



HUIs julprognos 2021

Äntligen tillsammans igen – julhandel i pandemins spår

- 
- 01 I korthet
 - 02 HUI spanar på årets julhandel
 - 03 Julprognos



01 | I korthet

Äntligen en jul tillsammans

Snart har det gått två år sedan vi fick fira en stor högtid tillsammans med nära och kära. En pandemi som förändrade både hur vi umgicks och konsumerade kom i vägen, åtminstone tillfälligt.

I år kommer vi åter att handla för gemensamma julfiranden med släkt och vänner. Pandemin finns dock fortsatt med i bakgrunden, med risk för nya utbrott och en logistikkedja i obalans.



”

Julhandeln 2021 blir upptakten till en jul tillsammans efter fjolårets restriktionstunga högtid. Mer gemenskap och fler paket är att vänta, vilket talar för att ett nytt julhandelsrekord är i sikte.

- Joakim Wirén, analytiker HUI

Rekord i sikte när vi åter firar tillsammans

Möjligheten att åter fira tillsammans kommer driva försäljningstillväxten i årets julhandel. Större julbord och fler paket under granen väntar när vi äntligen kan träffas vid årets största högtid. I sällanköpsvaruhandeln väntas revansch för de branscher som prioriterades ned i fjol.

Detaljhandeln har kluvits itu under pandemin. Branscher kopplade till hem och fritid har gått starkt samtidigt som branscher som säljer varor ämnade för sociala aktiviteter har haft det tufft.

I fjol firades julen i mindre sällskap, färre åt julbord på restaurang och andelen utlandsresenärer minskade drastiskt till följd av pandemin. I år förväntas andelen julbord på restaurang återgå till mer normala nivåer medan andelen utlandsfirare väntas vara fortsatt låg, vilket genererar mer livsmedelskonsumtion i Sverige.

E-handels rekordframfart under fjolåret har vidgat den digitala konsumentbasen, något som kommer att påverka handeln framöver. I år förväntas dock fler fysiska köp än i fjol, men julhandlandet på nätet ser även i år ut att bli omfattande.

”Julhandeln 2021 blir upptakten till en jul tillsammans efter fjolårets restriktionstunga högtid. Mer gemenskap och fler paket är att vänta, vilket talar för att ett nytt julhandelsrekord är i sikte”, säger Joakim Wirén, analytiker HUI Research.

Årets julhandelsprognos baseras på att svenskarna slår på stort och tar igen för det mindre firandet i fjol. Tillväxten prognostiseras till en procent i dagligvaruhandeln och fem procent i sällanköpsvaruhandeln. Totalt innebär detta en försäljningstillväxt om tre procent i december.

”Julhandeln 2021 sker bortom restriktioner och hårt pressad leveranskapacitet i dagligvaruhandeln. Trots att julen kan firas som vanligt finns i år andra utmaningar. Inte minst de globala flaskhalsarna i leveransledet och konkurrensen utanför handeln”, säger Joakim Wirén.



