

Livsmedelsförsäljningsstatistik 2023



Sveriges officiella
statistik

Livsmedelsförsäljningsstatistik 2023

Producent SCB, Statistiska centralbyrån
Ekonomisk statistik och analys
701 89 Örebro
010 479 40 00

Förfrågningar Louise Eklund
+46 10 479 60 68
louise.eklund@scb.se

Mariah Nilsson
+46 10 479 65 65
mariah.nilsson@scb.se

Du får kopiera och på annat sätt mångfaldiga innehållet.
Uppge då källa på följande sätt:
Källa: SCB, Livsmedelsförsäljningsstatistik 2023

Food Sales 2023

Producer Statistics Sweden,
Economic Statistics and Analysis
SE-701 89 Örebro, Sweden
+46 10 479 40 00

Enquiries Louise Eklund
+46 10 479 60 68
louise.eklund@scb.se

Mariah Nilsson
+46 10 479 65 65
mariah.nilsson@scb.se

You may copy and otherwise reproduce the contents in this publication.
However, remember to state the source as follows:
Source: Statistics Sweden, Food Sales 2023

URN:NBN:SE:SCB-20HAFTBR2402_pdf

Denna publikation finns enbart i elektronisk form på www.scb.se
This publication is only available in electronic form on www.scb.se

Förord

Livsmedelsförsäljningsstatistiken har publicerats sedan 2002, då avseende åren 2000 och 2001, med syftet att belysa livsmedelskonsumtionen i Sverige. Sedan 2004 särredovisas dessutom försäljning av ekologiska varor samt egna märkesvaror.

Om inget annat beskrivs är det löpande priser som anges i rapporten, dvs både volym- och prisförändringar ingår. Om det anges att det är fasta priser så motsvarar det i stället indirekt volymutvecklingen. Observera dock att undersökningen inte mäter volymutveckling explicit utan endast försäljningsvärdet. Prisindex (KPI) för de olika varugrupperna används sedan för att beräkna volymutvecklingen.

I statistiken ingår alla företag verksamma inom detaljhandeln (SNI 47 enligt SNI2007). I publikationen används begreppet *handeln* för hela denna bransch. *Dagligvaruhandeln*, som uppgår till ca 80 % av handeln, har mätts genom kassaregisterdata.

I den här publikationen följer först en redovisning av den totala livsmedelsförsäljningen 2023 och dess utveckling från tidigare år. Därefter redovisas prisutvecklingen av livsmedel och försäljning per capita samt ekologiska och egna märkesvaror. Det följs sedan av ett antal avsnitt som djupdyker i specifika kategorier som frukostvaror, frukt och grönt, och fredagsmys. Sedan följer avsnitt om kött och fisk samt drycker.

SCB i oktober 2024

Christina Thörne
Sektionschef

Innehåll

Förord	iii
Sammanfattning	1
Hög men avtagande prisökningstakt på livsmedel	1
Trendbrott – mer frukt, mindre godis	1
Uppsving för egna märkesvaror	1
Livsmedelsförsäljning 2023	2
Prisutveckling av livsmedelsvaror	4
Försäljning per capita	8
Mer EMV och mindre ekologiskt i varukorgen	10
Frukostfavoriter	13
Frukt och grönt	15
Fredagsmys	19
Kött, fågel och fisk	21
Drycker	22
Tabeller	25
Kort om statistiken	33
Statistikens ändamål och innehåll	33
Detta omfattar statistiken	33
Definitioner och förklaringar	33
Statistikens framställning	34
Statistikens kvalitet	35
Bra att veta	36
Publicering och spridning	36

Sveriges statistiska databaser	36
Annan statistik.....	36
Food Sales 2023	37
High but decreasing rate of food price increase	37
Trend break – more fruit, less sweets	37
A boost for private label products.....	37
List of tables.....	38
List of graphs.....	39
List of terms	39

Sammanfattning

Den totala försäljningen av livsmedel och drycker uppgick under 2023 till 384 miljarder kronor i löpande priser, en ökning med 28 miljarder kronor, eller 7,9 procent jämfört med 2022. Priserna på livsmedel och drycker ökade enligt konsumentprisindex (KPI) med 12,1 procent, en ökning jämfört med 2022 som låg på redan höga 9,5 procent. Den genomsnittliga prisökningen av livsmedel och drycker mellan 2016 och 2022 var 3,2 procent.

Hög men avtagande prisökningstakt på livsmedel

Den höga prisutvecklingen på livsmedel som tog fart i början på 2022 var fortsatt hög under 2023. Efter att ha nått en topp i februari 2023 mattades inflationen av under året, men låg kvar på en klart högre nivå än tidigare. Under 2023 ökade priserna på livsmedel med 13,4 procent medan alkoholfria drycker ökade med 11,1 procent. Alkoholhaltiga drycker ökade i sin tur med 5,7 procent. Fisk var den varugrupp som ökade mest i pris mellan 2022 och 2023 med hela 20,5 procent, för 2022 var ökningen 10,9 procent.

Trendbrott – mer frukt, mindre godis

Under 2023 ökade den inflationsjusterade försäljningen av frukt med 3,7 procent, medan försäljningen av godis minskade med 3,8 procent. Detta innebär en minskad försäljningsvolym av godis för första gången sedan 2020. Per person såldes godis för 1 830 kronor per person och år, och frukt för 665 kronor per person och år.

Uppsving för egna märkesvaror

Försäljningsvärdet av butikernas egna märkesvaror (EMV¹) ökade med 6,1 procent jämfört med 2022, vilket kan ses som en effekt av högre livsmedelspriser. Totalt såldes egna märkesvaror för 88 miljarder kronor 2023. Ekologiska varor såldes för 18 miljarder kronor, en minskning med 3,8 procent jämfört med 2022. I statistiken har ett lägre försäljningsvärde för ekologiska varor noterats varje år sedan 2021.

¹ Egna märkesvaror (EMV) är produkter som tillverkas av underleverantörer men som säljs under detaljhandelns eget varumärke. Dessa säljs oftast till något lägre pris.

Livsmedelsförsäljning 2023

Under 2023 uppgick den totala försäljningen av *livsmedel och drycker* till 384 miljarder kronor, en ökning med 28 miljarder kronor, eller 7,9 procent jämfört med 2022.

Livsmedel står för 77 procent av försäljningen, medan *alkoholfria drycker* står för 10 procent och *alkoholhaltiga drycker* för 13 procent. Andelen livsmedel ökade något jämfört med 2022, och har återgått till samma nivå som 2016. Både de alkoholfria och de alkoholhaltiga dryckerna låg kvar på liknande nivåer som för 2022. I jämförelse med 2016 var försäljningen av alkoholfria drycker på ungefär samma nivå, medan de alkoholhaltiga har minskat.

Tabell 1. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, 2016, 2022 och 2023, belopp i mnkr
Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2016, 2022 and 2023, in SEK million

COICOP	Varugrupp	2016		2022		2023	
		Mnkr	Andel (%)	Mnkr	Andel (%)	Mnkr	Andel (%)
01+02.1	Livsmedel och drycker	271 255	100,0	356 381	100,0	384 439	100,0
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	232 960	85,9	306 523	86,0	333 642	86,8
01.1	Livsmedel	209 919	77,4	272 119	76,4	296 855	77,2
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	32 330	11,9	46 229	13,0	49 879	13,0
01.1.2	Kött	38 856	14,3	48 973	13,7	53 152	13,8
01.1.3	Fisk	13 100	4,8	14 873	4,2	17 942	4,7
01.1.4	Mjök, ost och ägg	36 779	13,6	46 387	13,0	49 579	12,9
01.1.5	Oljor och fetter	5 932	2,2	8 855	2,5	9 466	2,5
01.1.6	Frukt	18 833	6,9	21 947	6,2	24 913	6,5
01.1.7	Grönsaker	26 000	9,6	33 331	9,4	36 415	9,5
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	27 561	10,2	38 511	10,8	41 311	10,7
01.1.9	Övriga livsmedel	10 528	3,9	13 011	3,7	14 198	3,7
01.2	Alkoholfria drycker	23 041	8,5	34 403	9,7	36 787	9,6
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	6 993	2,6	10 601	3,0	11 334	2,9
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	16 048	5,9	23 803	6,7	25 453	6,6
02.1	Alkoholhaltiga drycker	38 295	14,1	49 858	14,0	50 797	13,2
02.1.1	Spritdrycker	7 047	2,6	10 173	2,9	9 945	2,6
02.1.2	Vin inkl. cider	20 317	7,5	25 870	7,3	26 481	6,9
02.1.3	Öl	10 931	4,0	13 815	3,9	14 371	3,7

I löpande priser kan man se en ökad försäljning de senaste åren. Under åren 2022 och 2023 ökade livsmedelsförsäljningen med 22 respektive 28 miljarder kronor. Den förändringen förklaras till största delen av hög inflation på livsmedel.

Samtliga varugrupper förutom *spritdrycker* ökade i försäljning jämfört med 2022. 2023 såldes sprit för 9,9 miljarder kronor, en minskning med 228 miljoner kronor, eller 2,2 procent jämfört med 2022. Mellan åren 2021 och 2022 minskade alla alkoholhaltiga drycker, men medan *vin* och *öl* ökade i försäljning under 2023 fortsatte *spritdrycker* att minska.

Likt 2022 var *kött* den största varugruppen som stod för 13,8 procent av den totala försäljningen. År 2023 såldes kött för 53,1 miljarder kronor, en ökning med 4,2 miljarder, eller 8,5 procent jämfört med året innan. *Mjök, ost och ägg* samt *bröd och spannmål* var två ytterligare stora varugrupper. 2023 handlade svenskarna mejerivaror och ägg för 49,6 miljarder kronor och bröd, mjöl, ris och pasta för 49,9 miljarder kronor, detta motsvarade 13 procent av den totala försäljningen.

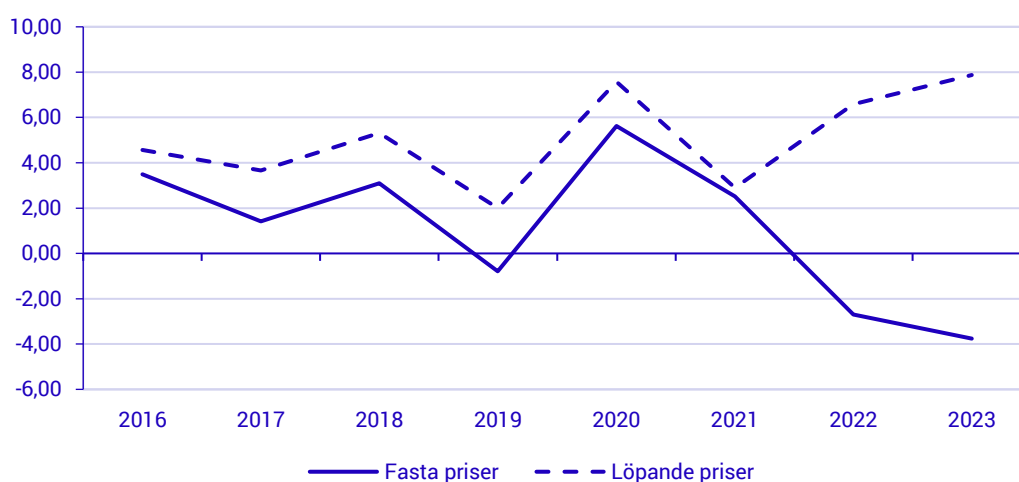
Fisk var den varugrupp vars försäljning ökade mest relativt den totala försäljningen. År 2023 såldes fisk för 17,9 miljarder kronor, motsvarande 4,7 procent av alla livsmedel och alla drycker. Detta är en ökning med 0,5 procentenheter jämfört med 2022 då försäljningen av fisk uppgick till 14,8 miljarder, en andel på 4,2 procent. *Vin* var den varugrupp som i stället minskade mest sett i förhållande till den totala försäljningen. År 2023 uppgick vinförsäljningen till 26,5 miljarder kronor vilket motsvarade en andel på 6,9 procent. Det är en minskning från 2022 då andelen vin var 7,3 procent av den totala försäljningen av livsmedel och drycker.

