

# Lanseringsplan

2020

## En ovanligt varm sommar

Ibland ställer vädret till det. Som under sommaren 2018. Torrt och soligt i hela landet, nästan hela vägen från början av maj till in i augusti. Bönderna drabbades hårt, men semesterfirarna var glada.

Det märktes på försäljningen på Systembolaget. Den totala försäljningen ökade, men fördelningen mellan kategorier var mycket ojämn. Grillförbud gav minskad efterfrågan på rött vin, medan drycker som man gärna dricker kylda blev mer uppskattade av våra kunder.

Ett mycket udda år, så skulle man kunna avfärda 2018. Men har det inte varit väldigt många udda år den senaste tiden? Brist på kolsyra i bryggerierna. Extrem torka eller störtregn. Extra tull på bourbon och oklarheter kring Brexit. Världen tycks förändras snabbare än på länge, och det lär också påverka Systembolagets sortiment.

## Innehåll

Lanseringsplan 2020	2
Alkoholförsäljningen i Sverige	3
Lanseringsplan	
Rött vin	21
Vitt vin	26
Mousserande vin	31
Rosévin	32
Aperitif & dessert	33
Sprit	34
Öl	37
Cider & blanddryck	43
Alkoholfritt	44
Kategorier och segment	46
Årshjul för inspel	49
Kontaktuppgifter	51

# Lanseringsplan 2020

Förändringar sker ofta så långsamt att man inte märker dem förrän man tittar tillbaka i backspeglarna. Många av oss minns när vi skaffade vår första dator, men det där med att den tagit över våra liv har kommit mer smygande. När började du handla över nätet på riktigt? När blev sociala medier så stort att du började tillbringa mer tid där än med dina vänner? Eller tillhör du fortfarande den krympande skara analoga människor som går över till grannen på en kopp kaffe och köper böcker hos din lokala bokhandlare?

Hos våra kunder märks många förändringar, men från månad till månad sker sällan några överraskande hopp. Vi ser en ökande individualism där fler butiker får frågor om ovanliga produkter från ovanliga ursprung, och där närproducerat, naturligt och hantverksmässigt blir avgörande för allt fler köp. Vi ser också allt fler som går över till online-butiken och beställer sina varor till närmaste butik eller direkt till dörren. Inga explosiva språng, men en stadig förändringstakt.

Hållbarhet är förstås också ett område där vi ser ständig förändring. Utvecklingen för ekologiskt är väl en av få förändringar där vi kan sätta en tydlig startpunkt, men i de flesta fall smyger sig förändringen på oss. Etiskt och lättare förpackningar ökar stadigt och man kan gissa vilka förändringar som kan komma när Greta Thunbergs skolstrejkande vänner blir gamla nog att handla hos oss. Vem kommer då att köpa glasflaskor som väger över kilot?

Mångfald, näthandel och klimatfrågan. Där har vi tre viktiga trender som vi kommer att behöva möta de närmaste åren. Trender som kanske inte kommer att förändra spelplanen över en natt, men som vi säkert kommer att kunna titta tillbaka på om tio år och tänka "javisst ja, så där var det ju på 10-talet".

Lanseringsplanen för våren 2020 möter en del av de trender vi ser, men mycket av arbetet sker även inom andra områden. I online-butiken kommer kunderna lättare att kunna hitta rätt varor till rätt tillfälle. Och när den här planen publiceras har de första offertförfrågningarna för vårt nya tillfälliga sortiment kommit ut på leverantörsportalen. De kommer att fortsätta att dyka upp utan någon förvarnande lanseringsplan, för här är det meningen att processen ska gå lite snabbare. Att förändringar i kundefterfrågan ska få snabbare svar.

Och så finns det förstås i planerna en hel del som inte möter någon särskild trend. Artiklar som berikar sortimentet utan att behöva hålla ett fuktigt finger i luften. Artiklar som utmanar och kompletterar det gamla. Artiklar som passar för kunder som går över till grannen på en kopp kaffe och köper böcker hos sin lokala bokhandlare.

Kategoricheferna genom



Ulf Sjödin  
MW

# Alkoholförsäljningen i Sverige 2018

Systembolagets försäljning under 2018 blev 504,8 miljoner liter, motsvarande ett försäljningsvärde om 38,3 miljarder kronor. Volymen ökade med 4,5 procent jämfört med 2017 medan värdet ökade med 5,3 procent. Den tidigare konstaterade premiumiseringstrenden syns inte på försäljningen som helhet. Det beror på att volymökningen främst ligger inom öl och cider/blanddryck, två kategorigrupper som generellt har ett betydligt lägre literpris. Inom kategorigruppen vin syns fortfarande en tydlig skillnad mellan volym- och värdeökning, till den sistnämndas fördel.

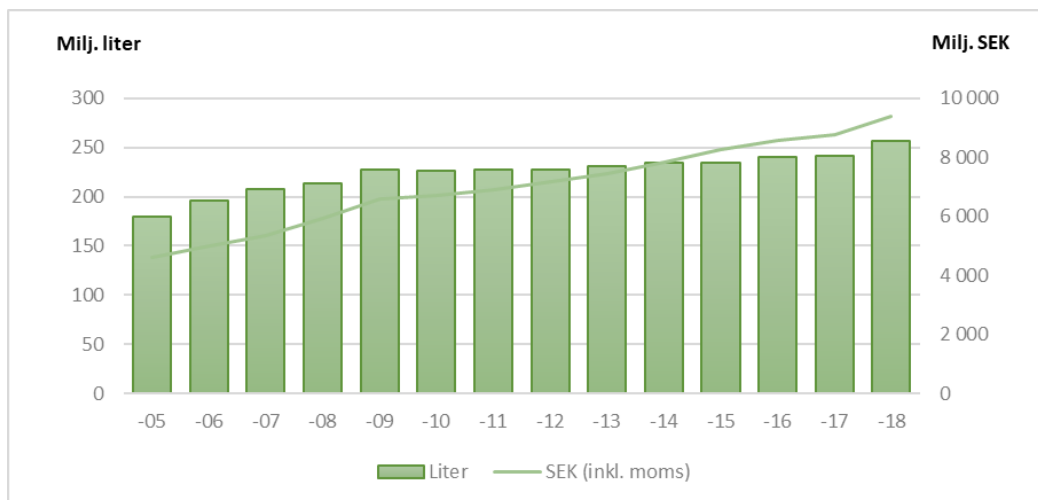
Året 2018 präglades av den tidiga och mycket varma sommaren. Fram till påsk var utvecklingen på liknande nivå som 2017, men med maj kom en märkbar förändring där öl, cider och blanddryck ökade mer än övriga kategorier och rött vin minskade. Värme och grillförbud påverkade uppenbart dryckesmönstret under 2018. Under hösten avtog försäljningsökningen, men september till december visade ändå 2,5 procent högre volym än 2017.

