



Foodservice branschrapport 2022

ECR Sverige

Innehåll

1 Inledning	3
2 Introduktion till foodservicebranschen	5
3 Omvärldsutveckling	12
4 Branschutveckling 2019–2021	23
5 Framtidsutsikter	28
6 Appendix	43

1 Inledning

1.1 Kort om rapporten

1.1 Kort om rapporten

Syftet med Branschrapport 2022 är att beskriva foodservice-branschen idag och branschens framtidsutsikter.

Rapporten baseras dels på information från offentliga källor, exempelvis Konjunkturinstitutet och SCB, samt även på Delfis egna mätningar, enkäter och skattningar.

Framtidsutsikterna baseras främst på djupintervjuer med seniora ledare och experter inom branschen.

Branschens utveckling i korthet

Pandemiåret 2020 och 2021 påverkade branschen mycket negativt, framför allt de privata restaurangerna. I början av 2022 slopades pandemirestriktionerna helt och de privata restaurangernas försäljningsvolymerna återhämtade sig snabbt till 2019 års volymer. Under 2022 har dock ett antal kriser och problem utlösts – skenande energipriser, rekordhög inflation och en rekordsvag valuta. Sammantaget gör detta 2023 utmanande, inte minst med en väntad negativ volymutveckling för den privata konsumtionen.



Den starka återhämtningen under 2022 visar dock att branschen har en stark förmåga att anpassa sig och återhämta sig, vilket inger hopp inför framtiden trots den annalkande lågkonjunkturen.

För offentliga restauranger ser framtiden relativt ljus ut, exempelvis ökar både antalet barn i skolåldern och antalet äldre. Försvarets expansion kommer också att påverka de offentliga restaurangerna positivt.

Rapporten har gjorts av Delfi på uppdrag av ECR Sverige.

2 Introduktion till foodservicebranschen

2.1 Färdiga måltider tillagade utanför hemmet

2.2 Branschglidning en utmaning

2.3 Marknaden väntas omsätta 190 miljarder 2022

2.4 Foodservice – mer än en tredjedel av måltidskronan

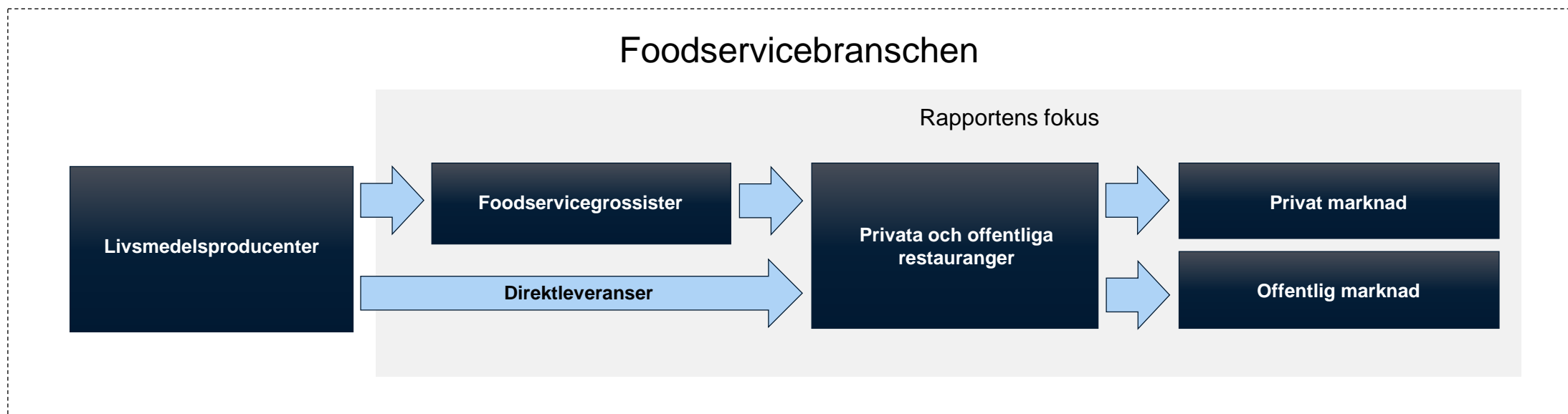
2.5 Branschens betydelse i ett samhällsperspektiv

2.6 Viktiga händelser för foodservicebranschen 2022

2.1 Färdiga måltider tillagade utanför hemmet

Foodservicebranschen tillhandahåller färdiga måltider tillagade utanför hemmet. Värdekedjan börjar med livsmedelsproducenterna som levererar antingen direkt till restaurangerna, så kallade direktleveranser, eller till en foodservicegrossist som sedan levererar till restaurangerna. Privata restauranger levererar måltider till konsumenterna

på den privata marknaden. Offentliga restauranger (skolkök, sjukhusrestauranger med mera) levererar måltider till konsumenterna på den offentliga marknaden (elever, patienter med mera). Rapporten fokuserar på grossister, restauranger och konsumenter.



2.2 Branschglidning en utmaning

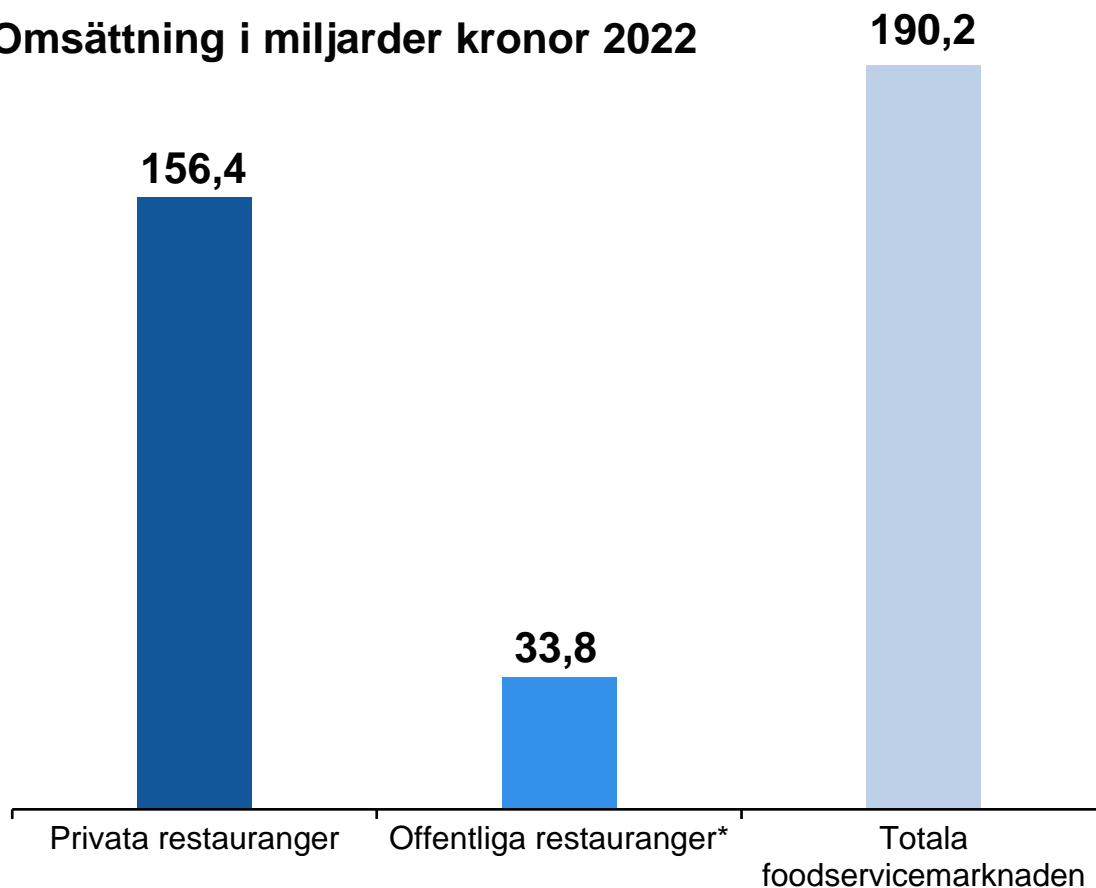
Branschglidningen mellan främst dagligvarubutiker och restauranger är påtaglig. Exempelvis säljer dagligvarubutiker färdiga måltider, samtidigt som fler och fler restauranger säljer livsmedelsråvaror och måltidskomponenter.

I rapporten avgör huvudverksamheten om det rör sig om en restaurang som därmed omfattas av rapporten, eller om det är en dagligvarubutik, vilken däremot inte omfattas av rapporten. Detta innebär exempelvis att en dagligvarubutiks försäljning av färdiga måltider inte ingår i foodservicemarknaden, eftersom huvudverksamheten är att sälja dagligvaror. Med samma logik innebär det att en restaurangs försäljning av livsmedelsråvaror och måltidskomponenter ingår i foodservicemarknaden - eftersom huvudverksamheten är restaurang klassas hela restaurangens omsättning som restaurang.



2.3 Marknaden väntas omsätta 190 miljarder 2022

Omsättning i miljarder kronor 2022



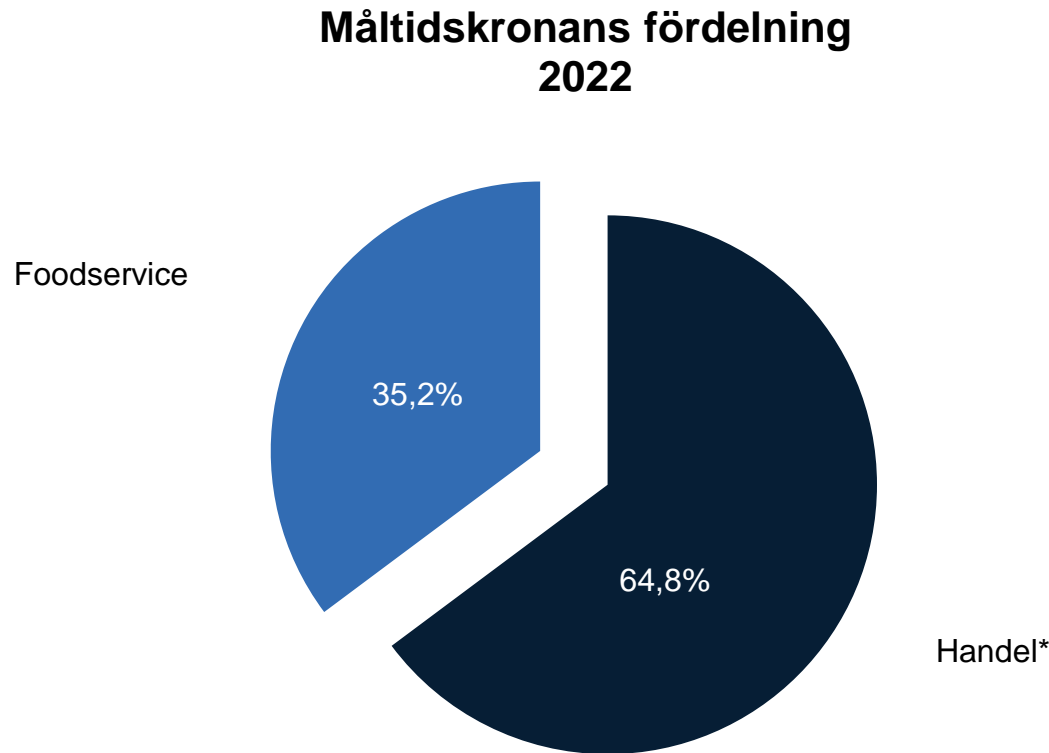
Värdet på foodservicemarknaden i konsumentled utgörs av summan av de privata restaurangernas omsättning och konsumtionsvärdet på alla måltider som serveras i offentliga restauranger.

Prognosen är att foodservicemarknaden i konsumentled omsätter 190,2 miljarder kronor år 2022, de privata restaurangerna väntas omsätta 156,4 miljarder (82,2 procent av totala omsättningen) och de offentliga restaurangerna väntas omsätta 33,8 miljarder (17,8 procent av totala omsättningen).

*Konsumtionsvärdet på alla måltider serverade i offentliga restauranger. (Konsumtionsvärdet är beräknat utifrån inköpsvärdet för livsmedel som köps av offentlig sektor, med bl a data som DS Insikt tagit fram på uppdrag av Delfi. Detta totala inköpsvärde har sedan räknats upp till det totala konsumtionsvärdet genom att tillämpa ett procentuellt påslag som skattats av Delfi.)

Källa: Privata restaurangers omsättning (inklusive moms), SCB Restaurangindex. Offentliga restaurangers konsumtionsvärde, Delfi Marknadspartner.

2.4 Foodservice – mer än en tredjedel av måltidskronan



Måltidskronan visar hur stor del av konsumentens totala konsumtion av livsmedel och dryck som går till inköp i handeln respektive foodservice (privata och offentliga restauranger).

År 2022 väntas konsumenternas totala konsumtion av livsmedel och dryck uppgå till 541 miljarder, varav 64,8 procent via inköp i handeln och 35,2 procent via foodservice (privata och offentliga restauranger).

Foodservice andel i Sverige på drygt 35 procent kan jämföras med dess andel i USA som är drygt 50 procent och Storbritannien, där foodservice har en andel på drygt 40 procent.**

*Handel definieras som dagligvaruhandel, servicehandel, systembolag och livsmedelsspecialister (fiskhandlare, saluhallar mm).

**Eftersom definitionen och beräkningen av måltidskronan varierar mellan olika länder är det svårt att göra exakta jämförelser mellan länder. Men foodservice har en signifikant större andel av måltidskronan i USA och UK oavsett olikheter i definitionen

Källa: Handel, SCB Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln. Foodservice, SCB Restaurangindex och Delfis egna skattningar.

2.5 Branschens betydelse i ett samhällsperspektiv

En jobb- och integrationsmotor i samhället



Andelen sysselsatta under 26 år är 31 procent (jämfört med 11 procent i övriga samhället).

Många skaffar sig sin första arbetslivserfarenhet i foodservicebranschen.

44 procent av alla sysselsatta är utlandsfödda (20 procent i övriga samhället) och mer än 60 procent av företagarna är utlandsfödda.

En av fyra har högst förgymnasial utbildning (10 procent i övriga samhället).

Offentliga restauranger skapar goda matvanor



Varje år serverar offentliga restauranger omkring 750 miljoner måltider på bland annat skolor och sjukhus.

Ett uttalat mål är att måltiderna ska vara hållbara, näringsriktiga, hälsosamma och skapa goda matvanor.

Det samhällsekonomiska värdet av goda matvanor kan inte underskattas och här spelar foodservicebranschen en helt central roll.

Foodservicebranschen är mycket mer än mat



Foodservice är mycket mer än mat: det handlar också om jobbtillfällen, skatteintäkter och folkhälsa.

