

Livsviktigt

NR 4 • 2018

TEMA
ÖL I BUTIK

Tre av fyra handlare vill
kunna sälja öl i sin butik

Så regleras ölförsäljning i
butik i de nordiska länderna

Förslag om gårdsförsäljning öpp-
nar upp för butiksförsäljning av öl

ett magasin från
livsmedels
HANDLARNNA



DEN ANDRA MAJ RÖSTADE RIKSDAGEN JA TILL SOCIALUTSKOTTETS TILLKÄNNAGIVANDE, DET VILL SÄGA EN UPPMÄNING TILL REGERINGEN, OM ATT TILLÅTA GÅRDSFÖRSÄLJNING AV ALKOHOLHALTIGA DRUCKER. OM FÖRSLAGET BLIR VERKLIGHET KAN DET I FÖRLÄNGNINGEN KAN DET BETYDA ATT ÄVEN MATBUTIKER FÅR SÄLJA ÖL I SVERIGE.

Bild framsida: Stallhagens gårdsbryggeri, Bryggmästare Mats Ekholm. Bild ovan: Stallhagens gårdsbryggeri, servering i butik/café.

4 Restauranger knappar in på butiker

Restaurangerna fortsätter att växa och ta marknadsandelar från butikerna även framgent enligt ny rapport från DLF.

5 Nytt gränshandelsrekord

Norska gränshandeln fortsätter att slå nya rekord, totalt spenderade norska besökare 25,6 miljarder i den svenska detaljhandeln förra året. Livsmedel, tobak, alkohol, godis, läsk och kött ligger högst upp på inköpslistan.

9 Medlemsundersökning

75 procent av medlemmarna inom Livsmedelshandlarna vill kunna sälja starköl i sin butik. Och 9 av 10 handlare tror att försäljning av öl och vin i butiken efterfrågas av kunderna.

10 Så regleras öl i butik i Norden

Stor genomgång av alkoholmonopolen samt reglering av ölförsäljning i livsmedelsbutiker i de nordiska länderna. Danmark har mildast reglering. Tuffast reglering har Island.

15 Ny trendrapport från Ica

Trots ökad e-handel kommer framtidens konsumenter fortsätta att vilja handla i fysiska butiker. Men i butikerna vill de se mer upplevelser och kunna köpa unika mikroproducerade varor och tjänster, enligt ICAs nya framtidsrapport.

4



10



15



KATRIN TOTTIE
FRAMTIDSANALYTIKER
ICA-GRUPPEN

Tidningen Livsviktigt ges ut av Livsmedelshandlarna som är en oberoende branschorganisation för handlarare inom dagligvaruhandeln. Livsmedelshandlaren kostar 800 kronor per år och ingår i serviceavgiften.

Ansvarig utgivare och VD
Pär Bygdeson

Redaktör
Marie Halldestam Hallencreutz

Tryck
Peter Dahlberg,
Peter Dahlberg Design

Reporter/fotograf
Claes Hallencreutz

Produktion
Caleida Media

Annonser
annons@caleidamedia.se

livsmedels
HANDLARNÄ

Regeringsgatan 60 • 103 29 Stockholm

www.livsmedelshandlarna.se • 08-20 24 50

Twitter:
@handlare • info@livsmedelshandlarna.se

Gränshandeln utmanar monopolet

Den första januari 2019 kommer den svenska spelmarknaden att omregleras. Den lagstiftning vi har idag är från 1930-talet och det har under de senaste tio åren blivit allt mer uppenbart att utvecklingen och spelarnas önskemål har sprungit ifrån de svenska reglerna. Allt fler personer har valt att spela på spelbolag baserade utomlands vilket lett till att staten tappat kontrollen och intäkterna från spelet. Alltså är en omreglering nödvändig för att återta kontrollen. Det är lätt att se parallellen till alkohol

Efter medlemskapet i EU 1995 har varje år en allt större andel av den alkohol vi dricker i landet köpts in i framför allt Tyskland.

En strid ström av bussar, minibussar och personbilar med släpvagnar kör hem en allt större andel av den alkohol vi dricker i Sverige. Uppskattningar från Sveriges Bryggerier och Vin & Spritleverantörerna pekar på att vi snart närmar oss 50 procent av det vi dricker hemma.

Det anses numer helt normalt att åka till Tyskland och handla, eller för



den delen att handla av någon som varit i Tyskland. I samband med en artikel om hur du sparar pengar när du ska arrangera bröllop i DN för ett par veckor sedan fanns tipset med att köpa alkoholen i Tyskland.

Likheterna med spelmarknaden är slående, även om Systembolaget varit bättre på att arbeta med sin image än vad spelbolagen varit. Många svenska anser att Systembolaget är väldigt duktiga på sortiment och kvalitet. Må så vara men redan 2016 stod bag-in-box för 55 procent av bolagets

om alkoholmonopolet också?

Öl och vin är måltidsdrycker, och många skulle nog uppskatta att handla dem i samband med att de köper mat. Har aldrig hört någon säga att det kändes fel eller konstigt när de varit på semester. Åldersgränser är viktiga, men dagligvaruhandeln är idag van att hantera kontrollerna för spel, tobak, folköl och receptfritt. Med ett licenskrav på försäljning skulle butiken få en stark morot att sköta försäljningen på ett bra sätt. Att misslyckas i en ålderskontroll skulle

innebära ett kortare eller längre förbud mot att sälja.

Vad som skulle hända med konsumtionen vet vi inte. Många hävdar att tillgång styr konsumtion, men den

som har mest tillgång till alkohol är den som har lastat av en släpvagn i garaget med billig tysk öl.

Sedan kan det tyvärr vara så att tåget redan gått. Att den stora pris skillnaden mellan Sverige och Tyskland är så viktig att dagens utveckling inte går att stoppa. Kvar blir en medelklass som tycker 19 sektioner italienskt rödvin är valfrihet och kvalitet och där får dagligvaruhandeln svårt att konkurrera. Men visst vore det intressant att kunna diskutera frågan om svenskarnas möjlighet att kunna köpa öl och vin, måltidsdrycker, där de köper sin mat!

Pär Bygdesson
vd Livsmedelhandlarna



” *Det anses numera helt normalt att åka till Tyskland och handla, eller för den delen att handla av någon som varit i Tyskland.*

vinförsäljning och där jag brukar handla ibland finns 32 sektioner rödvin, varav 19 är italienska viner. Grekiska rödviner finns det en sort att välja på. Skulle nog vilja säga att bolaget snarare gör vad det kan för att ge folk det de vill ha. Precis som en kommersiell aktör skulle göra.