Prisutveckling av livsmedelsvaror

Åren 2022 och 2023 präglades av hög inflation, inte minst på livsmedel, vilket blir tydligt vid en jämförelse över tid. I diagram 1 nedan återges den totala försäljningsutvecklingen för *livsmedel och drycker* i både löpande och fasta priser. Utvecklingen i löpande priser under 2023 uppgick till 7,9 procent jämfört med 2022, den genomsnittliga prisökningen under perioden 2016–2022 var 3,2 procent.

Diagram 1. Försäljningsutveckling för livsmedel och drycker, 2016–2023, i löpande och fasta priser, årlig utveckling i procent.

Graph 1. Sales development of food and beverages, 2016–2023, in current and fixed prices, yearly development in percentages.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå.

Utvecklingen i fasta priser var -3,8 procent för 2023 vilket är en fortsättning på det trendbrott som uppstod 2022 till följd av ökad inflation. Fram till 2021 följde försäljningen i löpande och fasta priser varandra, men från 2022 så ökar försäljningen i löpande priser, medan den i fasta priser minskar.

De höga prisökningarna på livsmedel är förklaringen till det stora glappet mellan försäljningen i löpande och fasta priser under åren 2022 och 2023. Diagrammet visar att volymutvecklingen av livsmedel och drycker var negativ under dessa år samtidigt som försäljningen av livsmedel och drycker i kronor ökade.

I tabell 2 redovisas försäljningsutvecklingen uppdelat på de olika varugrupperna. Försäljningen av *livsmedel och drycker*, har sedan 2016 ökat med 41,7 procent i löpande priser, medan försäljningen i fasta priser har ökat med 5,2 procent.

En av två varugrupper som under 2023 visade en positiv ökning i både löpande och fasta priser var *fisk* som ökade 20,6 procent i löpande priser, och 0,1 procent i fasta priser jämfört med 2022. Den andra gruppen är *frukt* som ökade med 13,5 procent jämfört med 2022 i löpande priser. I fasta priser ser vi en liten volymökning med en försäljningsökning på 3,7 procent.

För övriga varugrupper noterades en negativ utveckling i fasta priser, vilket indikerar en minskad försäljningsvolym.

Tabell 2. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, procentuell utveckling 2023/2022 och 2023/2016, i löpande och fasta priser.

Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2023/2022 and 2023/2016, in current and fixed prices.

COICOP	Varugrupp	Löpande priser		Fasta priser	
		2023/2022	2023/2016	2023/2022	2023/2016
01+02.1	Livsmedel och drycker	7,9	41,7	-3,8	5,2
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	8,8	43,2	-3,8	3,4
01.1	Livsmedel	9,1	41,4	-3,8	2,0
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	7,9	54,3	-4,1	12,5
01.1.2	Kött	8,5	36,8	-0,7	1,5
01.1.3	Fisk	20,6	37,0	0,1	-11,5
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	6,9	34,8	-5,1	-6,6
01.1.5	Oljor och fetter	6,9	59,6	-6,6	-8,7
01.1.6	Frukt	13,5	32,3	3,7	-1,0
01.1.7	Grönsaker	9,3	40,1	-6,0	-3,9
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	7,3	49,9	-7,0	14,4
01.1.9	Övriga livsmedel	9,1	34,9	-4,0	1,0
01.2	Alkoholfria drycker	6,9	59,7	-3,8	14,9
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	6,9	62,1	-0,6	-0,8
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt- och grönsaksjuicer	6,9	58,6	-4,9	21,7
02.1	Alkoholhaltiga drycker	1,9	32,6	-3,6	14,8
02.1.1	Spritdrycker	-2,2	41,1	-5,2	29,1
02.1.2	Vin inkl. cider	2,4	30,3	-3,1	9,7
02.1.3	Öl	4,0	31,5	-3,2	14,6

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

I löpande priser ökade *kaffe, te och chokladdryck* mest under 2023, 62,1 procent, jämfört med 2016. I fasta priser minskade dock försäljningen något, 0,8 procent, vilket visar på att det sålts mindre kaffe, te och chokladdryck till högre priser under 2023 än under 2016. Jämfört med 2022 ökade försäljningen med 6,9 procent i löpande priser, och minskade med 0,6 procent i fasta priser, vilket även det visar på fortsatta prisökningar.

Oljor och fetter är den varugrupp vars försäljning har ökat näst mest i löpande priser från 2016 till 2023, 59,6 procent. Denna ökning beror endast på prisförändringar då försäljningen i fasta priser har minskat med 8,7 procent sedan 2016, vilket även kan sägas avse

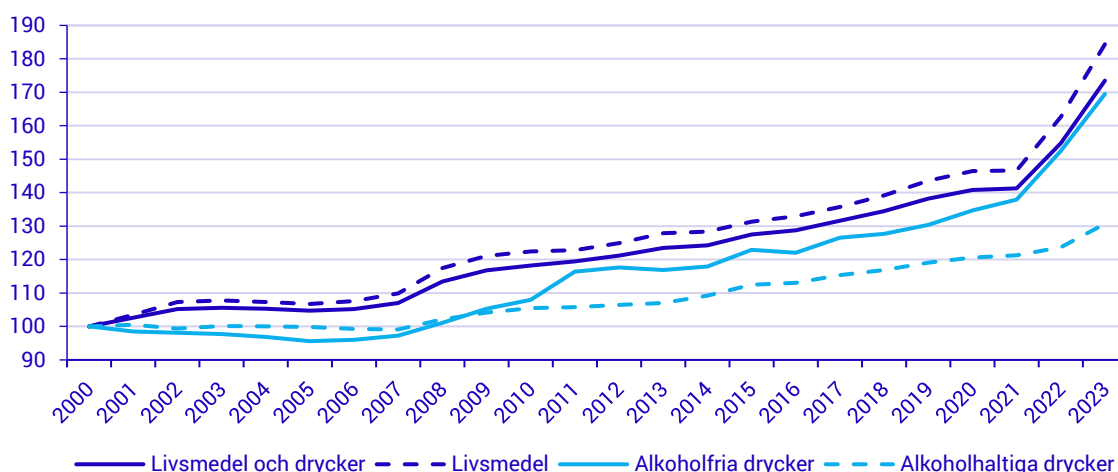
volymutvecklingen. I löpande priser ökade försäljningen med 6,9 procent jämfört med 2022, och minskade med 6,6 procent i fasta priser, även det en ren prisökning inom varugruppen oljor och fetter.

Under ett flertal år har det skett en volymökning av försäljning av *socker, sylt, honung, choklad och konfektyr*. Under 2023 bröts dock den här trenden då försäljningen i fasta priser minskade med 6,9 procent jämfört med 2022, medan försäljningen i löpande priser ökade med 7,3 procent. Detta innebär en volymminskning och ökade priser. Jämfört med 2016 har försäljningen i löpande priser ökat med 49,9 procent, och i fasta priser med 14,4 procent.

I diagram 2 nedan visas prisindexutvecklingen för *livsmedel och drycker* enligt Konsumentprisindex (KPI). Här syns att den kraftiga prisökning som var för varugrupperna under 2022 fortsatte under 2023.

Diagram 2. Prisindexutveckling för livsmedel och drycker, 2000–2023, enligt KPI (2000=100).

Graph 2. Price index development of food and beverages, 2000–2023, as per KPI (2000=100).



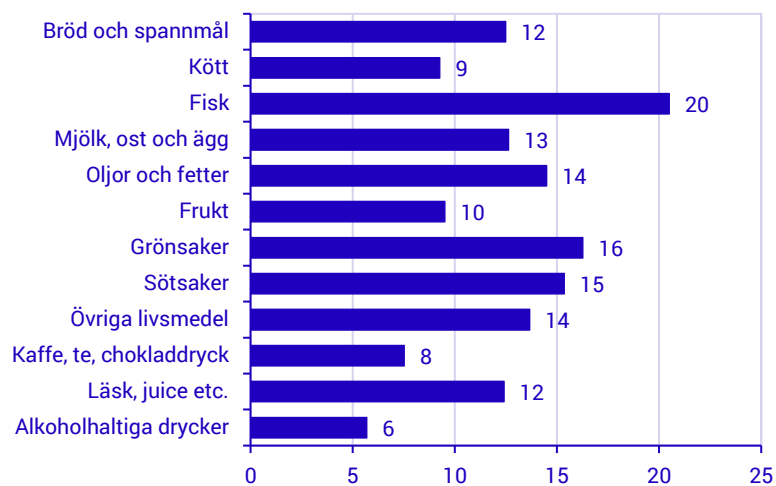
Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå.

De alkoholhaltiga dryckerna hade inte samma kraftiga prisökning under 2022 och 2023 som de alkoholfria dryckerna och livsmedel i stort, men visar även de en ökning under 2022 och 2023. Förklaringar till den höga prisökningen kan hittas i SCB:s publikationer av KPI.

I diagram 3 nedan visas prisökningen per varugrupp. Priserna för *livsmedel och drycker* ökade enligt KPI med 12,1 procent 2023. Denna prisökning påbörjades redan 2022, där priserna ökade med 9,5 procent, detta var då ett trendbrott, då den genomsnittliga prisökningen mellan 2016 och 2021 endast var 1,9 procent.

Diagram 3. Prisförändringar för livsmedel och drycker, 2022–2023, utveckling i procent.

Graph 3. Price changes of food and beverages, 2022-2023, development in percentages.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Trenden med låga prisökningar på livsmedel och drycker bröts 2022, och har under 2023 ökat ytterligare. Priserna för *livsmedel exklusive dryck* ökade med 13,4 procent under 2023, medan priserna för *alkoholfria drycker* ökade med 11,1 procent. Även trenden för *alkoholhaltiga drycker* bröts 2022, och prisökningen fortsatte även för den gruppen varor, med en ökning på 5,7 procent, vilket var den lägsta prisökningen under 2023.

Den enskilda varugrupp som ökade mest i pris var *fisk* som ökade med 20,5 procent. Näst mest ökade *grönsaker*, 16,3 procent, tätt följd av *sötsaker* som ökade 15,5 procent. Ingen varugrupp visade på en minskning av priserna jämfört med 2022.