Foodservicebranschen är dessutom en källa till upplevelser, guldkant, glädje, trygghet, bekvämlighet och ett viktigt forum för social samvaro.

Genomsnittssvensken väljer därför varje år att spendera mer än 18 000 kronor i foodservicebranschen, varav 15 000 kronor i privata restauranger.

Källa: Andel utlandsfödda företagare inom restaurang & hotell, Svenskt Näringsliv 2020. Övrig sysselsättningsdata, Visita. Antal måltider offentliga restauranger, Delfi estimat 2022. Genomsnittlig konsumtion av foodservice, SCB och Delfi estimat 2022.

2.6 Viktiga händelser för foodservicebranschen 2022

- ◆ Den 9 februari tas de flesta pandemirestriktioner och allmänna råd bort. FHM begär att regeringen och riksdagen ska besluta om att covid-19 inte längre ska klassas som en allmänfarlig och samhällsfarlig sjukdom.
- ◆ Den 24 februari attackerar Ryssland sitt grannland Ukraina.
- ◆ Regeringen beslutar att Livsmedelsverket ska samordna och driva på beredskapsarbetet i hela livsmedelssektorn.
- ◆ Var tredje kommun går före och inför klimatmål för de offentliga måltiderna.
- ◆ Enligt Eurobarometern har Sverige högst förtroende bland medborgare i alla EU-länder när det gäller den information de får från sina nationella myndigheter om riskerna med olika livsmedel.
- ◆ Enligt Visita har omställningsstödet för särskilt drabbade företag inte fungerat. Skatteverket har endast beviljat 13 procent av det belopp hotell- och restaurangföretag sökt.
- ◆ Andelen kommuner och regioner med ekologiska mål minskar kraftigt.
- ◆ Från och med 1 januari 2024 gäller ny lagstiftning för restauranger och kaféer som serverar mat och dryck i engångskärl till fler än 150 kunder per dag: återanvändbara matlådor och muggar måste erbjudas.
- ◆ Fredrik Reinfeldt blir ny ordförande för Visita.
- ◆ 18 oktober får Sverige en ny regering med Ulf Kristersson som statsminister. Bland de nya statsråden kan nämnas Johan Pehrson, arbetsmarknads- och integrationsminister, Pauline Brandberg, jämställdhets- och biträdande arbetsmarknadsminister, Ebba Busch, energi- och näringsminister, Romina Pourmokhtari, klimat- och miljöminister, Peter Kullgren, landsbygdsminister och Andreas Carlson, infrastruktur- och bostadsminister.
- ◆ Den 8 november lägger den nya regeringen fram sitt första budgetförslag. ”Inga större glädjeämnen”, enligt representanter från livsmedelsbranschen.
- ◆ Under 2023 ska de flesta av Sveriges kollektivavtal omförhandlas. Beräkningar visar att fackens krav på löneökningar landar mellan 4,4 och 5,2 procent.

3 Omvärldsutveckling

3.1 Påverkansfaktorer för branschens utveckling

3.2 Demografisk utveckling

3.3 Makroekonomisk utveckling

3.4 Regleringar och politiska beslut

3.5 Trender och attityder

3.1 Påverkansfaktorer för branschens utveckling

För att kunna förstå och prognostisera branschens framtid finns fyra områden att hålla ögonen på. Den demografiska utvecklingen styr i stor utsträckning hur många måltidsgäster vi kommer att ha i olika segment av branschen, men också vilken

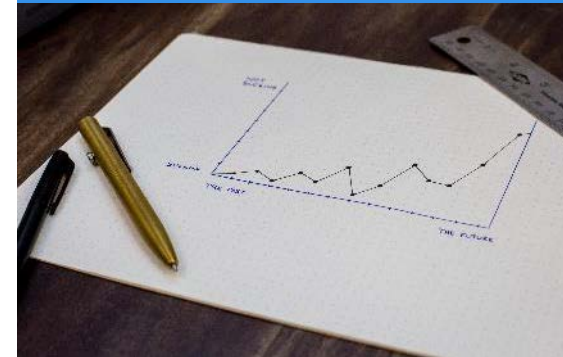
typ av gäst och var. Detta tillsammans med den politiska viljeinriktningen, den makroekonomiska utvecklingen samt olika trender och attityder i samhället är det som kommer att avgöra foodservicebranschens utveckling under de närmaste åren.

**DEMOGRAFISK
UTVECKLING**
Marknaden växer



**NY
REGERING**
Politisk inriktning

**MAKRO-
FAKTORER**
Instabilt och osäkert



**KULINARISKA
TRENDER**
Foodservicebranschen
i en turbulent omvärld

3.2 Måttlig befolkningstillväxt och åldrande befolkning

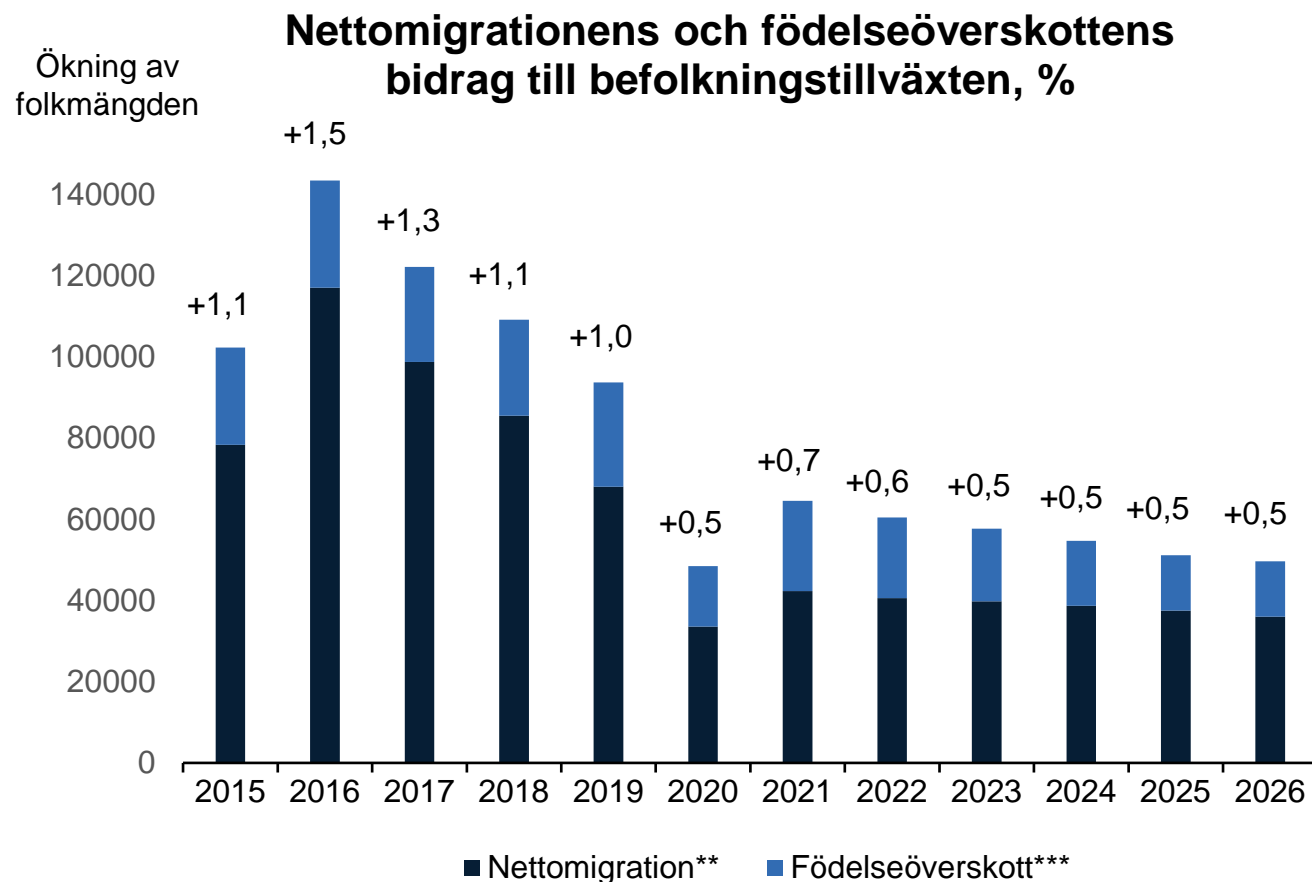
Ålder	2021		2022 (Prognos)		2026 (Prognos)		
	Antal	Andel	Tillväxt	Andel	Antal	Tillväxt per år från 2021	Andel
0–5	713 875	6,8%	-1,2%	6,7%	683 782	-0,9%	6,4%
6–19	1 716 199	16,4%	1,1%	16,5%	1 760 274	0,5%	16,4%
20–30	1 426 859	13,7%	-1,7%	13,3%	1 367 423	-0,8%	12,7%
31–65	4 588 743	43,9%	1,0%	44,1%	4 774 552	0,8%	44,5%
66–79	1 447 016	13,8%	0,4%	13,8%	1 428 812	-0,3%	13,3%
80+	559 634	5,4%	4,1%	5,5%	711 417	4,9%	6,6%
Hela befolkningen	10 452 326		+0,6%		10 726 260	+0,5%	

Källa: SCBs befolkningsstatistik 2021 och SCBs Befolkningsframskrivning från april 2022 samt information från migrationsverket.

Befolkningen väntas växa med 0,5 procent per år framöver, eller med drygt 50 000 per år. Fram till 2026 väntas folkmängden öka med drygt 270 000.

Mer än 50 procent av ökningen beror på att antalet 80+ ökar. Antalet barn i skolåldern, det vill säga 6–19 år, väntas öka med mer än 40 000 fram till år 2026.

3.2 Invandring och födelseöverskott bakom tillväxt



*Den totala årliga befolkningstillväxten i procent. **Invandring reducerat med utvandring.

Antal födda reducerat med antal döda.*Utrikes födda och inrikes födda med två utrikes födda föräldrar.

Källa: SCBs befolkningsstatistik år 2015-2021 samt SCBs Befolkningsframskrivning från april 2022.

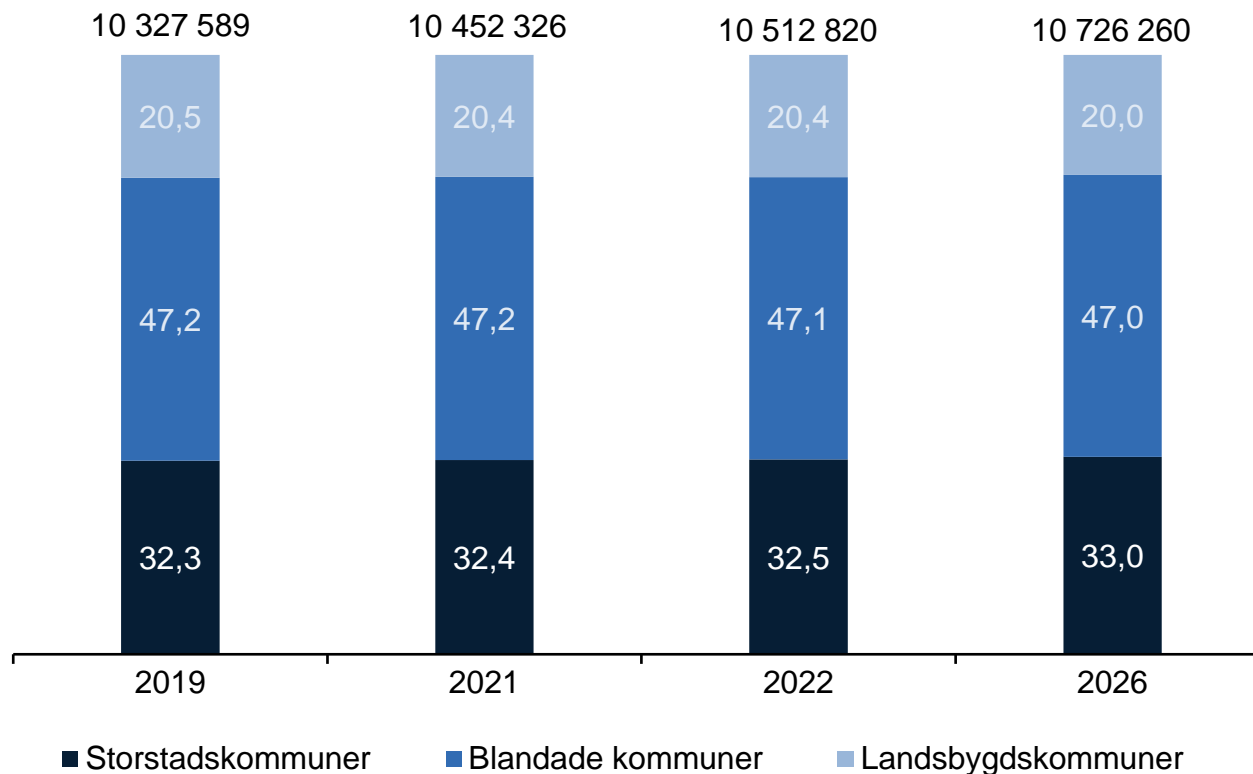
De senaste åren har Sveriges folkmängd ökat med runt 1 procent per år, vissa år upp till 1,5 procent.

Orsaken till tillväxten har varit en hög invandring, framför allt från Mellanöstern (Syrien, Irak med mera). En konsekvens av detta är att andelen av befolkningen med utländsk bakgrund**** ökat från 14 procent år 2000 till 26 procent år 2021.

Framöver väntas befolkningstillväxten avta och ligga på runt 0,5 procent per år. Den lägre tillväxten förklaras främst av att invandringen väntas fortsätta ligga långt under nivåerna före år 2020. Men även födelseöverskottet väntas minska.

3.2 Långsam urbaniseringstrend

Andel invånare i olika typer av kommuner, %



Storstadskommunerna runt Stockholm, Göteborg och Malmö hyser en ökande andel av befolkningen och år 2026 väntas var tredje invånare bo där.

Drygt 20 procent av befolkningen bor idag i en landsbygdskommun, men andelen väntas minska.

Blandade kommuner, definierat som tätbefolkade kommuner runt medelstora och större städer (till exempel Arvika, Sundsvall, Borlänge, Örebro), hyser knappt halva befolkningen.