Dags att diskutera monopolet

Förslaget om gårdsförsäljning är bra, bra att ge lanthandlare möjlighet att tillhandahålla lokalproducerade produkter också. Men vore det inte på sin plats att ta en större diskussion

ICA INVESTERAR I ROBOTLAGER FRÅN OCADO

Ica har ingått ett samarbetsavtal med det brittiska e-handelsföretaget Ocado Group PLC och kommer att använda företagets automatiserade e-handelslager.



Under åren 2018-2022 kommer Ica Sverige att investera cirka 600 miljoner kronor i den helautomatiserade e-handelslösningen, som inkluderar Ocados teknologi och e-handelsplattform. Projektet kommer även att innebära cirka 500 miljoner kronor i investeringar inom Ica Fastigheter.

Det högautomatiserade lagret kommer att byggas i Stockholmsregionen och förväntas stå färdigt under 2022. Ocados teknik går ut på att varorna är förvarade i staplar och att autonoma robotar åker och hämtar varorna när de får en beställning.

Källa och foto: Ocado Group

5 AV 28

är platsen Sverige hamnade på i förra årets version av Nanny State Index – ett index som koordineras av European Policy Information Center där EU-länderna rankas efter hur hårt de reglerar alkohol, mat och läsk, tobak och e-cigaretter. Enligt indexets definition innebär det att vi är det femte mest reglerade landet i Europa.

Källa: Alexandra Boscanin

Dagligvaruhandeln pressas av restaurangnäringen



Restaurangerna fortsätter att växa och ta marknadsandelar från butikerna även framgent enligt ny rapport från Dagligvaruleverantörers Förbund, DLF.

Dagligvaruhandeln kommer även framöver utmanas av restaurangerna.

Enligt en ny rapport från DLF utförd av Marketing Clinic kommer var fjärde konsumtionskrona år 2022 att gå till dagligvaror, en totalsumma på 623,5 miljarder kronor. Enligt rapporten förväntas den årliga tillväxten för dagligvaror uppgå till 3,4 procent att jämföra med den totala privatkonsumtionen på 4,2 procent.

Restauranger och kaféer har vuxit mer än dagligvaruhandeln de senaste åren och förväntas även göra det i framtiden, även om tillväxten förmodligen mattas av något fram till 2022. Tillväxten förväntas vara starkast för kaféerna och totalt spås tillväxten ligga på 4,8 procent årligen.

Apoteken väntas växa med 5,6 procent per år, vilket är snabbare än andra dagligvarukanaler, och bli en än viktigare kanal inom dagligvarukategorierna hälsa och skönhet. Samtidigt förväntas även lågprisvaruhusen att växa snabbare än resten av marknaden.

Dagligvaruhandelns tapp gentemot restaurangbranschen förväntas bromsas upp något av genom stora satsningar på måltidslösningar och färskvaror. Dagligvaruhandeln spås öka med i genomsnitt 2,8 procent per år fram till 2022, vilket är 0,6 procent under den genomsnittliga tillväxten på dagligvarumarknaden.

Källa: Svensk Handel
Foto: Wikipedia

KEDJORNAS EMV FORTSÄTTER ATT TA ANDELAR

EMV tar allt högre andelar av dagligvaruförsäljningen. Sverige hamnar på nionde plats globalt med en andel på 27 procent.

Andelen egna märkesvaror fortsätter att öka i världen och andelen ligger nu på närmare 17 procent. I Europa är andelen högst och listan

toppas av Schweiz och Storbritannien med en EMV-andel på 42 procent. Sverige kommer nia på listan med en andel på 27 procent. Detta visar färskasiffror för 2017 från marknadsanalysföretaget Nielsen.

Källa: IcaNyheter update

Livsmedel i topp när norrmännen slår nya rekord i gränshandeln



Norska gränshandeln fortsätter att slå nya rekord, totalt spenderade norska besökare 25,6 miljarder i den svenska detaljhandeln förra året. Shopping är den vanligaste anledningen till att norrmän besöker Sverige. Livsmedel, tobak, alkohol, godis, läsk och kött ligger högst upp på inköpslistan.

Det visar rapporten ”Norsk gränshandelskonsumtion i Sverige 2017” som tagits fram av bland andra branschorganisationen Svensk Handel.

Rapporten visar vidare att den norska gränshandeln fortsätter att växa och slå rekord. Handeln är den vanligaste anledningen att norrmän åker över gränsen till Sverige och främst handlar de dagligvaror. Anledningen till den stora gränshandeln är att priserna i Sverige är avsevärt lägre för vissa produkter. Bland annat kan alkohol och tobak köpas till nästan halva priset medan mjölk, ost och ägg kostar en tredjedel så mycket som i Norge.

– Den svenska handeln är attraktiv bland norrmännen. Utbudet av butiker nära den norska gränsen blir allt större och många norrmän ser resan till Sverige som en upplevelse där de kan handla till riktigt bra priser, säger Mats Hedenström, näringspolitisk chef på Svensk Handel.

Drog in 25,6 miljarder

Den norska gränshandeln är en bra affär för Sverige. Under år 2017 gjordes 13,7 miljoner resor från Norge till Sverige och i nära 70 procent av fallen var shopping målet med besöket. Det resulterade i att den norska gränshandeln drog in 25,6 miljarder kronor till den svenska detaljhandeln under året – 17,5 miljarder från dagligvaruhandeln och 8,1 miljarder från sällanköpsvaruhandeln.

I Sverige i stort står handeln för 11 procent av alla jobb men i många kommuner där gränshandeln är stor är andelen betydligt högre. Exempelvis jobbar 24 procent av alla arbetande Strömstadsbor inom handeln och motsvarande siffra i Eda och Årjäng är 21 respektive 15 procent.

Framtiden ljus för norsk gränshandel
Svensk Handel har även publicerat en rapport om gränshandelns framtid. Den visar att framtidsutsikterna är

ljusa och gränshandeln med Norge förväntas fortsätta växa trots att handeln i stort digitaliseras allt mer och fler kunder vänder sig till e-handeln.

”Dagens detaljister menar att e-handeln hotar gränshandeln mot Norge i begränsad utsträckning och därmed inte utgör något större hinder för gränshandelns utveckling. Detta grundar sig i att Norge genom sitt utanförskap från EU har tullar och handelshinder som förhindrar och fördyrar den fria rörligheten”, skriver Svensk Handel i sin framtidsrapport.

– I framtidens gränshandel kommer utbudet av servicetjänster att spela en viktigare roll. Utöver att handla varor väljer allt fler norrmän på att besöka tandläkaren, gå till frisören eller lämna in bilen till verkstaden när de är i Sverige, säger Mats Hedenström.