HUIs julprognos 2021

Totalt	3%
Dagligvaruhandeln	1%
Sällanköpsvaruhandeln	5%

Detaljerad
prognos –
se sidan 9



02 | HUI spanar på årets julhandel

Julhandeln 2021: Detta talar för en rekordförsäljning



Julhandeln 2021: Dessa faktorer drar ner förväntningarna





03 | Julprognos

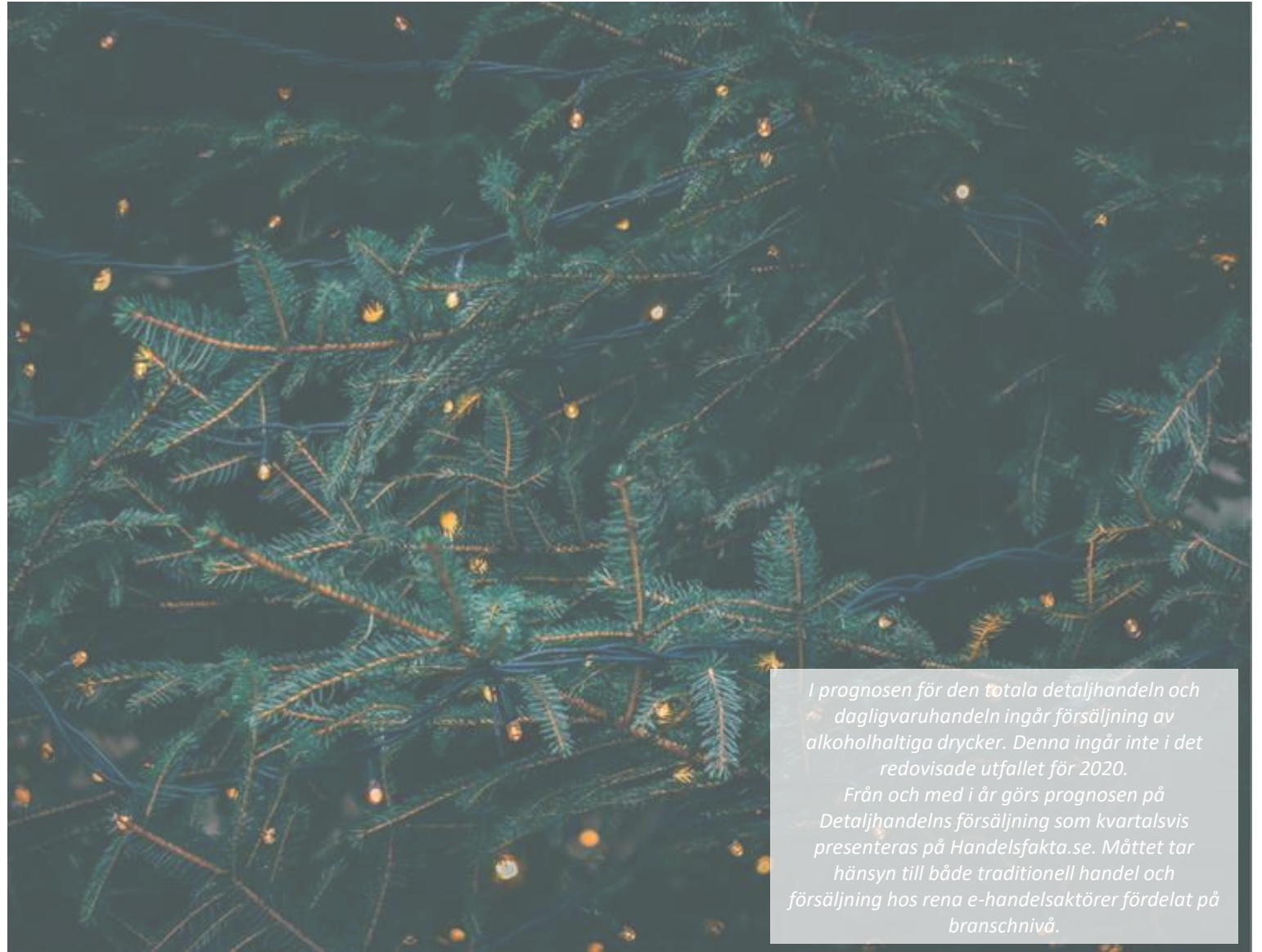
HUIs julprognos 2021

Pandemin har lett till ett förändrat konsumtionsbeteende. I och med att andra konsumtionsytor, exempelvis inom tjänstesektorn, har varit stängda eller mindre lockande har hushållens tillgängliga konsumtionskapital ökat. Det finns potential till rekordförsäljning, men det är inte säkert att pengarna kommer handeln till godo.

Ett givet tema kring julen är maten och i år kan vi återigen ses kring julbordet i samlad skara. Större sällskap än förra året är att vänta liksom att färre än vanligt firar helgerna utomlands.

Vad menas med julhandel?

Eftersom december är den utan tvekan viktigaste månaden för detaljhandeln finns det också ett intresse av att fundera kring just denna månads utsikter. Detta gör HUI varje år i sin julrapport. Benämningen julhandel kommer från att december är den främsta perioden för försäljning i samband med julhelgen. Emellertid är även mellandagsrean och försäljningen kring nyår mycket viktig för detaljhandeln. Med julhandel avses således hela försäljningen i december inom dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln.