Högst tillväxt i volym hade cider och blanddrycker som ökade med 12 procent, jämfört med 7 procent föregående år. Alkoholfritt, som backade med 2 procent 2017, kom tillbaka och ökade med 6 procent i volym och 9 procent i värde. I absoluta tal var det dock öl som stod för den stora delen av ökningen. Nära 15 miljoner liter mer öl såldes 2018 jämfört med föregående år.

Försäljningen av ekologiskt ökade med 7,9 procent under året, vilket är nära föregående års ökning. Andelen ekologiskt ökade till 13 procent av volymen och 14,7 procent av värdet. Enligt EkoWeb Sverige är vin det ekologiska livsmedel som har störst värde. Av den totala ökningen av sålda ekologiska livsmedel 2018 stod Systembolaget för hälften.

Vi är försiktigt positiva till den kommande försäljningsutvecklingen för ekologiskt, men mycket kommer att bero av tillgången av ekologiska produkter snarare än efterfrågan under den närmaste tiden.

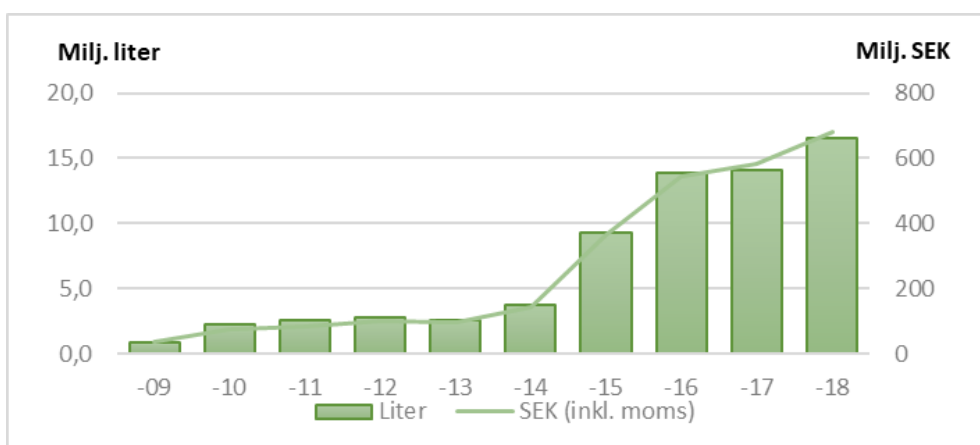
## Öl



Försäljningen av öl ökade med 6,1 procent till 257 miljoner liter under 2018. Värdet ökade med 6,9 procent till 9,4 miljarder kronor. Den mångåriga trenden att specialöl ökat mer än lageröl bröts under året, sannolikt en följd av den varma sommaren. Öl står för 51 procent av Systembolagets sålda volym och 24,5 procent av värdet.

I det exklusiva sortimentet såldes 1,15 miljoner liter öl vilket innebar en ökning med 20 procent. Det lokala och småskaliga sortimentet ökade samtidigt sin försäljning med 10 procent till 2,76 miljoner liter, så det är tydligt att de allra mest intresserade kunderna blir fler även om den breda ökningen av intresse för specialöl har avtagit.

## Ekologisk öl



Efter ett år med mycket blygsam utveckling ökade ekologiskt öl med 17 procent under 2018 och uppgick till 16,5 miljoner liter. Ekologiskt stod för 6,4 procent av ölförsäljningen. Inom specialöl minskade ekoandelen lite under året, men istället såg vi en betydande ökning inom lageröl som nu närmar sig specialölen i ekoandel.

## Lageröl

Lageröl	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	1 977,5	13,3%	57 960,8	12,7%
6101b LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) >= 17KR	95,2	34,9%	1 778,2	31,5%
6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	2 559,0	3,8%	90 560,5	3,9%
6103 LAGER EXTRA STARK BURK (6,0%-..)	1 413,9	9,1%	40 406,5	7,3%
6104 MÖRK LAGER BURK	55,2	17,1%	1 483,8	11,3%
6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	1 175,5	-0,2%	29 719,4	-0,4%
6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	403,3	14,0%	7 478,1	14,5%
6203 LAGER EXTRA STARK FLASKA (6,0%-..)	82,4	-8,4%	2 047,2	-8,6%
6204 MÖRK LAGER FLASKA	39,7	4,7%	892,3	4,9%
6401 ÖVRIG LAGER	5,3	-7,2%	113,6	-8,7%
<b>Totalsumma</b>	<b>7 807,0</b>	<b>7,1%</b>	<b>232 440,5</b>	<b>6,4%</b>

Lageröl utgör den absolut största delen av ölförsäljningen med drygt 90 procents andel av kategorigruppen. Lagerkategorin ökade med 6,4 procent och precis som det föregående året ökade lageröl på små burkar allra mest. Förflyttningen från stora till små burkar fortsätter alltså liknande de närmast föregående åren.

De högre prissegmenten ökar mest, på burk med hela 31,5 procent och på flaska med 14,5 procent. Om man kopplar den utvecklingen till avmattningen inom specialöl finns det anledning att tro att även den intresserade kunden mött den varma sommaren med lageröl, men då i högre prisklass.

## Specialöl

Specialöl	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
6301 ALE FLASKA (...5,9%)	450,1	-2,6%	7 415,3	-2,3%
6303 ALE BURK (...5,9%)	105,4	36,7%	1 612,7	34,1%
6304a PORTER/STOUT FLASKA/BURK (...5,9%)	45,9	-4,9%	823,3	-3,7%
6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)	469,4	9,4%	5 823,2	8,0%
6306 PORTER/STOUT EXTRA STARK (6,0%-..)	55,0	3,4%	470,3	-2,5%
6307 VETEÖL FLASKA/BURK	104,2	6,5%	2 083,9	7,1%
6307a ÖL FLASKA 750ML >= 49KR	40,2	1,4%	414,5	-1,2%
6307b SPONTANJÄST ÖL	19,1	15,1%	184,0	8,1%
6307c ÖVRIG SYRLIG ÖL	35,9	97,2%	385,8	83,5%
6308 ÖVRIG ÖL	62,6	8,5%	1 455,6	5,5%
6402 ÖVRIG ALE/PORTER/STOUT	0,3	11,0%	3,9	5,1%
<b>Totalsumma</b>	<b>1 388,0</b>	<b>6,8%</b>	<b>20 672,5</b>	<b>5,2%</b>

