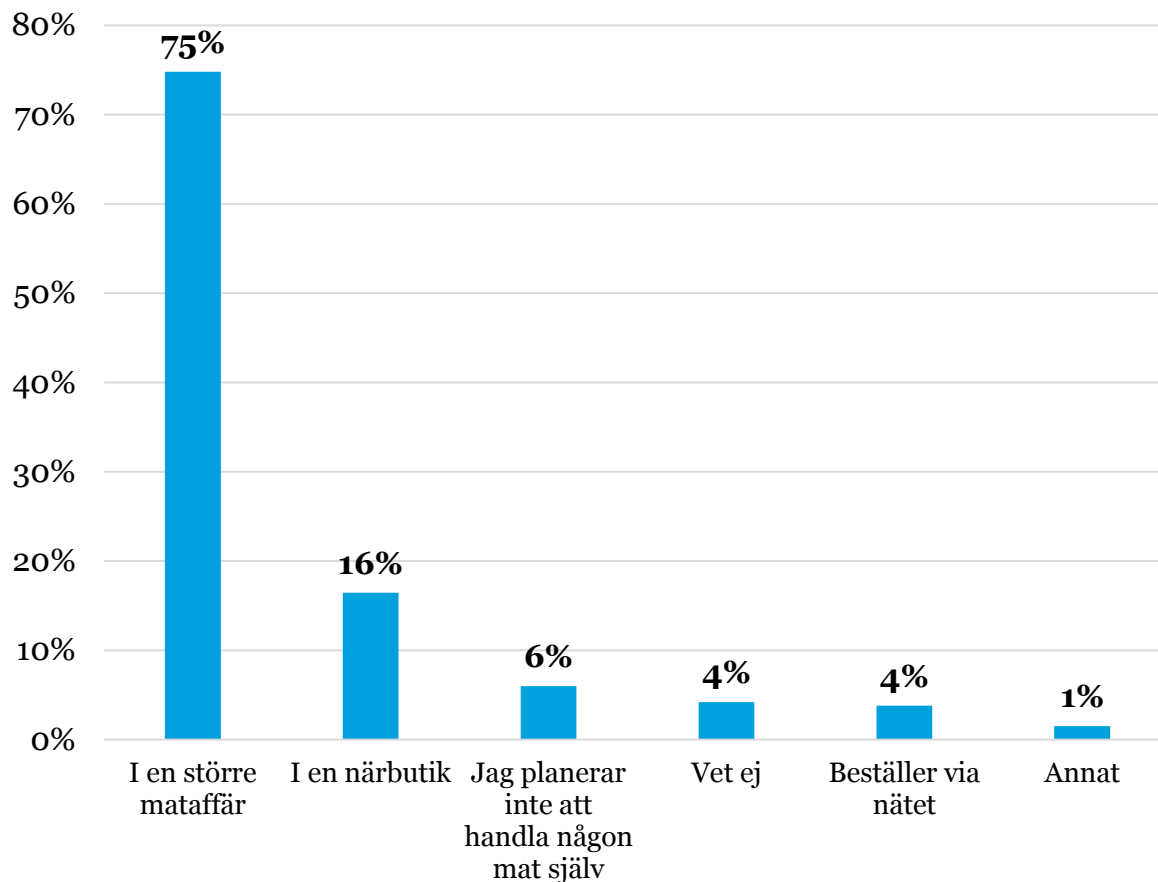
# Påskens storsäljare



**Kategorier: Bröd, Fryst, Livs, Mejeri, Dryck, Konfektyr, Kött, Färsklivs**

*Produkter som hamnade bland topp 10 mest sålda produkter i olika varugrupper under påskveckan 2017 men som inte fanns på listan på helårsbasis. Källa: Nielsen ScanTrack.*