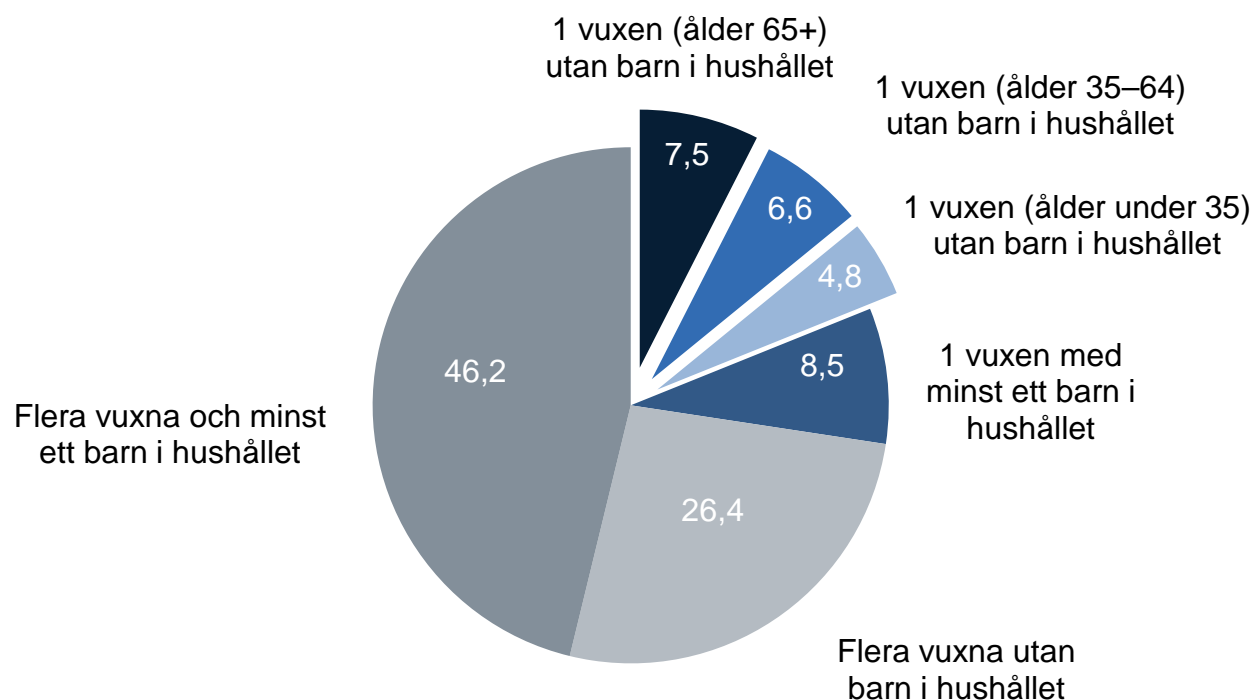
Framöver kan vi vänta oss en långsam men tydlig urbanisering som främst drivs av storstadskommunerna.

Värt att notera är att i absoluta tal väntas antalet invånare som bor i en landsbygdskommun öka något, trots att andelen minskar.

Källa: SCBs befolkningsstatistik år 2019 och 2021 samt SCBs Befolkningsframskrivning från april 2022. Gruppering av kommuner enligt Tillväxtverkets modell (se appendix för exakt definition).

3.2 Andelen enpersonshushåll ökar

Andel invånare som bor i olika hushållstyper år 2021, %



Andelen av befolkningen som bor i enpersonshushåll är rekordstor och ökar för alla ålderskategorier.

År 2021 levde knappt 19 procent av befolkningen i ett enpersonshushåll, en uppgång från år 2015 då andelen låg på knappt 18 procent.

Äldre (65+) som bor ensamma är en stor och växande grupp som utgör 7,5 procent av invånarna i landet. Andelen unga (under 35 år) som bor ensamma utgör 4,8 procent.

Om man i stället ser till relationen mellan antal enpersonshushåll och landets totala antal *hushåll* (inte antal *invånare*) utgör andelen enpersonshushåll drygt 40 procent av det totala antalet hushåll år 2021.

Den genomsnittliga hushållsstorleken var knappt 2,2 personer år 2021.

Källa: SCBs befolkningsstatistik år 2021.

3.3 Politiska beslut och regleringar

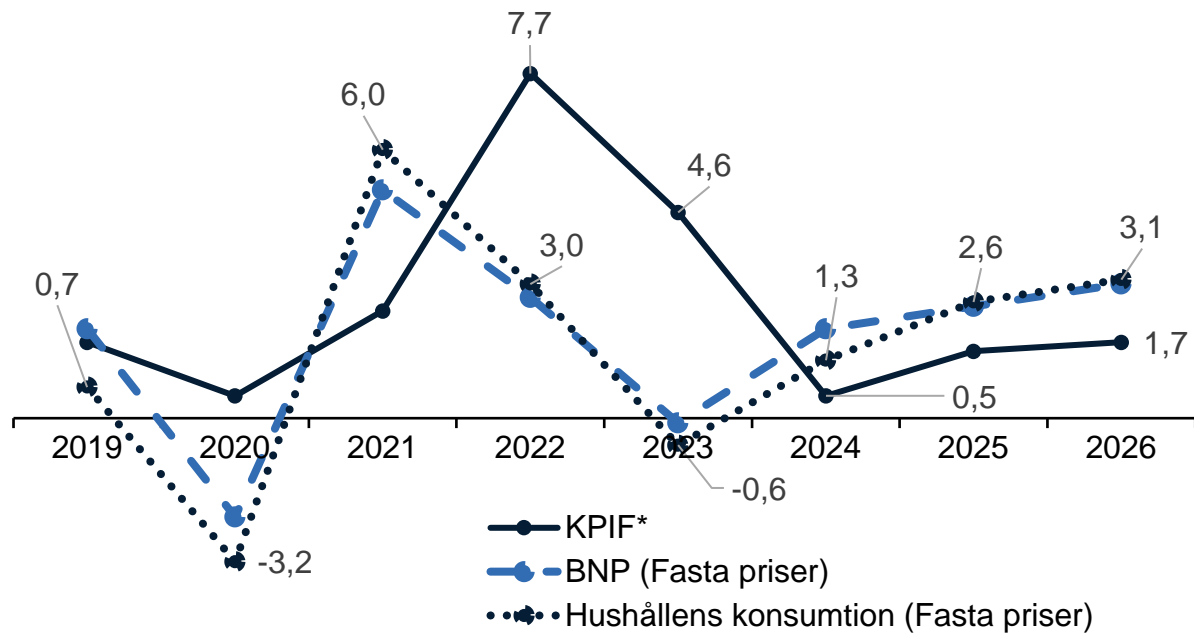
Sveriges nya regering har utlovat ett förbättrat klimat för näringslivet, vilket på lite sikt kan förväntas leda till politiska beslut som gynnar foodservice. Samtidigt är omvärlden osäker och det finns många motstridiga prioriteringar bland regeringsunderlagets partier.

Några av de beslut som regeringen aviserat:

- ◆ Regeringens elstöd innebär en värdefull engångsbetalning till elintensiva företag, som restauranger i elprisområdena 3 och 4. Utbetalningen beräknas ske under första kvartalet 2023.
- ◆ Ett nytt högkostnadsskydd för el kan komma att behövas om elpriserna fortsätter ligga på nuvarande höga nivå, detta då det som nu beslutats endast ger kompensation på el förbrukad fram till september 2022.
- ◆ Skatten på alkohol höjs från 1 januari 2023 (öl och vin med 5 procent och spritdrycker med 1 procent) och skatten föreslås höjas ytterligare från och med 1 januari 2024 (7,6 respektive 1 procent).
- ◆ Nuvarande tillfälliga sänkning av arbetsgivaravgifter för unga väntas inte permanentas. Därmed höjs arbetsgivaravgiften för unga (19–23 år) 1 april 2023.
- ◆ Regeringen planerar att tillåta gårdsförsäljning av alkohol i samband med föreläsning/studiebesök.
- ◆ En reviderad livsmedelsstrategi 2.0 kommer att tas fram, med ett tydligt syfte att kris- och framtidssäkra svensk livsmedelsproduktion.
- ◆ Regeringen avser under mandatperioden att vidta åtgärder som tryggar befintliga jobb och underlättar nyanställningar. Sänkta arbetsgivaravgifter väntas vara en av dessa åtgärder.

3.4 Konjunkturedgång pressar ned konsumtionen 2023

BNP, konsumtion och priser
Årlig förändring, %



Under 2020, när pandemin drabbade Sverige och världen, föll BNP och konsumtion kraftigt.

Under 2021 återhämtade sig ekonomin och i slutet av 2022 är den fortfarande relativt stark. Men både BNP och hushållens konsumtion väntas försvagas och hushållens konsumtion väntas få en volymtillväxt på -0,6 procent för helåret 2023.

Efter en lång period av låg och stabil prisutveckling ökar priserna nu i rekordtakt och KPIF* för 2022 ser ut att landa på 7,7 procent.

Prisökningen för år 2023 väntas också bli relativt hög och KPIF* beräknas bli 4,6 procent.

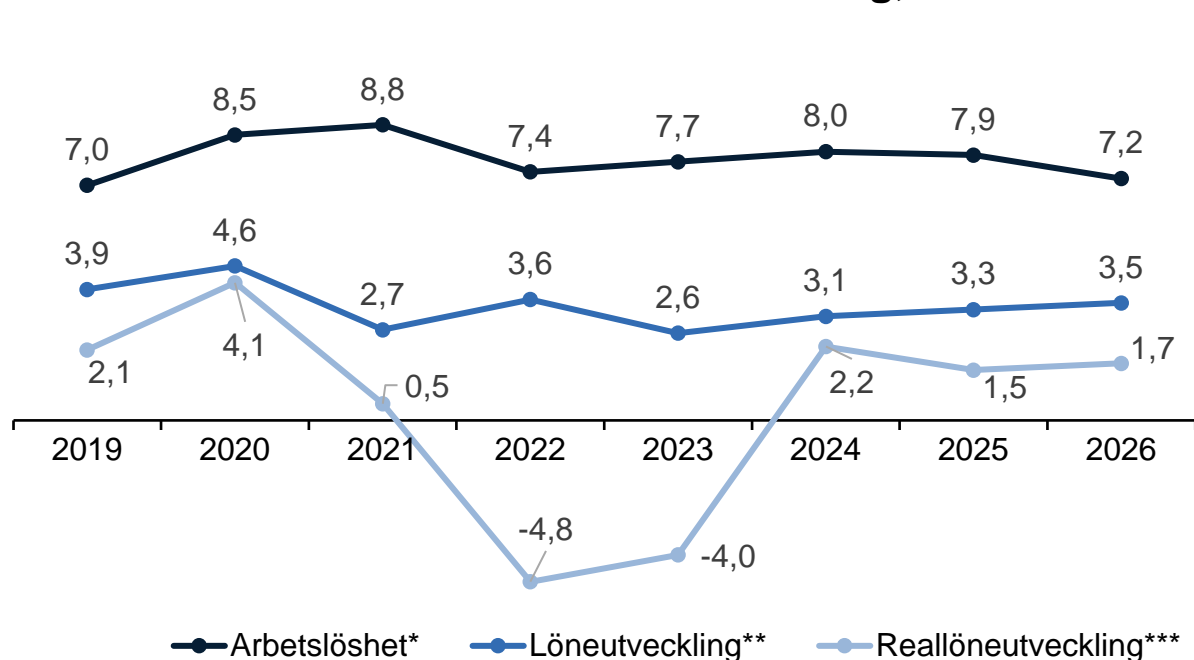
Framåt 2024 väntas en mer normal och stabil utveckling för svensk ekonomi.

*Konsumentprisindex med fast bostadsränta.

Källa: Konjunkturinstitutets prognosdatabas, uppdaterad september 2022.

3.4 Ökad arbetslöshet och sänkta reallöner väntar

Arbetslöshet och löneutveckling, %



Under pandemin steg arbetslösheten trots omfattande stödåtgärder, men under 2022 återhämtade sig arbetsmarknaden och arbetslösheten förväntas sjunka till 7,4 procent för helåret 2022.

Som en konsekvens av den väntade konjunkturunedgången år 2023 väntas arbetslösheten stiga under 2023 och fram till år 2025, för att sedan sjunka något.

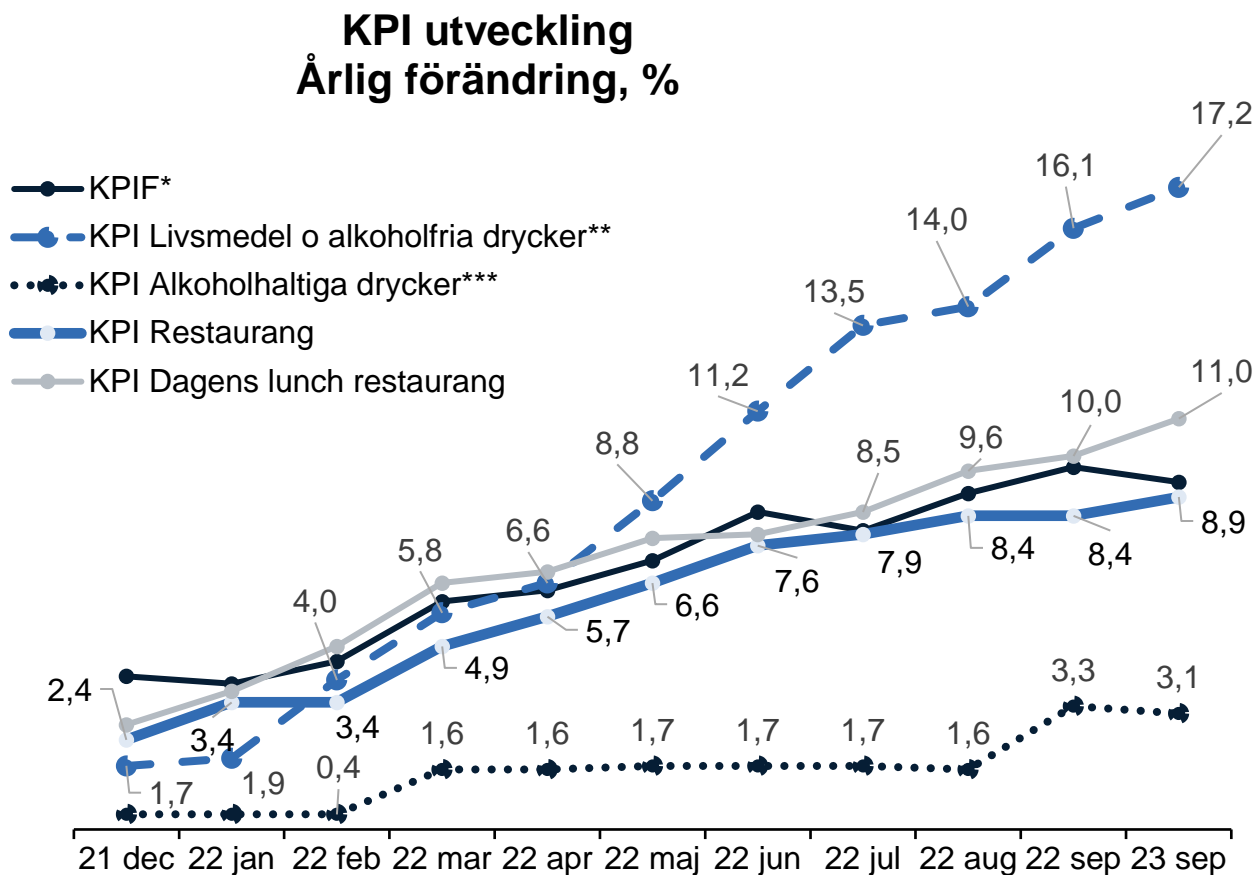
Trots den höga prisutvecklingen under 2022 och 2023, inte minst på mat och energi, ser löneutvecklingen ut att bli relativt svag framöver. Det innebär att reallönerna och därmed köpkraften minskar kraftigt. Osäkerheten är dock fortfarande stor om hur lönerna kommer att utvecklas under 2023 och framåt.