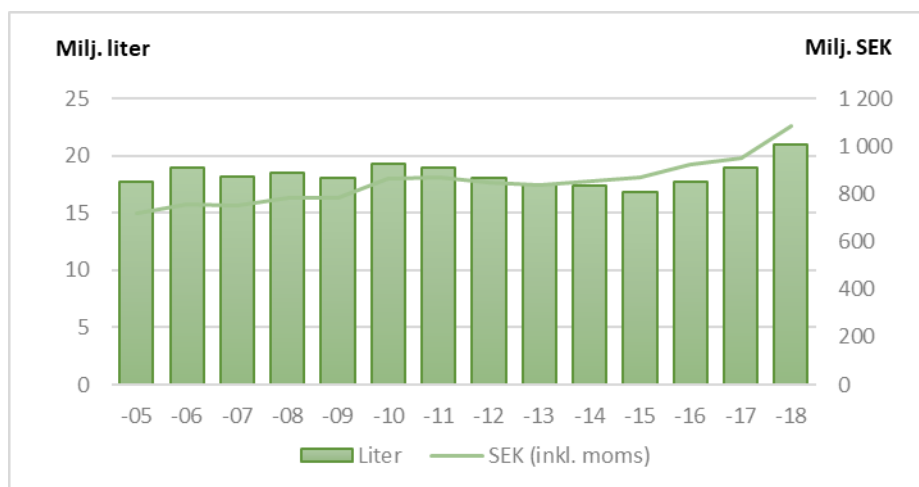
Specialöl ökade med 5,2 procent till 20,6 miljoner liter, vilket är lägre än tillväxten för lageröl. Värdeökningen i kategorin var 6,8 procent och den måttliga skillnaden mellan volym- och värdeökning påminner om kategorins mognad. Skillnaderna i utveckling mellan segment är relativt stor, med störst tillväxt inom ale på burk. Svagast utveckling ser vi inom porter/stout, åter en påminnelse om sommaren.

Svensk specialöl ökade 8 procent och stod för 46 procent av den totala försäljningen. Totalt 9,6 miljoner liter kom från Sverige och 1,9 miljoner av detta såldes inom sortimentet för lokalt och småskaligt.

Säsongsöl	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
6501 PÅSK	16,9	-7,1%	304,1	-12,8%
6503 OKTOBERFEST	27,2	3,1%	566,8	-1,2%
6504 JULÖL LAGER	78,7	0,3%	1 862,4	-0,3%
6505 JULÖL SPECIALÖL	66,8	-1,3%	945,8	-4,0%
<b>Totalsumma</b>	<b>189,6</b>	<b>-0,6%</b>	<b>3 679,1</b>	<b>-2,6%</b>

Säsongsöl minskade med 2,6 procent under 2018. Samtliga segment minskade under året, men allra mest påskölen där minskningen var nära 13 procent.

## Cider och blanddrycker



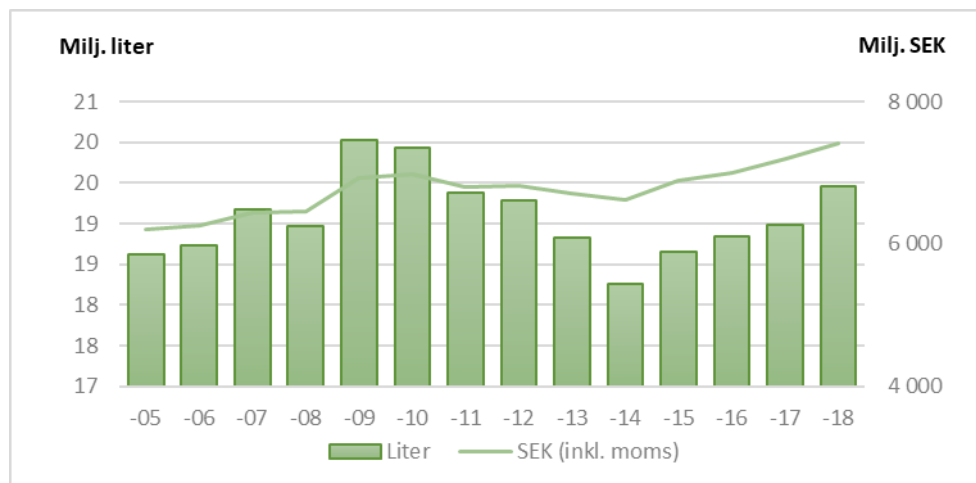
Försäljningen av cider och blanddrycker uppgick till 21,2 miljoner liter motsvarande ett värde av 1,1 miljarder kronor. Volymen ökade med 12 procent jämfört med året innan, medan värdet ökade med 14 procent. Totalt står kategorigruppen för 4,2 procent av Systembolagets totala volym och 2,8 procent av värdet.

Cider och Blanddrycker	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring helår	Volym (000) liter	%- förändring helår
6601 TORR/HALVTORR CIDER FLASKA	65,2	8,9%	1 223,0	8,8%
6601s TORR/HALVTORR CIDER FLASKA 750ML >= 49KR	11,3	7,6%	153,2	4,9%
6602 TORR/HALVTORR CIDER BURK	27,6	8,7%	692,6	7,3%
6603 HALVSÖT/SÖT CIDER FLASKA	87,2	2,0%	1 806,5	3,3%
6604 HALVSÖT/SÖT CIDER BURK	384,7	18,7%	9 443,5	16,1%
6606 CIDER & BLANDDRYCKER ÖVRIGA FÖRPACKNINGAR	0,9	21,1%	10,7	17,1%
6607 BLANDDRYCKER	502,1	14,4%	7 823,0	10,6%
<b>Totalsumma</b>	<b>1 079,1</b>	<b>14,2%</b>	<b>21 152,5</b>	<b>12,0%</b>

Samtliga segment ökar mot föregående år. Det största segmentet, söt cider på burk, ökade med hela 16 procent. Även blanddryckerna ökade mycket, med drygt 10 procent, vilket helt följer tidigare nämnt mönster från den långa och varma sommaren.

Försäljningen av ekologisk cider ökade med 46 procent till 2,6 miljoner liter och därmed passerade ekoandelen 10-procentstrecket upp till 12 procent under 2018. Andelen unga och miljömedvetna kunder kan antas vara stort i den här kategorigruppen, så det är sannolikt att ökningen kommer att fortsätta.

## Sprit



Sprit står för 3,9 procent av Systembolagets totala försäljningsvolym, men 19,3 procent av värdet. Försäljningen 2018 blev 19,5 miljoner liter, motsvarande ett värde av 7,4 miljarder kronor. Det innebär en ökning med 2,5 procent i volym och 3,1 procent i värde jämfört med föregående år. För sprit är det inte sommaren som ligger bakom ökningen,

utan vi ser en relativt jämn fördelning över året. Likt tidigare år är det mörk rom, gin och shots som står för tillväxten inom spritkategorin.

Försäljningen av ekologisk sprit ligger fortfarande efter den allmänna trenden, men volymen ökade med 13 procent under året, och värdet med 17 procent. Av den totala försäljningen är 4,6 procent ekologiskt märkt – sett till både volym och värde. Kategorin snaps har högst ekoandel, 30 procent. Medan likörkategorin i princip saknar ekologiskt erbjudande.