Försäljning per capita

I löpande priser ökade försäljningen per capita av *livsmedel och drycker* med 7,6 procent, eller 2 562 kronor per år, mellan 2022 och 2023. Försäljningen landade på 36 434 kronor per person och år. I genomsnitt har försäljningen ökat med 4,7 procent under de senaste fem åren. Den största ökningen skedde under 2023 som en effekt av en högre inflation.

I tabell 3 presenteras försäljning per capita för samtliga varugrupper i löpande priser. Per capita-beräkningen har genomförts för hela befolkningen, även försäljningen av alkoholhaltiga varor.

Tabell 3. Försäljning per capita i kronor, utveckling i procent 2022–2023.

Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2022-2023.

COICOP	Varugrupp	2022	2023	Utveckling (%)
01+02.1	Livsmedel och drycker	33 872	36 434	7,6
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	29 133	31 620	8,5
01.1	Livsmedel	25 863	28 133	8,8
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	4 394	4 727	7,6
01.1.2	Kött	4 655	5 037	8,2
01.1.3	Fisk	1 414	1 700	20,3
01.1.4	Mjök, ost och ägg	4 409	4 699	6,6
01.1.5	Oljor och fetter	842	897	6,6
01.1.6	Frukt	2 086	2 361	13,2
01.1.7	Grönsaker	3 168	3 451	8,9
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	3 660	3 915	7,0
01.1.9	Övriga livsmedel	1 237	1 346	8,8
01.2	Alkoholfria drycker	3 270	3 486	6,6
01.2.1	Kaffe, te och choklad	1 008	1 074	6,6
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	2 262	2 412	6,6
02.1	Alkoholhaltiga drycker	4 739	4 814	1,6
02.1.1	Spritdrycker	967	943	-2,5
02.1.2	Vin	2 459	2 510	2,1
02.1.3	Öl	1 313	1 362	3,7

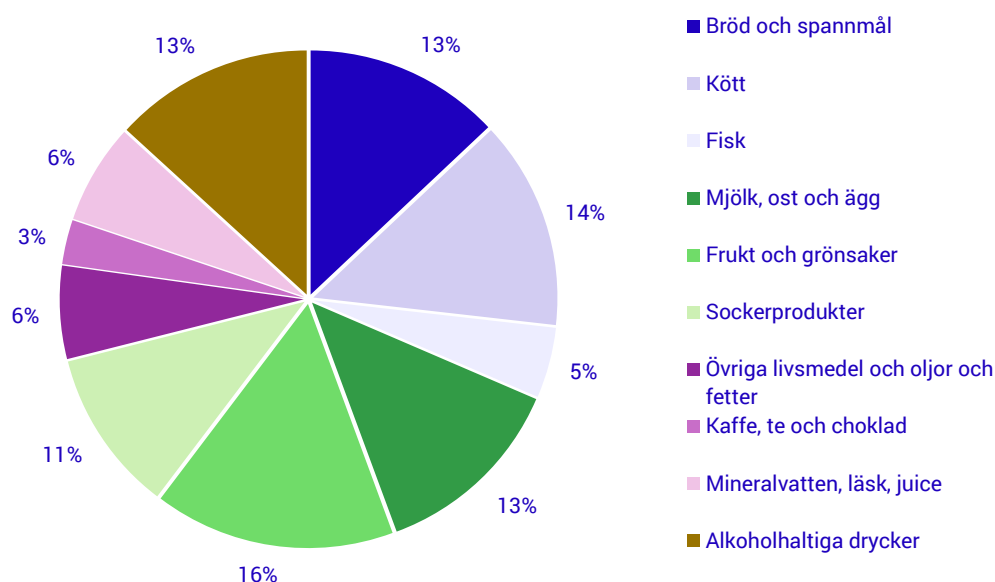
Källa: Per capita beräknas utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Fisk är den varugrupp som ökade mest, 20,3 procent, jämfört med 2022, och här la den genomsnittlige svensken 1 700 kronor per person under 2023. På grund av de generellt högre priserna så har ingen varugrupp minskat i försäljning per capita. Den varugrupp som den genomsnittlige svensken köpte mest av var *kött*, som såldes för 5 037 kronor per person under 2023, en ökning med 8,2 procent.

Frukt såldes för 2 361 kronor per person under 2023, en ökning med 13,2 procent jämfört med 2022. Sötsaker (socker, sylt, honung, choklad och konfektyr) ökade med 7 procent till en försäljning på 3 916 kronor per person. Här ingår *godis*, där den genomsnittlige svensken handlade för 2 787 kronor, en ökning med 10 procent jämfört med 2022. Utslaget per vecka handlade svensken frukt för 45 kronor i veckan, och godis för 54 kronor i veckan.

I diagram 4 nedan visas en fördelning på vad den genomsnittlige svensken la sina pengar på under 2023.

Diagram 4. Försäljningsandelar per capita, procent.
Graph 4. Shares of sales per capita, percentages.



Källa: Per capita beräknas utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Störst andel av svenskens pengar lades på *frukt och grönsaker*, 16 procent, medan näst mest lades på *kött*, 14 procent av den totala försäljningen per capita. Noterbart är att svensken la lika stor andel av sina livsmedelsköp på varor inom grupperna *bröd och spannmål*, *mjölk, ost och ägg*, samt *alkoholhaltiga drycker*, nämligen 13 procent.

Den varugrupp som svensken la minst pengar på, var *kaffe, te och choklad*. Endast 1 074 kronor per person, eller 3 % av den totala försäljningen per capita.

Mer EMV och mindre ekologiskt i varukorgen

Försäljningen av ekologiska livsmedel och egna märkesvaror (EMV) bygger på kedjornas egen information. I viss mån kan försäljningsförändringar av ekologiska varor eller EMV bero på att utbudet av ekologiska varor eller EMV i handeln har ändrats eller att den totala livsmedelsförsäljningen har ändrats. Uppgifterna bör således betraktas med viss försiktighet. Definitionen och beräkningarna av detta kapitel beskrivs i avsnittet *Fakta om statistiken*.

Tabell 4. Försäljning EKO och EMV, mnkr, utveckling och andel i procent.

Table 4. Sales of organic and private labels, SEK million, development and shares in percentages.

Varugrupp	Total 2023	EKO 2023	Utveckling EKO 2023/2022 (%)	Andel EKO 2023	EMV 2023	Utveckling EMV 2023/2022 (%)	Andel EMV 2023
Livsmedel och alkoholfria drycker	333 642	18 117	-3,8	5,4	88 277	6,1	26,5
Livsmedel	296 855	16 640	-3,6	5,6	84 653	6,1	28,5
Bröd och övriga spannmålsprodukter	49 879	806	-6,3	1,6	9 257	0,4	18,6
Kött	53 152	801	-17,8	1,5	21 199	12,0	39,9
Fisk	17 942	2 950	2,5	16,4	6 772	-4,6	37,7
Mjök, ost och ägg	49 579	3 017	0,9	6,1	15 003	11,3	30,3
Oljor och fetter	9 466	690	-8,3	7,3	1 829	12,1	19,3
Frukt	24 913	3 215	-2,8	12,9	9 689	-1,6	38,9
Grönsaker	36 415	3 017	-11,8	8,3	15 136	8,2	41,6
Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	41 311	1 247	5,1	3,0	3 263	-6,6	7,9
Övriga livsmedel	14 198	896	-0,1	6,3	2 504	18,5	17,6
Alkoholfria drycker	36 787	1 476	-5,7	4,0	3 624	5,8	9,9
Kaffe, te och choklad	11 334	995	-3,1	8,8	975	21,6	8,6
Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	25 453	482	-10,6	1,9	2 649	0,9	10,4

Försäljningen av ekologiska livsmedel och alkoholfria drycker uppgick under 2023 till 18,1 miljarder kronor vilket motsvarar 5,4 procent av den totala försäljningen. Jämfört med 2022 minskade försäljningen av ekologiska varor med 3,8 procent där kött var den varugrupp som minskade mest, 17,8 procent. Även försäljningen av ekologiska grönsaker minskade mycket jämfört med 2022, med 11,8 procent och uppgick till 3 miljarder kronor under 2023.

Några varugrupper ökade däremot sin försäljning av ekologiska varor. Sötsaker och sylt ökade med 5,1 procent jämfört med året innan och uppgick till 1,2 miljarder kronor år 2023. Även försäljningen av

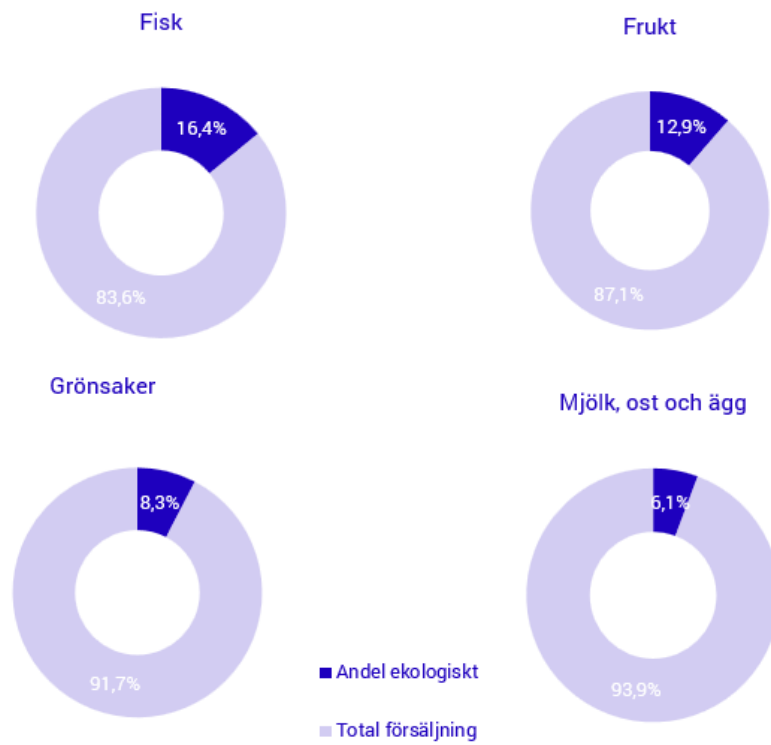
ekologisk fisk ökade under 2023, med 2,5 procent. Mjök, ost och ägg ökade sin ekologiska försäljning med en knapp procent.

Försäljningen av egna märkesvaror uppgick under 2023 till 88,3 miljarder kronor i löpande priser vilket avser 26,5 procent av den totala försäljningen. Det är en ökning med 6,1 procent jämfört med 2022. Kaffe, te och choklad var den varugrupp vars försäljning av EMV ökade mest, 21,6 procent. Detta motsvarar en andel på 8,6 procent av den totala försäljningen. Även kött samt mjök, ost och ägg ökade sin försäljning av egna märkesvaror under 2023, med 12 respektive 11,3 procent. Dessa varugrupper är relativt dyra och de redan höga livsmedelspriserna under 2022 och 2023 kan vara en bidragande orsak till att försäljningsvärdet av EMV ökar, då EMV generellt säljs till lägre pris.

