

DAGLIGVARUINDEX

OKTOBER 2025



Dagligvaruindex oktober

	Total försäljning butik & e-handel	Total försäljning fysisk butik	Total e-handels- försäljning
Månadsutveckling oktober 2025	5,5%	5,4%	7,8%
Akkumulerad utveckling 2025	4,6%	4,5%	6,2%
Rullande 12	4,5%	4,5%	5,5%

Månadsutveckling avser försäljningsutvecklingen den aktuella månaden, jämfört med samma månad föregående år.
Akkumulerad utveckling avser försäljningsutveckling hittills i år, jämfört med samma period föregående år.
Rullande 12 avser utfallet under de 12 senaste månaderna, jämfört med föregående 12-månadersperiod.

Dagligvaruindex visar

Dagligvaruindex tas fram av Svensk Dagligvaruhandel i samarbete med HUI Research som ansvarar för statistikinsamling och kvalitetssäkring av data. Syftet med Dagligvaruindex är att publicera trovärdig och kvalitetssäkrad statistik gällande dagligvaruhandelns försäljningsutveckling på månadsbasis. Dagligvaruindex mäter försäljningsutvecklingen i dagligvaruhandeln, inte den specialiserade livsmedelshandeln eller servicehandeln. Rapporten bygger på försäljningsstatistik som samlas in 12 gånger om året från dagligvaruaktörer och följer utveckling och trender för dagligvaruhandelns tillväxt både i fysisk butik och på nätet.

Följande aktörer deltar i statistiksamarbetet:

Coop, Stora Coop, X:-tra- en del av Coop, City Gross, Delitea, EKO, Eurocash, Hemköp, ICA Nära, ICA Supermarket, ICA Kvantum, ICA Maxi, Lidl, Linas Matkasse, MatHem, Matkomfort, Matsmart, Tempo, Willys och Willys Hemma.



Begreppsdefinition:

Total försäljningsutveckling

Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster inkluderat nya och/eller nedlagda butiker (fysiska butiker och e-handel). Försäljningsutvecklingen mellan perioderna skall således avse hela företagets butiks innehav, exklusive stora förvärv*. Den totala försäljningen i indexet utgörs av livsmedel och non-food.

Total försäljningsutveckling i fysisk butik

Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster i fysiska butiker inkluderat nya och/eller nedlagda butiker, exklusive stora förvärv*. Den totala butiksförsäljningen utgörs av både livsmedel och non-food.

Total e-handelsutveckling

Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet, där både upphämtning i butik och hemleverans ingår. Den totala e-handeln består av matkasseförsäljning och lösplocksförsäljning. Den totala e-handelsförsäljningen utgörs av både livsmedel och non-food.

E-handelsutveckling upphämtning i butik

Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet som hämtas i butik.

E-handelsutveckling hemleverans

Total försäljningsutveckling mellan två perioder avseende både produkter och tjänster på internet som levereras till köparen.

E-handelsandel av total försäljning

E-handelsandelen avser hur stor del av den totala försäljningen som säljs via antingen hemleverans eller upphämtning i butik.

Redovisningsenheter

Företagen som ingår i Dagligvaruindex redovisar försäljningen i absoluta tal (kronor och ören) för total försäljning.

Kalendereffekt

Kalenderkorrigeringen för oktober månad är 0,9 procent*.