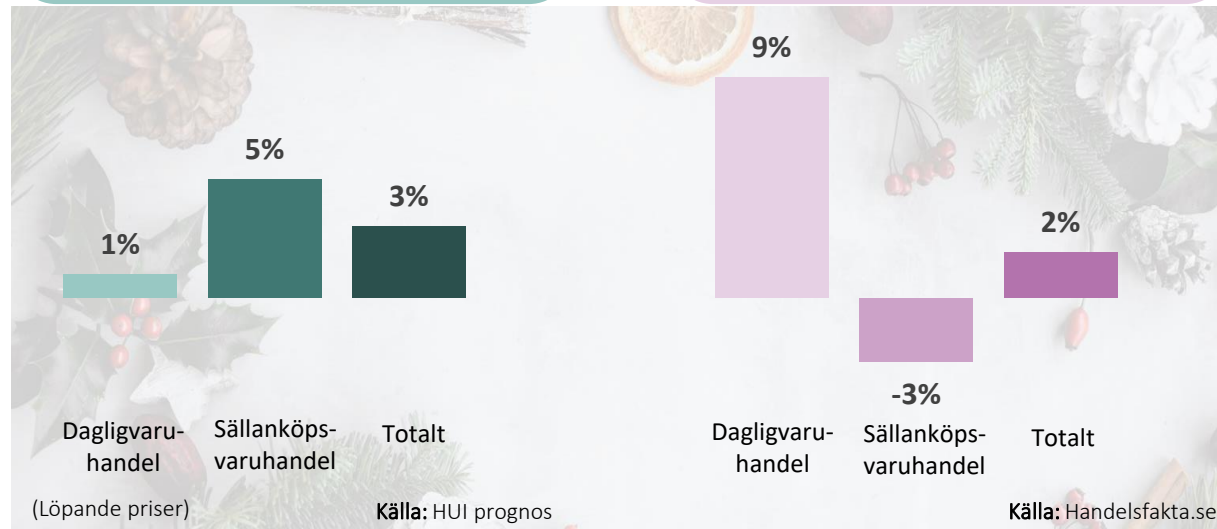
I prognosen för den totala detaljhandeln och dagligvaruhandeln ingår försäljning av alkoholhaltiga drycker. Denna ingår inte i det redovisade utfallet för 2020.

Från och med i år görs prognosen på Detaljhandelns försäljning som kvartalsvis presenteras på Handelsfakta.se. Måttet tar hänsyn till både traditionell handel och försäljning hos rena e-handelsaktörer fördelat på branschnivå.

Julhandeln förväntas växa med tre procent

Julprognos 2021

Prognosen bygger på att vi åter firar jul tillsammans utan nya restriktioner eller ökad smittspridning. Den totala tillväxten i december förväntas uppgå till tre procent.



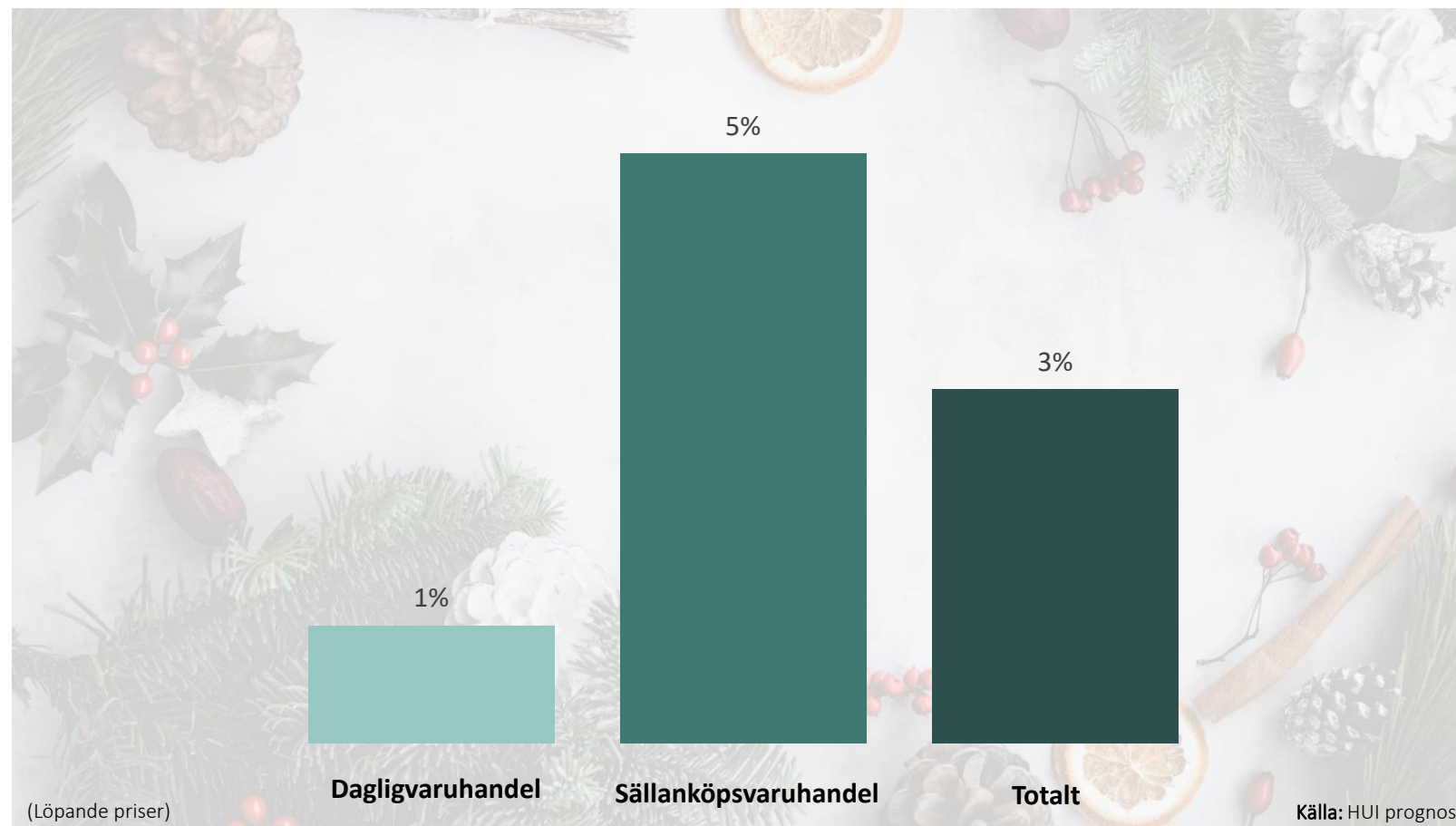
Julprognos 2021: Stor förväntan på årets julhandel