# Tre av fyra handlar påskmaten i en större mataffär

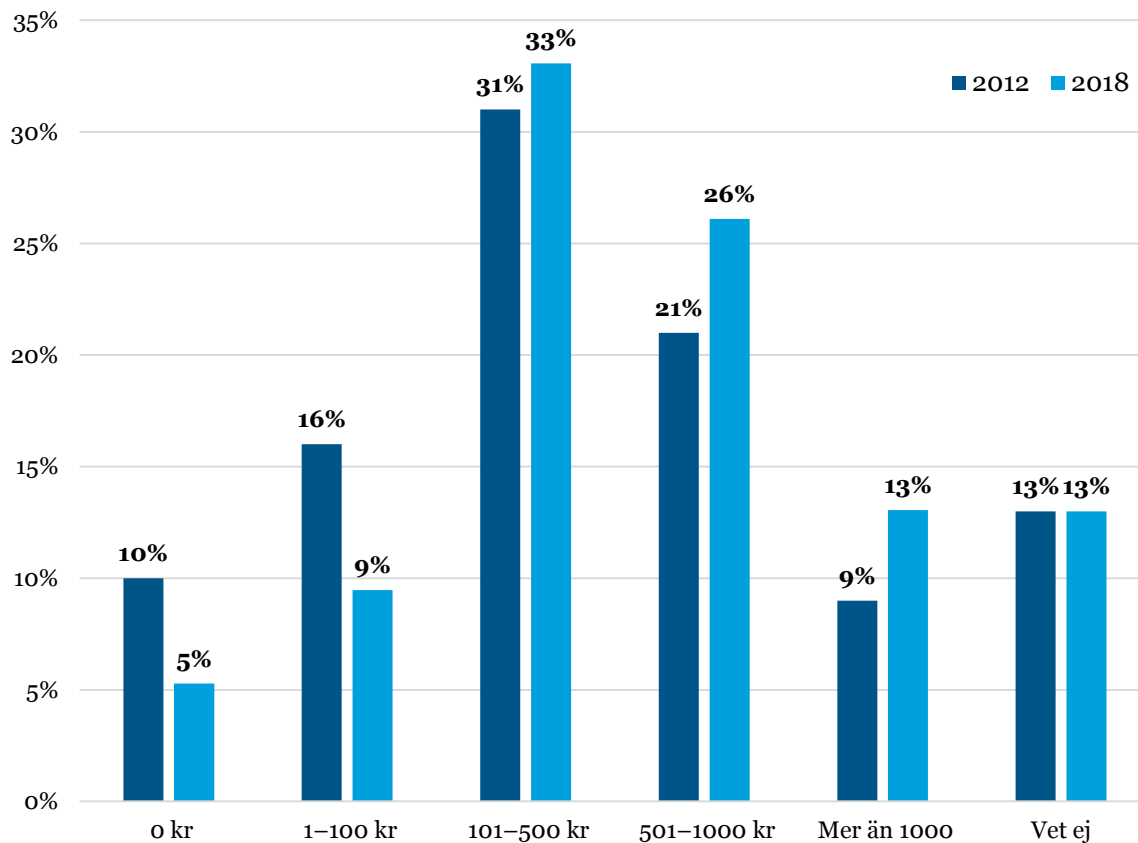


**75 procent**  
anger att de kommer att handla sin påskmat i en större mataffär

**4 procent**  
anger att de kommer att beställa påskmat via nätet. Det är intressant eftersom e-handeln under 2017 utgjorde cirka 2 procent av den totala livsmedelshandeln.