Försäljningsvärdet av ekologiska varor och egna märkesvaror ökade båda stadigt fram till 2020, men från 2021 har den ekologiska försäljningen i stället gått nedåt medan EMV fortsatt att öka.

Andelen ekologiska varor som såldes 2023 var olika stor i olika varugrupper, se diagram 5 på nästa sida. Högst andel ekologiska varor återfanns bland fisk där 16,4 % av all fisk som såldes var ekologisk. Näst högst andel var bland frukt vars ekologiska försäljning motsvarade nästan 13 procent av den totala försäljningen. Av all grönsaksförsäljning var 8,3 procent ekologisk och motsvarande andel för mjök, ost och ägg var 6,1 procent.

Diagram 5. Andel ekologisk försäljning av olika varugrupper, procent av total försäljning.
Graph 5. Share of ecological sales for different product groups, percentage of total sales.



Frukostfavoriter

Försäljningen av typiska frukostvaror minskade med 2,3 miljarder kronor i fasta priser mellan 2022 och 2023, vilket talar för att svenskarna handlade mindre av de artiklar de normalt ställer på frukostbordet. Det är en minskning med 5,7 procent, eller 3,4 miljarder från 2021. En förklaring till detta är de höga livsmedelspriserna som tog fart under 2022.

Tabell 5. Försäljning av frukostvaror i fasta priser, mnkr, 2020–2023.

Table 5. Sales of breakfast articles in fixed prices, SEK million, 2020-2023.

Varugrupp	2020	2021	2022	2023
Bröd ²	14 092	14 869	14 788	14 181
Ägg	2 589	2 510	2 413	2 221
Ost ³	12 341	12 556	11 879	11 322
Mjölk	3 626	3 521	3 196	3 166
Yoghurt och fil	4 148	4 103	3 913	3 892
Smör	1 138	1 107	1 027	1 194
Sylter och marmelader	1 136	1 098	1 128	987
Kaffe	4 860	4 999	4 434	4 114
Te	784	821	838	1 128
Frukt- och grönsaksjuicer	13 486	14 323	15 159	14 264
Total	58 199	59 908	58 775	56 469

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Om än dessa varugrupper tillsammans såldes i mindre volymer under 2023, sticker två av dessa ut då de ökade i försäljningsvolym. Smör och te ökade med 168 respektive 290 miljoner kronor jämfört med 2022, i procent motsvarar det ökning med 16 respektive 35 procent. Sett över åren 2020 till 2023 har svenskarna handlat mindre kaffe, men mer te.

Försäljningen av frukt- och grönsaksjuicer är den varugrupp som minskade mest i fasta priser, år 2023 handlade svenskarna juice för 895 miljoner kronor mindre än år 2022. En minskning med 6 procent. Ser man däremot från år 2020 har försäljningsvolymen av juice ökat med 5,8 procent, från 13,5 miljarder kronor. Även försäljningen av bröd och ost minskade i fasta priser och uppgick till 14,2 respektive 11,3 miljarder kronor under 2023.

² Här ingår matbröd, vetebröd, hårt bröd, skorpar och kex.

³ Här ingår hårdost, mjukost och ädelost.

Svenskarna handlade även mindre mejerivaror som mjölk, yoghurt och fil under 2023. Jämfört med 2022 minskade försäljningen av mjölk med 30 miljoner kronor i fasta priser, medan yoghurt och fil minskade med liknande omfattning, ca 21 miljoner kronor. Ser man tillbaka till 2020 är minskningen ännu större, svenskarna köpte då mjölk för 3,6 miljarder kronor i fasta priser vilket motsvarar 460 miljoner kronor mer än 2023. Försäljningen av yoghurt och fil var 256 miljoner kronor högre år 2020 än 2023.

Frukt och grönt

Försäljningen av både frukt och grönsaker ökade i löpande priser mellan 2022 och 2023, med 13,5 respektive 9,3 procent. I fasta priser ökade däremot endast frukt medan grönsaker minskade, vilket innebär att det köptes mer frukt, men mindre grönsaker.

Tabell 6. Frukt och grönsaker, försäljning och utveckling i löpande och fasta priser, mnkr 2022–2023.
Table 6. Fruit, and vegetables, sales and development in current and fixed prices, SEK million, 2022-2023.

Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2022	2023	Utveckling (%)	2022	2023	Utveckling (%)
Frukt	21 947	24 913	13,5	9 803	10 162	3,7
Citrusfrukter	3 088	3 380	9,4	1 268	1 267	-0,1
Bananer	3 404	3 665	7,7	1 397	1 374	-1,7
Äpplen	2 248	2 574	14,5	923	965	4,5
Päron	602	688	14,3	247	258	4,3
Stenfrukter	2 070	2 134	3,1	850	800	-5,9
Bär	4 690	5 828	24,3	2 107	2 382	13,1
Annan färsk, kyld, fryst torkad eller konserverad	5 846	6 644	13,7	3 012	3 117	3,5
Grönsaker	33 331	36 415	9,3	20 761	19 507	-6,0
Blad- och stamgrönsaker	3 188	3 291	3,2	1 784	1 557	-12,8
Kål	1 317	1 350	2,5	738	638	-13,4
Grönsaker som odlas för fruktens skull	8 505	9 315	9,5	4 761	4 406	-7,5
Rotfrukter, lökgrönsaker utan stärkelse samt svamp	5 642	6 675	18,3	3 443	3 488	1,3
Torkade och konserverade/behandlade grönsaker	6 871	7 280	6,0	4 976	4 646	-6,6
Potatis	2 684	2 787	3,8	1 058	1 041	-1,6
Andra rotknölar	5 124	5 716	11,5	4 001	3 732	-6,7

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskaperens varugruppsnivå.

År 2023 ökade försäljningen av frukt med 3,7 procent i fasta priser, från 9,8 till 10,2 miljarder kronor. Bär var den varugrupp som ökade mest i försäljningsvolym relativt till 2022, 13 procent, därefter äpplen med 4,5 procent. Försäljningen av stenfrukter som bland annat avokado, persika och mango minskade med nästan 6 procent i fasta priser. Svenskarna

handlade dessutom mindre bananer jämfört med 2022 där volymen sålda bananer minskade med 1,7 procent.

Försäljning av frukt ökade från 21,9 till 24,9 miljarder kronor i löpande priser mellan 2022 och 2023, där bär var den varugrupp som ökade mest med 24,3 procent. Totalt såldes äpplen för 2,6 miljarder kronor, en ökning med 14,5 procent jämfört med 2022 då försäljningen uppgick till 2,2 miljarder kronor. Försäljningsutvecklingen av päron var på samma nivå som för äpplen då svenskarna år 2023 handlade päron för 688 miljoner kronor, en ökning med 86 miljoner kronor.

Bland grönsaker ses en tydlig effekt av de höga priserna på livsmedel. Försäljningsvärdet gick från 33,3 till 36,4 miljarder kronor, men den prisjusterade försäljningen har minskat med 1,3 miljarder. Svenskarna handlade alltså mindre grönsaker fast för mer pengar.

Försäljningen av rotfrukter, lökgrönsaker och svamp ökade med 1 miljard kronor, eller 18,3 procent i löpande priser. Den varugruppen ökade även i fasta priser vilket innebär att det köptes mer av de varorna. I varugruppen *grönsaker som odlas för fruktens skull* återfinns grönsaker som tomat, paprika och stjälvväxter, varor som svenskarna handlade mindre av under 2023. I löpande priser ökade däremot försäljningen av dessa grönsaker från 8,5 till 9,3 miljarder kronor.

Gurka, vitkål och övriga bladgrönsaker återfinns i gruppen blad- och stamgrönsaker vars försäljning i fasta priser minskade med nästan 13 procent. I löpande priser gick försäljningen från 3,2 till 3,3 miljarder kronor mellan 2022 och 2023, en ökning med 3,2 procent.

År 2023 såldes mindre potatis sett till försäljning i fasta priser, 1,6 procent mindre än 2022. I löpande priser ökade däremot försäljningen från 2,7 till 2,8 miljarder kronor, en ökning med 3,8 procent.

Tabell 7. Frukt och grönsaker, försäljning per capita i löpande och fasta priser, kronor, 2021–2023.
 Table 7. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in current and fixed prices, SEK, 2021-2023.

Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Frukt	2 096	2 086	2 361	1 024	932	963
Grönsaker	3 039	3 168	3 451	2 088	1 973	1 849

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå. Per capita beräknas utifrån befolkningsciffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

År 2023 handlade den genomsnittlige svensken frukt för 2 361 kronor per person och år vilket är en ökning med 275 kronor jämfört med 2022. Även den prisjusterade försäljningen av frukt ökade då svenskarna handlade frukt för 963 kronor per person, en ökning med 31 kronor per år. Jämfört med 2021 är detta dock en minskning i volym då den genomsnittlige svensken då handlade frukt för 1 024 kronor per år.

Försäljningen av grönsaker i löpande priser ökade både under 2022 och 2023 och uppgick 2023 till 3 451 kronor per person och år. I fasta priser noteras däremot en motsatt trend, den genomsnittlige svensken har köpt mindre grönsaker under dessa år. Mellan 2022 och 2023 minskade den prisjusterade försäljningen av grönsaker med 124 kronor per person och år.

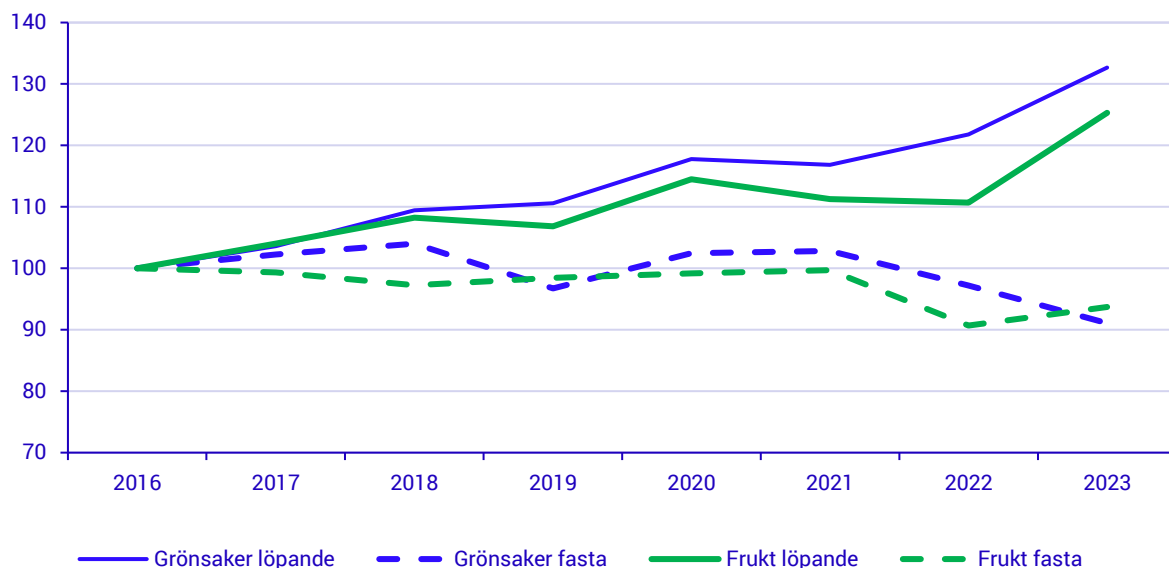
Den ökade försäljningen av frukt och grönt per person i löpande priser samt den minskade försäljningen i fasta priser syns över ett längre tidsspann i diagram 6 nedan. Fram till 2018 låg mängden grönsaker som den genomsnittlige svensken köper på en stadig nivå, men minskade år 2019. Försäljningsvolymen ökade något fram till 2022 då den åter minskade för att 2023 uppgå till lägsta nivån hittills under denna period.