Handeln har stora förväntningar på årets julkonsumtion. HUIs prognos är att decemberförsäljningen växer med tre procent och att sällanköpsvaruhandeln står för en betydande del av tillväxten.

Fjolårets julhandel var tyngd av restriktioner. Konsumtionen väntas växa i den fysiska handeln nu när samhället åter är öppet. Även i e-handeln väntas julklappsinköpen öka.

Att få firar julen utomlands och att hushållen har goda ekonomiska förutsättningar talar för en ökad försäljningsutveckling.

En konsumtionsförflyttning mot fler julklappar inom upplevelse- och tjänstesektorn på grund av att populära detaljhandelsvaror riskerar att drabbas av leveransproblem är en möjlig negativ effekt.



Julhandel för 86,7 miljarder

Givet att årets prognos slår in och att julhandeln växer med tre procent landar årets decemberhandel på nästan 87 miljarder kronor. Detta motsvarar cirka 8 300 kronor per person.

Cirka 1 100 kronor

Uppgår mervärdeskonsumtionen
per person till i december.
Avser snitt 2018-2020.

	2018	2019	2020	2021
Total försäljning i december (miljarder kronor)	78,4	82,0	84,0	86,7
Försäljning per person (kronor)	7 710	7 980	8 120	8 330

Utfallet avser total försäljning under december och inkluderar därmed all detaljhandelsförsäljning under månaden.

Dagligvaruhandeln: Stärks av öppen Norgegräns

Dagligvaruhandeln växte kraftigt under förra årets julhandel. I år förväntas vi träffas i större sällskap, vilket även innebär större julkmiddagar. Detta resulterar dock i att antalet bjudningar i mindre sällskap minskar.

Antalet utlandsresenärer under storhelgerna väntas inte återgå till nivåerna före pandemin, vilket gör att konsumtion stannar i Sverige.

I år förväntas julbord på restaurang åter bli en del av jultraditionen. Företag och sällskap väntas därmed flytta vissa av sina måltider till restaurangmarknaden.

Till skillnad från förra året är gränsen mellan Norge och Sverige öppen, vilket gör att gränshandeln kommer att bidra positivt till dagligvaruhandelns tillväxt.

Prognosen för dagligvaruhandeln är satt till 1 procent i löpande priser.