När krisen eller kriget kommer – så påverkas du som handlare



Livsmedelsverket uppmanar nu livsmedelsföretagare att ta del av den information som Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap, MSB, sänder ut i en kampanj nu i maj/juni.

MSB skickar bland annat ut en broschyr kallad "Om krisen eller kriget kommer" till alla hushåll. Det är en uppföljning på den tidigare broschyren "Om kriget kommer" som delades ut varje år till hushållen fram till år 1961.

Som Livsviktigt rapporterade för ett par år sedan rustas totalförsvaret upp sedan regeringens nya försvarspolitiska inriktning för 2016-2020 antogs.

I totalförsvaret ingår både det civila och det militära försvaret. Och i det civila försvaret ingår bland annat hur livsmedelsförsörjningen kan tryggas om en kris, som exempelvis en storbrand eller utslagning av telefonnät och digitala kommunikationer skulle inträffa, eller i värsta fall, om vi drabbas av yttre eller inre hot såsom fullskaligt krig.

Matlagren finns inte längre

Tidigare har civilförsvaret legat i malpåse i flera decennier och lagren av livsmedel finns inte längre, dels på grund av politiken som förts, dels på grund av den utveckling vi haft i livsmedelslogistik.

Det vill säga att numer finns våra livsmedelslager på väg, antingen i lastbilar, båtar eller på flyg. I våra stora centrallager passerar maten på en vecka, så någon försörjning inför

en kris eller ett krig finns inte kvar.

Informationskampanj i vecka 22

I vecka 22, håller MSB en informationskampanj om det civila försvaret och då delas broschyren "Om krisen eller kriget kommer" ut till alla hushåll. I kampanjen vill man uppmärksamma alla hushåll, men också livsmedelsföretag såsom matbutiker, på att det civila försvaret är på väg att rustas upp.

Så här skriver Livsmedelsverket, som är en av de myndigheter som fått i uppdrag att börja samarbeta med varandra för att rusta upp det civila försvaret, i ett pressmeddelande: "Vet du om att ditt företag är en del av det civila försvaret?"

Det är ett förändrat säkerhetspolitiskt läge i Europa. Därför arbetar Sverige med att återskapa ett totalförsvaret.

Civilt och militärt försvar

Totalförsvaret består av två delar, militärt och civilt försvar. Civilt försvar handlar om att skydda befolkningen, säkerställa att samhällsviktiga funktioner fortsätter att fungera vid kris och krig, och att ge stöd till det militära försvaret.

Alla samhällets delar är med, myndigheter, kommuner, landsting, frivilligorganisationer och privata företag.

Livsmedelsförsörjning prioriterat

Livsmedelsförsörjning är ett prioriterat område i arbetet med Sveriges totalförsvaret och Livsmedelsverket är en av de myndigheter som arbetar med frågan.

Matförsörjning ska fungera i tre månader

I december 2017 lämnade den så kallade försvarsberedningen en delrapport till regeringen om det civila försvarets inriktning inför 2021-2025. De föreslår att det civila försvaret planerar för att verksamheter ska fungera i tre månader vid kris och krig. Privatpersoner föreslås ha beredskap för en vecka.

Enligt förslaget ska enskilda företag som är särskilt viktiga för totalförsvaret identifieras. Försvarsberedningen lämnar också förslag om att införa lagring av insatsvaror och livsmedel samt avtal mellan företag och myndigheter."

Samarbete kommun och matbutik

Med andra ord ska hushållen bunkra mat, vatten och energi för en vecka medan kommunerna uppmanas att samarbeta med butikerna för att ordna livsmedelsförsörjning för tre månader.

Så, än så länge handlar det om att uppmärksamma kommuner och

Livsmedelsbutiker kan få sälja lokalproducerad starköl

Den andra maj röstade riksdagen ja till socialutskottets tillkännagivande, det vill säga en uppmaning till regeringen, om att tillåta gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker.

Frågan har varit uppe tidigare via motioner från de borgerliga partierna men hittills har inte riksdagen backat upp dessa förslag. Men frågan kom upp igen på riksdagens bord den 25 april och en vecka senare röstade de borgerliga partierna, tillsammans med SD, igenom förslaget som alltså är en uppmaning till regeringen att ta fram ett lagförslag som gör gårdsförsäljning möjlig inom ramen för att Systembolagets monopol kvarstår.

Detta skulle i praktiken även kunna innebära att även matbutiker skulle få möjlighet att sälja lokalproducerade drycker såsom vin, öl och cider.

– Om man menar allvar med satsningen på Sverige som det nya Matlandet för att locka hit turister att smaka på våra lokalproducerade specialiteter så bör regeringen ta riksdagens uppmaning på allvar. Öl och vin är en naturlig del av en måltid och att utesluta lokalproducerade drycker är bara konstigt, säger Pär Bygdeson, vd Livsmedelshandlarna.

Han pekar också på att Systembolagets monopol ändå inte fungerar i praktiken på grund av gränshandeln.



– Sverige ligger efter hela Europa i att inte tillåta butiksförsäljning av öl starkare än 3,5 procent. Och det märks inte minst på gränshandeln. Idag är hälften av all öl som konsumeras i Sverige köpt i Tyskland och siffran för sprit ännu högre, runt 60 procent. Det finns spritbilar i snart sagt varenda kommun i Sverige där det säljs billig sprit, öl och vin från andra länder i Europa, främst Tyskland, säger han.

– Vilken roll spelar då Systembolaget i att hålla nere alkoholkonsumtionen och dödligheten bland svenska medborgare, frågar han retoriskt. Inte särskilt stor roll, så det är helt klart att om monopolet ska vara kvar i någon form så behöver det förändras för när det gäller folkhälsan har det spelat ut sin roll.

Han påpekar att det skulle vara ett lyft för handeln i framför allt glesbygd att få möjlighet att sälja öl, vin och cider.

– Det kan vara en möjlighet att stoppa butiksdöden på landsbygden. Jag tror att det dels lockar fler turister till butiken, dels kommer även lokalbefolkningen att handla oftare hemma i närbutiken istället för veckoköp i större butiker i städer längre bort där det även finns ett Systembolag. Jag hoppas verkligen att regeringen tar till sig detta och inte förhalar det med utredningar i evighet. Det här förslaget innebär en fantastisk möjlighet för butikerna på landsbygden, säger Pär Bygdeson.

Text: Marie Hallencreutz

Foto: Stallhagen bryggeri & gårdsbutik/Åland

livsmedelsbutiker i frågan för att få igång lokala samarbeten.

