

Servicehandelns utveckling första kvartalet 2012

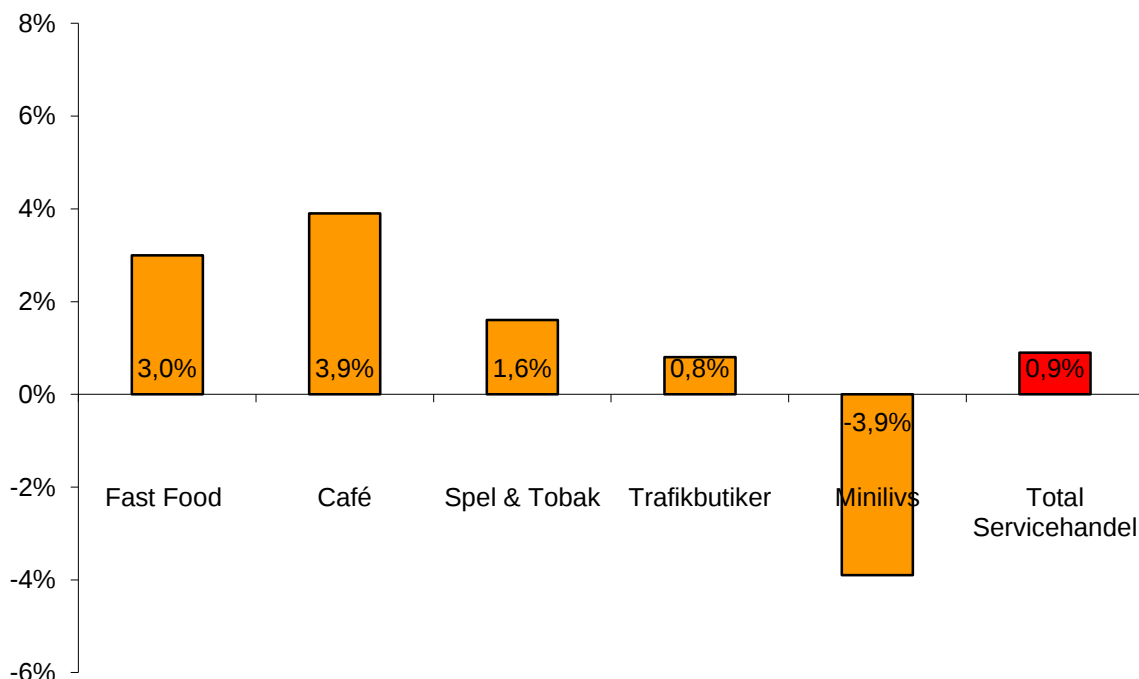
Höjd omsättning trots momssänkning.

Under det första kvartalet år 2012 ökade servicehandeln sin omsättning med 0,9 procent jämfört med samma kvartal förra året. Servicehandeln återhämtade sig därmed från nedgången under fjärde kvartalet år 2011 då branschen backade med 1,1 procent. Framtidstron ökade också kraftigt under kvartalet.

Utvecklingen under första kvartalet är särskilt intressant då momsen på restaurangmat har sänkts från 25 procent till 12 procent från och med den första januari i år. Om momssänkningen får fullt genomslag på priserna innebär det en sänkning med tio procent. För att kunna hålla upprätthålla omsättningen måste prissänkningen kompenseras med en motsvarande volymökning. De tre segment som direkt påverkas av momssänkningen är främst Fast Food och Caféer, och i viss mån även Trafikbutikerna. Dessa segment ökade sina omsättningar trots momssänkningen. Fast Food ökade omsättningen med 3,0 procent. Här var det främst kedjorna som ökade sin omsättning, vilket är intressant då momssänkningen verkar ha fått störst prisgenomslag hos dem. Även segmentet Caféer ökade omsättningen med 3,9 procent. Segmentet Spel & Tobak ökade sin omsättning med 1,6 procent. Trafikbutikerna ökade omsättningen med 0,8 procent. Minilivs däremot backade med 3,9 procent.