*Andel av arbetskraften 15–74 år. **Timlöner enligt nationalräkenskaperna, procentuell förändring mot samma period föregående år.

***Reallöneutveckling beräknas genom att löneutvecklingen justeras med KPI utveckling.

Källa: Konjunkturinstitutets prognosdatabas, uppdaterad september 2022.

3.4 Livsmedelspriserna i butik stiger i hög takt



*Konsumentprisindex med fast bostadsränta. **Avser priser på försäljning i handeln.

***Avser priser på försäljning i Systembolaget.

Källa: SCB.

Priserna på livsmedel i detaljhandeln har stigit i en mycket hög takt och i oktober ligger ökningen på hela 17,2 procent jämfört med samma månad 2021.

Restaurangpriserna har så här långt utvecklats i en lugnare takt än livsmedelspriserna i detaljhandeln och i oktober ligger prisökningen på 8,9 procent.

Intressant är att restaurangluncherna ökat mer i pris än restaurangpriserna generellt. I oktober ökade priserna på restaurangluncher med 11 procent.

De livsmedel i detaljhandeln som ökat mest i pris är mejerivaror, där ökningen är 25–30 procent om man jämför oktober 2022 med samma månad 2021. Priset på andra vanliga livsmedel som ris, mjöl och ägg har ökat med 20–25 procent under samma period.

3.5 Fyra kulinariska trender inför 2023–2024

De stora trenderna som hållbarhet, miljö/klimat, lokalt/närodlat, upplevelser, bekvämlighet och hälsa kommer att fortsätta. Dock utmanas dessa till följd av världsläget och då kanske främst i form av minskad köpkraft. Ibland kanske konsumenten väljer bort ett mer hållbart alternativ pga priset eller köper en billigare irländsk

köttbit istället för lokalproducerat kött. Samtidigt kommer det nya omvärldsläget att skapa möjligheter för nya matrender och koncept.

I samarbete med Johan Åkesson på Hintpartners har vi identifierat fyra trender som vi tror kan komma att sätta tonen 2023–2024.



Längtmat lyfter nivån

Snabb expansion av restaurangkedjor, personalbrist och konsumentens jakt efter prissmartare vardagslösningar – vad har dessa tre faktorer gemensamt? En framtid för tillfälligt tillgängligt. När restaurangbesöket väl sker ska det vara värt att köa till: Colabs, pop-ups och krogar som har bara har öppet tre dagar i veckan. Stenhård omsorg och överraskningar. Bara det bästa är värt att längta efter.

Eko – för ekonomiskt

För att kunna driva andra mervärden under 2023–2024, behövs först ”billigt”.

Att närma sig lågprissegmentet med oväntade mervärden blir attraktivt. Storkök, kvalitetskonserver och ”fula” grönsaker är exempel på nya hjältar.

Kreativa företag och matskapare laddar det billiga med det smarta.

Glokal utforskning

I pressade plånbokstider kan vi resa jorden runt på 80 måltider, utan att lämna vår stad.

Nyfikenheten för specifika matkulturer växer – med en lika stark preferens för lokala råvaror.

Möjligheter finns för en kreativ ”clash”: Äkta mat från långt bort skapas med svenska råvaror.

Naturligt ersätter imiterat

Efter ett decennium med vegofabrikernas jakt på de ultimata ersättningsprodukterna som smakar exakt som kyckling, kött och fläsk, vill konsumenterna nu ha vego som smakar grönsak.

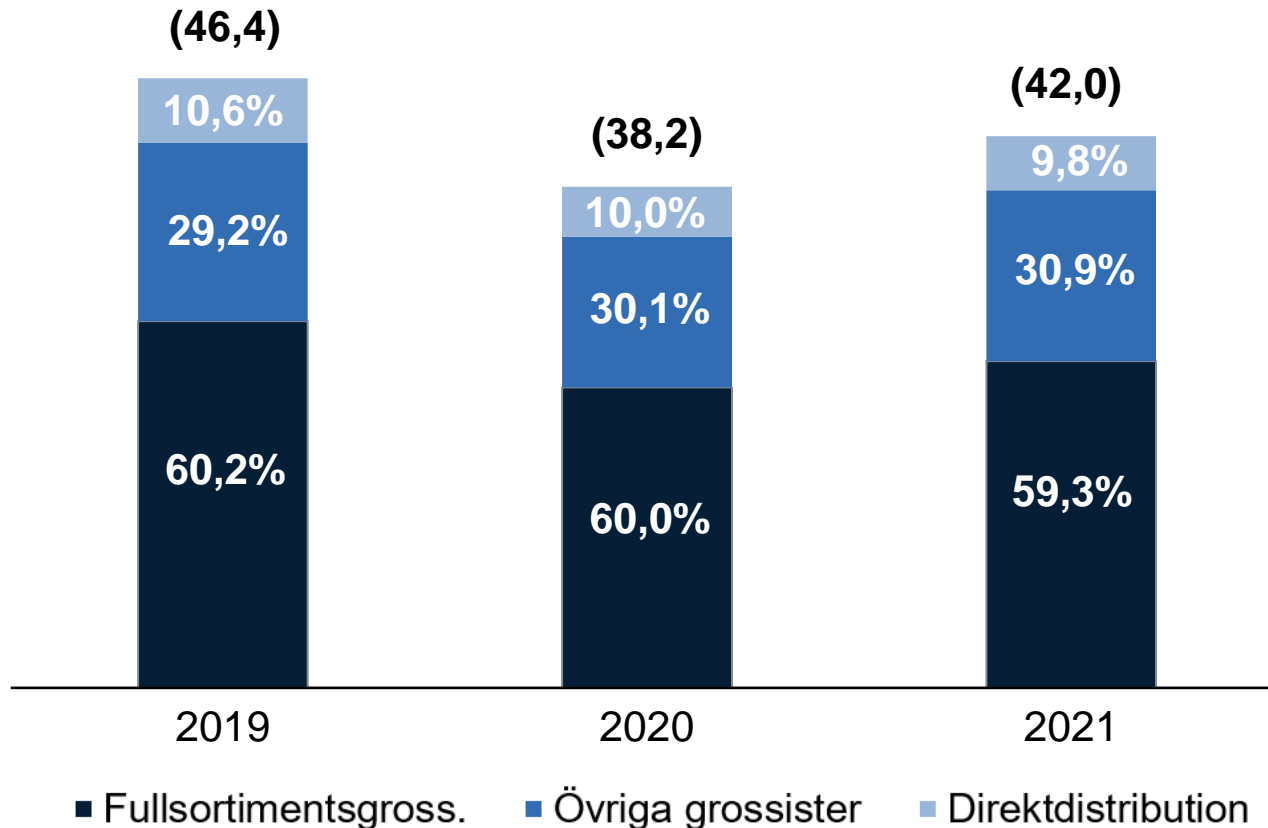
Trenden drivs på av skepsis till överprocessade livsmedel – och en längtan efter naturlighet.

4 Branschutveckling 2019–2021

- 4.1 Utvecklingen i grossistledet
- 4.2 Utvecklingen i konsumentledet
- 4.3 Måltidskronans utveckling

4.1 Utvecklingen i grossistledet

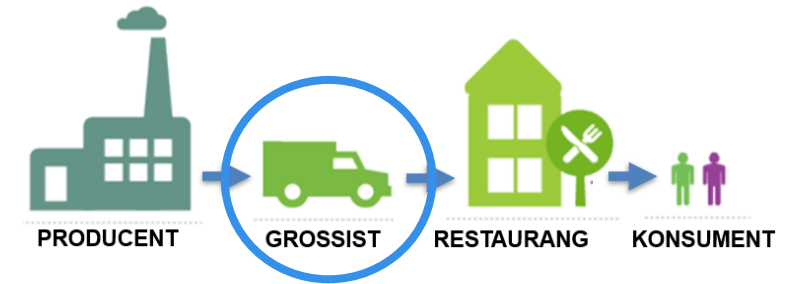
(Värde i miljarder SEK*)



*Värde miljarder SEK exklusive alkohol, restaurangutrustning och moms.

** Fullsortimentsgrossisterna definieras som sex aktörer – Martin & Servera, Menigo, Svensk Cater, Axfood Snabbgross, Mårdskog & Lindkvist samt Chefs Culinar.

Källa: Delfi Grossistindex, DS Insikt, SCB



Branschens försäljning i grossistledet, det vill säga restaurangernas inköpsvärde, var 2019 drygt 46,4 miljarder kronor.

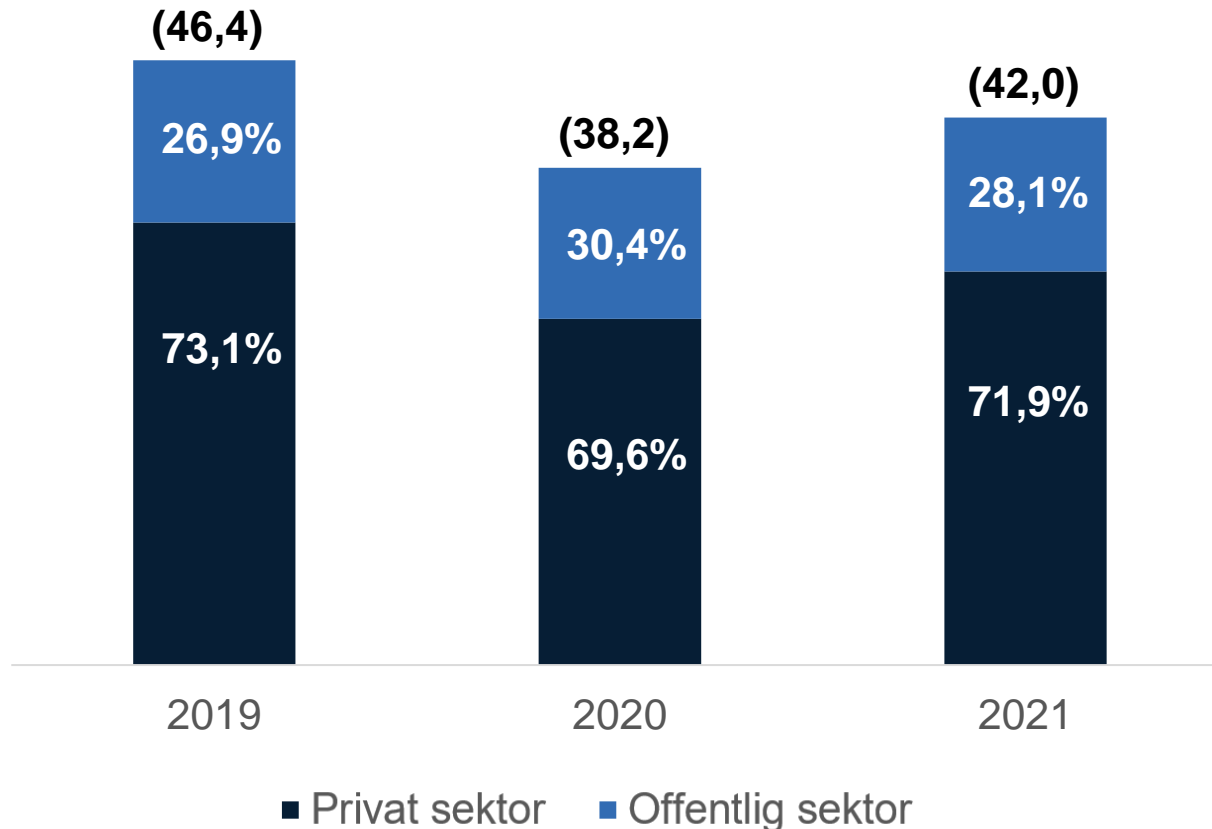
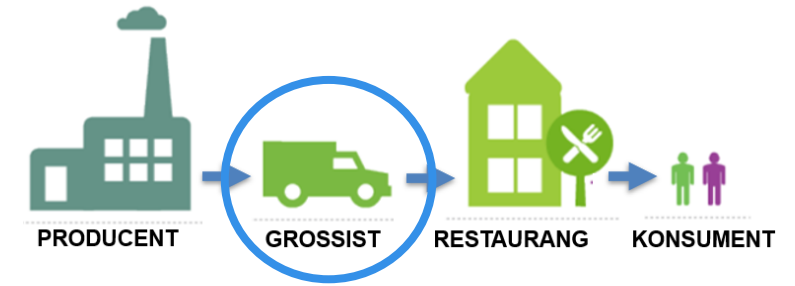
När pandemin slog till 2020 försvann nästan en femtedel av marknadsvärdet. Under 2021 skedde sedan en successiv återhämning.

Det mesta av försäljningen (omkring 60 procent) går via de stora fullsortimentsgrossisterna Martin & Servera, Menigo, Svensk Cater, Axfood Snabbgross, Mårdskog & Lindkvist samt Chefs Culinar.

Den andelsmässiga vinnaren under pandemin blev "övriga grossister". Förklaringen kan vara att det i den gruppen fanns många aktörer som varit starka i de segment som klarade pandemin lite bättre, som fastfood.

4.1 Utvecklingen privat vs offentligt

(Värde i miljarder SEK*)



Huvuddelen av inköpen görs av privata restauranger och 2019 var de privata restaurangernas andel av branschens inköp över 73 procent.