*Kontakta HUI för mer information

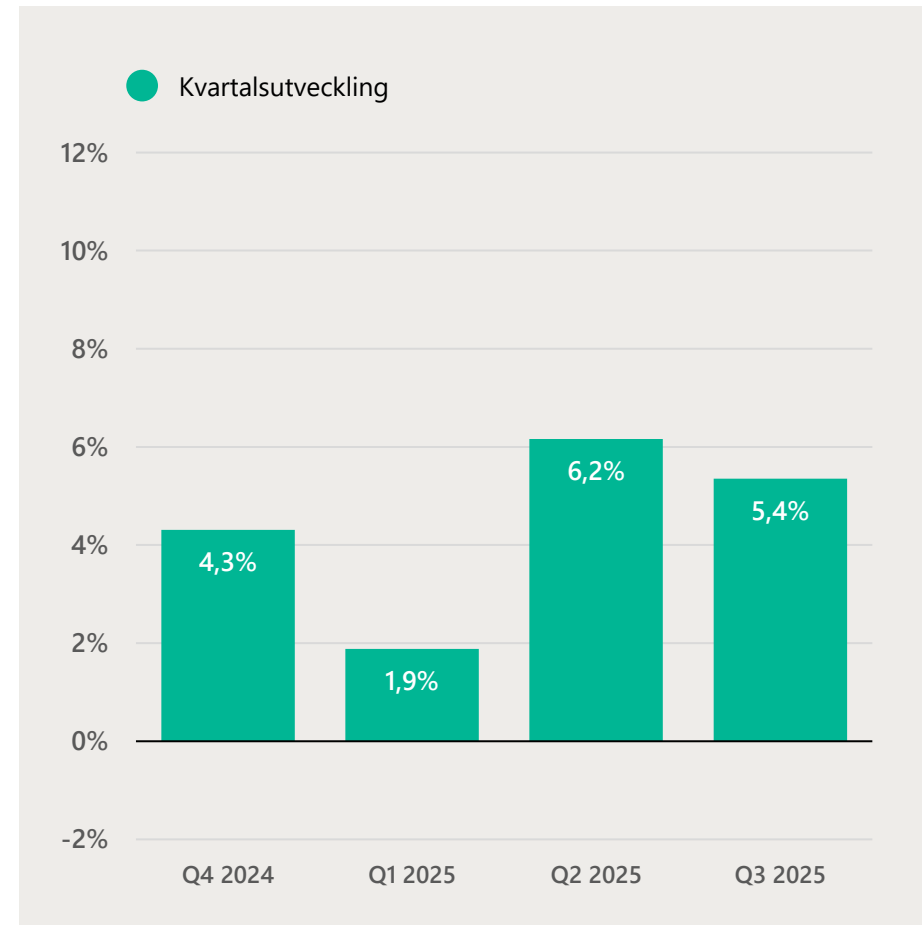
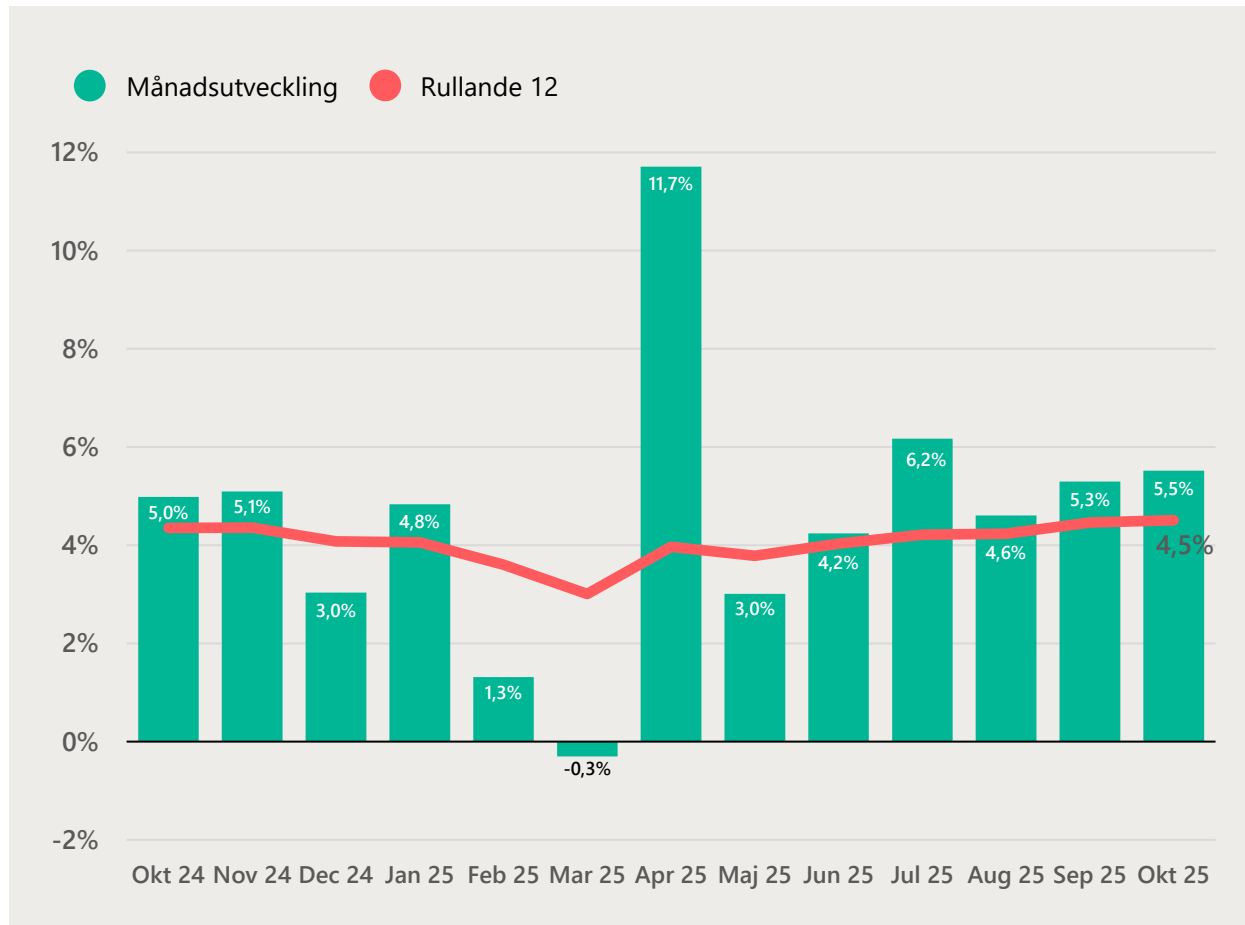
Total försäljningsutveckling