**50/50**  
Lika många kvinnor som män anger att de kommer att beställa påskmat via nätet

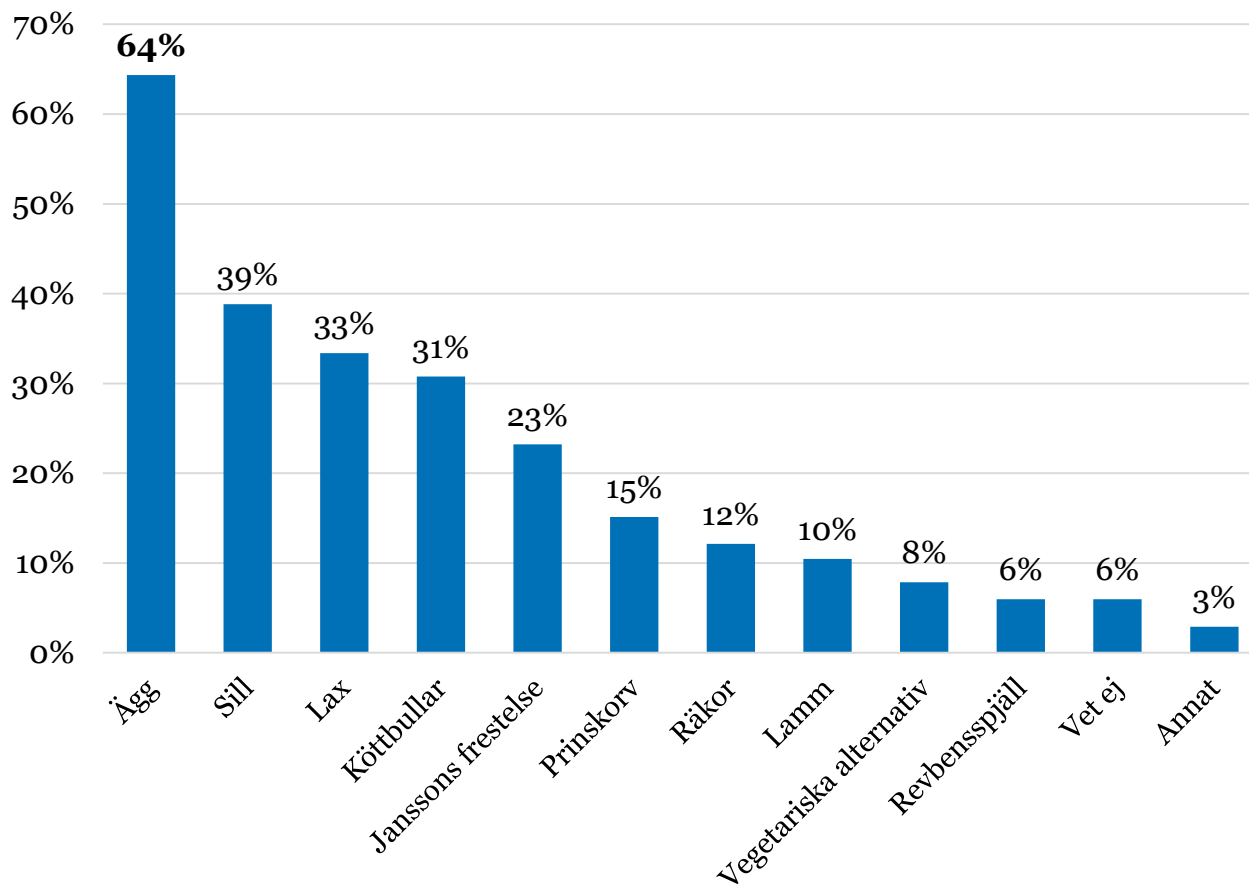
# Vanligast att handla påskrelaterade varor för 100-500 kronor



Svenskarna lägger mer pengar på påskrelaterade varor. 2012 angav **30 procent** att de handlade påskrelaterade varor för mer än 500 kronor, motsvarande siffra 2018 är **39 procent**

Fråga: Hur mycket kommer du att spendera på påskrelaterade varor inklusive mat? (Konsumentundersökning från mars 2018. Jämförelsetalen kommer från en konsumentundersökning utförd 2012).