## Avec

Avec	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
5401 COGNAC	160,3	1,9%	303,4	0,7%
5402 COGNAC SMÅ FLASKOR	35,5	-3,2%	63,8	-5,4%
5403 ÖVRIG BRANDY	26,9	8,1%	73,3	5,7%
5404 ÖVRIG BRANDY SMÅ FLASKOR	17,0	-2,4%	45,1	-4,0%
5405 CALVADOS	32,9	0,3%	66,7	-2,2%
5406 GRAPPA/MARC	9,0	1,7%	16,7	1,4%
5407 MÖRK ROM	290,0	13,9%	561,7	10,3%
5408 MÖRK ROM SMÅ FLASKOR	35,3	6,8%	88,0	6,6%
5702 BITTER	81,9	2,2%	174,0	-1,0%
5705 ÖVRIG SPRIT, SEGMENT	9,0	59,8%	18,9	83,2%
<b>Totalsumma</b>	<b>697,9</b>	<b>7,1%</b>	<b>1 411,6</b>	<b>4,8%</b>

Avec ökar med 4,8 procent i volym och 7,1 procent i värde. Kategorin står för 7,3 procent av volymen sprit som säljs, men 9,4 procent av värdet. Utvecklingen drivs liksom tidigare år helt av mörk rom som ökar med 10,3 procent – vilket dock är en lägre tillväxtsiffra än tidigare år.

Cognac och brandy har minskat i försäljning under lång tid men köptes under 2018 på samma nivå som 2017. Ser man till konkurrerande segment inom whiskykategorin verkar förflyttningarna mellan kategorier under året varit försvinnande små.

## Drinkar och cocktails

Drinkar & Cocktails	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
5101 OKRYDDAT BRÄNNVIN	1 046,8	2,2%	3 503,0	2,0%
5102 OKRYDDAT BRÄNNVIN SMÅ FLASKOR	310,6	-4,8%	955,8	-4,6%
5103 SMAKSATT VODKA	81,9	7,9%	219,2	7,8%
5104 GIN	479,7	17,9%	1 342,3	14,2%
5105 GIN SMÅ FLASKOR	89,7	7,7%	247,1	6,9%
5106 LJUS ROM	78,9	3,6%	221,7	3,8%
5107 LJUS ROM SMÅ FLASKOR	22,6	3,5%	59,2	3,0%

5108 SMAKSATT ROM	180,7	4,2%	495,1	2,5%
5109 TEQUILA	34,4	2,0%	81,7	3,7%
5701 ANISSPRIT	20,7	10,6%	48,4	9,9%
5703 FÄRDIGBLANDADE DRINKAR	35,1	24,0%	203,5	29,6%
<b>Totalsumma</b>	<b>2 381,1</b>	<b>5,0%</b>	<b>7 377,0</b>	<b>4,2%</b>

Drinkar och cocktails ökade mer än whisky under 2018 och blev åter den största kategorin med 7,4 miljoner liter. Det motsvarande ett värde av 2,4 miljarder kronor. Kategorin står för 38 procent av all såld sprit sett till volym, men bara 32 procent av värdet. Försäljningen ökade med 4,2 procent och det är fortfarande främst gin och färdigblandade drinkar som ökar. Okryddat brännvin, som med 4,5 miljoner liter står för lejonparten av kategorin, ökade också, om än med endast 0,5 procent.

Gin ökade med 11,3 procent i volym och 16 procent i värde vilket innebär en större ökning än 2017. Den världsomspännande trenden för gin fortsätter alltså även i Sverige. Till trenden hör också premiumiseringen där mer exklusiv gin ökar i popularitet. Det märks inte minst inom lokalt och småskaligt. Här ökade ginförsäljningen med 29 procent under året, till nära 16 000 liter.

## Likör

Likör	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%- förändring helår
5502a CHOKLAD-, KAFFE- O NÖTLIKÖRER	42,3	3,6%	117,9	1,4%
5504a GRÄDD- OCH ÄGGLIKÖRER	132,1	0,3%	465,5	0,1%
5505 ÖRT- OCH AVECLIKÖRER	43,7	-4,7%	103,3	-3,9%
5506a FRUKT- OCH BÄRLIKÖRER	153,6	-4,7%	412,2	-7,6%
5506b ÖVRIGA LIKÖRER OCH SHOTSLIKÖRER	189,3	22,8%	551,4	31,9%
5506c ÖVRIGA LIKÖRER OCH SHOTSLIKÖRER SMÅ FLASKOR	230,1	6,6%	583,2	8,0%
5507 PUNSCH	36,5	-3,9%	112,8	-4,4%
<b>Totalsumma</b>	<b>827,5</b>	<b>5,1%</b>	<b>2 346,3</b>	<b>6,1%</b>

Likör ökade med 6,1 procent till 2,3 miljoner liter 2018. Värdet ökade med 5,1 procent till 827 miljarder kronor, så kategorin visar ovanligt nog upp en minskning i genomsnittligt literpris. Orsaken är att all tillväxt sker inom shots-segmenten, där alkoholhalt och därmed också literpris är märkbart lägre. Nära hälften av all såld likör som säljs kategoriseras numera som shots.

## Snaps

Snaps	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%- förändring helår
5601 KRYDDAT BRÄNNVIN	297,7	0,9%	732,7	0,2%
5602 KRYDDAT BRÄNNVIN SMÅ FLASKOR	113,1	-6,5%	269,4	-7,1%
<b>Totalsumma</b>	<b>410,8</b>	<b>-1,3%</b>	<b>1 002,1</b>	<b>-1,9%</b>

Snaps är den minsta kategorin inom kategorigruppen sprit och står för 5,1 procent av volymen och 5,5 procent av värdet. Snaps var den enda kategori inom sprit som minskade under 2018, med 1,9 procent ner till närapå 1 miljon liter. Helflasksegmentet ökade dock något under året, medan små flaskor minskade med 7,1 procent. Lokalt och småskaligt producerad snaps ökade med 14 procent, men har knappt 1,5 procent av snapsförsäljningen.

## Whisky

Whisky	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%- förändring helår
5201 SKOTSK BLENDED WHISKY	1 005,6	1,0%	2 845,8	1,1%
5202 SKOTSK BLENDED WHISKY SMÅ FLASKOR	267,2	-3,0%	695,2	-3,3%
5203 KANADENSISK WHISKY	297,8	-1,7%	924,7	-2,1%
5204 KANADENSISK WHISKY SMÅ FLASKOR	80,6	-16,3%	223,5	-17,5%
5205 AMERIKANSK WHISKEY	121,1	8,2%	269,1	5,6%
5206 AMERIKANSK WHISKEY SMÅ FLASKOR	33,8	19,7%	75,7	21,1%
5207 IRLÄNSK WHISKEY	275,5	6,0%	664,9	6,1%
5208 IRLÄNSK WHISKEY SMÅ FLASKOR	73,3	0,4%	162,0	0,0%
5209 ÖVRIG WHISKY	20,6	6,5%	25,2	-0,6%
5301a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD	664,9	0,3%	1 122,2	-0,3%
5302a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD SMÅ FLASKOR	40,3	-2,1%	55,2	-1,2%
5303a SKOTSK MALTWHISKY >= 18 YEARS OLD	50,2	21,2%	29,6	22,8%
5304 ÖVRIG MALTWHISKY	148,6	1,8%	201,1	-1,3%
<b>Totalsumma</b>	<b>3 079,5</b>	<b>0,8%</b>	<b>7 294,1</b>	<b>0,1%</b>