Vidare från Livsmedelsverket:

”Arbetet med totalförsvaret har startat och Livsmedelsverket, länsstyrelser och kommuner har inlett kontakter med olika verksamheter som är viktiga för att samhället ska fungera. Det gäller nationellt, lokalt och regionalt. Vi som arbetar på myndigheterna behöver veta mer om vad som behövs för att verksamheter ska fortsätta fungera, även i händelse av kris eller krig.

Behöver mitt företag vara med i planeringen?

Lagstiftningen för höjd beredskap innebär att alla företag är skyldiga att medverka i totalförvarsplaneringen. Ditt bidrag är viktigt, företagen behövs på flera sätt. Det kan vara genom att bidra till ökad kunskap hos myndigheter eller att ditt företag deltar i övningar eller andra samarbeten.”

Text: Marie Hallencreutz

Källa: Livsmedelsverket

Foto: MSB

Fakta | Krisberedskapsveckan

Krisberedskapsveckan är en årlig kampanj som genomförs av Myndigheten för Samhällsnyk och Beredskap (MSB) tillsammans med kommuner, frivilligorganisationer och länsstyrelser.

Vecka 22 sker årets evenemang. Syftet är att höja kunskapen hos allmänheten om vad de ska göra inför och vid en samhällskris. I samband med Krisberedskapsveckan skickas broschyren ”Om krisen eller kriget kommer” ut till alla hushåll.

Källa: Livsmedelsverket

Tre av fyra handlare vill k

75 procent av medlemmarna inom Livsmedelshandlarna vill kunna sälja starköl i sin butik. Och 9 av 10 handlare tror att försäljning av öl och vin i butiken efterfrågas av kunderna.



NÄSTAN EN FEMTEDEL, ELLER 78 PROCENT AV HANDLARNÄ VILL KUNNA SÄLJA VIN I SIN BUTIK. MÅNGA MENAR ATT DET HANDLAR OM ATT KUNNA ERBJUDA EN HEL MÅLTID TILL SINA KUNDER.

Livsmedelshandlarna genomförde en enkät bland sina medlemmar för att få reda på deras inställning till möjligheten att få sälja alkoholhaltiga drycker i butik där alkoholhalten överstiger dagens 3,5 i volymprocent för öl, det vill säga folköl.

Enkäten sändes ut till runt 600 medlemmar varav 245 svarade.

Av dessa svarade 208 stycken, eller 85 procent, att de skulle kunna sälja mellanöl i butik, alltså öl med en alkoholstyrka på max 4,7 volymprocent. 75 procent, eller 184 stycken ville kunna sälja starköl i butik, det vill säga öl med en alkoholstyrka över mellanölets.

Och 78 procent, 192 medlemmar, vill kunna sälja vin i sin butik. På frågan om de trodde att kunderna efterfrågade möjligheten att kunna köpa starköl och vin i butiken trodde 90 procent (221 medlemmar) att kunderna ville det.

Stark vilja att kunna sälja öl i butik

– Det här visar på en stark vilja bland Sveriges livsmedelshandlare att möjligheten att få sälja öl och vin i butik är viktig för dem. Det syns inte bara i den relativt höga svarsfrekvens vi fått utan också i deras svar som sådana, säger Pär Bygdeson, vd för Livsmedelshandlarna.

I enkäten fanns också möjlighet att lämna korta kommentarer och en av de mest förekommande kommentarerna rörde möjligheten att sälja sprit i butiken. Här några axplock:

”Skit sprit.”

”Öl och vin -JA. Starksprit -ej nödvändigt.”

”Jag tror att det är väldigt bra om man är tydlig med att vi vill INTE sälja starksprit i butikerna.”

”Starksprit kvar på bolaget.”

”Vill inte ha stark sprit i sortimentet.”

”Vill inte sälja starksprit.”

”Jag vill inte sälja starksprit.”

”Om man skulle önska detta så räcker det med öl och vin, inte sprit.”

”Starksprit vill jag inte sälja.”

”Jag tycker att sprit och årgångsvin kan finnas på bolaget. Men öl och vin i våra butiker, helt klart.”

Säkerhetsaspekten viktig

En annan sak som engagerat medlemmarna i denna fråga rör säkerheten. Så här uttryckte sig några av handlarna:

”Det finns för få polisresurser för att ta detta steg.”

”Jag har svarat JA och det är i första hand för att få en neutral konkurrens där idag en livsmedelbutik med Systemet som granne är starkt

gynnad. Att börja sälja öl och vin ställer en hel del krav och risker som inte är givet enkla att hantera. Vi har redan till och från stöld och hotproblem som skulle riskera att tillta. Det skulle också kräva stora omställningar i butik för att frigöra yta för ett relevant kunderbudande.”

”Tyvärr ökar inbrottsrisken.”

”Med tanke på de säkerhetsproblemen som redan idag finns, känns det som att ett införande av detta sortiment skulle göra problemen än större. Om vi kan få till lagar/ändringar i rättssystemet som tar tag i de problem som redan finns. Ja då kan det bli intressant.”

”Det skulle bli otroligt stökigt i butikerna vissa tider. Har erfarenhet från mellanölstiden.”

”Dock att tänka på om det innebär ökat antal stölder i butik samt vad det innebär för säkerhet för vår personal.”

”Med tanke på hur det ser ut redan idag med hot och våld i butikerna så vill jag inte öka den risken med att ta in alkohol i butiken.”

Befintlig brottslighet ett hinder

– Det är tydligt att våra medlemmar vill kunna erbjuda öl och vin till kunderna även om det samtidigt finns en oro bland några av dem vad gäller säkerhetsaspekten, att det kan bli stökigare i butiken. Det är förstabeligt med tanke på hur brottsligheten ser ut i butikerna idag och där de polisiära insatserna lämnar en hel del i övrigt att önska, säger Pär Bygdeson.

Monopol och skatter

Många hade också synpunkter på såväl Systembolagets monopol som skatterna på alkoholhaltiga drycker:

”Behåll även systembolaget. Det behövs verkligen för att hålla kvaliteten.”

”Sälj mat å måltidsdryckdryck istället för att bara vara returstation åt Systemmonopolet!!!”

”Vi har ett väl fungerande Systembolag med ett fantastiskt sortiment som urholkas i framför allt mindre orter om systembolaget försvann.”

”Jag tror att monopolet bidrar till

Kunna sälja starköl i butik

lite mindre tragik.”

”Bra att ni tar tag i denna fråga. Det är angeläget att få bort detta statliga förmynderi.”

”Det är för komplext att ta in i vårt sortiment, Den variation som Systembolaget har skulle totalt rase-ras om vi skulle sälja detta.”

”Systembolaget har ett fantastiskt utbud. Skulle butikerna ta över så kommer alla mindre märken försvinna.”