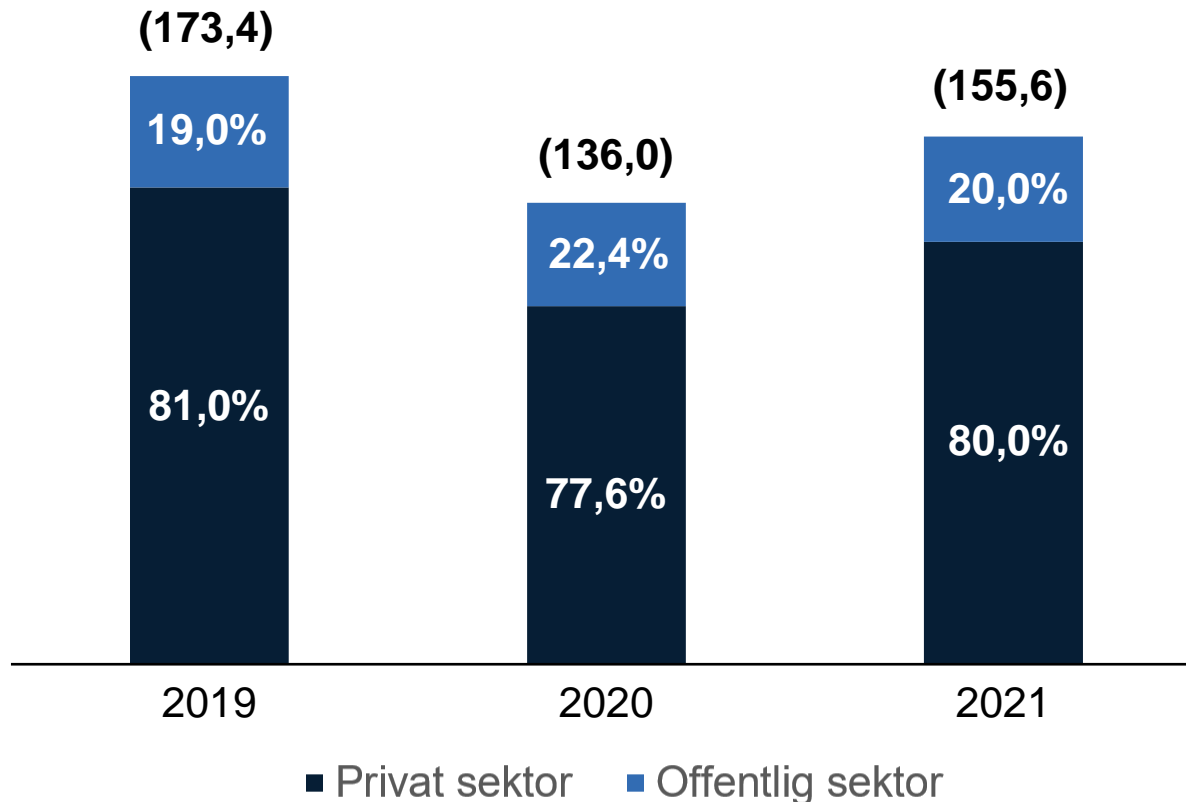
De offentliga restaurangernas betydelse (skolkök, sjukhusrestauranger med mera) ska inte underskattas. Varje år serveras omkring 750 miljoner måltider inom det offentliga, till ett inköpsvärde som 2019 var nästan 12,5 miljarder kronor.

Det offentliga har historiskt visat sig vara en stabilare kund i svåra tider. Det stämde även under pandemin, där de offentliga inköpens andel 2020 ökade till över 30 procent för att sedan falla tillbaka till drygt 28 procent 2021.

*Värde miljarder SEK exklusive alkohol, restaurangutrustning och moms.
Källa: Delfi Grossistindex, DS Insikt, SCB

4.2 Utvecklingen i konsumentledet

(Värde i miljarder SEK*)



*Värde miljarder SEK inklusive alkohol och inklusive moms.
Källa: Delfi Grossistindex, DS Insikt, SCB



De privata restaurangernas försäljning i konsumentledet tillsammans med konsumtionsvärdet av de offentliga restaurangernas måltider uppgick 2019 till över 173 miljarder kronor.

De privata restaurangerna omsatte drygt 140 miljarder kronor (eller 81 procent av branschen 2019), medan konsumtionsvärdet av de offentligas måltider stod för 19 procent av branschen eller nästan 37 miljarder.

Under det första pandemiåret 2020 försvann sedan nästan 25 procent av försäljningen för de privata restaurangerna, medan de offentliga restaurangerna tappade betydligt mindre och andelen offentlig konsumtion, det vill säga måltider finansierade med skattemedel, steg till 22,4 procent i konsumentledet.

Den privata restaurangmarknaden hämtade sig under 2021 och stod då för 80 procent av foodservicebranschen i konsumentledet.

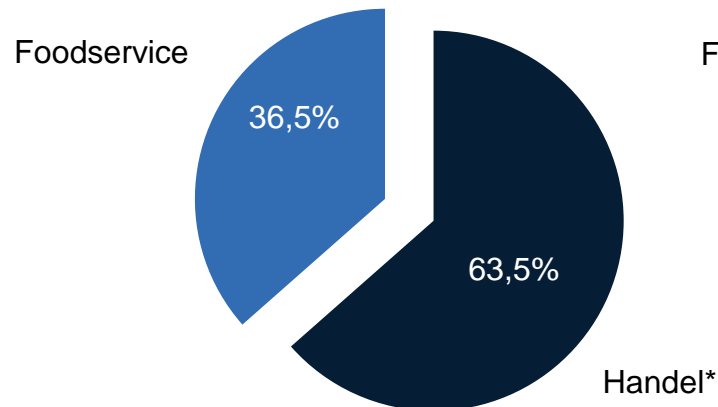
4.3 Måltidskronans utveckling

Måltidskronan visar hur stor del av konsumentens totala konsumtion av livsmedel och dryck som går till inköp i handeln respektive foodservice (privata och offentliga restauranger).

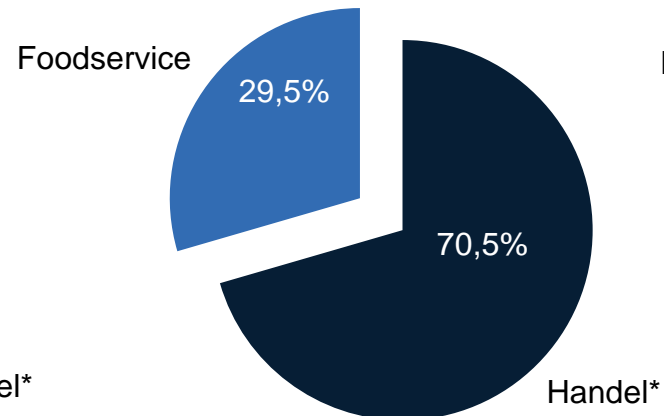
Den totala måltidskronan uppgick 2019 till över 475 miljarder och foodservice andel var då 36,5 procent.

Under pandemin gjorde minskat uteätande, på grund av restriktioner och nedstängningar, att foodservice andel av måltidskronan sjönk till under 30 procent 2020. En återhämtning skedde dock 2021 och 31,7 procent av våra matpengar gick då till foodservicebranchen.

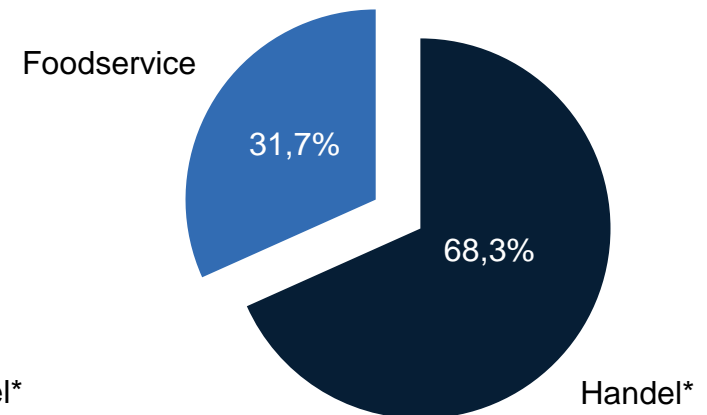
Måltidskronan 2019
475,5 miljarder kronor



Måltidskronan 2020
461,0 miljarder kronor



Måltidskronan 2021
490,0 miljarder kronor



*Handel definieras som dagligvaruhandel, servicehandel, systembolag och livsmedelsspecialister (fiskhandlare, saluhallar mm).

Källa: Handel, SCB Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln. Foodservice, SCB Restaurangindex och Delfis egna skattningar.

5 Framtidsutsikter

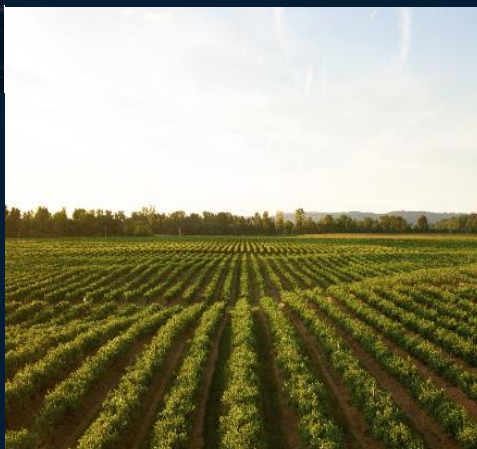
- 5.1** Tre scenarier för foodservicebranschen
- 5.2** Huvudscenario: Varning för turbulens
- 5.3** Pessimistiskt scenario: Omvärlden styr
- 5.4** Optimistiskt scenario: Hållbar tillväxt
- 5.5** Foodservicebranschen är väl rustad för framtiden

5.1 Tre scenarier för foodservicebranschen

**HUVUD-
SCENARIO:**
**Varning för
turbulens**



**OPTIMISTISKT
SCENARIO:**
Hållbar tillväxt



**PESSIMISTISKT
SCENARIO:**
Omvärlden styr



- Vi befinner oss som bekant i en mycket osäker tid – i världen och i Sverige. Detta påverkar samtliga branscher.
- Våra kvalitativa och kvantitativa analyser utmynnar i en tydlig slutsats om framtidsutsikterna för foodservicebranschen: "Ingen vet"!
- Som ett resultat av våra studier har vi därför valt att illustrera tre scenarier för foodservicebranschen: Ett huvudscenario, ett pessimistiskt och ett optimistiskt scenario.
- Förutom en kvalitativ beskrivning redovisas för varje scenario en prognos för 2022–2023: foodservicemarknaden i grossistled, i konsumentled och måltidskronan.
- Ett prognosverktyg i Excel finns tillgängligt för dem som vill fördjupa sig i dataunderlaget.
- KI:s konjunkturrapport (september 2022) utgör en plattform för våra framtidsutsikter.

5.2 Huvudscenario: Varning för turbulens

HUVUD- SCENARIO: Varning för turbulens



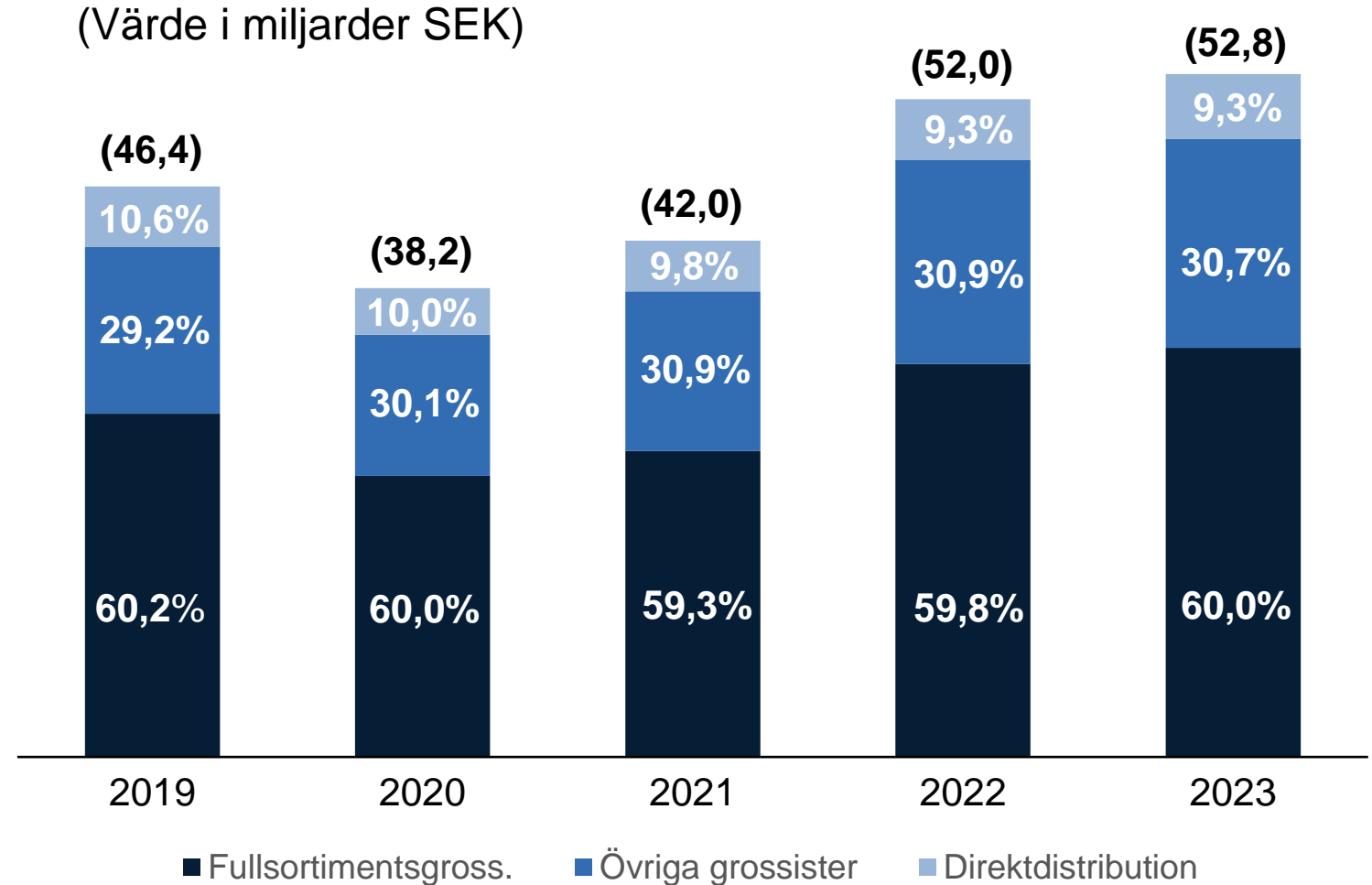
- ◆ Konsumenternas återhållsamhet började märkas under fjärde kvartalet 2022. Beteendeförändringen upplevs dock olika runt om i Sverige och stora skillnader råder beroende på restaurangtyp (restaurangens målgrupp och erbjudande).
- ◆ Återhållsamheten förstärks under det första halvåret 2023. Många konsumenter spenderar mindre pengar på restaurang och många restauranger upplever att de har färre gäster och lägre snittnotor.
- ◆ Sommaren kommer dock att upplevas som positiv. Svenskar som semesterar hemma och vill unna sig, kombinerat med en ökande andel utländska turister.
- ◆ I ett långsiktigt perspektiv markerar sommaren starten på en tillväxtresa för foodservicebranschen.
- ◆ Början på resan blir dock turbulent och bokslutet för 2023 visar en volymminskning jämfört med 2022. En liten värdetillväxt motiveras av en fortsatt mycket hög inflation.
- ◆ Åren efter 2019 har varit utmanande för personalsituationen och balansräkningar. Våren 2023 ökar konkurserna bland restauranger och mindre grossister.
- ◆ Vissa grossist- och restaurangaktörer passar på att förvärva branschkollegor.
- ◆ Andelen direktleveranser minskar marginellt.

