

Drivkrafter och effekter av

HANDELNS SATSNING PÅ EMV

Presenterat av:

Sven-Olov Daunfeldt, Niklas Rudholm, Helena Nilsson, Rickard Johansson

HUI
RESEARCH

Syftet med vår rapport har varit att studera:

1. Drivkrafterna bakom dagligvaruhandlarnas satsning på EMV i Sverige
2. Hur den ökade andelen EMV påverkat priser, sortiment och innovationstakt



Frågeställningar

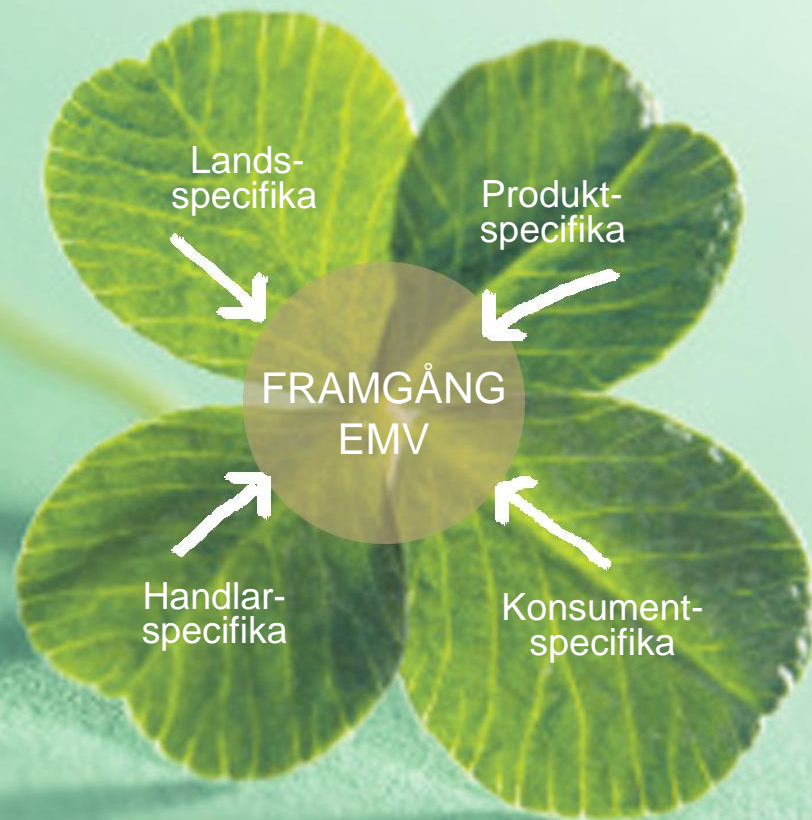
Vilka faktorer skapar gynnsamma förutsättningar för EMV-tillväxt på den svenska dagligvarumarknaden?

Vilka är drivkrafterna bakom dagligvaruhandels satsning på EMV-produkter i Sverige?

Vilka är effekterna av EMV på priser, sortiment och innovationer på den svenska dagligvarumarknaden?



Många faktorer kan förklara framgången för EMV



Tre viktiga drivkrafter i Sverige

1. Ett fåtal större kedjor dominerar marknaden, vilket innebär att de kan använda sin marknadsmakt för att introducera mer EMV