”Ta hem skattepengarna på alkohol till den svenska statskassan och gör miljön och tullverket en tjänst samtidigt.”

”Tror inte att det skulle hindra importen om vi skulle sälja starköl i våra butiker. Alkoholskatten blir ju inte lägre för det. Tycker dock vi kan skrota 2,1 %, 2,8 % och 3,5 % och köra mellanöl 4,5 % samt alkoholfritt i våra butiker.”

”Jag är väldigt nöjd med System-

bolagets roll idag med relativt bra öppettider och grym service och gott sortiment. Tror inte vi i handeln gör det lika bra och det är stora säkerhetsaspekter, arbetsmiljö, hantering osv. DOCK om det skulle släppas fritt så ska vi såklart vara med på tåget direkt!”

”En kombination av försäljning i Systembolag (sortimentsbredd) och i livsmedelsbutik (tillgänglighet) vore att föredra.”

”Systemets propagandareklam på tv är hemsk. Att de tar sig rätten att svartmåla företagare som giriga, elaka människor är bedrägligt.”

Handla hel måltid

Och så några röster om helhetsbilden för kunderna, det vill säga att kunna handla en hel måltid, inklusive dryck:

”Vi har mycket turister från Europa, och de är vana att kunna handla

vin i sin mataffär, vi har 2 mil till Systembolag, det skulle uppskattas mycket av våra kunder om de kunde köpa vin till maten de handlar.”

”Det är på tiden att kunden kan ordna hela middagen i våra butiker inklusive måltidsdryck. Vi personer kan ansvara för oss själva i den frågan också liksom mycket annat som vi tar ansvar för. Det är bara trams att just den lagen ska finnas.”

”Det vore så trevligt att kunna erbjuda något gott att dricka till måltiden!”

Bra för landsbygden

Glesbygdsaspekten uttalas också, exempelvis detta citat:

”Landsbygden måste ha närheten till vin och öl. I Stockholm finns Systembolag i varje gathörn.”

Text: Marie Hallencreutz

Brott i butik har blivit vardagsmat...

Många är de livsmedelshandlare som vittnar om:

- poliser som inte kommer vid brott
- förundersökningar som läggs ner trots bevis
- åklagare som inte åtalar
- domstolar som friar, eller dömer under minimistraff
- att det är fritt fram att stjäla för under 60 kronor enligt riksåklagarens riktlinjer

Livsmedelshandlarna vill att regeringen tillsätter en Justitieberedning.

En beredning som, likt försvarsberedningen, kan jobba strategiskt och över hela rättsväsendet med att anpassa lagar och resurser till den verklighet vi har.

Enskilda politiska förslag är välkomna, men Sverige behöver ett samlat övergripande grepp på frågan också!

... tillsätt en justitieberedning!

FÖR BÄTTRE AFFÄRER
livsmedels  **HANDLARNA**

Så regleras ölförsäljning i b



Danmark har den mildaste regleringen där både öl, vin och sprit får säljas i matbutikerna – dock med åldergräns. Numera är Finland näst minst reglerad med sin nya alkohollag som trädde i kraft i januari och i mars i år. Därefter följer Norge med tidsrestriktioner, Sverige med monopol fram till 3,5 volymprocent och hårdast reglerad lagstiftning har Island. Än så länge.

Text: Marie Hallencreutz
Foto: Privata, från respektive intervjuperson

Not. Samtliga intervjuer har skett på engelska och övriga nordiska språk. Citaten är fritt översatta till Svenska.

Man kunde tro att Sverige har den snävaste lagstiftningen i nordens vad gäller försäljning av öl i butik där maxgränsen ligger på 3,5 volymprocent. Men det finns ett land som har hårdare reglering och det är Island med en toppgräns på 2,25 volymprocent.

Monopolet på spel på Island

Å andra sidan står Island inför att skippa alkoholmonopolet helt och hållet.

– Här på Island är reglerna idag

striktare än i Sverige där alkoholhaltiga drycker som överstiger 2,25 endast får säljas i någon av ÅTVRs (Áfengis- og tóbaksverslun ríkisins) vinbutiker, så kallade Vínbúð. ÅTVR har också tobaksmonopol men nu ligger ett förslag i Alltinget om att helt ta bort monopolet, säger Andrés Magnússon som är vd för organisationen för detaljhandel och tjänster på Island, SVP (framkvæmdastjóri Samtaka verslunar og þjónustu, SVP).

Speciell regeringskoalition

Han menar att det inte är otroligt att förslaget kan komma att gå igenom eftersom Island har en speciell regeringskoalition landet aldrig haft tidigare med partiet Grön vänster, och de två högerliberala partierna

Framstegspartiet och Självständighetspartiet där det senare är störst av alla tre partier.

– Vi vet ännu inte om förslaget ens kommer att tas upp för omröstning, det vet vi först i slutet av juni men stora möjligheter finns eftersom det bara är Grön Vänster som traditionellt varit emot ett avskaffande av monopolet, säger Andrés Magnússon.

Ser positivt på ett avskaffande

Med andra ord kan det bli så att de två högerpartierna kör över grön Vänster i regeringen och lägger fram förslaget om ett avskaffande av monopolet. Sannolikheten att det går igenom i Alltinget är då stor eftersom de flesta övriga mandat i Alltinget representeras av liberala partier som

Butik i de nordiska länderna

generellt är för ett avskaffande.

– Vi och våra medlemmar ser positivt på ett avskaffande av monopolen och har arbetat för det i många år, säger han.

Tidsrestriktioner i norska butiker

I Norge är det Bryggeri- och Drikkevareforeningen som driver opinionen i frågan om tillåta försäljning av öl i butik. VD i organisationen heter Petter Nome:

– Vi har en något mildare reglering än den i Sverige och på Island. Butikerna får sälja öl på 4,7 volymprocent till klockan 20.00 på vardagar och till klockan 18.00 på lördagar och inte alls på söndagar. Övriga tider är det bara öl med volymprocent under 2,7 som får säljas, säger han.

Norgedebatt inspirerad av Finland

Vill man handla öl på andra tider eller med högre volymprocent än 4,7 får man ta sig till Vinmonopolet som är Norges motsvarighet till Systembolaget.

Men sedan Finland lättade på sin reglering och sedan årsskiftet tillåter butiksförsäljning av starköl över 4,7 volymprocent liksom alkoläsk så har debatten tagit fart i Norge om inte regleringen borde lättas upp även där.

– Vi får se vad som händer, många vill kunna handla starköl och stark cider i den vanliga matbutiken här i Norge och helst utan att tänka på vad klockan är, men så länge som regeringen är beroende av stöd från Kristelig Folkeparti, är det omöjligt, säger Petter Nome.