Försäljning i kronor*

Q1 2025: 83,6 MDKR

Q2 2025: 92,2 MDKR

Q3 2025: 90,6 MDKR



*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

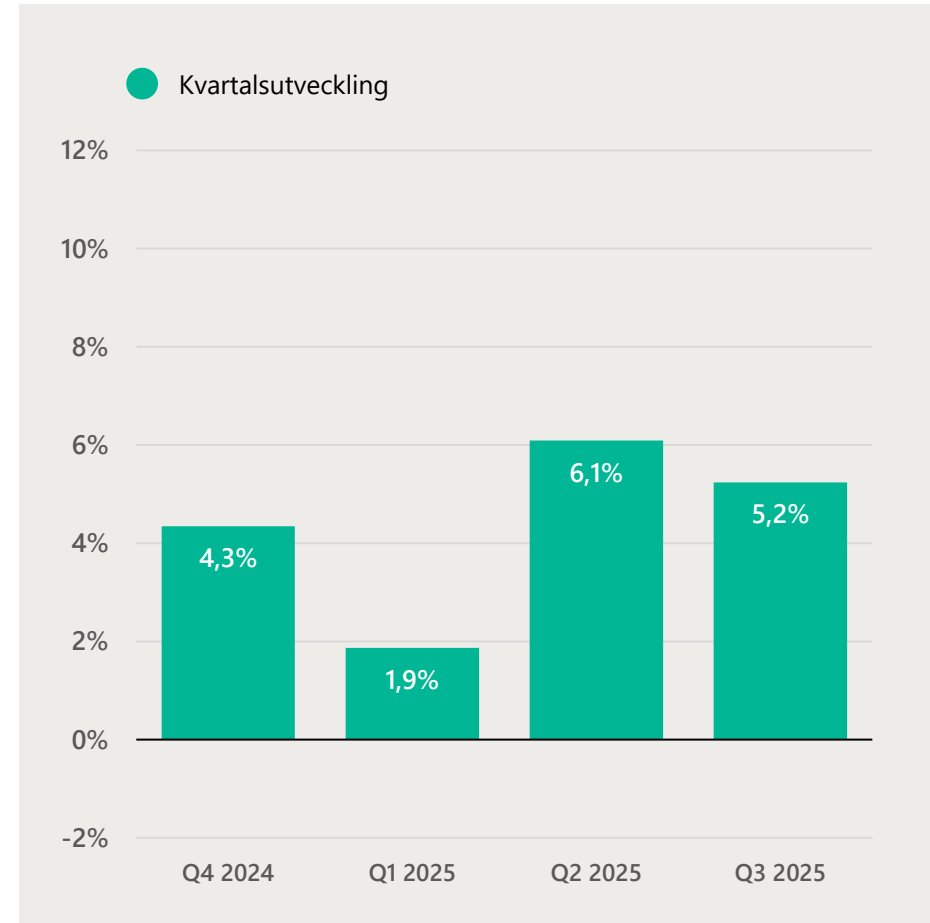
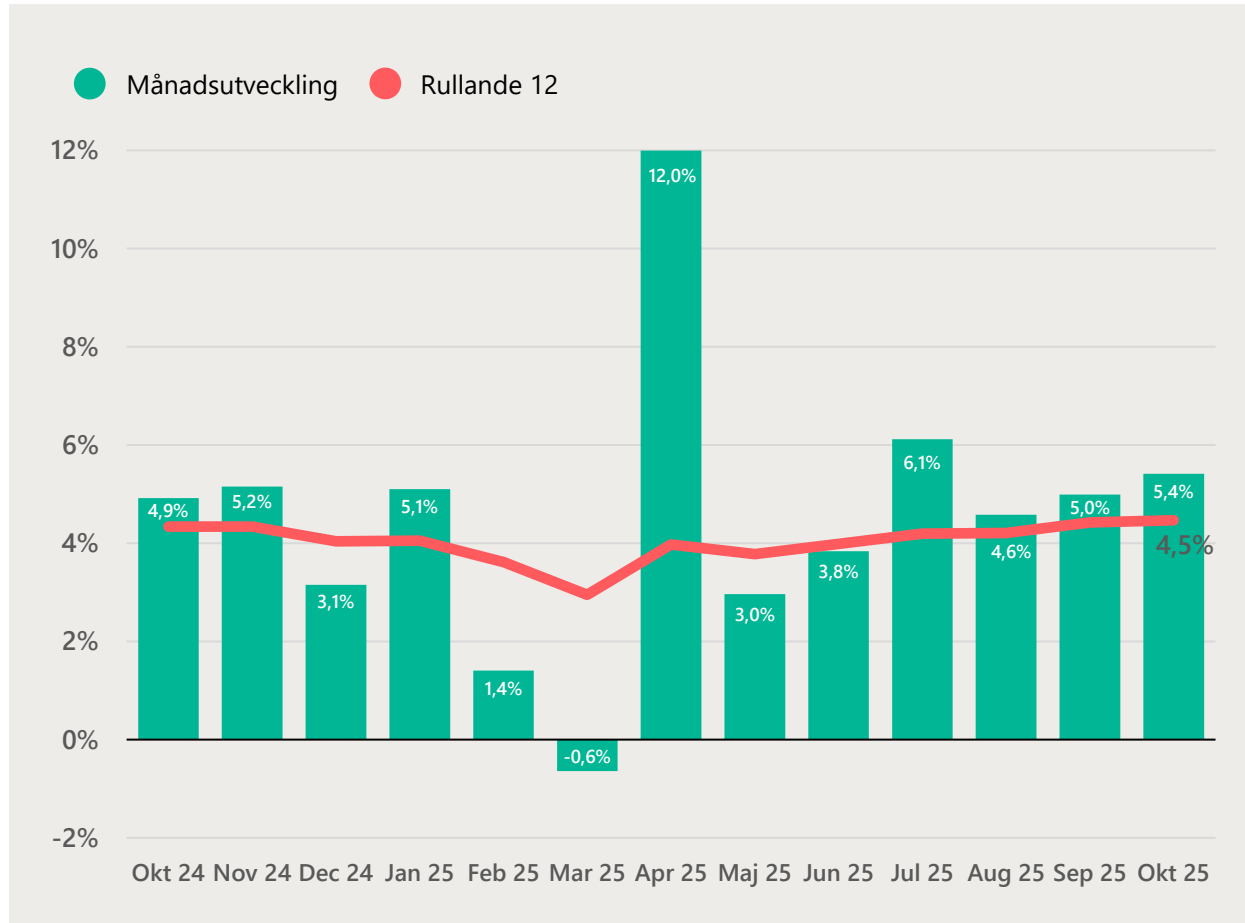
Total försäljningsutveckling i fysisk butik