Vad gäller framtidstron visade kvartalet upp en kraftig positiv utveckling. Framtidsindex landade under det första kvartalet på 36 procents övervikt för optimisterna jämfört med pessimisterna. Det är den högsta nivån på framtidstron sedan kvartal 2 år 2010. Kvartalet upplevde också en av de kraftigaste ökningarna i framtidstro från ett kvartal till ett annat sedan mätningarna startade år 2008. Till skillnad från de senaste tre kvartalen är framtidstron nu också lika stark bland de enskilda handlarna som den är hos kedjeföretagen. Momssänkningen utgör säkert en viktig förklaring till den ökade framtidstron i branschen.

Omsättningsutveckling första kvartalet 2012 per delbransch



– Första kvartalet blev positivt för servicehandeln. Momssänkningen som infördes den första januari har tvärtemot förväntan inte minskat omsättningen i absoluta tal. Det tyder på en underliggande volymökning, säger Bengt Hedlund, VD för Svensk Servicehandel & Fast Food.

– Optimismen har återvänt till branschen. Momssänkningen kommer att skapa positiva effekter under hela det kommande året. Stigande framtidsstro och ökade volymer gör att företagen nu kan börja nyanställa. Jag hoppas därför att vi kan se en ökad sysselsättning i servicehandeln när väl året är till ända, säger Bengt Hedlund.

Fast food-segmentet uppvisade en god omsättning med tanke på att momssänkningen sänkt priserna. Tillväxten hamnade på 3,0 procent, jämfört med 2,5 procent under föregående kvartal.

Trafikbutikerna uppvisade en tillväxt på 0,8 procent under det gångna kvartalet. Detta är en kraftig ökning från förra kvartalet då tillväxten blev minus 2,7 procent.

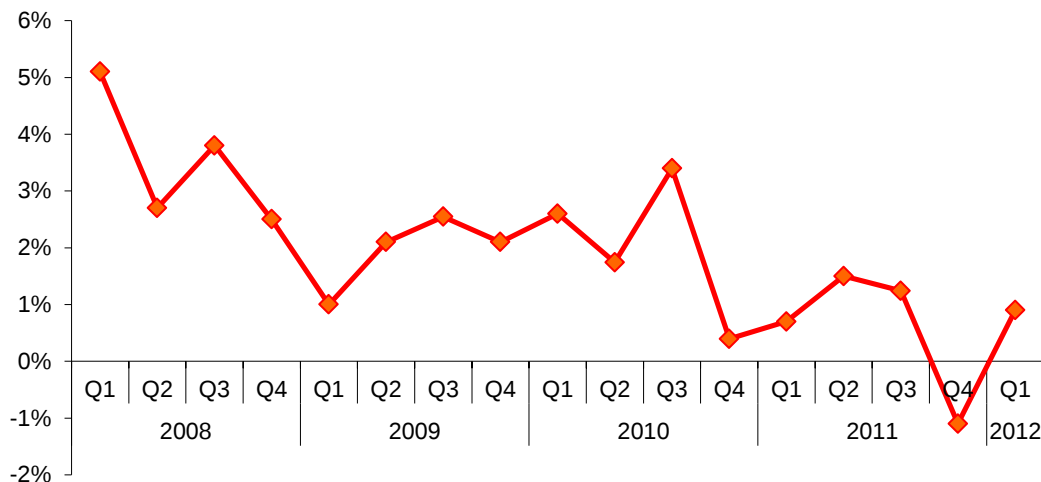
Spel & Tobak-segmentet redovisade en tillväxt på 1,6 procent under kvartalet. Detta innebär en ökning från fjärde kvartalet då omsättningen minskade med 1,1 procent.

Minilivs-segmentet minskade med 3,9 procent under kvartal ett. Detta var en kraftig minskning som följer på en ännu kraftigare minskning under fjärde kvartalet förra året. Segmentet har således två riktigt dåliga kvartal bakom sig.

Café-segmentet hade en god utveckling under det första kvartalet. Omsättningen steg med 3,9 procent jämfört med samma tid förra året. Tillväxten var också starkare under första kvartalet

än den var under fjärde kvartalet förra året, då den var 2,5 procent. Precis som för Fast Food har således momssänkningen inte påverkat omsättningen negativt.