Utvecklingen av mängden köpt frukt per person och år har under dessa år legat stadigt. Jämfört med grönsaker har volymen varit något lägre med undantag för åren 2019 och 2023.

I löpande priser har försäljningen av frukt per person och år haft en positiv trend och ökat som mest mellan 2022 och 2023. Denna ökning beror på både volym- och prisökningar medan ökningen av grönsaker under samma period endast avser högre priser på de varorna.

Diagram 6. Indexutveckling frukt och grönsaker per capita i löpande och fasta priser, kronor, 2016–2023 (2016=100).

Graph 6. Index development fruit and vegetables per capita in current and fixed prices, SEK, 2016-2023 (2016=100).



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå. Per capita-beräkningar görs utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Fredagsmys

Höga livsmedelspriser har till viss del påverkat svenskarna till att dra ner på de varor som oftast handlas till fredagsmyset. I fasta priser minskade försäljningen av godis med 3,8 procent jämfört med 2022, medan försäljningen i löpande priser ökade med 10,6 procent, eller 2,8 miljarder kronor. En minskad försäljning i fasta priser tyder på en minskad såld volym, och ökningen i löpande priser är helt beroende av högre priser.

Försäljningen av *chips och snacks* däremot, har en positiv utveckling både i fasta och löpande priser, dvs en ökad försäljningsvolym. I fasta priser ökade försäljningen med 2,3 procent till 4,4 miljarder kronor under 2023, medan försäljningen i löpande priser ökade med 19,6 procent. Även här visar gapet mellan löpande och fasta priser på en högre prisnivå under 2023 än under 2022.

Tabell 8. Försäljning av glass, godis, chips och snacks och läskedryck i fasta och löpande priser, mnkr, 2022–2023.

Table 8. Sales of candy, ice-cream, chips and snacks, and soft drinks in fixed and current prices, SEK million, 2022-2023.

Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2022	2023	Utveckling (%)	2022	2023	Utveckling (%)
Glass	9 102	9 087	-0,2	7 114	6 157	-13,4
Godis	26 583	29 413	10,6	20 075	19 308	-3,8
Chips och snacks	5 897	7 019	19,6	4 382	4 483	2,3
Läskedryck	12 226	13 481	6,9	8 916	9 152	2,6

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå.

När det gäller *glass* minskade försäljningen i löpande priser med 0,2 procent jämfört med 2022, och uppgick till 9 miljarder kronor. Även i fasta priser minskade försäljningen, med 13,4 procent, vilket även innebär en minskad försäljningsvolym.

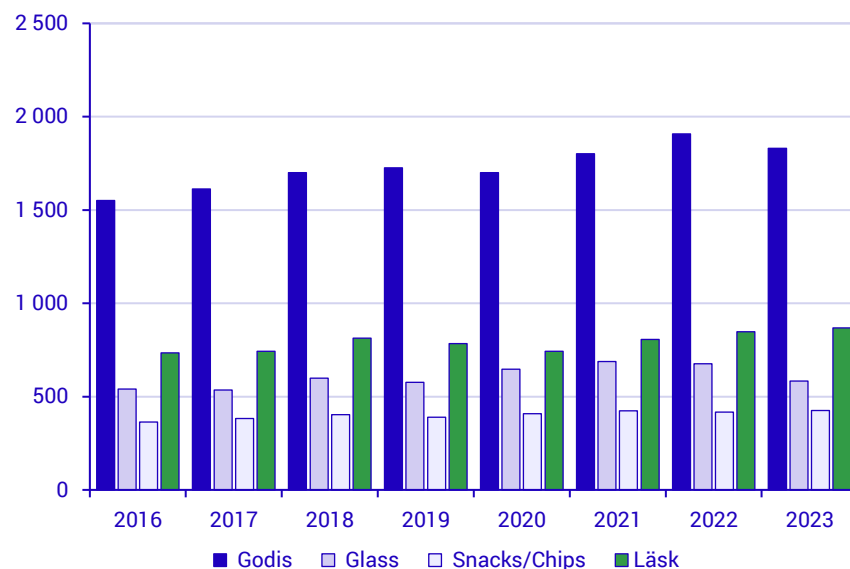
Läskedryck omfattar även mineralvatten. Varugruppen hade en försäljning i löpande priser på 13,4 miljarder kronor, en ökning med 6,9 procent jämfört med 2022. I fasta priser ökade försäljningen med 2,6 procent.

I diagram 7 nedan visas försäljningen av produkter till fredagsmyset per capita i fasta priser under 2016 till 2023. Försäljningen av *chips och snacks* har legat på ungefär samma nivå under hela tidsserien, kring 400 kronor per capita och år. Svensken har därmed inte förändrat hur mycket chips som köps mellan åren.

Försäljningen av *glass* per capita har dock, som nämnts ovan, minskat under 2023. Per capita syns detta tydligt, då försäljningen nu är tillbaka på pre-pandemiska nivåer kring 580 kronor per person från en topp under pandemiåret 2021 på knappa 690 kronor per person och år.

Diagram 7. Godis, glass, chips och snacks och läskedryck per capita i fasta priser, kronor 2016–2023.

Graph 7. Candy, ice-cream, chips, and snacks, and soft drinks per capita in fixed prices, SEK, 2016-2023.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå. Per capita beräknas utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Även *godisförsäljningen* per capita visar ett tydligt mönster med ökad försäljning samtliga år i tidsserien, med en tillfällig nedgång 2020. Trenden bröts 2023 med en försäljning på ca 1 830 kronor per person.

Till fredagsmyset behövs även *läsk*, som visar samma mönster som *godis*, med en stadig ökning hela tidsserien förutom 2020, som fortsatte under 2023, med en försäljning på knappa 870 kronor per person och år.

Kött, fågel och fisk

Under 2023 såldes mer nöt, fågel samt fisk och skaldjur sett till försäljning i fasta priser, vilket i indirekta termer innebär ökade sålda volymer jämfört med 2022. Fågel var den varugrupp som ökade mest med 207 miljoner kronor, eller 4 procent. Det såldes nästan exakt lika mycket fisk under 2023 som 2022, endast 8 miljoner kronor mer. Övrigt kött var den varugrupp som minskade mest i försäljningsvolym, här ingår lamm- och viltkött samt torkat och rökt kött som pastrami, bacon och julskinka. År 2023 såldes övrigt kött för 18,2 miljarder kronor i fasta priser, en minskning med 394 miljoner kronor jämfört med 2022.

Tabell 9. Försäljning av kött, fågel och fisk 2020–2023 i fasta priser, mnkr.

Table 9. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, MSEK.

Varugrupp	2020	2021	2022	2023
Nöt	5 227	5 156	5 041	5 121
Gris	2 335	2 254	2 219	2 121
Fågel	5 107	5 113	4 786	4 993
Fisk och skaldjur	8 012	8 124	7 332	7 340
Övrigt kött	18 571	19 017	18 644	18 250
Totalt	39 252	39 664	38 022	37 824

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Ser man över perioden 2020–2023 minskade försäljningen av alla köttkategorier i fasta priser, totalt med 1,4 miljarder kronor. Fisk och skaldjur var den varugrupp som minskade mest under dessa år då försäljningen gick från 8 till 7,3 miljarder kronor, en minskning med 8,4 procent.

Försäljningen av fågel har sedan 2020 legat på en relativt stabil nivå med undantag för 2022 då försäljningen i fasta priser sjönk till 4,8 miljarder kronor. 2023 ökade försäljningen och återgick till 5 miljarder kronor, något under nivån för år 2020. Även försäljningen av nöt har varit stabil under de senaste fyra åren, men likt fågel minskade volymerna något under 2022 för att sedan öka igen under 2023. De höga priserna på livsmedel kan ha varit en bidragande faktor till volymminskningarna.

Drycker

Försäljningen av alkoholhaltiga drycker uppgick till 38,9 miljarder kronor i fasta priser under 2023, vilket innebär en minskning med 1,5 miljarder kronor, eller 3,6 procent, jämfört med 2022. Även försäljningen av alkoholfria drycker, *mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer*, minskade under 2023 jämfört med 2022.

Försäljningen i fasta priser uppgick till 16,1 miljarder kronor, en minskning med 4,9 procent. Här är det försäljningen av *juice och saft* som minskade mest, 1,1 miljarder kronor, jämfört med 2022.

Tabell 10. Alkoholhaltiga drycker samt läsk, vatten och juice, försäljning i fasta priser, mnkr, 2019–2023.

Table 10. Alcoholic beverages and soft drinks, water and juice, sales in fixed prices, SEK million, 2019-2023.

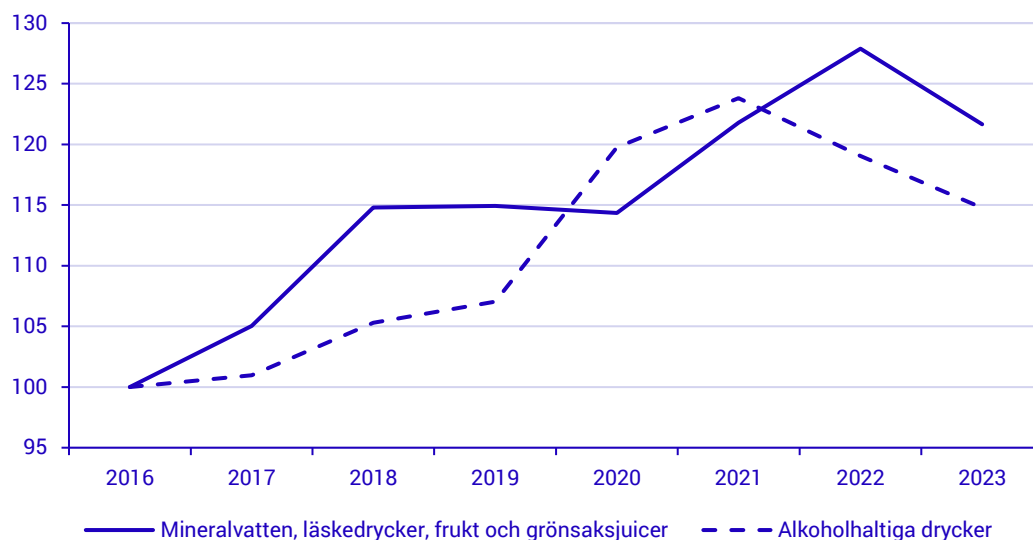
Varugrupp	2019	2020	2021	2022	2023
Alkoholhaltiga drycker	36 252	40 561	41 933	40 320	38 869
Spritdrycker	7 150	8 538	9 163	8 893	8 431
Vin inkl. cider	19 063	20 756	21 277	20 475	19 833
Öl	10 039	11 267	11 493	10 953	10 605
Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	15 197	15 122	16 105	16 912	16 088
Läskedrycker samt mineral- och källvatten	8 097	7 718	8 434	8 916	9 152
Juice och saft	7 100	7 404	7 671	7 996	6 936

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

I diagram 8 nedan redovisas indexutvecklingen i fasta priser av alkoholhaltiga drycker samt mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer med 2016 som basår. Mellan 2019 och 2021 syns en tydlig ökning i försäljningen av alkohol, detta kan vara en effekt av pandemin då restriktioner gjorde att det gjordes färre besök på restaurang och därmed äts och dracks det mer hemma. Under 2022 bröts dock den uppåtgående trenden och mindre alkohol handlades i butik, en minskning som nu fortsatt under 2023.