PÅVERKANSAKTÖRER



Vi träffas i större sällskap



Julen firas i stor utsträckning i Sverige



Gränshandeln återkommer som försäljningskanal



Fler kommersiella julbord på restaurang



Färre småbjudningar hemma

+1%

Prognos för
dagligvaru-
handeln

Sällanköpsvaruhandeln: Gynnas av att vi är tillsammans

Sällanköpsvaruhandeln väntas i år drivas av de branscher som delvis valdes bort under förra året. Prognosen för hela sällanköpsvaruhandeln är fem procent, men utfallet mellan delbranscherna förväntas bli polariserat. Ett utfall på fem procent innebär att konsumtionen per person i sällanköpsvaruhandeln är på samma nivå som i december 2019.

Leksakshandeln har bekymmer med varuleveranser till följd av containerbristen i världslogistiken, vilket kan leda till att populära varor snabbt säljer slut. Branschens försäljning väntas dock öka jämfört med i fjol.

Hemelektronikhandeln har gått starkt under pandemin men har under flera månader varit påverkad av bristen på komponenter och insatsvaror till vissa elektronikprodukter. Försäljningen i branschen förväntas även i år flyttas från december till november på grund av Black Friday.

Modehandeln väntas få ett uppsving efter att ha tappat kraftigt under pandemin. Branschen gynnas av att vi åter får träffas. Gemensamma julfiranden, större nyårsfiranden och fler mjuka paket påverkar branschen positivt.

Bygg-, järn- och färghandeln har december som minsta försäljningsmånad under året. Branschen möter tuffa jämförelsetal, och mindre tid i det egna hemmet denna jul påverkar branschtillväxten negativt.

Sport- och fritidshandeln väntas gå starkt. Under det senaste året har intresset för aktiviteter i naturen ökat. Kläder och egen utrustning står nu på önskelistan för de som förra året hittade en vintersport av intresse.

Möbler och heminredning gick olika vägar i fjol. Heminredningshandeln växte starkt till följd av att julpyntandet i det egna hemmet ökade när julstämningen i pandemitider blev viktigare än någonsin. Möbelhandeln möter svagare jämförelsetal och väntas öka.

DELBRANSCHERNAS FÖRSÄLJNINGSAUTSIKTER

Pilens riktning avser förväntad försäljningsutveckling i december 2021 jämfört med december 2020