Försäljning i kronor*

Q1 2025: 79,7 MDKR

Q2 2025: 88,4 MDKR

Q3 2025: 87,1 MDKR



*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

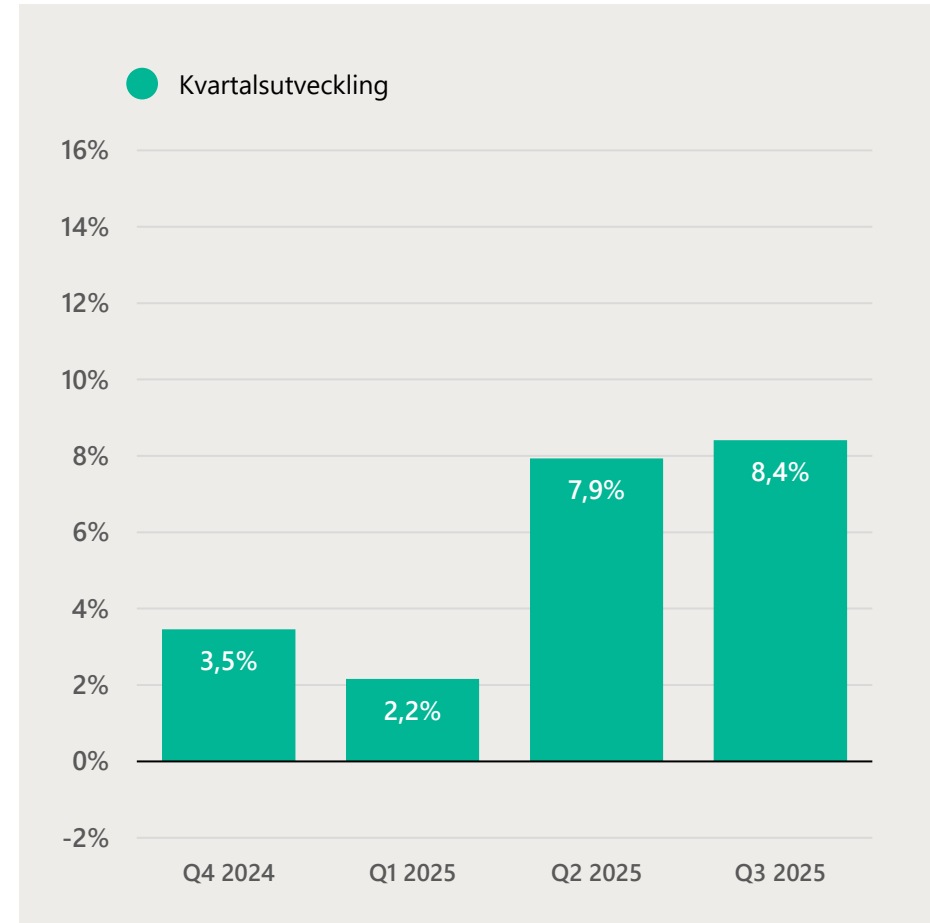
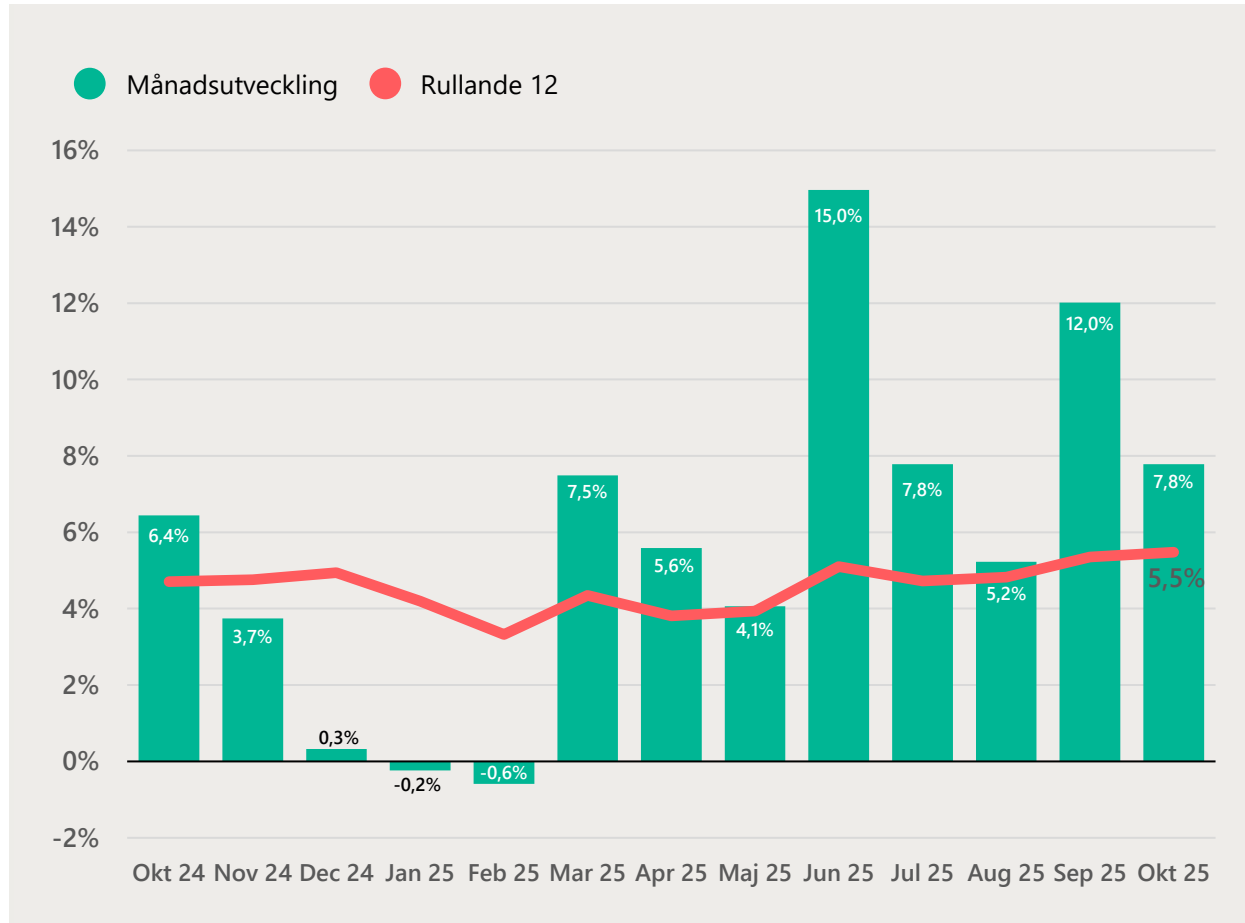
Total e-handelsutveckling