Diagram 8. Indexutveckling av alkoholhaltiga drycker samt vatten, läsk och juice i fasta priser, 2016–2023 (2016=100).

Graph 8. Index development of alcoholic beverages and water, soft drinks, and juice, in fixed prices, 2016-2023 (2016=100).



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Försäljningen av *mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer* har sedan 2020 ökat i fasta priser, medan det under 2023 skedde ett trendbrott då försäljningen åter minskade till samma nivå som 2021.

I tabell 11 nedan görs en jämförelse per capita, för den del av befolkningen som är över 20 år, mellan alkoholhaltiga och alkoholfria drycker i både löpande och fasta priser. Då alkoholfria drycker även köps av den del av befolkningen som är under 20 år, kommer uppgifterna nedan för de dryckerna vara något högre än vad de varit om jämförelsen gjorts mot hela befolkningen.

Den trend som visats i diagram 8 ovan blir tydlig även vid en uppdelning per capita, särskilt minskningen av *juice och soft* som minskade med 13,8 procent i fasta priser per capita jämfört med 2022.

Tabell 11. Försäljning av alkoholhaltiga drycker, samt vatten, läsk och juice per capita i löpande och fasta priser, mnkr, 2022 – 2023

Table 11. Sales of alcoholic beverages and water, soft drinks, and juice in both current and fixed prices per capita, MSEK, 2022 - 2023

Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2022	2023	Utveckling (%)	2022	2023	Utveckling (%)
Alkoholhaltiga drycker	6 163	6 244	1,3	4 984	4 778	-4,1
Spritdrycker	1 258	1 222	-2,8	1 099	1 036	-5,7
Vin inkl. cider	3 198	3 255	1,8	2 531	2 438	-3,7
Öl	1 708	1 766	3,4	1 354	1 303	-3,7
Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	2 942	3 129	6,3	2 091	1 977	-5,4
Läskedrycker samt mineral- och källvatten	1 511	1 657	9,6	1 102	1 125	2,1
Juice och saft	1 431	1 472	2,8	988	853	-13,8

Källa: Per capita beräknas utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år. Här har per capita beräknats på den del av befolkningen som överstiger 20 år. Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

De alkoholhaltiga dryckerna ökade med 1,3 procent, till 6 244 kronor per person och år i löpande priser. Den vara inom denna grupp som ökade mest i löpande priser var *öl* som ökade med 3,4 procent till 1 766 kronor per person. I fasta priser minskade försäljningen per capita med 4,1 procent, vilket visar på en prisökning även bland dessa varor.

Bland *mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer* var det försäljningen av *läskedryck och mineralvatten* som stod för ökningen. Varugruppen ökade med 9,6 procent till en försäljning på 1 657 kronor per person i löpande priser. I fasta priser var ökningen något mindre, endast 2,1 procent per person jämfört med 2022.

Tabeller

Teckenförklaring

–	Noll	Zero
0 0,0	Mindre än 0,5 Mindre än 0,05	Less than 0.5 Less than 0.05
..	Uppgift inte tillgänglig eller för osäker för att anges	Data not available
.	Uppgift kan inte förekomma	Not applicable
*	Preliminär uppgift	Provisional figure

Tabell 12. Försäljning (inkl moms) av livsmedel och drycker inom handeln, 2016–2023, mnkr.

Table 12. Sales (incl VAT) of food and beverages in the retail trade, 2016–2023, SEK million.

COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01+02.1	Livsmedel och drycker	271 255	281 176	296 131	302 063	324 961	334 367	356 381	384 439
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	232 960	241 728	254 462	258 889	276 056	283 531	306 523	333 642
01.1	Livsmedel	209 919	217 271	227 929	231 816	247 554	252 769	272 119	296 855
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	32 330	32 946	34 680	37 306	39 432	41 671	46 229	49 879
01.1.2	Kött	38 856	39 555	40 286	40 492	44 356	45 329	48 973	53 152
01.1.3	Fisk	13 100	13 493	13 954	13 839	14 806	14 857	14 873	17 942
01.1.4	Mjök, ost och ägg	36 779	38 197	39 750	39 400	41 443	41 967	46 387	49 579
01.1.5	Oljor och fetter	5 932	6 490	7 097	7 199	7 756	7 809	8 855	9 466
01.1.6	Frukt	18 833	19 833	20 869	20 793	22 392	21 913	21 947	24 913
01.1.7	Grönsaker	26 000	27 273	29 124	29 705	31 793	31 761	33 331	36 415
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	27 561	28 622	30 810	31 550	33 062	35 050	38 511	41 311
01.1.9	Övriga livsmedel	10 528	10 862	11 358	11 531	12 513	12 414	13 011	14 198
01.2	Alkoholfria drycker	23 041	24 456	26 533	27 073	28 502	30 762	34 403	36 787
01.2.1	Kaffe, te och choklad	6 993	7 387	7 368	7 343	8 324	8 980	10 601	11 334
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	16 048	17 069	19 164	19 730	20 178	21 782	23 803	25 453
02.1	Alkoholhaltiga drycker	38 295	39 448	41 669	43 174	48 905	50 835	49 858	50 797
02.1.1	Spritdrycker	7 047	7 256	7 517	7 954	9 605	10 374	10 173	9 945
02.1.2	Vin	20 317	21 056	22 207	23 047	25 483	26 271	25 870	26 481
02.1.3	Öl	10 931	11 137	11 946	12 174	13 817	14 190	13 815	14 371

Tabell 13. Försäljning av livsmedel och drycker, fasta priser, 2016–2023, mnkr.

Table 13. Sales of food and beverages, fixed prices, 2016–2023, SEK million.

COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01+02.1	Livsmedel och drycker	210 644	213 633	220 253	218 530	230 817	236 633	230 247	221 593
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	176 777	179 439	184 589	182 278	190 256	194 700	189 927	182 724
01.1	Livsmedel	157 891	160 106	163 812	161 505	169 097	172 393	167 364	161 017
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	25 368	25 803	26 838	27 578	28 784	30 068	29 763	28 550
01.1.2	Kött	30 025	30 260	30 394	29 716	31 240	31 540	30 690	30 484
01.1.3	Fisk	8 293	8 161	8 147	7 601	8 012	8 124	7 332	7 340
01.1.4	Mjök, ost och ägg	26 348	26 429	26 653	25 996	27 432	27 452	25 938	24 613
01.1.5	Oljor och fetter	4 690	4 645	4 606	4 539	4 949	4 891	4 584	4 279
01.1.6	Frukt	10 270	10 331	10 221	10 447	10 577	10 707	9 803	10 162
01.1.7	Grönsaker	20 290	21 004	21 599	20 274	21 585	21 821	20 761	19 507
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	23 570	24 214	25 844	25 854	26 467	27 909	28 989	26 956
01.1.9	Övriga livsmedel	9 038	9 260	9 511	9 499	10 051	9 881	9 504	9 125
01.2	Alkoholfria drycker	18 886	19 333	20 777	20 773	21 159	22 306	22 563	21 706
01.2.1	Kaffe, te och choklad	5 662	5 442	5 596	5 576	6 037	6 202	5 650	5 619
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	13 224	13 891	15 181	15 197	15 122	16 105	16 912	16 088
02.1	Alkoholhaltiga drycker	33 868	34 194	35 664	36 252	40 561	41 933	40 320	38 869
02.1.1	Spritdrycker	6 529	6 612	6 817	7 150	8 538	9 163	8 893	8 431
02.1.2	Vin	18 082	18 244	18 851	19 063	20 756	21 277	20 475	19 833
02.1.3	Öl	9 257	9 338	9 996	10 039	11 267	11 493	10 953	10 605

Källa: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter från KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugruppernivå. Fasprisberäkningen är gjord i 2000 års priser.

Tabell 14. Befolkningsutveckling i Sverige, 2016–2023, tusental.

Table 14. Population development in Sweden, 2016-2023, thousands.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Befolkning	9 995	10 120	10 230	10 328	10 379	10 452	10 522	10 552
Utveckling (%)	-	1,3	1,1	1,0	0,5	0,7	0,7	0,3

Källa: Befolkningssiffrorna är hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Tabell 15. Försäljning av livsmedel och drycker per capita inom handeln, kronor.

Table 15. Sales of food and beverages per capita, SEK.

COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01+02.1	Livsmedel och drycker	27 139	27 784	28 947	29 248	31 309	31 990	33 872	36 434
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	23 307	23 886	24 874	25 068	26 597	27 126	29 133	31 620
01.1	Livsmedel	21 002	21 469	22 280	22 446	23 851	24 183	25 863	28 133
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	3 235	3 255	3 390	3 612	3 799	3 987	4 394	4 727
01.1.2	Kött	3 888	3 909	3 938	3 921	4 274	4 337	4 655	5 037
01.1.3	Fisk	1 311	1 333	1 364	1 340	1 427	1 421	1 414	1 700
01.1.4	Mjök, ost och ägg	3 680	3 774	3 886	3 815	3 993	4 015	4 409	4 699
01.1.5	Oljor och fetter	593	641	694	697	747	747	842	897
01.1.6	Frukt	1 884	1 960	2 040	2 013	2 157	2 096	2 086	2 361
01.1.7	Grönsaker	2 601	2 695	2 847	2 876	3 063	3 039	3 168	3 451
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	2 757	2 828	3 012	3 055	3 185	3 353	3 660	3 915
01.1.9	Övriga livsmedel	1 053	1 073	1 110	1 117	1 206	1 188	1 237	1 346
01.2	Alkoholfria drycker	2 305	2 417	2 594	2 621	2 746	2 943	3 270	3 486
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	700	730	720	711	802	859	1 008	1 074
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	1 606	1 687	1 873	1 910	1 944	2 084	2 262	2 412
02.1	Alkoholhaltiga drycker	3 831	3 898	4 073	4 180	4 712	4 864	4 739	4 814
02.1.1	Spritdrycker	705	717	735	770	925	993	967	943
02.1.2	Vin inkl. cider	2 033	2 081	2 171	2 232	2 455	2 513	2 459	2 510
02.1.3	Öl	1 094	1 100	1 168	1 179	1 331	1 358	1 313	1 362

Källa: Befolkningssiffrorna är hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Tabell 16. Prisförändringar för livsmedel och drycker inom handeln 2016–2023, procent.