Tre viktiga drivkrafter i Sverige

2. Inträde från internationella lågpris-aktörer, t ex (Lidl) som har en stor andel EMV i sitt sortiment



Tre viktiga drivkrafter i Sverige

3. Konsumenternas förtroende för EMV har ökat med tiden och därmed minskat det försprång som LMV traditionellt haft

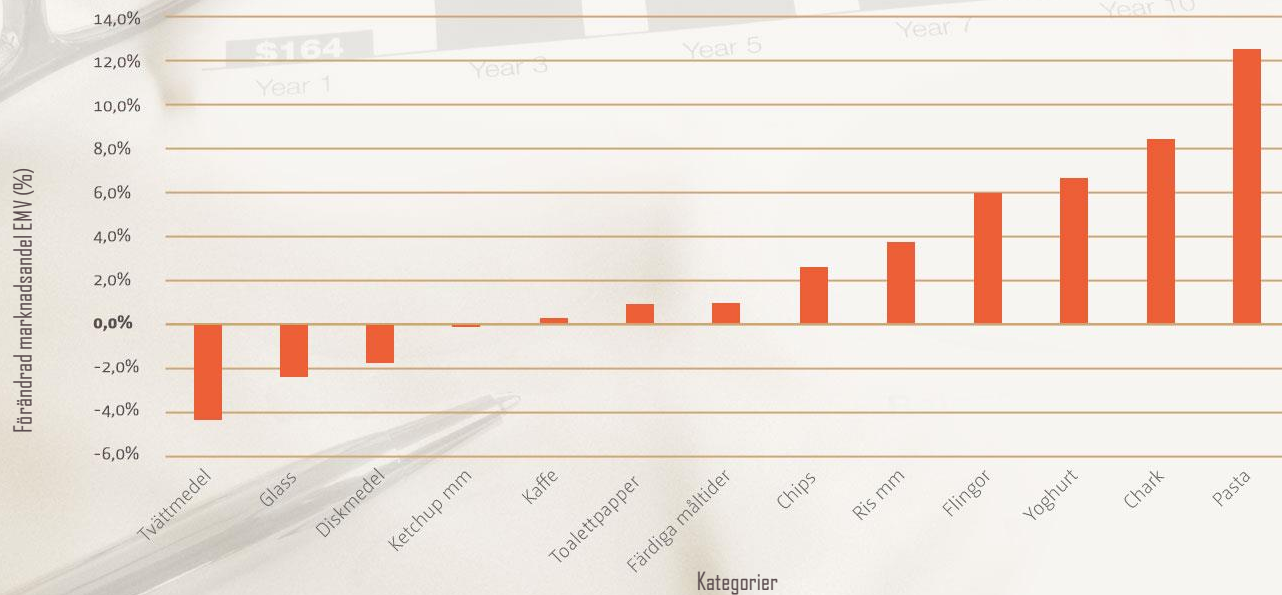


Bakgrundsdata som använts

- Scanner-data från Nielsen
- Ett representativt urval av butiker
- Totalt 11 109 782 observationer
- Urval baserat på 13 produktkategorier (period 2007-2014)
- Identifierande data för lågpris-EMV och standard-EMV



EMV ökar i 9 av 13 kategorier



Priskonkurrensen sker med lågpris-EMV

Om priset minskar på lågpris-EMV sjunker efterfrågan på LMV.