# Ägg viktigast på påskbordet

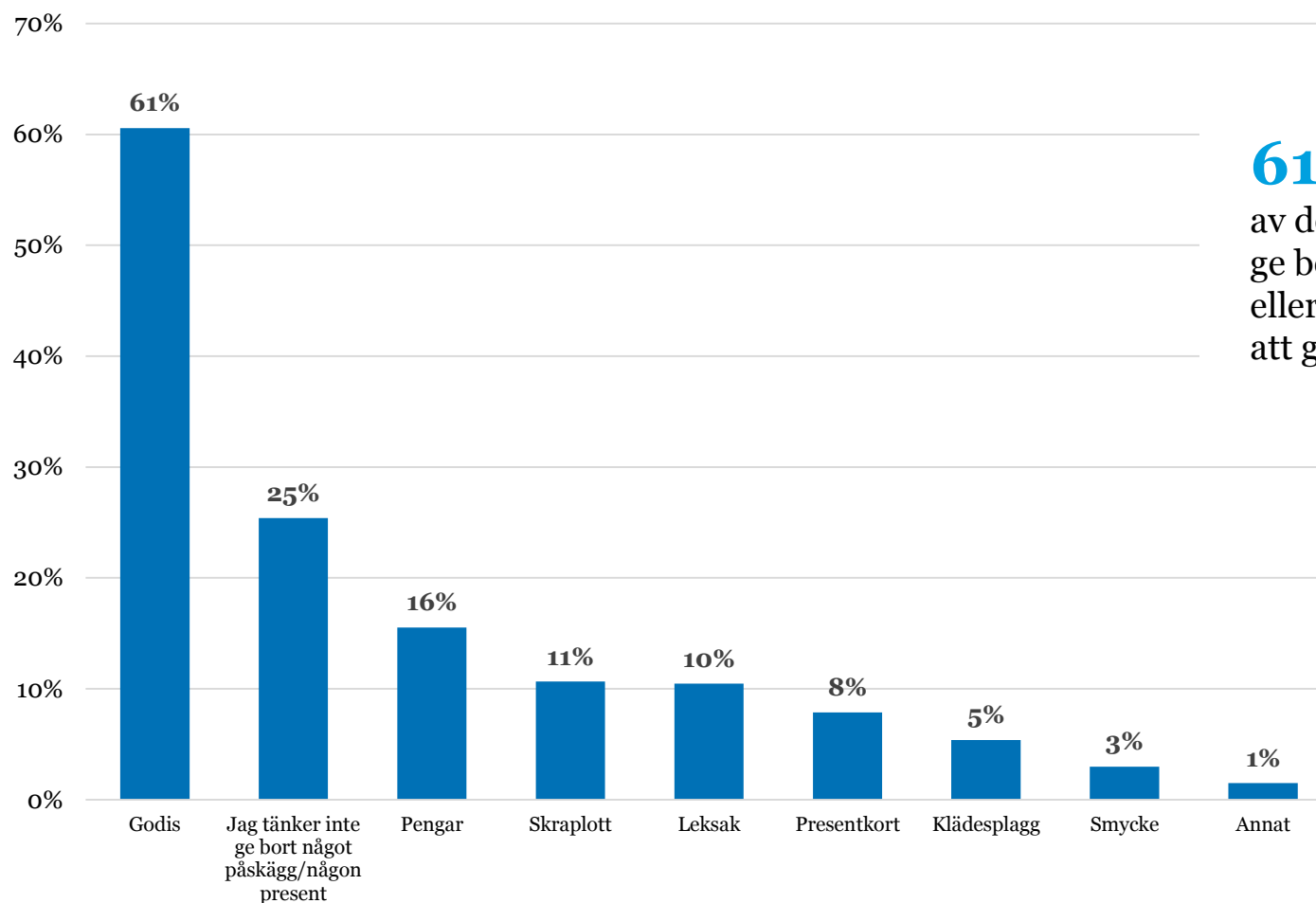


Ägg, sill och lax är populärast på påskbordet.

Ekologiska alternativ har blivit allt vanligare.

**Vart femte** ägg som såldes under påsken 2017 var ekologiskt.

# Påskägget fylls med godis



**61 procent**

av de som planerar att ge bort ett påskägg eller present kommer att ge bort godis.

Fråga: Om du planerar att ge bort ett påskägg/en present, vad kommer det att innehålla?  
Flera svarsalternativ möjliga. (Konsumentundersökning mars 2018)

# Kontaktuppgifter

- **För mer information:**

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

Johan Davidson, Chefsekonom Svensk Handel, 070- 698 39 02

Anna Ekström, Analytic Consulting Manager Nielsen, 070-310 89 13

- **Om Nielsen:**

Nielsen är ett företag som studerar konsumenter i olika länder för att skapa insikter kring köptrender och mediavanor. Nielsen genomför kontinuerligt undersökningar över försäljningen i dagligvaruhandeln i Sverige. De använder sig utav Nielsen ScanTrack som samlar data från kassasystemens avlästa streckkoder. Resultaten från Nielsens undersökningar ligger till grund för delar av analysen i denna rapport.



# Om undersökningen

- **Om undersökningen**

Svensk Handels Påskprognos är framtagen i samarbete med Nielsen. Underlaget är baserat på Svensk Handels Handelsbarometer för mars 2018, Niensens Scantrack samt en konsumentundersökning genomförd av Svensk Handel i mars 2018.

- **Handelsbarometern** tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 300 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare och e-handlare. Den här undersökningen genomfördes i mars 2018.

- **Nielsen ScanTrack** som avser Dagligvaruhandeln exkl. Hard Discount.

- **Konsumentundersökningen** genomfördes som en webbenkät där 1004 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Enkäten prestratifierades med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes under mars 2018.