Försäljning i kronor*

Q1 2025: 3,9 MDKR

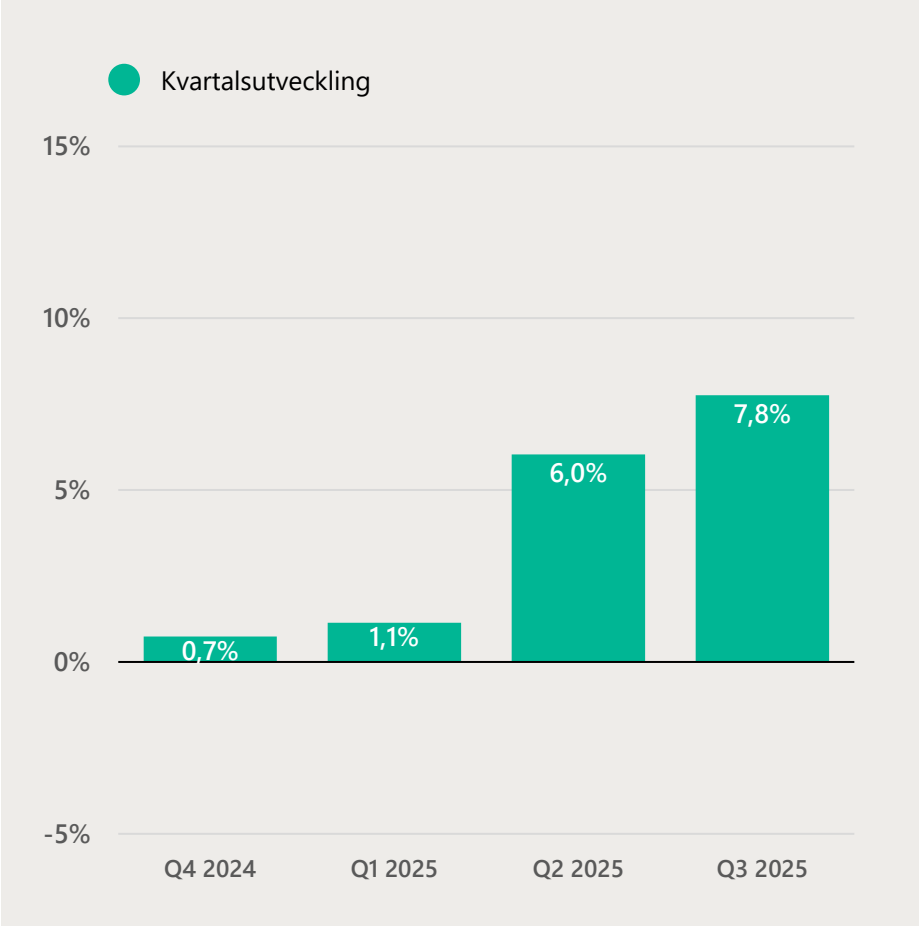
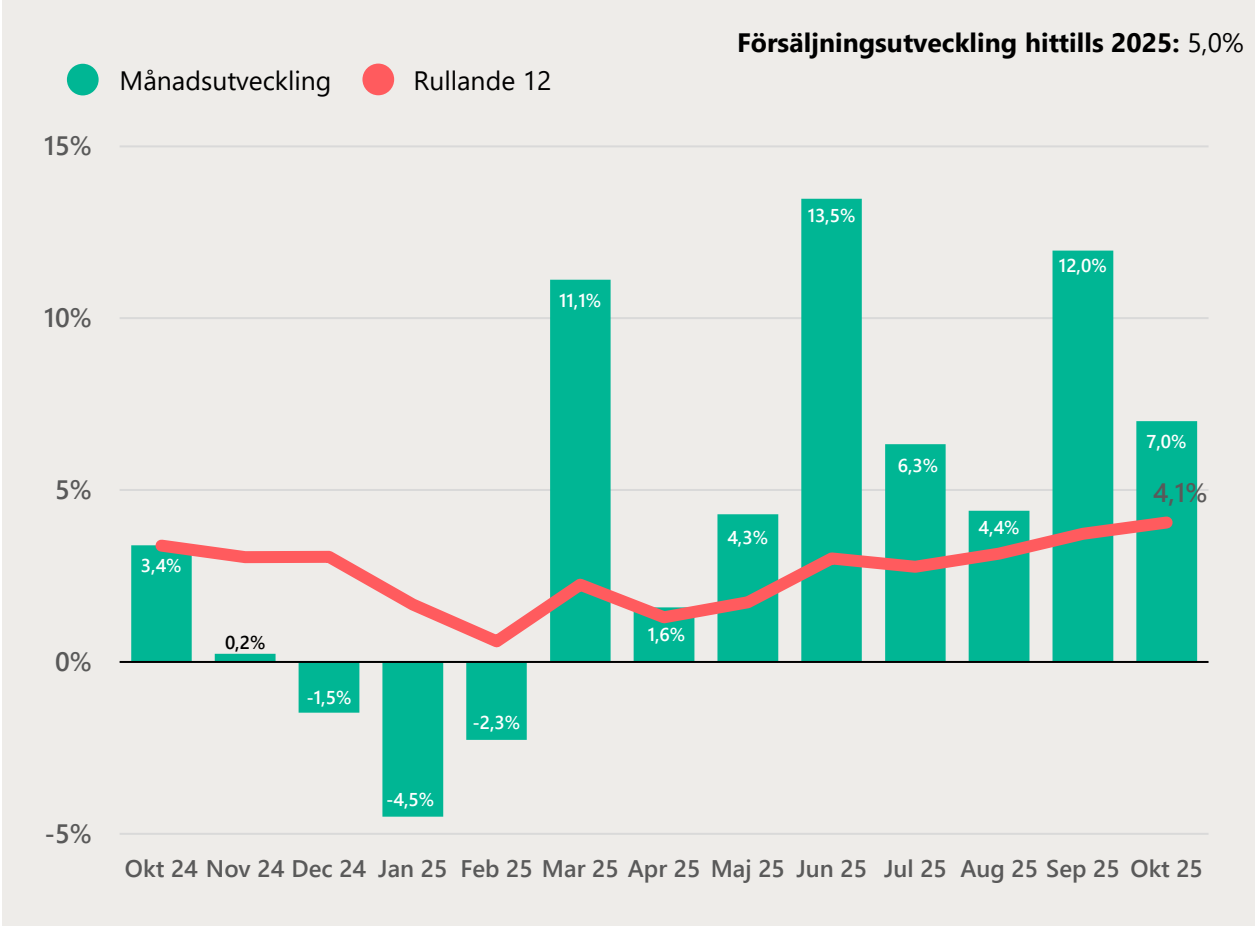
Q2 2025: 3,8 MDKR