Table 16. Price changes of food and beverages, 2016–2023, percentages.

COICOP	Varugrupp	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
01+02.1	Livsmedel och drycker	2,2	2,2	2,8	1,9	0,4	9,5	12,1
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	2,2	2,3	3,0	2,2	0,4	10,8	13,1
01.1	Livsmedel	2,1	2,5	3,2	2,0	0,2	10,9	13,4
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	0,2	1,2	4,7	1,3	1,2	12,1	12,5
01.1.2	Kött	1,0	1,4	2,8	4,2	1,2	11,0	9,3
01.1.3	Fisk	4,7	3,6	6,3	1,5	-1,0	10,9	20,5
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	3,5	3,2	1,6	-0,3	1,2	17,0	12,6
01.1.5	Oljor och fetter	10,5	10,3	2,9	-1,2	1,9	21,0	14,5
01.1.6	Frukt	4,7	6,4	-2,5	6,4	-3,3	9,4	9,5
01.1.7	Grönsaker	1,3	3,8	8,7	0,5	-1,2	10,3	16,3
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	1,1	0,9	2,4	2,4	0,5	5,8	15,4
01.1.9	Övriga livsmedel	0,7	1,8	1,7	2,6	0,9	9,0	13,7
01.2	Alkoholfria drycker	3,7	0,9	2,1	3,4	2,4	10,6	11,1
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	9,9	-3,0	0,0	4,7	5,0	29,6	7,5
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	1,3	2,7	2,8	2,8	1,4	4,1	12,4
02.1	Alkoholhaltiga drycker	2,0	1,3	1,9	1,2	0,5	2,0	5,7
02.1.1	Spritdrycker	1,7	0,5	0,9	1,1	0,6	1,0	3,1
02.1.2	Vin	2,7	2,1	2,6	1,6	0,6	2,3	5,7
02.1.3	Öl	1,0	0,2	1,5	1,1	0,7	2,2	7,4

Not: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter ifrån KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Tabell 17. Prisindex för livsmedel och drycker inom handeln, 2017–2023 (2000=100).

Table 17. Price index of food and beverages, 2017–2023 (2000=100).

COICOP	Varugrupp	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01+02.1	Livsmedel och drycker	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8	173,5
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4	182,6
01.1	Livsmedel	100	135,7	139,1	143,5	146,4	146,6	162,6	184,4
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	100	127,7	129,2	135,3	137,0	138,6	155,3	174,7
01.1.2	Kött	100	130,7	132,5	136,3	142,0	143,7	159,6	174,4
01.1.3	Fisk	100	165,3	171,3	182,1	184,8	182,9	202,9	244,4
01.1.4	Mjök, ost och ägg	100	144,5	149,1	151,6	151,1	152,9	178,8	201,4
01.1.5	Oljor och fetter	100	139,7	154,1	158,6	156,7	159,6	193,2	221,2
01.1.6	Frukt	100	192,0	204,2	199,0	211,7	204,7	223,9	245,2
01.1.7	Grönsaker	100	129,8	134,8	146,5	147,3	145,6	160,5	186,7
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	100	118,2	119,2	122,0	124,9	125,6	132,8	153,3
01.1.9	Övriga livsmedel	100	117,3	119,4	121,4	124,5	125,6	136,9	155,6
01.2	Alkoholfria drycker	100	126,5	127,7	130,3	134,7	137,9	152,5	169,5
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	100	135,7	131,7	131,7	137,9	144,8	187,6	201,7
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	100	122,9	126,2	129,8	133,4	135,3	140,7	158,2
02.1	Alkoholhaltiga drycker	100	115,4	116,8	119,1	120,6	121,2	123,7	130,7
02.1.1	Spritdrycker	100	109,7	110,3	111,2	112,5	113,2	114,4	118,0
02.1.2	Vin	100	115,4	117,8	120,9	122,8	123,5	126,4	133,5
02.1.3	Öl	100	119,3	119,5	121,3	122,6	123,5	126,1	135,5

Källa: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter ifrån KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Tabell 18. Försäljning av ekologiska varor (EKO) 2016–2023, mnkr.

Table 18. Sales of organic food and beverages, 2016-2023, SEK million.

COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	18 235	18 616	19 635	19 452	20 363	19 322	18 831	18 117
01.1	Livsmedel	16 913	17 202	18 057	17 880	18 661	17 693	17 266	16 640
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	1 179	1 118	1 064	1 017	1 047	852	860	806
01.1.2	Kött	1 205	1 127	1 101	957	993	983	975	801
01.1.3	Fisk	1 481	1 780	2 311	2 597	2 912	2 932	2 878	2 950
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	3 995	3 917	3 821	3 503	3 302	3 038	2 991	3 017
01.1.5	Oljor och fetter	723	802	854	847	857	817	752	690
01.1.6	Frukt	3 542	3 523	3 652	3 597	3 510	3 487	3 307	3 215
01.1.7	Grönsaker	3 300	3 425	3 535	3 461	3 629	3 374	3 420	3 017
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	638	618	775	952	1 318	1 283	1 186	1 247
01.1.9	Övriga livsmedel	850	891	943	948	1 093	925	897	896
01.2	Alkoholfria drycker	1 322	1 414	1 577	1 573	1 702	1 628	1 565	1 476
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	915	964	1 032	1 016	1 083	1 056	1 026	995
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	407	450	545	557	618	572	539	482

Tabell 19. Försäljning av egna märkesvaror (EMV) 2016–2023, mnkr.

Table 19. Sales of private labels, 2016-2023, SEK million.

COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	56 859	62 560	67 509	70 276	76 282	77 265	83 222	88 277
01.1	Livsmedel	54 489	59 979	64 806	67 623	73 102	74 048	79 795	84 653
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	4 910	5 697	6 079	6 472	6 962	7 301	9 217	9 257
01.1.2	Kött	13 779	14 224	15 127	15 761	17 038	17 222	18 925	21 199
01.1.3	Fisk	4 785	5 839	6 375	6 412	6 905	6 844	7 099	6 772
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	9 199	10 365	11 192	11 376	11 984	12 020	13 482	15 003
01.1.5	Oljor och fetter	964	1 054	1 108	1 137	1 377	1 385	1 631	1 829
01.1.6	Frukt	7 633	8 197	8 840	9 190	9 776	9 936	9 844	9 689
01.1.7	Grönsaker	9 991	10 954	12 061	12 978	13 991	14 104	13 988	15 136
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	1 916	2 224	2 444	2 572	3 026	3 260	3 495	3 263
01.1.9	Övriga livsmedel	1 311	1 426	1 580	1 724	2 042	1 976	2 114	2 504
01.2	Alkoholfria drycker	2 370	2 581	2 703	2 653	3 180	3 217	3 427	3 624
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	634	694	668	613	630	624	802	975
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	1 736	1 887	2 035	2 041	2 550	2 592	2 625	2 649

Kort om statistiken

Statistikens ändamål och innehåll

I denna publikation redovisas ekonomisk statistik om detaljhandeln, här benämnd *handeln*. Dagligvaruhandeln, som omfattar ca 80 % av handeln, har mätts genom kassadataregister. Statistiken publicerades första gången avseende 2001 och är årlig. Statistiken utgör underlag till nationalräkenskapernas beräkningar av hushållens konsumtionsutgifter. Den utgör även underlag för KPI:s (konsumentprisindex) beräkningar av vikter inom livsmedelsområdet samt urval av representantvaror för prismätningarna.

Detta omfattar statistiken

Statistiken omfattar samtliga företag inom detaljhandel. Av dessa företag är det endast de som redovisat 12 procents moms som ingår i undersökningspopulationen. Rampopulationen omfattar samtliga företag som vid urvalstillfället i november referensåret klassificerats inom detaljhandeln (SNI 47 enligt SNI 2007) och som var aktiva i SCB:s företagsregister (FDB).

Definitioner och förklaringar

Undersökningsenhet

Undersökningsenheten i livsmedelsförsäljningsstatistiken utgörs av den juridiska enheten eller bokslutsenheten. De juridiska enheterna utgörs av aktiebolag, ekonomiska föreningar, handels- och kommanditbolag, statliga affärsverk, enskilda näringsidkare samt vissa stiftelser.

Redovisningsperiod

Uppgifterna avser kalenderår.

Näringsgrensindelning

För klassificering av företag efter näringsgren gäller standard för svensk näringsgrensindelning (SNI 2007) som är hierarkiskt uppbyggd. Uppgifter för branschklassificering erhålls från SCB:s företagsregister. Klassificeringen bygger på företagets verksamhet vid urvalstillfället. Varje företag hänförs till den näringsgren där det har sin huvudsakliga verksamhet.

Variabler

Statistiken mäter detaljerade uppgifter om försäljningsintäkternas fördelning på intäktsslaget livsmedel- och dryckesprodukter. Försäljningsintäkterna redovisas inklusive moms.

COICOP

COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose), är en internationell klassificering av hushållens privata konsumtion enligt SNA 1993 (A System of National Accounts) och enligt det Europeiska

Nationalräkenskapssystemet 1995 (ESA 1995). Den ska tillämpas i EU-länders nationalräkenskaper. COICOP finns i tolv huvudgrupper, i denna undersökning används varor inom två av dessa huvudgrupper dvs. *Livsmedel och alkoholfria drycker* samt *Alkoholhaltiga drycker*.

Produkter från kassaregisterdata

EAN står för European Article Number och är ett identitetsnummer för produkter. Det är på denna kod som företagen redovisar sina försäljningssiffror på i kassaregister och skickar till SCB. Liksom SCB finns det andra organisationer som är intresserade av att skapa och analysera produktstatistik med EAN-kodade data. Alla som gör det har egna register över produkterna.

För viktvaror, dvs produkter som säljs till kilo- eller literpris, trycks en etikett på försäljningsstället med ett 13-siffrigt EAN-liknande nummer som kan läsas och tolkas av kassan.

Ekologiska varor (EKO) och EMV

Ekologiska produkter är odlade, kontrollerade och hanterade enligt EU:s regler för ekologisk produktion. Inom Sverige utförs denna kontroll av kontrollföreningen KRAV.

Kedjornas egen klassificering av ekologiska livsmedel samt KRAV:s produktlista använts som utgångspunkt för beräkning av EKO-försäljning. Även artiklar med namn innehållande KRAV och ekologisk i SCB:s register har klassificerats som ekologiska även om de inte funnits med på KRAV:s produktlista. Statistiken över ekologisk försäljning bör betraktas med viss försiktighet.

SCB har klassificerat livsmedelsregistret utifrån om varan är en egen märkesvara. De egna märkesvarorna är baserade på dagligvarukedjornas sortiment och den information SCB erhåller från kassaregistren. Artiklar som innehåller namn på kedjans eget varumärke kodas också som EMV. Statistiken över EMV-försäljning bör betraktas med viss försiktighet.