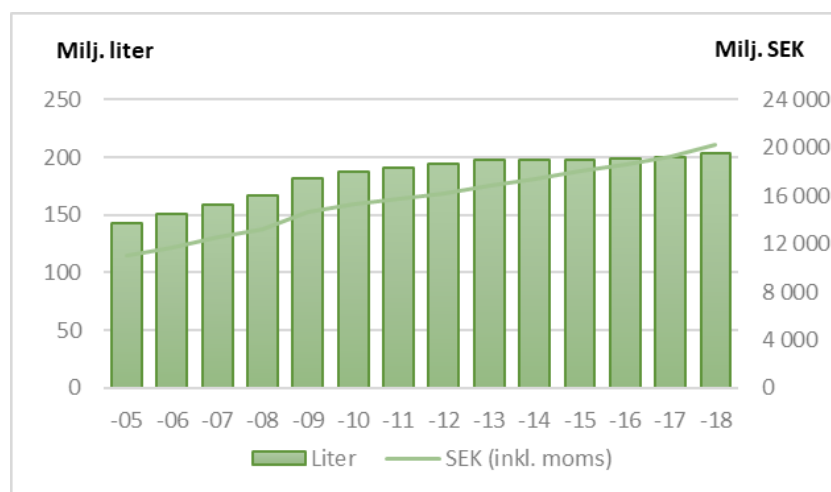
Whisky förlorade platsen som den största spritkategorin efter en ökning på 0,1 procent. Mätt i volym hamnade whisky på 7,29 miljoner liter. Värdemässigt ökade whisky med 0,8 procent och är fortfarande den största kategorin sett till värde med 3,08 miljarder kronor.

Kanadensisk whisky minskade mest, med 5,6 procent, vilket följer tidigare års utveckling. Ursprunget är nog inte orsaken, utan snarare att segmentet är ett utpräglat lågprissegment och därmed går mot den rådande premiumiseringstrenden.

Irländsk whiskey ökade med 4,6 procent och amerikansk whiskey med 7,8 procent. Trenden för dessa ursprungsländer fortsätter som tidigare år och det är tydligt att allt fler konsumenter anser att whiskey ska stivas med ett "e".

Försäljningen av maltwhisky var i princip helt oförändrad över året. Skillnaden mot 2017 var bara 360 liter, vilket motsvarar ungefär 40 minuters försäljning i våra butiker. Nästan alla segment minskade i försäljning förutom skotsk maltwhisky 18 år och äldre. Här ökade volymen med 22,8 procent och bekräftade att den mest intresserade kundgruppen inom whisky fortfarande växer. Det exklusiva sortimentet av maltwhisky ökade också sin försäljning med nära 30 procent vilket ytterligare bekräftar tesen – även om de två siffrorna förstås till viss del kommer av samma försäljning.

## Vin



Vinförsäljningen ökade med 2 procent upp till 204 miljoner liter, vilket utgör 40,4 procent av Systembolagets totala försäljning. Värdet ökade med 4,9 procent till 20,2 miljarder kronor och vin står för 52,8 procent av det totala värdet. Samtliga kategorier ökade under året, förutom rött vin som tappade volymer. Sannolikt åter en påminnelse om den varma sommaren och grillförbudet.

Försäljningen de senaste åren har varit tämligen konstant och ser ut att vara så även framåt – även om en fortsatt omfördelning från rött till andra kategorier är tänkbar.

## Förpackningar

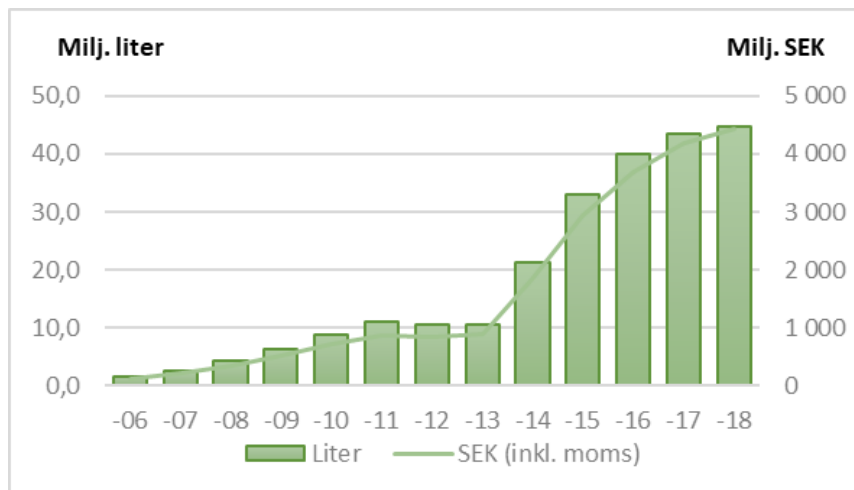
Vin ( milj liter)	2014	2015	2016	2017	2018
Glas	79,0	79,5	81,8	83,2	86,0
Box	103,9	103,0	103,0	102,3	103,8
Papp	12,3	12,0	11,4	10,8	10,2
PET-flaska	2,6	3,1	3,2	3,4	3,7
Övriga förpackningar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Boxvin har liksom föregående år 51 procents marknadsandel och ökade under 2018 i samma takt som hela kategorigruppen. Bland stilla vin är andelen 56,2 procent, vilket innebär en ökning med 0,3 procentenheter från föregående år. Det är dock inte från flaskförsäljningen som den volymen flyttats, utan från tetra som minskade med 5,7 procent under året.

Glasflaskor ökade något och gick upp med nära 10 procent. Det är en större ökning än föregående år, och PET står nu för 3,7 miljoner liter eller 2 procent av allt stilla vin.

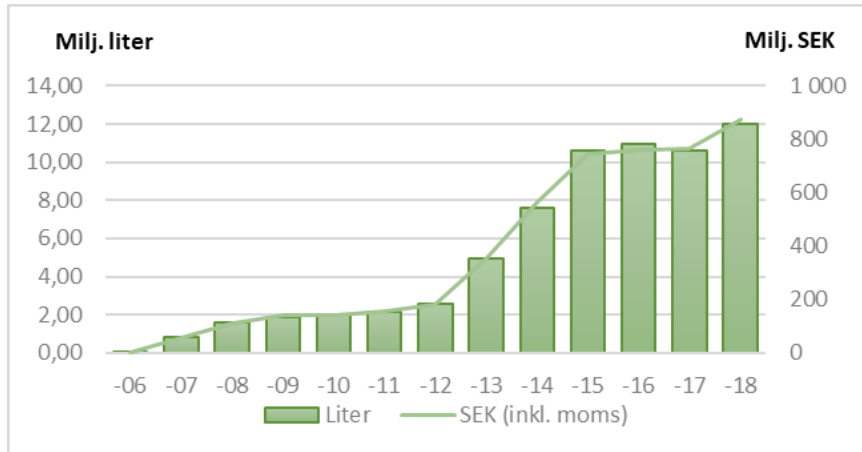
Försäljningen av lättare glasflaskor fortsätter att öka i antal, men vi ser även en ökning av riktigt tunga flaskor. Ända upp till tre gånger lättviktsgränsen på 420 gram har vi kunnat observera. Det är tydligt att det ur ett hållbarhetsperspektiv krävs större insatser på det området framöver.