5.2 Foodservice i grossistledet 2019–2023

HUVUDSCENARIO

Varning för turbulens

- Grossistmarknaden summeras till 53 miljarder kronor under 2023 – nästan 7 miljarder mer än det senaste normalåret 2019.
- Tillväxten för grossistmarknaden är i nivå med tillväxten för foodservicemarknaden i konsumentled.
- Fullsortimentsgrossisterna har i princip samma andel som 2019 medan ”övriga grossister” under samma period har ökat sin andel med 1,5 procentenheter.
- För 2022 – 23 utgör den offentliga sektorn 25 % procent av grossistmarknaden



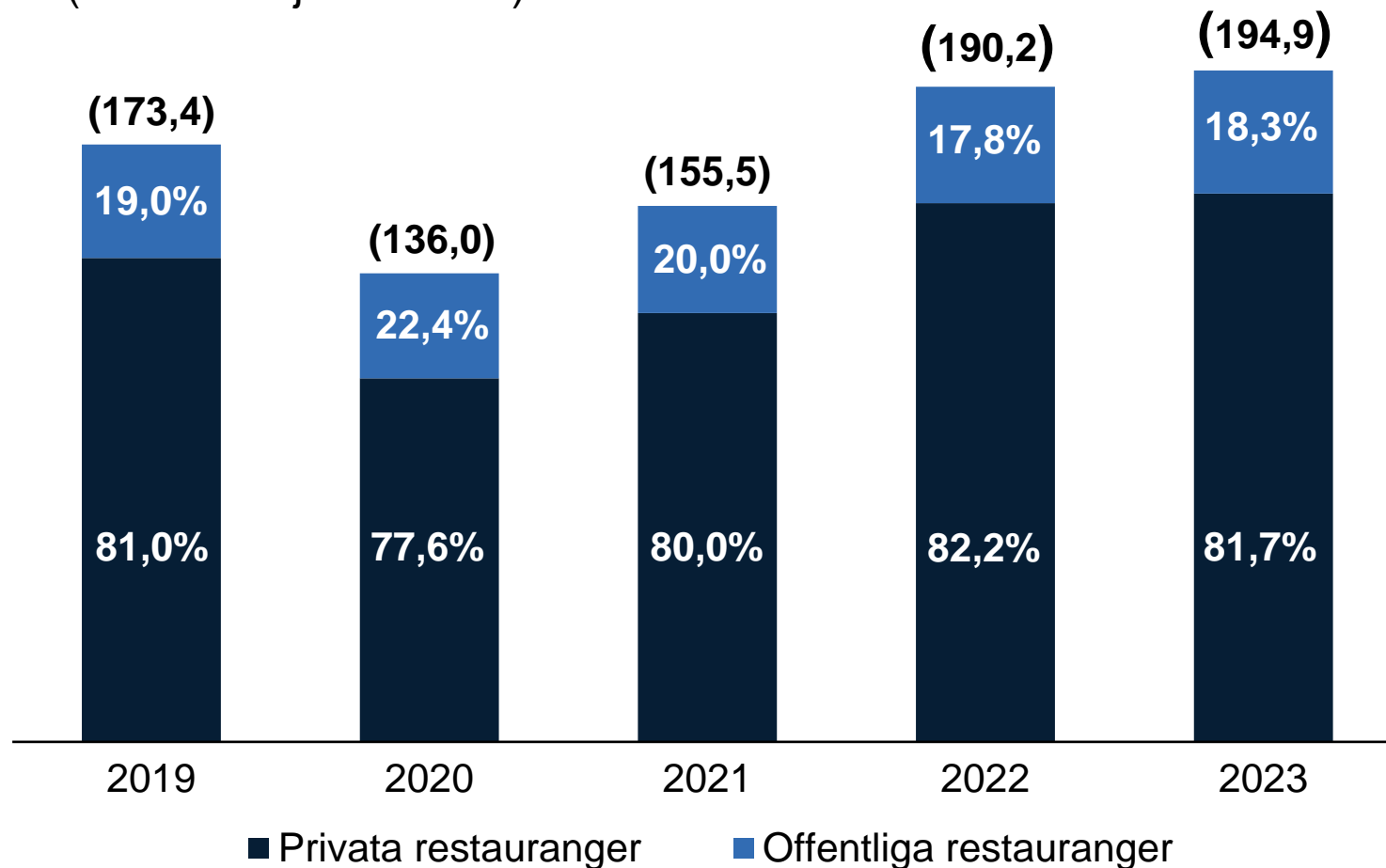
5.2 Foodservice i konsumentledet 2019–2023

HUVUDSCENARIO

Varning för turbulens

- Oavsett hur året slutar kan vi se en rejäl återhämtning under 2022.
- Enligt vårt huvudscenario slutar 2022 med en volymtillväxt om cirka 19 procent jämfört med 2021.
- Jämfört med 2019 blir volymtillväxten cirka 1 procent under 2022.
- Under 2023 minskar volymerna – jämfört med 2022 och 2019.
- En hög inflation leder dock till att foodservice marknaden växer värdemässigt även under 2023.

(Värde i miljarder SEK)



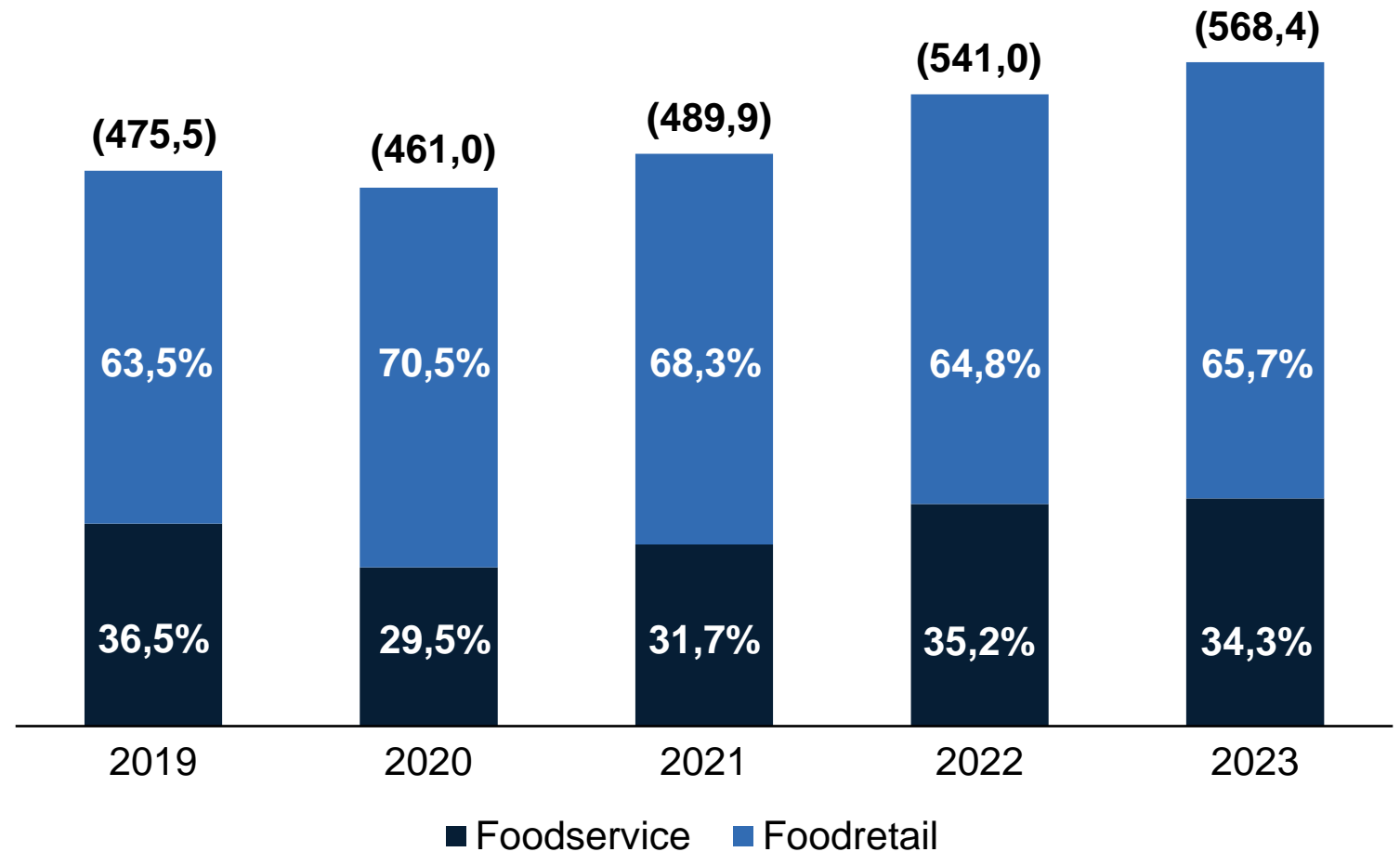
5.2 Måltidskronan 2019–2023

HUVUDSCENARIO

Varning för turbulens

- Måltidskronan är tillbaka med besked.
- Från 475 miljarder kronor 2019 har den vuxit med nästan 100 miljarder när vi gör bokslutet för 2023.
- Inflationen orsakar givetvis denna kraftiga värdetillväxt.
- Turbulenta tider gör att andelen foodservice vs food retail varierar mycket.
- Från det första pandemiåret då foodservice andel hamnade under 30 procent noteras cirka 35 procent 2022–2023. Cirka 2 procentenheter saknas för att vara tillbaka på 2019 års nivå.

(Värde i miljarder SEK)



5.3 Pessimistiskt scenario: Omvärlden styr



PESSIMISTISKT SCENARIO: Omvärlden styr

- ◆ Julborden säkrar ett fantastiskt år för många restauranger medan andra restauranger upplever ett mycket tufft avslut på 2022 – en förvarning om vad som väntar under 2023.
- ◆ För många konsumenter finns inget utrymme att spendera pengar på uteätande. Takeaway fortsätter öka men det hindrar inte en kraftig volymminskning under 2023.
- ◆ Prisökningarna kompenserar inte för kraftigt ökade kostnader: el/energi, hyror, personal och insatsvaror. Resultaträkningen visar röda siffror vilket påverkar en redan ansträngd likviditet efter pandemiåren.
- ◆ Konkurserna i branschen ökar kraftigt och vi upplever en konsolidering som fortsätter efter 2023.
- ◆ Pessimismen hos konsumenterna förstärks av orosmoln i vår omvärld. Trots en sommar med hög andel ”hemester” blir säsongen en stor besvikelse för branschen.
- ◆ För en del leverantörer och grossister kompenserar den offentliga sektorn för delar av volymminskningen. Offentlig sektor växer med dryga 5 procent (värde).
- ◆ Som en konsekvens av utvecklingen stärker fullsortimentsgrossisterna sin ställning.

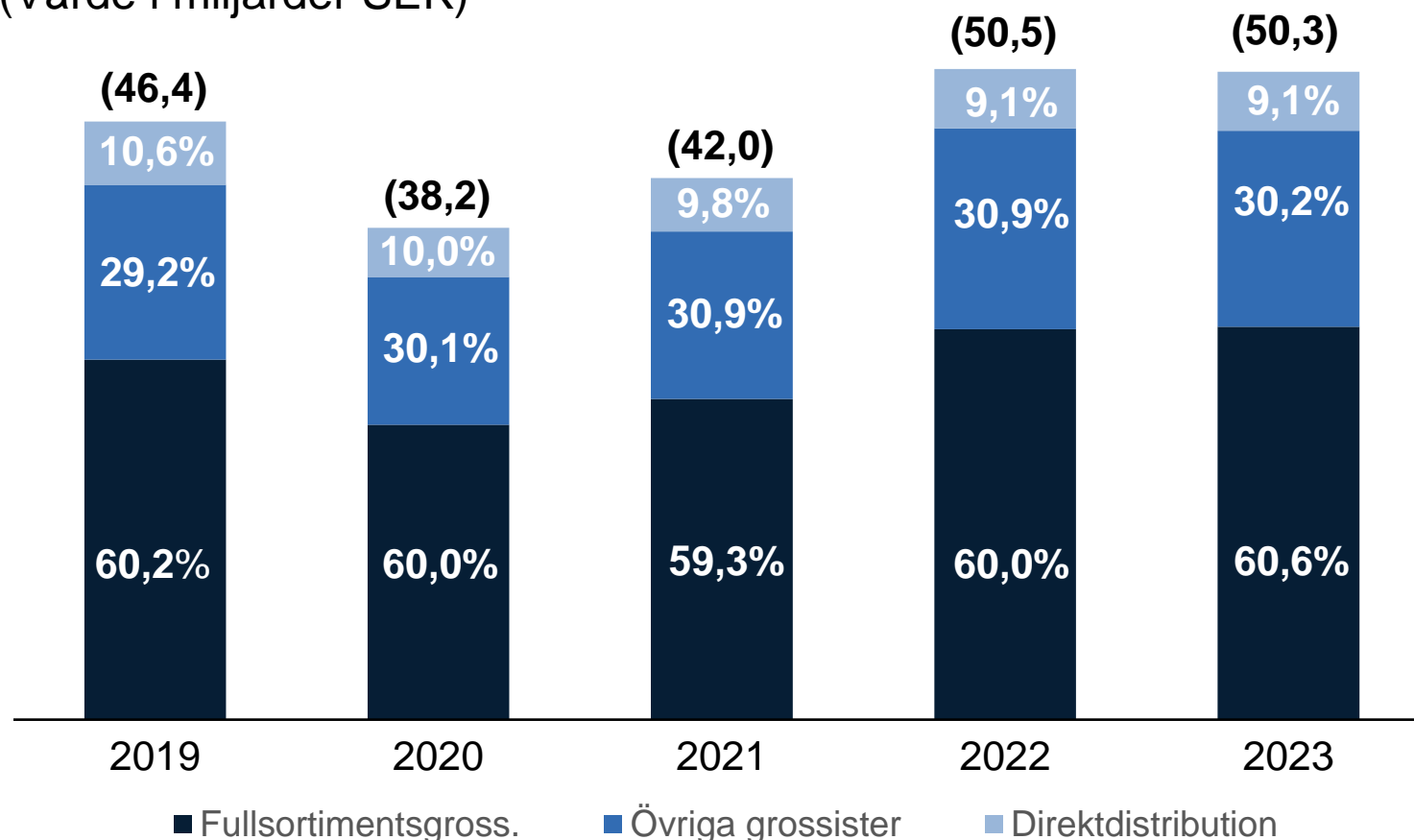
5.3 Foodservice i grossistledet 2019–2023

PESSIMISTISKT SCENARIO

Omvärlden styr

- För första gången sedan 2020 upplever vi en minskande grossistmarknad 2023.
- Värdeinsänkningen sker trots fortsatta prishöjningar.
- Grossistmarknaden utvecklas dock bättre än de privata restaurangerna. Den offentliga sektorn bidrar till detta.
- Direktleveransernas andel av grossistmarknaden minskar och fullsortimentsgrossisterna når en andel om 60,6 procent – några tiondelar över 2019.
- Den offentliga sektorn utgör strax över 25% av grossistmarknaden 2023.