Q3 2025: 3,5 MDKR

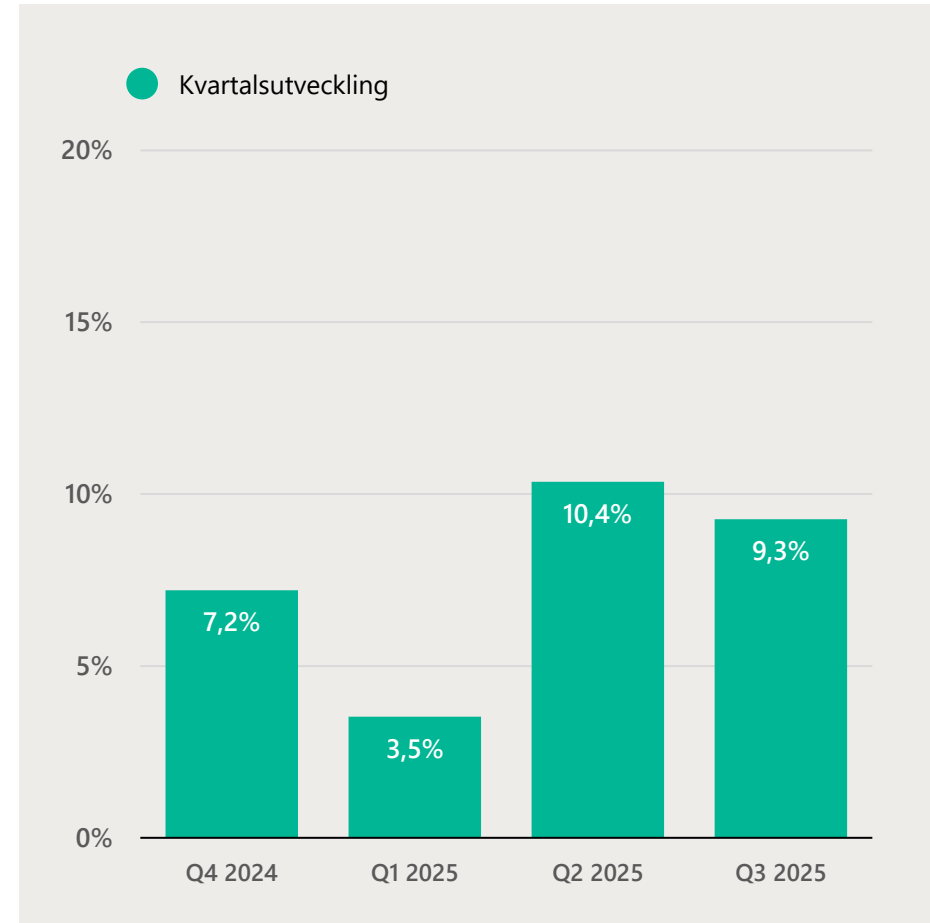
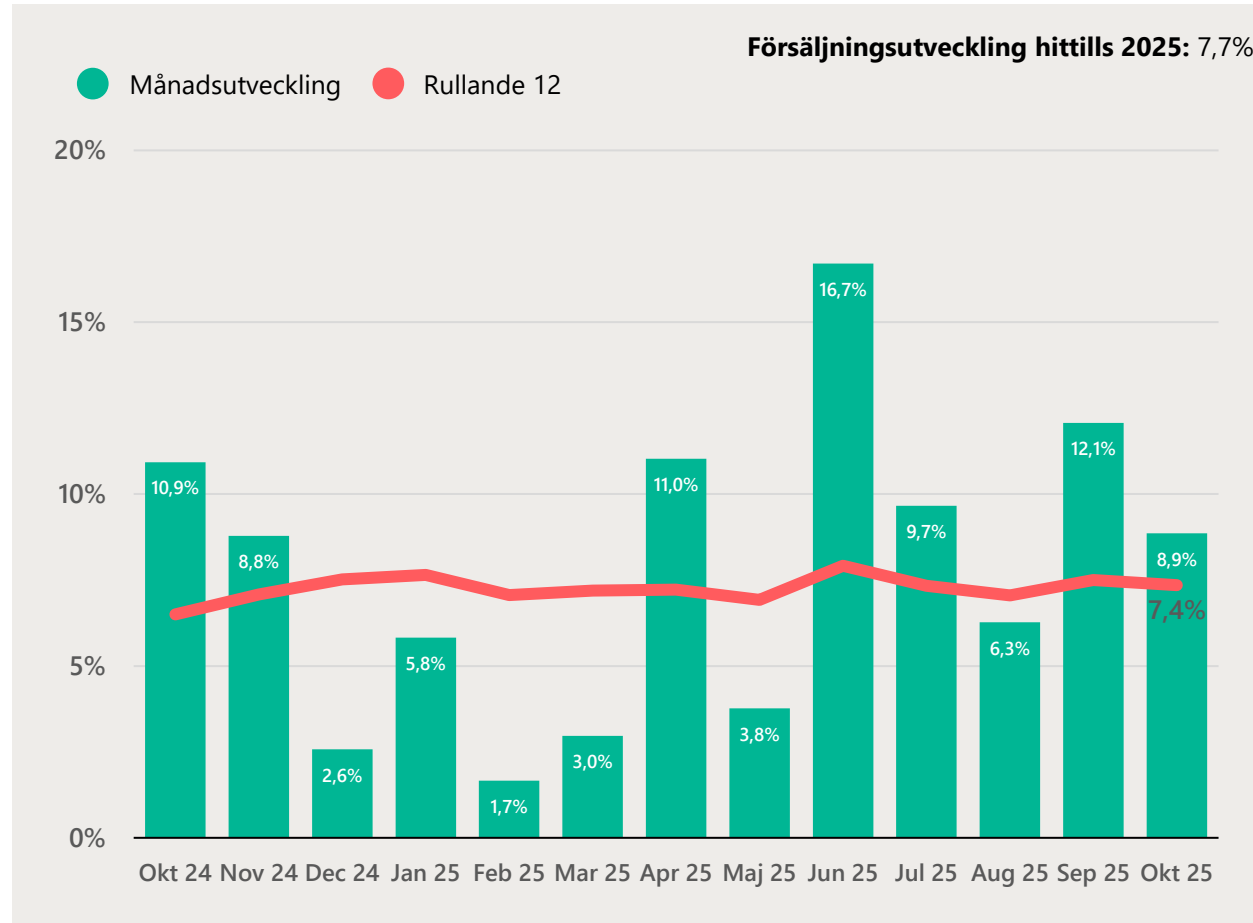