Omsättningsutveckling inom servicehandeln

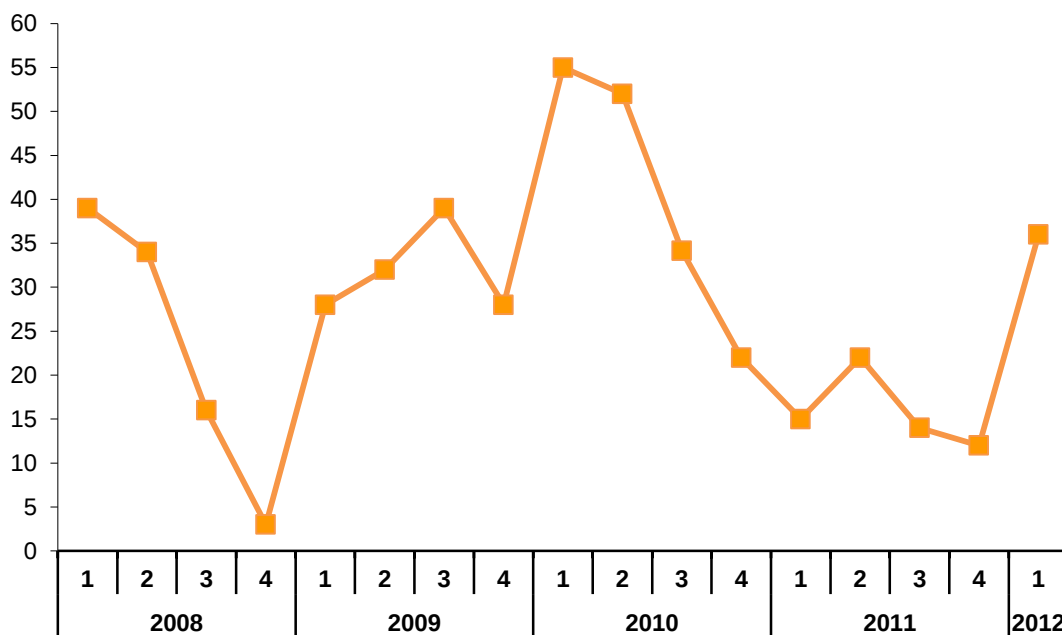


Totalt ökade omsättningen inom servicehandeln med 0,9 procent. Branschen återhämtade sig därmed från den negativa tillväxten under det fjärde kvartalet år 2011 – den första gången som tillväxten blev negativ. Under de två senaste kvartalen är det segmentet Minilivs som har dragit ner den totala tillväxten för branschen. Utan Minilivs skulle tillväxten blivit 2,6 procent under första kvartalet. Under året kommer momssänkningen att ge positiva effekter främst för Caféer och Fast Food, till viss del även för Trafikbutikerna. Den kommer dock knappast att ge positiva effekter åt Minilivsbutiker. Återstår att se om mönstret upprepar sig under årets återstående tre kvartal.

Servicehandlarnas framtidstro

I Framtidsbarometern mäts handlarnas tilltro till försäljningsutvecklingen i den egna butiken under de kommande sex månaderna. Under första kvartalet år 2012 uppvisades den högsta uppmätta framtidstron hos servicehandlarna sedan kvartal 2 år 2010. Framtidstron landade på 36 procents övervikt för optimisterna över pessimisterna. Framtidstron är nu lika stark bland enskilda handlare som den är hos kedjorna. Framtidstron befinner sig därmed på nivåer som den inte varit i närheten av på två år.

**Framtidsbarometern mäter handlarnas framtidstro för
det kommande halvåret**



Om undersökningen:

I samarbete med Svensk Servicehandel & Fast Food mäter HUI Research utvecklingen inom servicehandeln. Informationen har samlats in under första kvartalet år 2012 och bygger på uppgifter från 16 servicehandelskedjor samt ett urval om 1 200 servicehandlare.

För analys av Servicehandelsindex kontakta Bengt Hedlund, VD Svensk Servicehandel & Fast Food, 08-505 970 31. Vid funderingar gällande statistiken kontakta Sofia Angel, HUI Research, 031-75 95 006.