Inget monopol i Danmark

Danmark är det mest avreglerade landet i Norden där det inte finns några restriktioner på var eller när man handlar. Något monopol förekommer inte.

– De restriktioner vi har är åldersgräns, 15 år för starköl och 18 år för starkare drycker som vin och sprit. Jag tycker inte att vi har bättre regler i Danmark än i andra länder i EU, Sverige undantaget och Norge (som inte är med i EU). Jag tycker att vi dansk lagstiftning har en förnuftig balans sett i förhållande till mer liberala regler i en del andra EU-länder, Sverige och Finland undantaget

liksom Norge, säger John Wagner, administrativ direktör på De Samvirkende Købmænd, DSK.

Lockande tysk gränshandel

Men för danskar, såväl som för svenskar, är det gränshandeln mot Tyskland som lockar.

– Många danskar och svenskar gränshandlar i Tyskland på grund av de lägre priserna och den lägre moms, vilket är ett problem för dansk detaljhandel säger han.

Gränshandeln påverkar opinionen

Han menar att Danmark traditionellt sett har en väldigt liberal hållning till alkohol jämfört med övriga länder i Norden.

– Det är bättre att unga dricker öl än sprit och lär sig hantera alkohol. Den omfattande gränshandeln medverkar indirekt till att det inte på allvar reses krav om en starkare

reglering i Danmark.

Ny alkohollag i Finland i år

I Finland har, som Livsviktigt tidigare rapporterat, en ny alkohollag trätt ikraft den 1 januari i år då gränsen för alkoholhalt i öl höjdes från 4,7 procent till 5,5, för öl som säljs i matbutiker. Dessutom får matbutikerna numera även sälja alkoläsk och cider till samma volymprocent.

Den 1 mars i år trädde resten av alkohollagen i kraft då de finska krogarna och restaurangerna fick rätt att sälja öl och alkoläsk på samma villkor som livsmedelsbutikerna.

Hetsig debatt föregick beslutet

– Den nya alkohollagen har föregåtts av en lång och bitvis hetsig debatt bland våra politiker och andra opinionsbildare. Även efter att lagen trädde i kraft har det debatterats

fortsättning på nästa sida



– DET ÄR INTE HELT OTROLIGT ATT ETT FÖRSLAG OM ATT AVSKAFFA MONOPOLET PÅ ISLAND KOMMER ATT GÅ IGENOM, MED TANKE PÅ DEN REGERINGSKOALITION VI HAR, SÄGER ANDRÉS MAGNÚSSON. VD FÖR ORGANISATIONEN FÖR DETALJHANDEL OCH TJÄNSTER PÅ ISLAND, SVÖ



- VI FÅR SE VAD SOM HÄNDER, MÅNGA VILL KUNNA HANDLA STARKÖL OCH STARK CIDER I DEN VANLIGA MATBUTIKEN HÄR I NORGE OCH HELST UTAN ATT TÄNKA PÅ VAD KLOCKAN ÄR, MEN SÅ LÄNGE SOM REGERINGEN ÄR BEROENDE AV STÖD FRÅN KRISTELIG FOLKEPARTI, ÄR DET OMÖJLIGT, SÄGER PETTER NOME, VD FÖR BRYGGERI- OCH DRIKKEVAREFORENINGEN.

om det var så bra att den infördes, säger Kari Luoto, vd för Päivittäistavarakauppa ry, PTY, Organisationen för livsmedelshandel i Finland.

"Det värsta som kunde hända"

Debatten har bland annat rört att man naggar monopolet i kanterna

men också påverkan på folkhälsan har diskuterats.

Även det Svenska Systembolaget skickade in en allvarlig skrivelse till Finland om att inte låta förslaget med en avreglerad alkohollag gå igenom.

Och till svenska YLE sade alkoholforskaren Peter Eriksson vid Hel-

singfors universitet att den nya lagen är det värsta som kunde hända. Han tror inte att det bara är den finska befolkningens hälsa som står på spel utan också ekonomin.

"Det här är det värsta beslutet som gjorts under min livstid. Skadorna kommer bombsäkert att öka och ekonomin kommer att försämrats", sade han i vintras i samband med att den nya lagen röstats igenom.

Inget ökande supande första kvartalet

- Jo, det är många som har befarat att det skulle påverka folkhälsan, inte minst från våra mer vänsterorienterade partier och i synnerhet från den Finska riksdagens social- och hälsovårdsutskott, att supandet skulle öka kraftigt, särskilt bland unga, att fler skulle bli alkoholister och att fler skulle dö i alkoholrelaterade sjukdomar. Men så har det inte blivit, säger Kari Luoto.

Alko minskade sju procent totalt

Men som väntat minskade ölförsäljningen på Alko, som är den finska motsvarigheten till systembolaget, samtidigt som försäljningsökningen i butikerna var blygsam.

- Det som har hänt detta första kvartal sen lagen infördes är att försäljningen av starköl på Alko gått ned med 27 procent och för long drinks



- DEN OMFATTANDE GRÄNSHANDELN MEDVERKAR INDIREKT TILL ATT DET INTE PÅ ALLVAR RESES KRAV OM EN STARKARE REGLERING I DANMARK, SÄGER JOHN WAGNER, ADMINISTRATIV DIREKTÖR PÅ DE SAMVIRKENDE KØBMÆND, DSK.

(alkoläsk) en minskning med 43 procent, men den totala minskningen i Alkos omsättning blev endast 7,3 procent, säger Kari Luoto.

– Det här visar att människor nu köper öl i våra matbutiker i stället för på Alko men inte att volymerna som köps har ökat, för i handeln har ökningen i omsättning varit marginell på grund av den nya lagen, säger Kari Luoto.

Men var får då finländarna tag i ölen de dricker?

– Detta är intressant. Den genomsnittliga finländaren är vanligen mycket hälsoorienterad och handlar sin öl i butiken, vanligen keski olut, som ert tidigare mellanöl, cirka 4,7 %, men numera också aningen lite mer starköl (5,5%), eftersom möjligheten finns. Men den stora handeln har tidigare skett i Estland i stora

” *De som vill ha mycket och billig alkohol kommer alltid att hitta det, oavsett hur hårt eller löst man reglerar den lokala marknaden för det.*

köplador dit finländare tagit sig med färja på stora inköpsresor. En del för att sälja vidare på svarta marknaden, andra för eget bruk. Men även där har det vänt på grund av att Estland höjt skatterna på alkohol. Så nu åker allt fler till Lettland istället för att handla billig alkohol, säger han.