### Ekologiskt vin



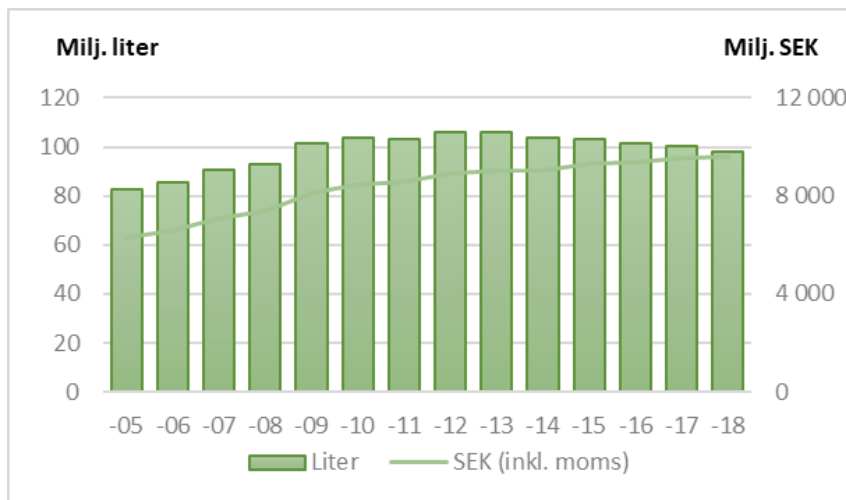
Ekologiskt vin ökade med 3 procent till 22,0 procents marknadsandel under året. Värdeutvecklingen var 6,4 procent, vilket följer den allmänna prisutvecklingen på vin. Värdeandelen för ekologiskt vin blev 22,0 procent. Total volym blev 44,8 miljoner liter till ett värde av 4,4 miljarder kronor. När annan handel ser stagnation för ekologiskt är det glädjande att Systembolagets kunder fortsätter efterfråga ekologiskt trots att tillgångssituationen på världsmarknaden varit svår.

## Etiskt certifierat vin



Etiskt certifierat vin ökade med 13,3 procent till 12 miljoner liter under året, en glädjande avvikelse mot förra årets nedgång. De traditionella riskländerna Chile, Argentina och Sydafrika har nu en etisk andel på 22,7 procent. Totalt är 5,9 procent av den sålda volymen vin etiskt certifierad.

## Rött vin



Rött vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
2101 RÖTT VIN (0-59)	206,5	-4,1%	2 637,4	0,5%
2102 RÖTT VIN (60-69)	245,5	-11,8%	2 711,6	-13,3%
2103 RÖTT VIN (70-79)	714,9	-7,3%	6 857,4	-8,3%
2104 RÖTT VIN (80-89)	750,8	3,6%	6 407,2	1,8%
2105 RÖTT VIN (90-99)	983,3	-0,9%	7 621,6	-3,0%
2106 RÖTT VIN (100-119)	868,7	12,8%	5 794,1	9,3%
2107 RÖTT VIN (120-149)	477,6	2,6%	2 665,1	0,5%
2108 RÖTT VIN (150-199)	412,5	8,4%	1 758,8	5,2%
2109a RÖTT VIN (200-299)	277,4	-3,5%	840,6	-6,8%
2109b RÖTT VIN (300-499)	78,3	7,6%	159,1	4,4%
2109c RÖTT VIN (500-..)	49,3	22,6%	40,7	15,2%
2111 RÖTT VIN STORA FLASKOR	28,6	7,0%	172,6	4,5%
2112 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (0-186,6KR/L)	134,9	1,1%	1 019,6	-1,3%
2113 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	34,0	0,5%	125,0	-3,2%
2204 RÖTT VIN EJ BOX ELLER FLASKA >= 500ML	188,0	-8,1%	2 790,8	-11,3%
2205 RÖTT VIN EJ BOX ELLER FLASKA < 500ML	9,8	-2,6%	96,5	-2,3%
2301 RÖTT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	1 241,2	2,8%	20 142,8	0,2%
2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	2 761,7	-2,5%	34 853,5	-5,0%
2303 RÖTT VIN BOX > 2L (100-..KR/L)	43,7	50,4%	410,5	33,6%
2311 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	27,8	-17,9%	341,2	-22,0%
2312 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	50,9	27,7%	437,4	25,7%
<b>Totalsumma</b>	<b>9 585,3</b>	<b>0,4%</b>	<b>97 883,6</b>	<b>-2,7%</b>

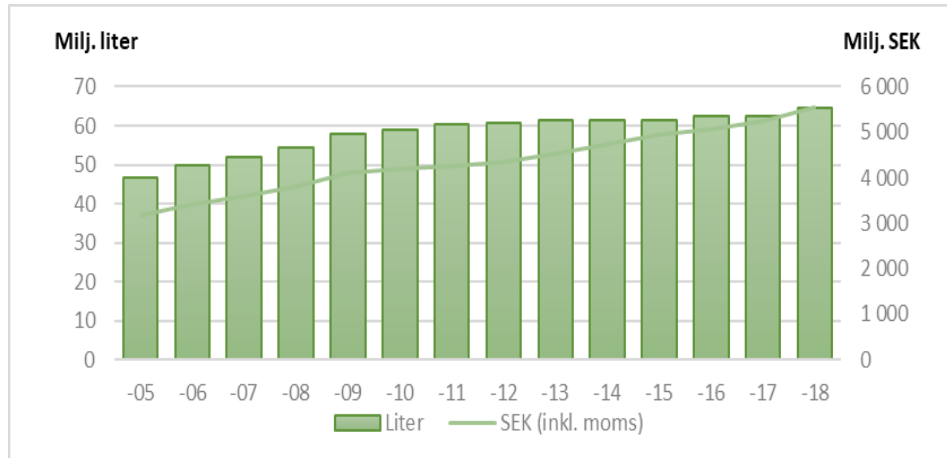
Rött vin minskade med 2,7 procent i volym till 97,9 miljoner liter, men ökade i värde med 0,4 procent till 9,6 miljarder kronor. Minskningen låg under sommarsäsongen maj till augusti då volymerna minskade med 7,5 procent. Resten av året var minskningen liten – under en procent.