(Värde i miljarder SEK)

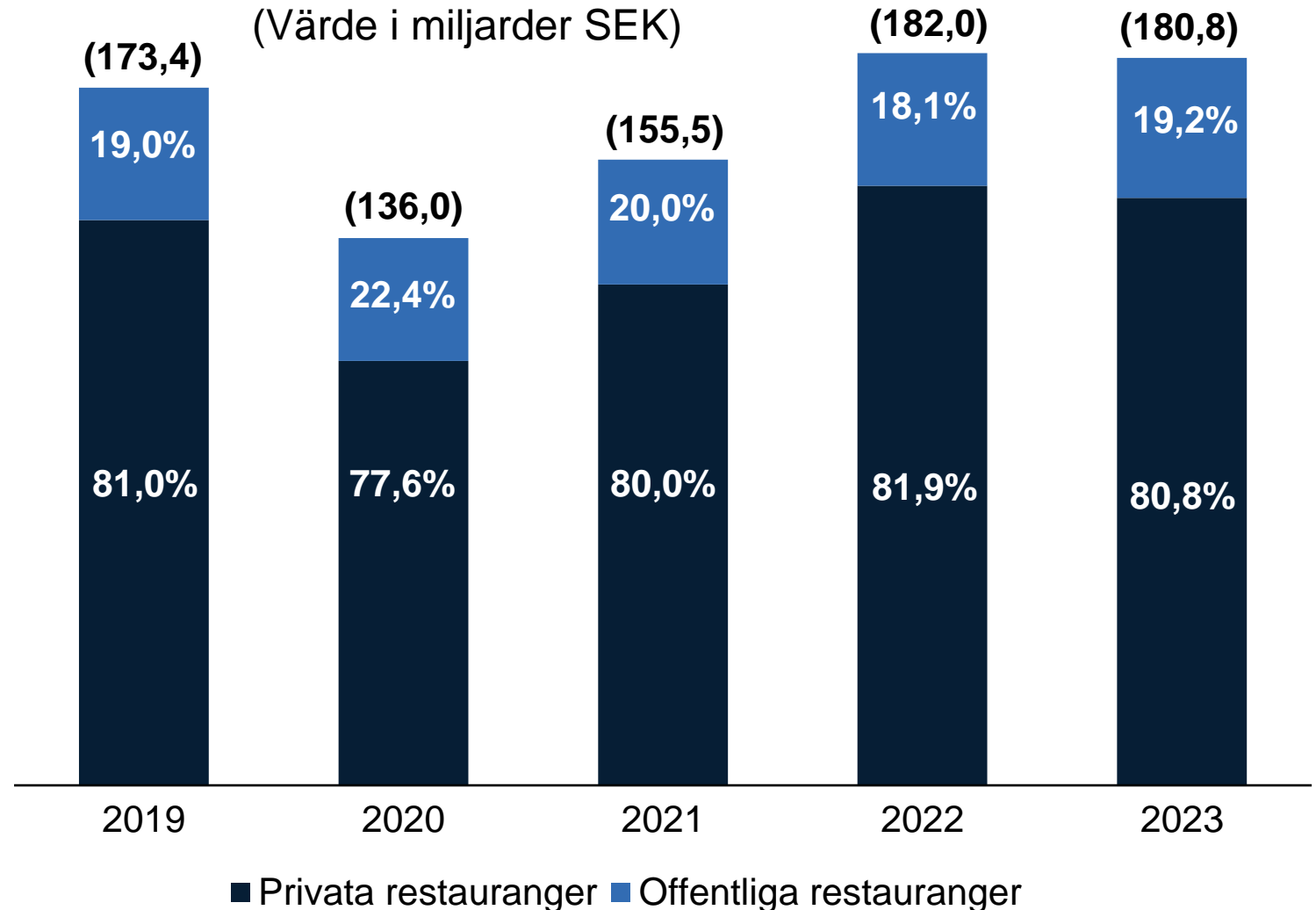


5.3 Foodservice i konsumentledet 2019–2023

PESSIMISTISKT SCENARIO

Omvärlden styr

- Med två månader kvar av året var många rätt säkra på att 2022 skulle landa på en volym i nivå med 2019.
- Det höll inte ända fram: Bokslutet visar ett index på drygt 96 jämfört med 2019.
- Jämfört med 2021 kan de privata restaurangerna dock notera tvåsiffrig tillväxt – såväl volym som värde.
- De offentliga restaurangerna, som under pandemiåren haft en andel av foodservicemarknaden på över 20 procent, kan notera att andelen är tillbaka på nivåerna före pandemin.



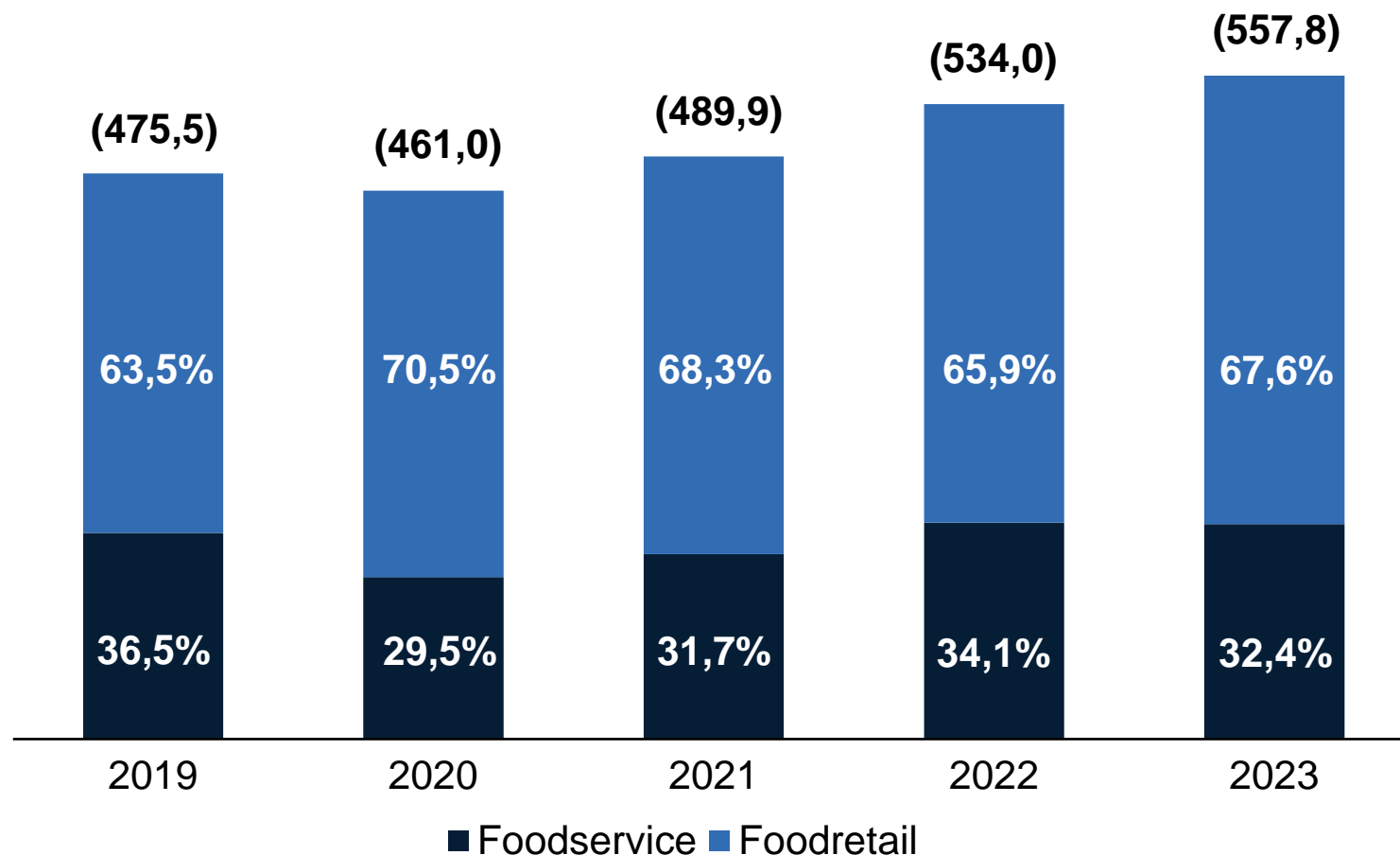
5.3 Måltidskronan 2019–2023

PESSIMISTISKT SCENARIO

Omvärlden styr

- Foodservice andel av måltidskronan var 36,5 procent 2019 – troligtvis den högsta nivån någonsin i Sverige.
- Återhämtningsåret 2022 passerade foodserviceandelen 34 procent för att sedan backa nästan 2 procentenheter 2023.
- Vår långsiktiga prognos visar att foodservice ökar sin andel från och med 2024.
- Driven av inflationen fortsätter måltidskronan sin tillväxttrend. Nästan 560 miljarder kronor blir värdet 2023.
- Till skillnad från foodservice försvarar food retail sin volym från 2022.

(Värde i miljarder SEK)



5.4 Optimistiskt scenario: Hållbar tillväxt

OPTIMISTISKT SCENARIO: Hållbar tillväxt



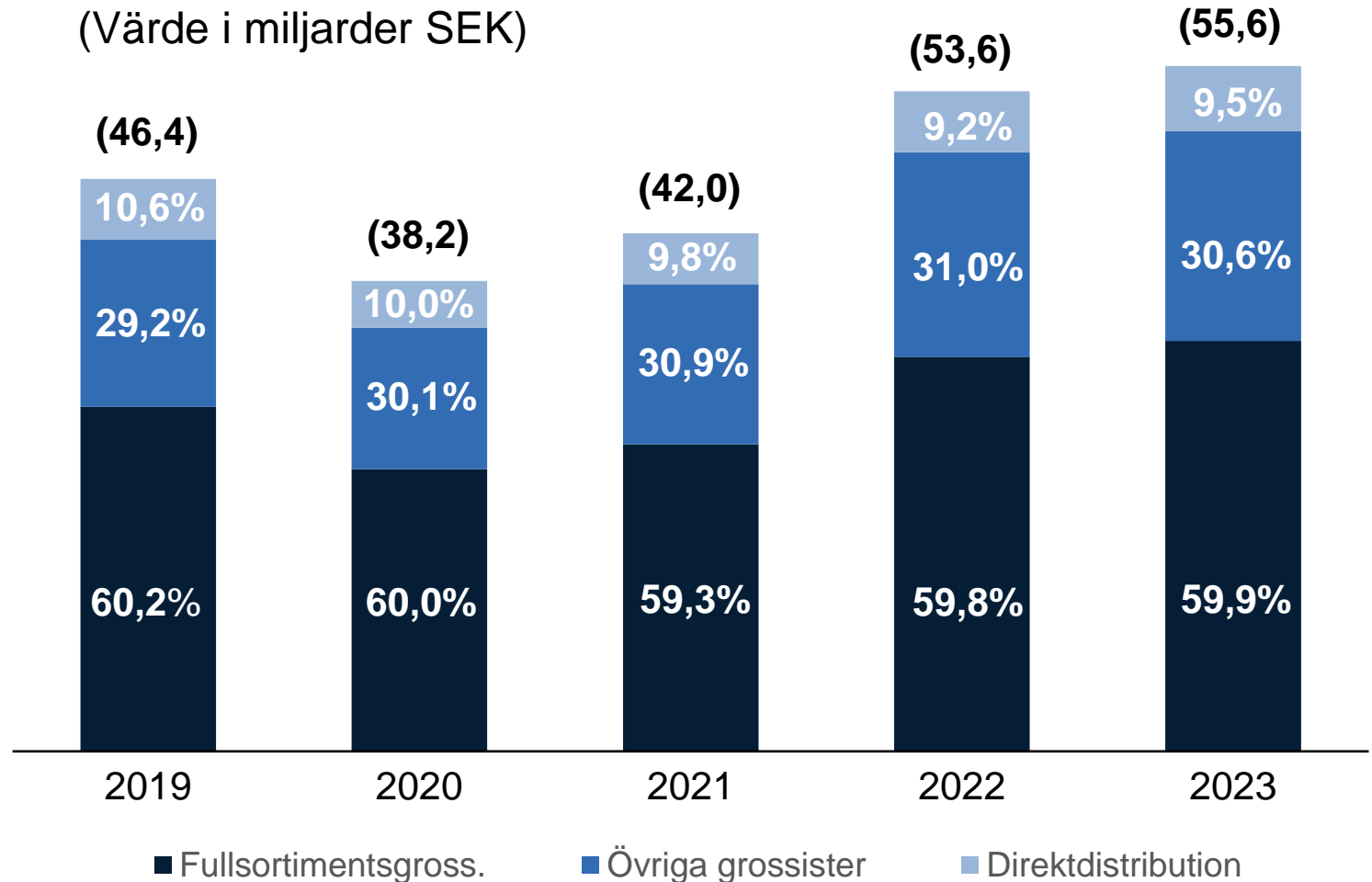
- ◆ Konsumenterna drar ner på konsumtionen i slutet av 2022, men det påverkar restaurangmarknaden i mycket begränsad omfattning.
- ◆ Ett ändrat konsumtionsbeteende påverkar kapitalvaror och resande negativt, men efter år med restriktioner har konsumenterna fortfarande behovet att "unna sig".
- ◆ Det hindrar dock inte att det första kvartalet 2023 blir svagare än ett normalår.
- ◆ Svackan visar sig dock vara tillfällig. Redan innan sommaren 2023 upplever restaurangerna en positiv utveckling och denna håller i sig hela året (och fortsätter in i 2024).
- ◆ Inflationen leder till nya toppnoteringar för foodservicemarknaden och under 2023 blir marknadsvärdet mer än 200 miljarder kronor. Volymmässigt noterar vi en tillväxt om cirka 6 procent både 2022 och 2023 jämfört med 2019.
- ◆ Prishöjningar i kombination med viss volymtillväxt innebär att de offentliga restaurangerna växer med 11 respektive 6 procent under åren 2022 och 2023.
- ◆ Den kreativitet som utvecklades under pandemin märks i ett antal exempel på nytänkande och entreprenörskap: nya koncept, nya lägen, nya måltidslösningar, nya initiativ för att effektivisera driften och nya samarbetsmodeller.