Statistikens framställning

För att genomföra livsmedelsförsäljningsstatistiken har en rad olika källor använts:

Kassaregisterdata har varit utgångspunkten för genomförandet av undersökningen. Uppgifterna har inhämtats centralt ifrån företagen. Datakassaregisterstatistiken har klassificerats från den unika produktnivån (oftast EAN-kod) till den för KPI-anpassade varugruppernivån för livsmedel och drycker. Dessa varugrupper uppfyller även Nationalräkenskapernas behov av varugrupper.

Moms hämtas från momsregistret för de företag som är verksamma i SNI 47 enligt FDB:s frysta novemberversion (SAMU) under det aktuella året. För dessa företag har momsskattesatsen som gäller för livsmedelsförsäljning använts, dvs 12 procent. Beräkningarna av livsmedelsnivån bygger på summan av försäljningen för den 12

procentiga momsskattesatsen (inklusive moms) inom detaljhandeln (SNI 47).

Försäljning av hälsoprodukter med tolvprocentig momssats samt restaurangverksamhet skattas från kassaregisterdata och dras bort från den framräknade totala livsmedelsnivån från momsregistret. Övrig försäljning med tolvprocentig momssats hänförs till livsmedel. För alkoholvarorna som säljs på Systembolaget direkt till konsument har uppgifter inhämtats direkt ifrån Systembolaget.

Försäljning av ekologiska varor (EKO) och EMV

Beräkningarna av EKO- och EMV-försäljningen bygger på uppgifter från kassaregisterdata. Med denna information har andelen EKO- och EMV-försäljning av livsmedel och drycker skattats i förhållande till total livsmedelsförsäljning för dagligvaruhandeln. Därefter har det antagits att den försäljning som sker utanför dagligvaruhandeln har samma fördelning av EKO- och EMV-försäljning som dagligvaruhandeln. Utifrån detta har EKO- och EMV-försäljning för hela handeln nåtts.

Statistikens kvalitet

Idag finns det cirka 125 000 produkter i SCB:s register som säljs med den tolvprocentiga momssatsen. De kassaregisterdata som används har först genomgått en omfattande maskinell kodning. Denna första maskinella kodning bygger på livsmedelsföretagens egna varugrupper. Tidigare år har registret sedan granskats och kodats manuellt. Detta manuella steg görs fr.o.m. referensår 2023 maskinellt med *machine learning* som har utvecklats under året av SCB:s IT-avdelning. Modellen är tränad på tidigare års registerdata men är fortfarande under utveckling. Målet är att på sikt ersätta manuell kodning med en automatisk process, där endast mindre manuella hanteringar görs vid behov.

Beräkningen av den totala livsmedelsförsäljningen inom detaljhandeln är gjord med hjälp av det totalundersökta momsregistret. Det kan därför sägas att beräkningen av den totala livsmedelsförsäljningen inte är behäftad med någon urvalsosäkerhet. Däremot finns viss mätproblematik då momsregistret används och det är att all omsättning som säljs till 12 procents momsskattesats inte är livsmedel. Ett antagande som görs i undersökningen är dock att alla varor inom detaljhandeln som säljs till 12 procents momsskattesats är livsmedel förutom hälsoprodukter och eventuell serveringsverksamhet som dras av.

Bra att veta

Publicering och spridning

Livsmedelsförsäljningsstatistik har publicerats sedan 2002 och då avseende åren 2000 och 2001. Livsmedelsförsäljningsstatistiken presenteras i en årlig rapport.

Sveriges statistiska databaser

De uppgifter som redovisas här finns i SSD, Sveriges statistiska databaser, på SCB:s webbplats www.scb.se. I SSD finns även mer detaljerade tabeller med statistik på varugruppernivå.

Annan statistik

Mer information om statistiken och dess kvalitet ges i kvalitetsdeklarationen på SCB:s webbplats, www.scb.se.

Food Sales 2023

In 2023, total sales of *food and beverages* amounted to SEK 384 billion, which is an increase of approximately SEK 28 billion, or 7.9 percent compared to 2022. According to the CPI (Consumer price index), the prices for *food and beverages* increased by 12.1 percent during 2023, an increase from 2022 which was already on a high level at 9.5 percent. The average price increase for food and beverages between 2016 and 2022 was 3.2 percent.

High but decreasing rate of food price increase

The high food price development that gained momentum at the beginning of 2022 has remained high in 2023. After peaking in February 2023, inflation slowed down during the year, but remained at a higher level than before. In 2023, food prices increased by 13.4 percent, while non-alcoholic beverages increased by 11.1 percent. The prices of alcoholic beverages increased by 5.7 percent. Fish is the product that increased the most in price, 20.5 percent in 2023.

Trend break – more fruit, less sweets

In 2023, sales of fruit in fixed prices, increased by 3.7 percent, while the sales of sweets decreased by 3.8 percent. Which means a reduced sales volume of sweets for the first time since 2020. Per capita, sweets were sold for SEK 1,830 per person, and fruit for SEK 665.

A boost for private label products

The sales value of the stores' private label products increased by 6.1 percent compared with 2022, which can be seen as an effect of higher food prices. In total, private label products were sold for SEK 88 billion in 2023. Organic products were sold for SEK 17 billion, a decrease by 3.8 percent compared with 2022. In the statistics, a lower sales value for organic products have been noted every year since 2021.

List of tables

Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2016, 2022 and 2023, in SEK million.....	2
Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2023/2022 and 2023/2016, in current and fixed prices.	5
Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2022-2023.	8
Table 4. Sales of organic and private labels, SEK million, development and shares in percentages.	10
Table 5. Sales of breakfast articles in fixed prices, SEK million, 2020-2023.	13
Table 6. Fruit, and vegetables, sales and development in current and fixed prices, SEK million, 2022-2023.	15
Table 7. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in current and fixed prices, SEK, 2021-2023.	17
Table 8. Sales of candy, ice-cream, chips and snacks, and soft drinks in fixed and current prices, SEK million, 2022-2023	19
Table 9. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, MSEK.....	21
Table 10. Alcoholic beverages and soft drinks, water and juice, sales in fixed prices, SEK million, 2019-2023.	22
Table 11. Sales of alcoholic beverages and water, soft drinks, and juice in both current and fixed prices per capita, 2022 - 2023	24
Table 12. Sales (incl VAT) of food and beverages in the retail trade, 2016–2023, SEK million.	26
Table 13. Sales of food and beverages, fixed prices, 2016–2023, SEK million.	27
Table 14. Population development in Sweden, 2016-2023, thousands.....	28
Table 15. Sales of food and beverages per capita, SEK.....	29
Table 16. Price changes of food and beverages, 2016–2023, percentages.	30
Table 17. Price index of food and beverages, 2017–2023 (2000=100).....	31
Table 18. Sales of organic food and beverages, 2016-2023, SEK million.	32
Table 19. Sales of private labels, 2016-2023, SEK million.....	32

List of graphs

Graph 1. Sales development of food and beverages, 2016–2023, in current and fixed prices, yearly development in percentages.....	4
Graph 2. Price index development of food and beverages, 2000–2023, as per KPI (2000=100).	6
Graph 3. Price changes of food and beverages, 2022-2023, development in percentages.	7
Graph 4. Shares of sales per capita, percentages.	9
Graph 5. Share of ecological sales for different product groups, percentage of total sales.....	12
Graph 6. Index development Fruit and vegetables per capita in current and fixed prices, 2016-2023 (2016=100).	188
Graph 7. Candy, ice-cream, chips, and snacks, and soft drinks per capita in fixed prices, 2016-2023...20	
Graph 8. Index development of alcoholic beverages and water, soft drinks, and juice, in fixed prices, 2016-2023 (2016=100).	23

List of terms

Terms in Tables

Försäljning (inkl moms)	Turnover (incl VAT)
Löpande priser	Current prices
Fasta priser	Fixed prices
Bröd och övriga spannmålsprodukter	Bread and cereals
Ris	Rice
Bröd	Bread
Pastaprodukter	Pasta
Bakverk	Pastries
Andra spannmålsprodukter	Other cereal products
Kött	Meat
Nöt-, gris-, får-, lamm- och viltkött	Beef, pork, lamb and venison meat
Torkat, saltat eller rökt kött och ätliga slaktbiprodukter	Dried, salted or smoked meat and edible slaughter waste products
Annat konserverat eller bearbetat kött samt beredningar av kött	Other preserved or processed meat and preparation based on meat
Fisk	Fish
Fisk och skaldjur (färsk, kyld, fryst, torkad, rökt eller saltad)	Fish and shellfish (fresh, frozen, dried, smoked or salted)
Annan konserverad eller beredd fisk och skaldjur samt beredningar av fisk och skaldjur	Other preserved or prepared fish and shellfish and fish and shellfish-based preparations
Mjök, ost och ägg	Milk, cheese and eggs
Mjök	Milk
Yoghurt och fil	Yoghurt and soured milk
Ost och andra mjökprodukter	Cheese and other milk products
Ägg	Eggs
Oljor och fetter	Oils and fats
Smör	Butter
Margarin och annat fett	Margarine and other edible fats
Matolja	Oil
Frukt	Fruit
Frukt (färsk, kyld eller fryst)	Fruit (fresh, chilled or frozen)
Torkad frukt	Dried fruit
Konserverad frukt och fruktbaserade produkter	Preserved fruit and fruit based products
Grönsaker	Vegetables
Grönsaker och potatis (färsk, kyld eller fryst)	Vegetables and potatoes (fresh, chilled or frozen)
Torkade grönsaker	Dried vegetables
Andra konserverade eller behandlade grönsaker	Other preserved or prepared vegetables
Potatisprodukter	Potato- products
Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	Sugar, jam, honey, chocolate and confectionery
Socker	Sugar
Sylt och marmelad	Jam and marmalades
Konfektyr, choklad och glass	Confectionery, chocolate and ice cream
Glass	Ice cream
Övriga livsmedel	Other food products
Såser och smaksättningsmedel	Sauces and seasonings

Salt, kryddor och kryddväxter	Salt, spices and herbs
Jäst, dessertberedningar och soppor samt övrigt	Yeast, dessert and soups and other
Kaffe, te och chokladdryck	Coffee, tea and cocoa
Kaffe	Coffee
Te	Tea
Kakao och chokladpulver	Cocoa
Mineralvatten, läskedrycker, frukt- och grönsaksjuicer	Mineral waters, soft drinks, fruit and vegetable juices
Läskedrycker samt mineral- och källvatten	Soft drinks and mineral waters
Juice och saft	Fruit and vegetable juices
Alkoholhaltiga drycker	Alcoholic beverages
Spritdrycker	Spirits
Vin	Wine
Öl	Beer
Öl klass I och II	Beer < 3.51 % (volume)
Öl klass III	Beer > 3.50 % (volume)
Hälsopreparat	Health goods
Färsk frukt	Fresh fruit
Befolkning	Population
Tusentals	Thousands
Utveckling	Development
Andelar	Shares