Monopol hindrar inte stordrickare

Med andra har den nya lagen inneburit att medelfinländaren handlar sin öl i matbutiken istället för på Alko och stordrickarfinländaren konsumerar billig öl allt oftare från Lettland i stället från Estland på grund av den senares prishöjningar.

– De som vill ha mycket och billig alkohol kommer alltid att hitta det – oavsett hur hårt eller löst man reglerar den lokala marknaden för det.

Uppsving för lokala bryggerier

– Det som den nya lagen medfört är ett fint uppsving för gårdsbryggerierna som nu lättare kan sälja sina drycker både via gården och via lokala butiker. På så vis riskerar de inte sin verksamhet lika hårt eftersom de annars har mycket tuffa marginaler.

Priskonkurrensen har inte startat än
Kari Luoto påpekar att en sak som vi inte sett effekterna av än är priskonkurrensen på öl och long drinks i de finska matbutikerna.

– Den har inte startat än. Men när den gör det kommer även matbutikernas sekundärsförsäljning påver-

fortsättning på nästa sida

FAKTA | FINLANDS NYA ALKOHOLLAG

Mataffärerna får sälja starköl

Den högsta tillåtna alkoholhalten för drycker som säljs i livsmedelsaffärer och kiosker höjs från 4,7 % till 5,5 % från den 1 januari 2018.

Alkoläsk får säljas fritt

Före den 1 januari 2018 fick blanddrycker som alkoläsk endast säljas på Alko, den finska motsvarigheten till Systembolaget. Begränsningen gällde även drycker som hade en alkoholprocent som underskrider 4,7.

Numera får spritblandningar av olika slag säljas i butiker och kiosker om dryckernas volymprocent underskrider 5,5.

Flexibla utskänkningstillstånd och längre öppettider för krogarna

Tidigare måste serveringen av

alkoholdrycker avslutas kl. 01:30. Tillstånd att servera längre kunde beviljas på särskilda grunder.

Numera får krogarna servera alkohol till klockan 04:00, om en anmälan om detta gjorts i förväg. Kunderna får dricka redan inhandlade drycker till klockan 05:00. Indelningen i olika serveringstillstånd (A, B, och C-rättigheter) har slopats. Serveringstillståndet omfattar numera alla alkoholdrycker.

Krogarna får nu ägna sig åt happy hour-marknadsföring. Tidigare fick inte krogarna erbjuda mängdrabatter under vissa tider på av dygnet.

Den 1 mars i år får de finska krogarna och restaurangerna rätt att sälja öl och alkoläsk på samma villkor som livs-



medelsbutikerna, det vill säga att kunderna kan köpa och ta med sig hem. Detta gäller dock bara till klockan 21.00.

Småbryggerier får sälja sina produkter direkt till kunden

Enligt den nya alkohollagen får så kallat hantverksöl säljas direkt av tillverkaren. Med hantverksöl avses alkoholprodukter som framställs av malt och som innehåller högst 12 % alkohol.

Bryggerierna får också sälja andra alkoholprodukter vars volymprocent underskrider 5,5.

Tema Öl i Butik

fortsättning från föregående sida

kas, så för våra handlare har lagen hittills bara inneburit positiva saker och försäljningen kan komma att öka framgent.

Är ni inte oroliga för säkerhetsaspekten kring att sälja starköl och long drinks i butik?

– Jo visst, polisen förutspådde bråk och fylla som skulle kräva insatser från 100 extra poliser för att stävja oroligheterna. Men inget bråk eller annat hände. Absolut ingenting. Kanske blir det annorlunda när priskonkurrensen startar men jag tvivlar på det.

– Vi har cirka 3000 matbutiker i Finland och 350 Alkobutiker. Det som kommer hända är att människor även kommer att handla mat i den butik de ändå åkt till för att köpa billig öl och long drinks – om de nu resonerar så.

– Vi får se om priskonkurrensen på öl och long drinks får människor att byta butik. Det vet vi inte. Kanske köper de mer öl i butik och mindre i Estland och Lettland. Det vet vi inte heller. Det enda vi vet hittills är att Alko säljer mindre starköl och long drinks, att den finska handeln säljer marginellt mer än tidigare och att gränshandeln håller på att gå från Estland till Lettland. ■



– POLISEN FÖRUTSPÅDDE BRÅK OCH FYLLA SOM SKULLE KRÄVA INSATSER FRÅN HUNDRA EXTRA POLISER FÖR ATT STÄVJA OROLIGHETERNA. MEN INGET BRÅK ELLER ANNAT HÄNDE. ABSOLUT INGENTING. KANSKE BLIR DET ANNORLUNDA NÄR PRISKONKURRENSEN STARTAR MEN JAG TVIVLAR PÅ DET, SÄGER KARI LUOTO, VD FÖR PTY, ORGANISATIONEN FÖR LIVSMEDELSHANDEL I FINLAND.

Sök pengar ur Stickans fond

Du som handlare eller butiksanställd har möjlighet att söka pengar ur Stickans fond. Möjligheten gäller inte bara handlare, utan även handlares barn, samt butiksanställda.

Livsmedelshandlarna är sedan 1936 förvaltare av en stiftelse som heter Stickan och som är en understödsfond till Solstickan.

Syftet med Stickan är att hjälpa gamla och sjuka eller andra behövande med anknytning till livsmedelshandeln i Sverige. Antingen som ägare eller före detta ägare, anställd eller före detta anställd samt minderåriga barn och efterlevande till dessa.

För en mer detaljerad genomgång över vilka som kan söka pengar ur stiftelsen Stickan, se paragraf fyra i rutan intill.

Om du är intresserad av att söka pengar ur Stickan så gör du det genom att skriva ett brev och berätta om vem du är, vilken koppling du har till livsmedelshandeln i Sverige, samt varför du söker pengar och hur mycket.

Glöm inte att skriva ditt namn och din adress samt gärna ett telefonnummer som vi kan nå dig på.

Sänd sedan ansökan till: info@livsmedelshandlarna.se eller till Stiftelsen Stickan, c/o, Livsmedelshandlarna, 103 29 Stockholm.

Alla inkomna brev behandlas konfi-

dentiellt och beslut om utbetalningar tas i samband med något av Livsmedelshandlarnas ordinarie styrelsemöten.

Dessa kan söka

Stickans stadgar, §4

Av de medel som stiftelsen erhåller från Stiftelsen Solstickan ska högst 85 % delas ut till de till Sveriges Livsmedelshandlareförbund anslutna länsförbundens understödsfonder eller solstickestiftelser.