5.4 Foodservice i grossistledet 2019–2023

OPTIMISTISKT SCENARIO

Hållbar tillväxt

- Grossistmarknaden växer med nästan 50 procent från 2020 till 2023 (värde) och 2023 summeras till 56 miljarder kronor.
- Fördelningen 60/30/10 mellan de tre grossistkanalerna cementeras och fullsortimentsgrossisterna omsätter drygt 33 miljarder kronor under 2023.
- I gruppen "övriga grossister" återfinns ett antal miljardbolag och samlat landar försäljningen på 17 miljarder kronor 2023.
- Bland vissa direktleverantörer tas nya samarbetsinitiativ – direktleveranserna summeras till drygt 5 miljarder kronor 2023.

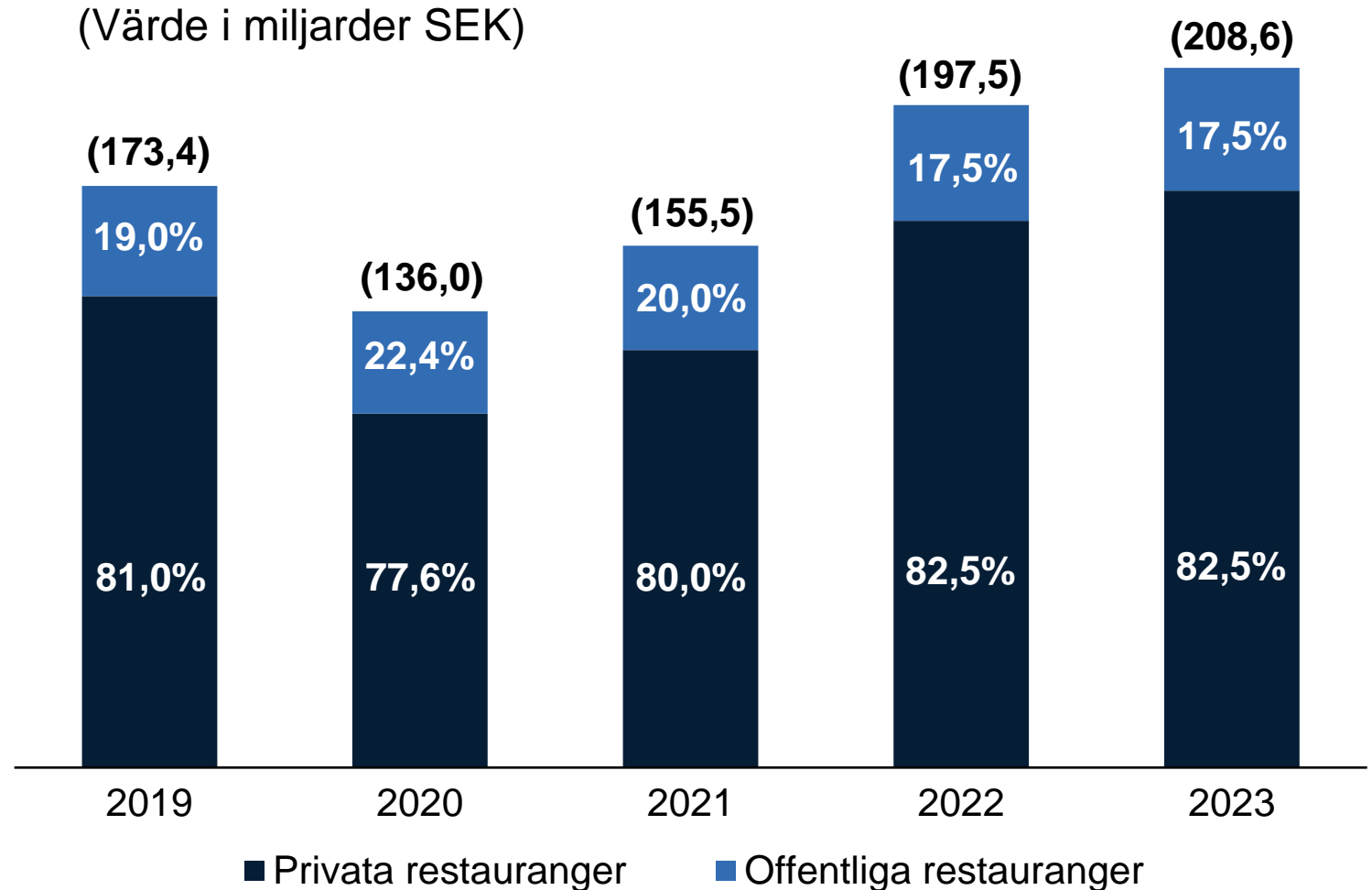


5.4 Foodservice i konsumentledet 2019–2023

OPTIMISTISKT SCENARIO

Hållbar tillväxt

- Optimism och framtidstro råder i foodservicebranschen i början av 2024. En långsiktig volymtillväxt prognostiseras.
- De privata restaurangerna är tillbaka på en andel av foodservicemarknaden som överträffar nivån från 2019.
- Förutom personalrestauranger upplevs en positiv utveckling för samtliga restaurangtyper.
- Även om kostnadsinflationen är utmanande väljer många aktörer att satsa på långsiktiga tillväxtinitiativ.



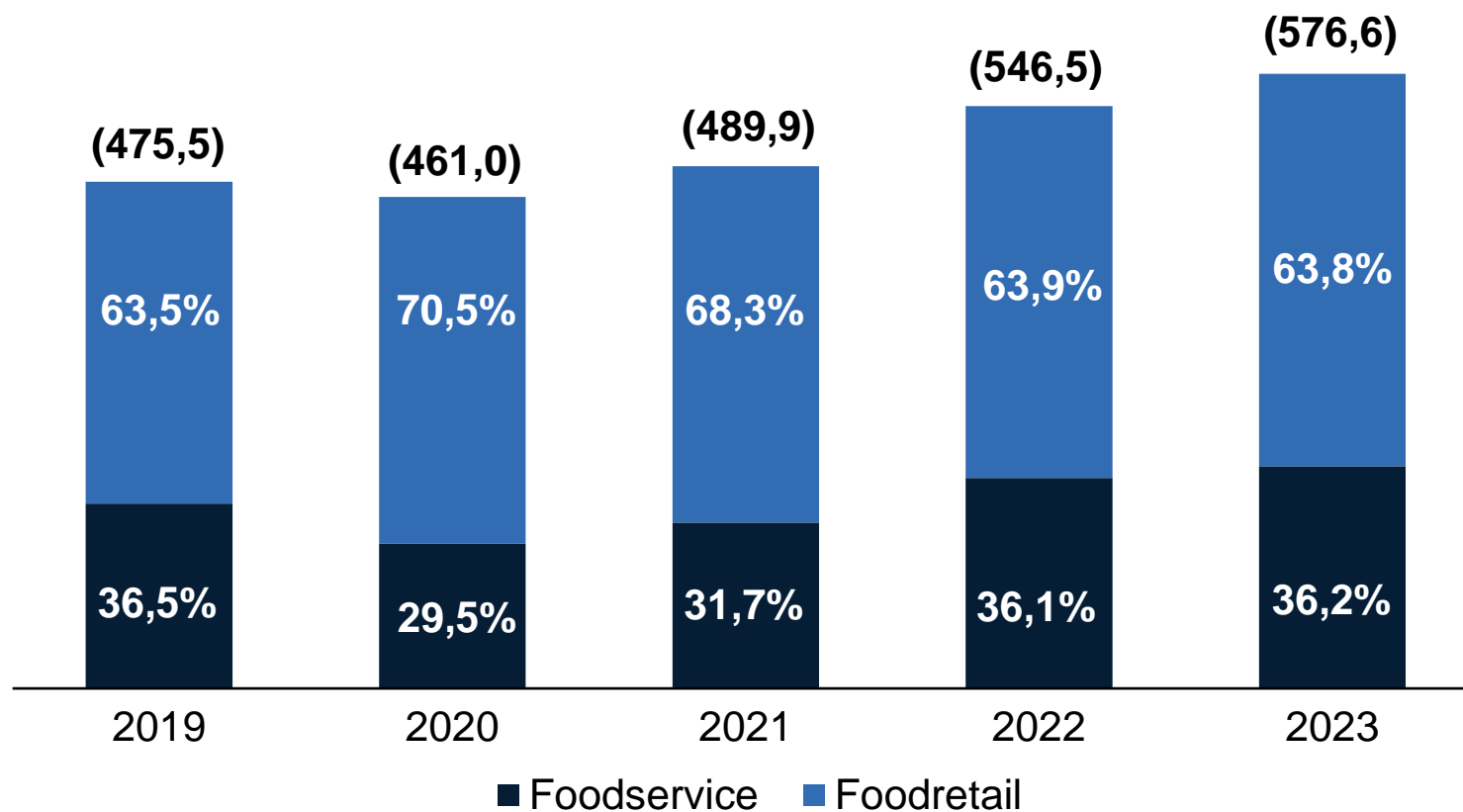
5.4 Måltidskronan 2019–2023

OPTIMISTISKT SCENARIO

Hållbar tillväxt

- Foodservice andel av måltidskronan är tillbaka på nivån från 2019. Under 2024 väntas andelen för första gången passera 37 procent (varje procentandel motsvarar ett värde om 6 miljarder kronor).
- Detta trots att food retail satsar stort på måltidslösningar för att försvara sin andel av måltidskronan.
- Den samlade måltidskronan passerar 2023 ett värde om 575 miljarder kronor – inflationsdriven tillväxt om 30 miljarder kronor på ett år och mer än 100 miljarder sedan 2019.

(Värde i miljarder SEK)



5.5 Foodservicebranschen är väl rustad för framtiden

- ◆ Pandemin har visat att foodservicebranschen består av ett stort antal kreativa och anpassningsbara verksamheter.
- ◆ Efter en mycket stark återhämtning under 2022 är det bevisat att 2019 är ett realistiskt basår för fortsatt tillväxt.
- ◆ Det finns utmaningar:
 - Personal- och kompetensbrist till följd av att många duktiga medarbetare sökte sig till andra branscher under pandemiåren.
 - Kostnadsinflation.
 - En osäker omvärld.
- ◆ Våra intervjuer visar dock att det finns självförtroende och framtidstro.
- ◆ Branschen är väl rustad för en långsiktig och hållbar tillväxt.



”Pandemin var ett helvete men jag lärde mig att allt är möjligt!”

Krögare

6 Appendix

6.1 Metodbeskrivning

6.2 Källor

6.3 Definitioner av marknaden och använda begrepp

6.4 Introduktion till prognosverktyg

6.1 Övergripande om källor och metod

Rapporten baseras på en rad olika källor som ofta anges på respektive sida i rapporten. Där källa inte anges är Delfi att anse som källa. All kvantitativ information i rapporten ska betraktas som estimat där felmarginalen varierar beroende på källa.

Metodiken för att ta fram framtidsutsikter och prognoser i kapitel 5 utgår från ett tjugotal expertintervjuer och information från ett stort antal rapporter och data från olika konsultföretag och analysinstitut som KI, SCB, Delfi och Visita.

Expertintervjuerna har dels gjorts med ledande befattningshavare inom foodservicebranschen, dels med andra experter och konsulter med anknytning till branschen. Samtliga expertintervjuer har varit värdefulla och präglats av öppenhet och engagemang.

Den samlade informationen från expertintervjuerna i kombination med den övriga informationen har sedan bearbetats och analyserats av Delfi och ligger till grund för framtidsutsikterna och prognoserna i kapitel 5.

6.2 Källor

KÄLLA	BESKRIVNING/ANVÄNDNING
SCB	Restaurangindex, befolkningsstatistik, befolkningsframskrivning, handel, konsumentprisindex, inflationstal, diverse specialkörningar.
DS Insikt	Offentlig sektors inköp.
Delfi Grossistindex foodservice	Försäljningsdata och utvecklingstrender.
DLF Foodservice Index	Försäljningsdata och utvecklingstrender.
Konjunkturinstitutet	Makroekonomiska nyckeltal för framtidsprognoserna.
Livsmedelsverket	Fakta om offentliga måltider, viktiga händelser.
Migrationsverket	Demografi och befolkningsframskrivning.
Tillväxtverket	Gruppering av kommuner enligt Tillväxtverkets modell.
Djupintervjuer	Med ett tjugotal centrala branschrepresentanter.
Nationalräkenskaperna	Bland annat kring arbetskraftsberäkningar, timlöneutveckling.
Svenskt Näringsliv	Andel utlandsfödda företagare inom restaurang och hotell.
Visita	Branschens betydelse i ett samhällsperspektiv.
DLF Marknadsutsikter	Nyckeltal och jämförelser.

6.3 Definitioner av marknaden och använda begrepp

BEGREPP	DEFINITION
Foodservice	Med foodservice avses aktörer som tillhandahåller färdiga måltider som tillagats utanför hemmet och omfattar såväl privata som offentliga restauranger (skolor, sjukhus med mera).*
Fullsortimentsgrossister	Definieras i rapporten som sex specifika aktörer – Martin & Servera, Menigo, Svensk Cater, Axfood Snabbgross, Mårdskog & Lindkvist och Chefs Culinar.
Övriga grossister	Alla grossister exklusive ovanstående sex fullsortimentsgrossister, det vill säga specialgrossister, mindre grossister, nischade grossister etcetera.
Direktdistribution	En livsmedelsproducent som levererar direkt till en foodserviceaktör.
Offentlig sektor	Offentligt finansierade verksamheter, exempelvis skolor, sjukhus, försvaret, äldreomsorgen, barnomsorgen, kriminalvården etcetera. Offentligt finansierade verksamheter som drivs av privata aktörer (till exempel en privat skola eller ett privat äldreboende) ingår i rapporten under offentlig sektor.
Grossistmarknaden	Är direktdistribution och grossistförsäljning i grossistkronor exklusive alkohol och restaurangutrustning och exklusive moms. Motsvarar alltså de privata och offentliga restaurangernas inköp.
Konsumentmarknaden	Är de offentliga restaurangernas konsumtionsvärde och de privata restaurangernas försäljning inklusive alkohol och inklusive moms.
Måltidskronan	Värdet av den totala konsumtionen av livsmedel och dryck fördelat på foodservice (privata och offentliga restauranger) respektive handeln (foodretail).

*I fall med branschglidning är det huvudverksamheten som avgör om det är en foodserviceaktör som därmed ingår i rapporten. Detta innebär exempelvis att en dagligvarubutiks försäljning av färdigrätter inte ingår i rapporten.

6.4 Introduktion till prognosverktyget

Omvärlden förändras i en allt snabbare takt och eftersom denna branschrappport utges på årsbasis kan det finnas behov av att på egen hand uppdatera prognoserna i rapporten. Man kan också behöva arbeta med andra prognosantaganden än de som gjorts i rapporten.

För att möjliggöra egna uppdateringar och alternativa prognosantaganden har ett prognosverktyg tagits fram som ett komplement till rapporten.

Kontakta ECR Sverige för information om hur du får tillgång till prognosverktyget.