1%

Lågpris-EMV

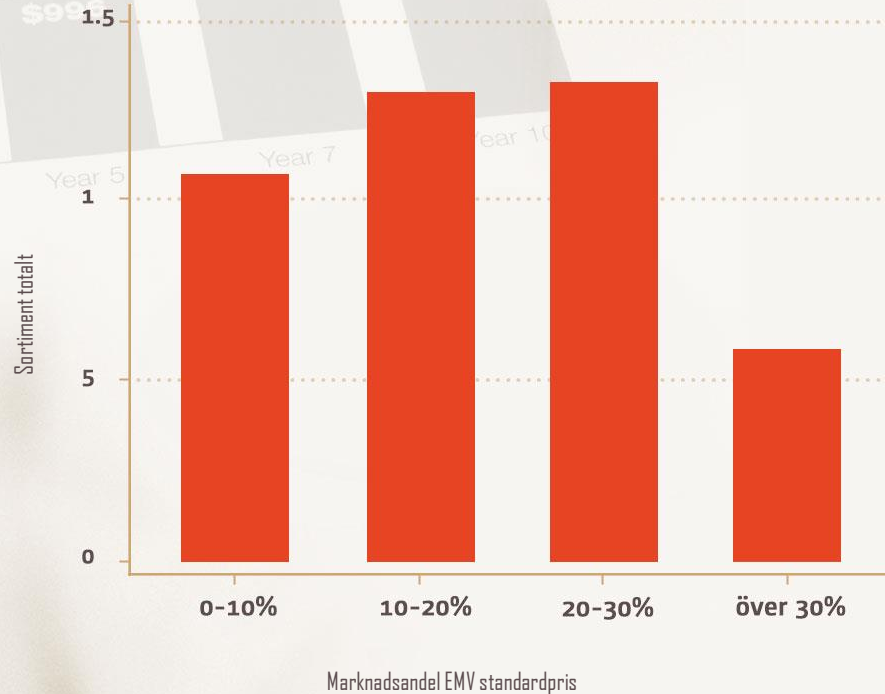


0,4%

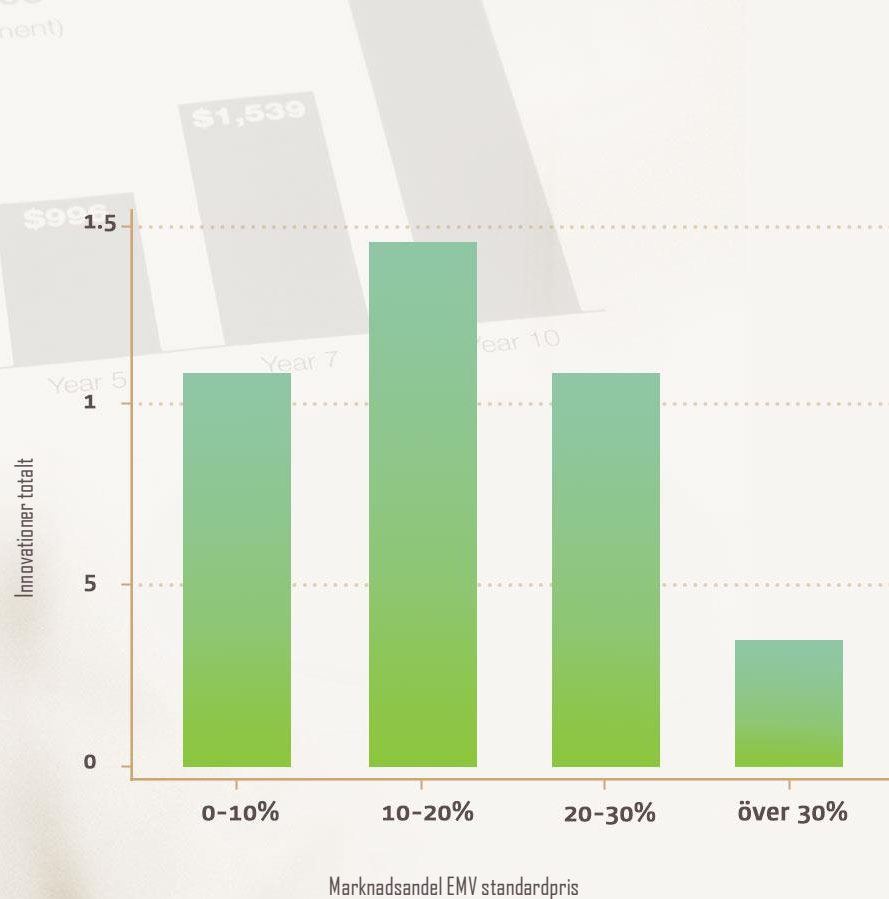
LMV



Sortimentet är mindre
när EMV-andelen är hög



Innovationsgraden är
lägre när EMV-andelen
är hög



Slutsatser

- Det råder priskonkurrens mellan LMV och lågpris-EMV
- Hög andel EMV tränger undan LMV och leder till minskade valmöjligheter för konsumenterna
- Denna risk är större i Sverige än i andra länder eftersom ett fåtal aktörer dominerar marknaden här
- Innovationsgraden blir lägre när marknadsandelen för EMV är hög





www.hui.se

Telefon: 08-762 72 80

E-post: info@hui.se



HUI
RESEARCH