Vad som återstår skall förvaltas av stiftelsen för att enligt i dessa stadgar närmare angivna grunder utdelas såsom understöd till behövande gamla och sjuka köpmän eller affärsbiträden, som äro eller varit verksamma inom speceri- och livsmedelsbranschen ävensom till efterlevande make och minderåriga barn till köpman eller affärsbiträde inom nämnda bransch.

Dessa understöd må årligen högst uppgå till det belopp, som enligt § 1 tilldelas stiftelsen från Stiftelsen Solstickan jämte å kapitalet belöpande ränta.

Med köpman förstås härvid person, som är eller varit ägare till eller aktivelägare i detaljaffär, även om densamma drivits i aktiebolagsform.



EN UNDERSTÖDSFOND TILL STIFTELSEN SOLSTICKAN

Mikrohandel och upplevelser formar framtidens konsumtion

Trots ökad e-handel kommer framtidens konsumenter fortsätta att vilja handla i fysiska butiker. Men i butikerna vill de se mer upplevelser och kunna köpa unika mikroproducerade varor och tjänster, enligt ICAs nya framtidsrapport "Lycka, Data, Mening - Konsumenten 2030".

Rapporten fokuserar på hur konsumtionen kommer att se ut i framtiden och beskriver en framtid där upplevelser och social samvaro blir en förutsättning för framtidens fysiska handelsplats. ICA har kartlagt de attityder och omvärldstrender som kommer att forma vårt sätt att konsumera det kommande decenniet och i framtiden.

Fram träder en bild där gränsen mellan kund och producent flyter ihop och där upplevelser blir centrala.

Idag är det många som dömer ut köpcentrum, men enligt rapporten kommer den fysiska marknadsplatsen att fortsätta ha en viktig roll i framtiden, men i en annan form.

Butiken - ett vardagsrum

Butiken blir kundens vardagsrum och en förlängning av hemmet där man söker aktiviteter, nya upplevelser, social samvaro och njutning.

Utvecklingen är ett resultat av en växande uppfattning att teknologi stjälar vår uppmärksamhet, vår tid och gör oss olyckliga.

År 2030 vill konsumenterna istället träffas, umgås och uppleva saker tillsammans med andra och med alla sinnen.

– Matbutikerna behöver bli flexibla och anpassa sig till konsumentens behov och beteende. De kommer också att bli en produktionsplats och maten blir i och med det hyperlokala, säger Mike Lee, futurist på The Future Market som intervjuas i rapporten.

Startups tror på fysiska butiker

Två av tre svenska startups tror att fysiska butiker kommer att vara viktiga även 2030 och drygt sex av tio svenska konsumenter tror att butikerna kommer att behöva förändras för att konkurrera med onlinehandeln. 42 procent av kunderna är också beredda att betala mer för en produkt om butiksbesöket gav ett mervärde i form av en upplevelse.

Enligt rapporten blir den fysiska



– BUTIKERNAS UTBUD KOMMER I STÖRRE UTSTRÄCKNING ATT PÅVERKAS AV KONSUMENTERNA, VILKET GER UTRYMME FÖR EXPERIMENTELL OCH SMÅSKALIG HANDEL, SÄGER KATRIN TOTTIE, FRAMTIDSANALYTIKER PÅ ICA-GRUPPEN.

butiken ett upplevelsecentrum. Bredvid ostdisken finns servicetjänster och möjlighet att träna eller leka och utanför butiken kan du få cykeln lagad medan du handlar. Många av produkterna och tjänsterna kommer från lokala entreprenörer.

Delningsekonomin har blivit viktigare och på framtidens handelsplats erbjuds en stor bredd av aktiviteter, verktyg och tjänster att nyttja och dela. Samarbeten under samma tak, mellan många olika entreprenörer och varumärken gör platsen till en inspirerande mötesplats.

Butiker som upplevelsecentrum

Rapporten visar att två av tre startupföretag tror att konsumenten kommer vilja lägga mer pengar på upplevelser och tjänster framför materiella ting. Vi går mot en upplevelseekonomi där den starka automatiseringen av samhället skapar ett ökat behov av mänsklig kontakt.

– I framtiden kommer det att bli viktigare att använda styrkan i det fysiska mötet. På nätet påverkas vi av syn- och ljudintryck men missar doft och känsel.

– När kunderna får se, höra, smaka, känna och lukta på varor och nyheter i butikerna får de en bredare upplevelse som ger den fysiska butiken ett större värde, säger Bertil Hultén, professor och forskare i sinnesmarknadsföring vid Linnéuniversitetet och en av de som intervjuas i rapporten.

sitetet och en av de som intervjuas i rapporten.

Det globala blir närproducerat

År 2030 har butiker skapat restaurangmoduler där de senaste rätterna från världens alla hörn kan tillagas med hjälp av bland annat lokala terroirodningar och 3D-skrivare. Så fort en trend eller maträtt dyker upp någonstans i världen kan den åter-skapas lokalt, direkt i butiken.

– De senaste årens tydliga utveckling av mikroverksamheter inom allt från mat och dryck till retail och upplevelser, i kombination med en ökad relevans för lokal produktion, kommer föra med sig en stark lokalisering av fysiska butiker. Butikernas utbud kommer i större utsträckning att påverkas av konsumenterna, vilket ger utrymme för experimentell och småskalig handel, säger Ann-Katrin Tottie, framtidsanalytiker på ICA-gruppen.

Kunderna vill ha Made-by-Me

De senaste årens trend med mikroproduktion håller i sig och skapar större utrymme för småskaliga varor i dagligvaruhandeln. Konsumenterna vill ha lokala och personliga varor med märkningen "Made by Me" som tar plats bredvid de närproducerade och handgjorda produkterna.



Brott i butik har blivit vardagsmat!



Livsmedelshandeln i Sverige är liksom övrig handel hårt utsatt för brott. Många personer använder butiken som skafferi, stjal, hotar och trakasserar. Rättsväsendet prioriterar inte brotten och förövarna upplever ofta att det är mer eller mindre fritt fram. Detta vill vi i Livsmedelshandlarna ändra på. Genom initiativet Tryggare Matbutiker vill vi skapa en folkrörelse som delar vår vision om att våra butiker ska få vara öppna, välkomnande och trygga, både att handla och arbeta i.



Berätta din historia

Vi vill inte att polis, åklagare och det övriga rättsväsendet ska skyffla våra problem under mattan. Med din historia kan vi visa hur omfattande brottsligheten är i våra butiker. Hör av dig och berätta. Läs mer hur på www.tryggarematbutiker.nu.



E-post

beratta@tryggarematbutiker.nu



Telefon

08 - 66 88 000

Följ initiativet



Twitter

@TryggMatbutiker



Facebook

@TryggareMatbutiker



Instagram

@tryggarematbutiker