För vin på flaska ser vi en stor minskning i segmenten i lägre prisklass, medan vin i högre prisklass ökar. Försäljningen i vårt exklusiva sortiment ökade med 5 procent under året. Vilket är en mindre ökning än föregående år, men ändå en stor skillnad mot kategorin i stort. Värdet ökade dock med över 10 procent, så kunderna verkar efterfråga allt mer dyrbara viner. Snittpriset för en flaska i TSE var 246 kronor.

Röda boxar i det högsta prisläget, över 100 kronor per liter, fortsatte öka under året, men från väldigt låg nivå. Det största boxsegmentet, trelitersboxar mellan 200 och 299 kronor, minskade med 1,8 miljoner liter under året, vilket innebär en minskning med 5 procent.

Försäljningen av pappförpackningar fortsätter minska och de stora tetrorna tappade 11 procent under året. En minskning som har pågått länge och accelererat jämfört med föregående år. Det är dock en miljövänlig förpackning som vi vill se mer av och därför ser vi gärna fler inspel på lämpliga ursprung och typer som vi skulle kunna fråga efter i lanseringsplanen.

## Vitt vin



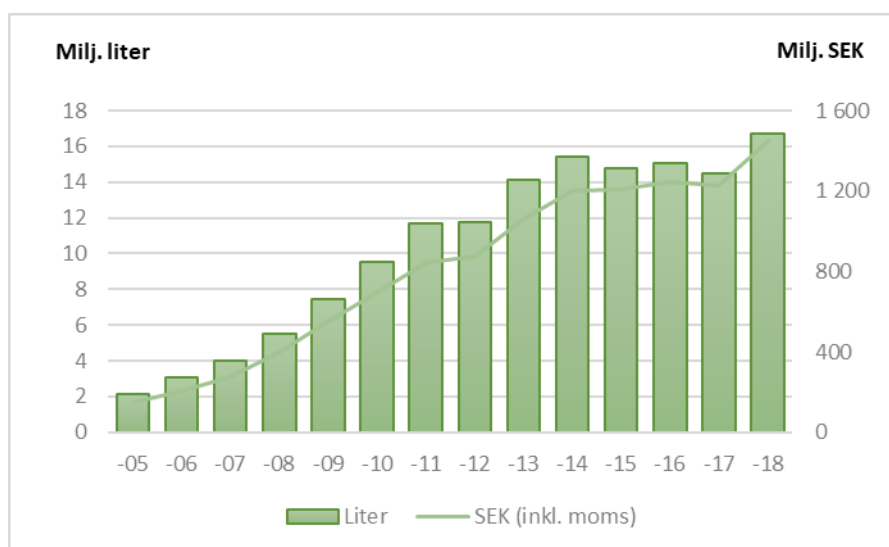
Vitt vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
3101 VITT VIN (0-59)	94,5	-4,9%	1 219,3	-3,0%
3102 VITT VIN (60-69)	233,5	-1,3%	2 561,9	-3,3%
3103 VITT VIN (70-79)	531,1	2,3%	5 182,9	0,6%
3104 VITT VIN (80-89)	380,4	7,6%	3 243,5	5,9%
3105 VITT VIN (90-99)	439,4	11,5%	3 413,4	9,4%
3106 VITT VIN (100-119)	344,4	7,8%	2 330,4	4,8%
3107 VITT VIN (120-149)	260,6	14,1%	1 443,0	10,7%
3108a VITT VIN (150-199)	151,8	4,4%	668,1	-0,7%
3108b VITT VIN (200-399)	47,9	5,5%	141,1	-0,2%
3108c VITT VIN (400-..)	13,4	26,1%	17,3	24,4%
3110 VITT VIN STORA FLASKOR	4,8	7,3%	34,5	-0,8%
3111 VITT VIN SMÅ FLASKOR (0-186,6KR/L)	80,3	4,2%	650,3	1,8%
3112 VITT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	13,3	11,2%	58,1	6,9%
3205 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA >= 500ML	351,9	-3,2%	5 376,7	-5,8%
3206 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA < 500ML	23,9	0,9%	234,7	0,9%
3301 VITT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	1 427,4	6,7%	23 362,9	4,4%
3302 VITT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	1 015,0	4,6%	13 332,8	4,2%
3303 VITT VIN BOX > 2L (100-..KR/L)	4,2		35,4	
3311 VITT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	47,2	34,9%	575,6	27,4%
3312 VITT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	71,7	11,7%	519,9	10,2%
<b>Totalsumma</b>	<b>5 536,6</b>	<b>5,7%</b>	<b>64 401,7</b>	<b>3,3%</b>

Vitt vin ökade med 3,3 procent till 64,4 miljoner liter. Värdet ökade med 5,7 procent till 5,5 miljarder kronor. Vitt vin står för 31,6 procent av vinförsäljningen och 12,4 procent av den totala volymen på Systembolaget.

Boxvinerna ökade med 4,7 procent och ökade alltså liksom tidigare år mer än kategorin totalt. Boxar står för 59 procent av allt vitt vin medan flaskor motsvarar 33 procent.

Vitt vin på flaska i högt prisläge ökar. Segmentet över 400 kronor ökade med 24,4 procent och i det exklusiva sortimentet TSE ökade vitt vin med 27 procent. Snittpriset är dock lägre än för rött vin, 205 kronor per flaska, och ligger på samma nivå som 2017.

## Rosévin



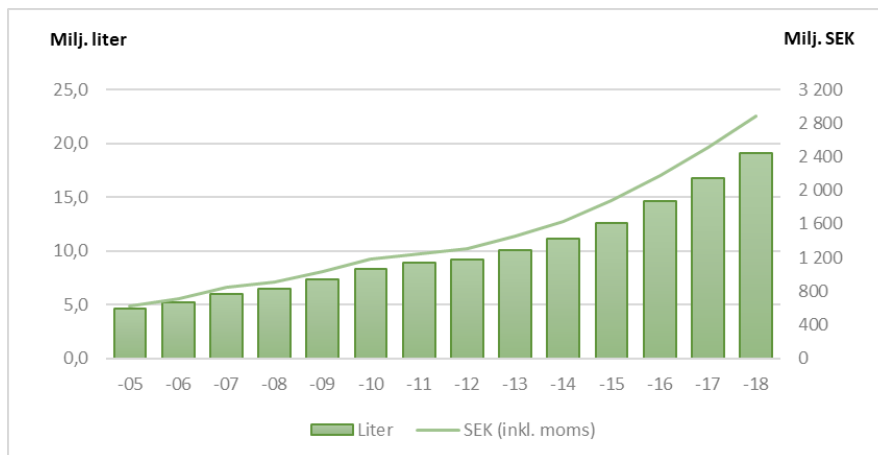
Rosévin	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
4102a ROSÉVIN (0-79)	236,8	5,7%	2 500,2	3,0%
4102b ROSÉVIN (80-99)	261,7	17,7%	2 216,8	15,8%
4102c ROSÉVIN (100-..)	147,4	40,2%	912,4	32,9%
4103 ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	21,5	10,0%	176,4	10,1%
4105 ROSÉVIN STORA FLASKOR	1,8	51,5%	12,6	62,5%
4202 ROSÉVIN EJ BOX ELLER FLASKA	93,1	7,5%	1 379,6	6,8%
4211 ROSÉVIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	287,6	38,3%	4 336,3	38,3%
4212 ROSÉVIN BOX > 2L (66,7-..KR/L)	373,6	10,5%	4 874,5	6,7%
4221 ROSÉVIN BOX 1,5-2L	25,8	7,9%	282,4	-7,3%
<b>Totalsumma</b>	<b>1 449,5</b>	<b>18,0%</b>	<b>16 691,1</b>	<b>15,1%</b>