*Försäljning i kronor avser kvartalets försäljning i Dagligvaruindex inkl. moms. Avrundat till en decimal.

E-handel med hemleverans

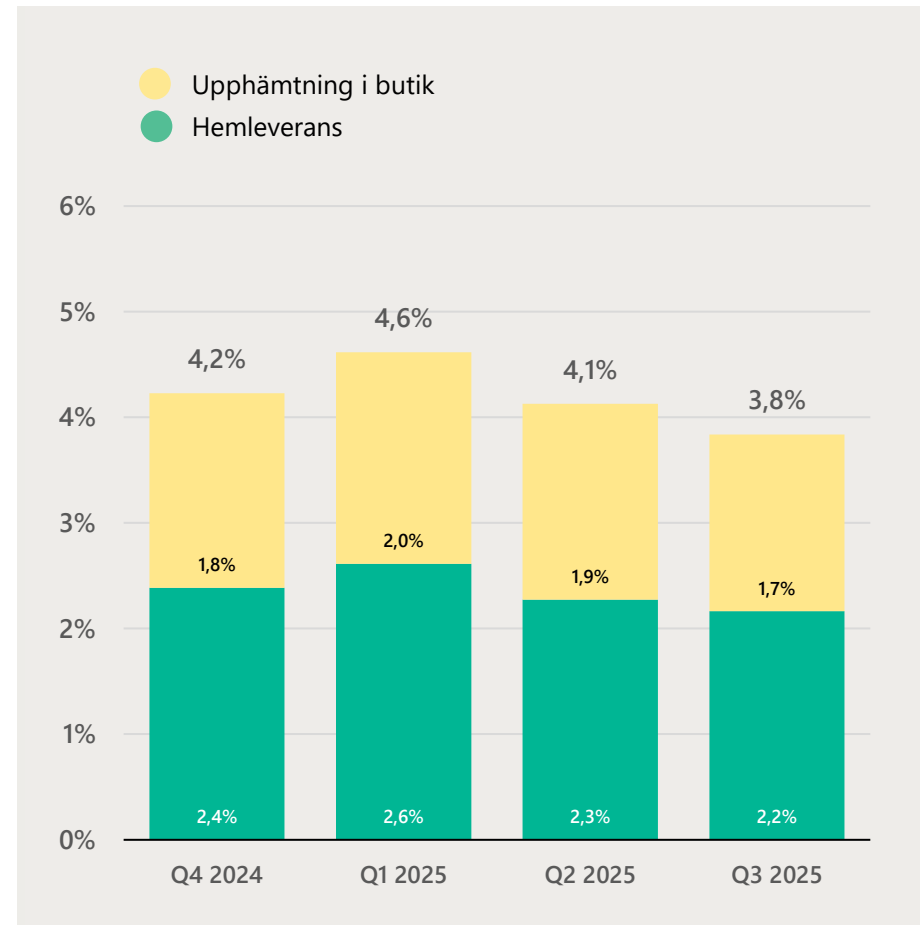
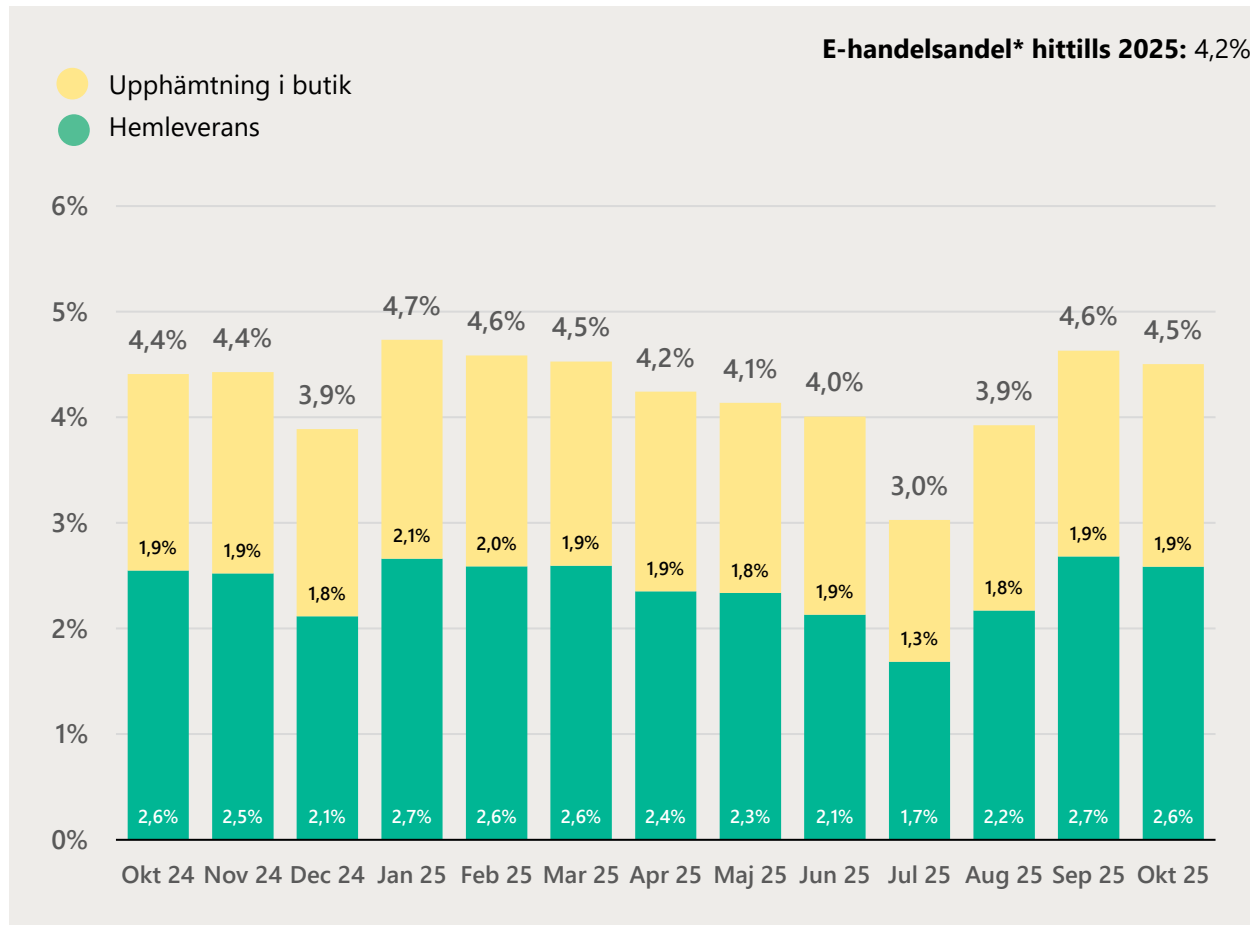


E-handel med upphämtning i butik



E-handelsandel av total försäljning

-Fördelat på leveransalternativ



*Total e-handelsförsäljning som andel av den totala försäljningen i Dagligvaruindex.

Publiceringsplan

Dagligvaruindex från Svensk Dagligvaruhandel

År	Rapportperiod	Prel. Publiceringsdatum
2025	November	17 december
2026	December samt helåret 2025	T.B.A



Kontaktpersoner på Svensk Dagligvaruhandel



Cecilia Anneling

Kommunikationschef

cecilia.anneling@svdh.se

070-840 52 63



Karin Brynell

VD

karin.brynell@svdh.se

070-975 80 85

Prenumerera på Svensk Dagligvaruhandels [pressmeddelande](#);
tryck på ABONNERA i övre högra hörnet.



Kalendereffekter 2025

- Justering för högtids- och veckodagsförskjutningar

Månad	Kalendereffekt	Ackumulerad kalendereffekt
Jan	1,1%	1,1%
Feb	-3,6%	-1,2%
Mar	-4,4%	-2,3%
Apr	3,8%	-0,8%
Maj	0,0%	-0,7%
Jun	-0,2%	-0,6%
Jul	0,5%	-0,4%
Aug	-0,7%	-0,5%
Sep	0,5%	-0,4%
Okt	0,9%	-0,2%
Nov	-1,4%	-0,3%
Dec	0,7%	-0,3%

Kvartal	Kalendereffekt	Ackumulerad kalendereffekt
Q1	-2,3%	-2,3%
Q2	1,2%	-0,6%
Q3	0,1%	-0,4%
Q4	0,1%	-0,3%