Leksakshandel



**Elektronik- och
vitvaruhandel**



Modehandel



Bygg-, järn- och färghandel



Sport- och fritidshandel



**Möbel- och
heminredningshandel**



+5%

Prognos för
sällanköps-
varuhandeln

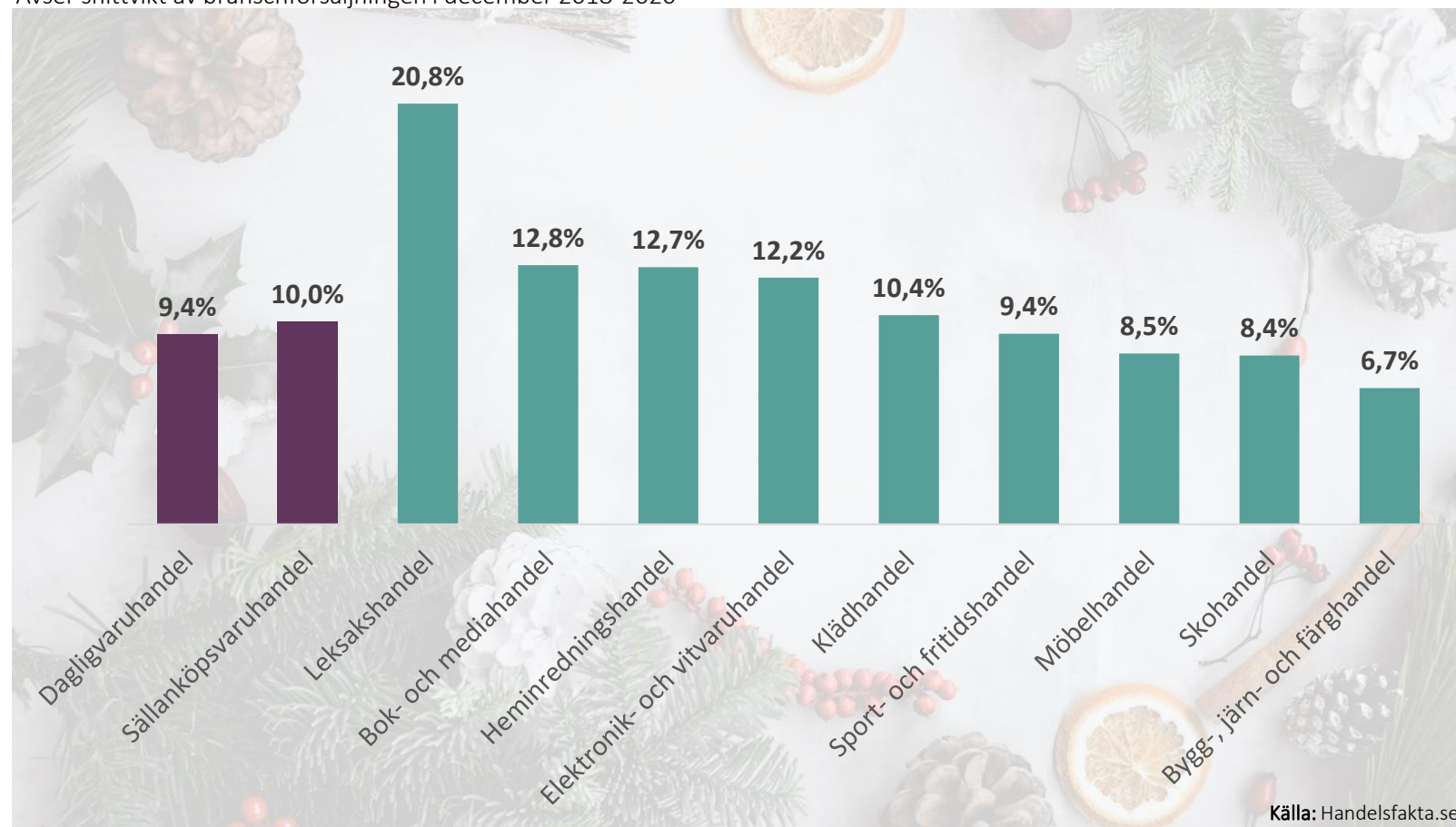
Julhandeln viktigast för leksakshandeln

Julhandeln är årets viktigaste period för flera branscher. Exempelvis sker över en femtedel av leksakshandels årsförsäljning i december. För bygghandeln är det tvärtom, december är årets minsta försäljningsmånad. Sällanköpsvaruhandeln har en försäljningsandel på 10 procent i december. De branscher som överstiger den har liksom leksakshandeln en tydlig plats i paketen under julgranen. För hela detaljhandeln uppgår decemberförsäljningen till 9,8 procent av årsförsäljningen.

I ett förenklat exempel där försäljningen var jämnt fördelad över året skulle åtta procent säljas per månad. Dagligvaruhandels försäljningsskillnad i december kan verka liten jämfört med snittmånaden med tanke på att mat är ett centralt inslag under julhelgen. Sett i kronor blir skillnaden dock stor. Matkonsumtionen under julen ersätter i första hand vardagliga måltider och skillnaden i december blir att det köps mer mat och fler specifika livsmedel.

DECEMBER MÅNADS ANDEL AV HELA ÅRETS FÖRSÄLJNING PER BRANSCH

Avser snittvikt av branschförsäljningen i december 2018-2020



Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år



November det nya december?

Black Friday växte starkt under andra halvan av 10-talet, vilket innebar att försäljningen i november ökade sin andel av den totala försäljningen i november och december. 2019 låg försäljningshelgen dock sent i november, vilket gjorde att viss försäljning kopplad till Black Friday hamnade i december.

2020 var novembers andel av periodens försäljning strax över det tidigare rekordet från 2018. Försäljningen i sällanköpsvaruhandeln var i kronor nästan lika stor i november som i december. Den huvudsakliga anledningen till det behöver dock inte vara Black Friday, då pandemin gjorde att fler än vanligt valde att vara ute i god tid med sina inköp.

Även i år finns det förutsättningar för att novemberhandeln ska öka sin del av periodens försäljning. Logistikproblemen kan göra att julklappsinköpen tidigareläggs för att klapparna ska säkras. Dessutom trendar ett allt tidigare julpyntande bland konsumenterna.

Om det är just Black Friday som fortsatt driver försäljning från december till november ska därmed vara osagt. Ett scenario där konsumenterna flyttar allt mer av sin försäljning från fullpris till reapris riskerar att bli en negativ spiral för branscher där julhandeln är viktig.

NOVEMBER MÅNADS ANDEL AV FÖRSÄLJNINGEN I SÄLLANKÖPSVARUHANDELN I NOCEMBER

Mätt som försäljningsandel under perioden november och december, 2014-2020





hui.

Kontakt
Joakim Wirén
070-147 66 56
joakim.wiren@hui.se