Försäljningen av rosévin uppgick till 16,7 miljoner liter vilket motsvarade 1,4 miljarder kronors försäljningsvärde. Volymerna ökade med 15 procent och värdet med 18 procent.

Den fina sommaren blir återigen förklaringen, och sannolikt kommer en mer normal sommar också att medföra en lägre försäljning än 2018.

Rosévin och rött vin är, som tidigare konstaterats, kommunicerande kategorier där den ena minskar när den andra ökar. Fina sommardagar ökar rosé och tar då volym från det röda vinet. Prismässigt har roséviner en mindre tydlig premiumiseringstrend jämfört med andra kategorier. Den ökning vi ser bland dyrare flaskor kompenseras av att vi på boxsidan ser den allra största tillväxten i det lägre prisspannet. En relativt blygsam ökning av TSE, 6 procent, bekräftar att det inte är det mest exklusiva som säljer mest.

## Mousserande vin



Mousserande vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
4301a CHAMPAGNE (0-299)	240,4	14,8%	801,2	12,2%
4302a CHAMPAGNE (300-499)	320,2	-2,1%	616,4	-4,5%
4303a CHAMPAGNE (500-999)	45,8	9,2%	56,5	4,0%
4303b CHAMPAGNE (1000-..)	29,9	22,9%	15,4	21,8%
4304 CHAMPAGNE SMÅ FLASKOR	69,7	3,9%	134,8	6,0%
4305 CHAMPAGNE STORA FLASKOR	28,9	10,6%	54,1	7,3%
4306 CHAMPAGNE ROSÉ	26,7	0,8%	48,1	-6,0%
4307 CHAMPAGNE ROSÉ SMÅ FLASKOR	4,0	2,2%	7,5	-0,2%
4403a MOUSSERANDE VIN (0-79)	432,2	16,8%	4 382,1	13,3%
4403ba MOUSSERANDE VIN (80-99)	775,1	27,8%	6 251,7	25,1%
4403bb MOUSSERANDE VIN (100-119)	213,2	11,1%	1 444,8	7,0%
4403c MOUSSERANDE VIN (120-..)	212,0	8,5%	1 174,8	5,5%
4404a MOUSSERANDE VIN SMÅ FLASKOR (0-186,6KR/L)	96,7	15,6%	646,6	10,5%
4404b MOUSSERANDE VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	19,2	58,7%	90,1	57,3%

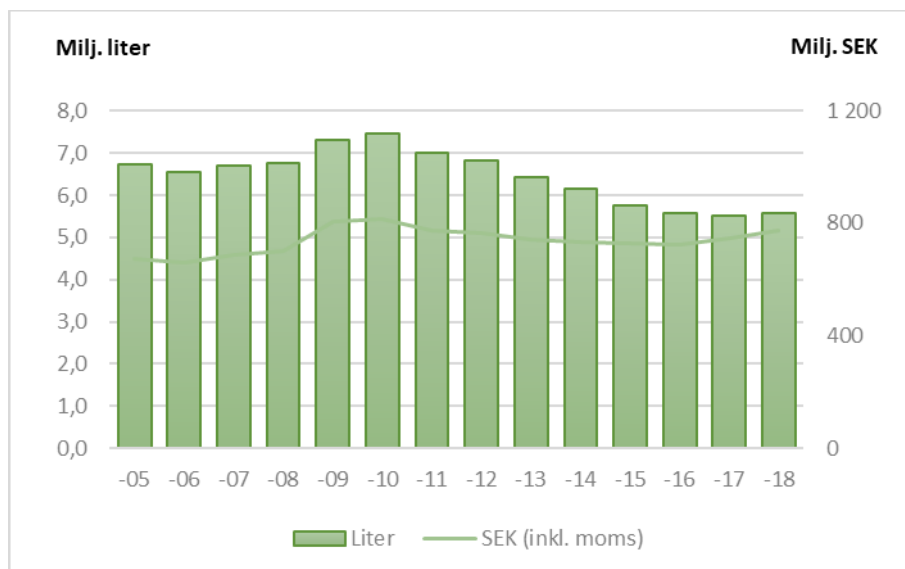
4405 MOUSSERANDE VIN STORA FLASKOR	15,3	7,9%	92,4	4,6%
4406 SÖTT MOUSSERANDE VIN	52,2	-2,1%	516,1	-4,2%
4407 SÖTT MOUSSERANDE VIN SMÅ FLASKOR	10,5	5,3%	71,3	1,8%
4408a MOUSSERANDE ROSÉVIN (0-79)	121,2	23,4%	1 309,0	17,3%
4408b MOUSSERANDE ROSÉVIN (80-..)	103,6	24,7%	749,2	26,2%
4409 MOUSSERANDE ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	9,1	30,0%	61,3	22,6%
4410 ÖVRIGT MOUSSERANDE	61,1	-3,2%	604,4	-9,2%
<b>Totalsumma</b>	<b>2 886,9</b>	<b>14,8%</b>	<b>19 128,0</b>	<b>14,2%</b>

Mousserande vin fortsätter att öka i försäljning och ökade med 14,2 procent upp till 19,1 miljoner liter, i stort sett samma ökning som föregående år. Värdetillväxten var fortsatt måttlig i förhållande till volymen, plus 14,8 procent, vilket beror på att den största tillväxten återfanns i relativt låga prissegment. Av allt vin som säljs är nu 9,4 procent mousserande, men om man bara räknar flaskor har mousserande 19,1 procents marknadsandel inom kategorigruppen vin.

De flesta segment visar en ökning utom de söta och roséchampagne, enligt samma mönster som föregående år. Det finns inget som tyder på en förändring av utvecklingen.

Champagne ökade med 4 procent i volym vilket är på samma nivå som föregående år. De flesta segment ökar, men noterbart är att segmentet 300 – 499 kronor minskade med 4,5 procent. I det segmentet återfinns de stora internationella varumärkena och det verkar som om vi har en polarisering där man antingen väljer ett vin i lägre prisklass eller går på årgångschampagne i högre prisklass.

## Aperitif och Dessert



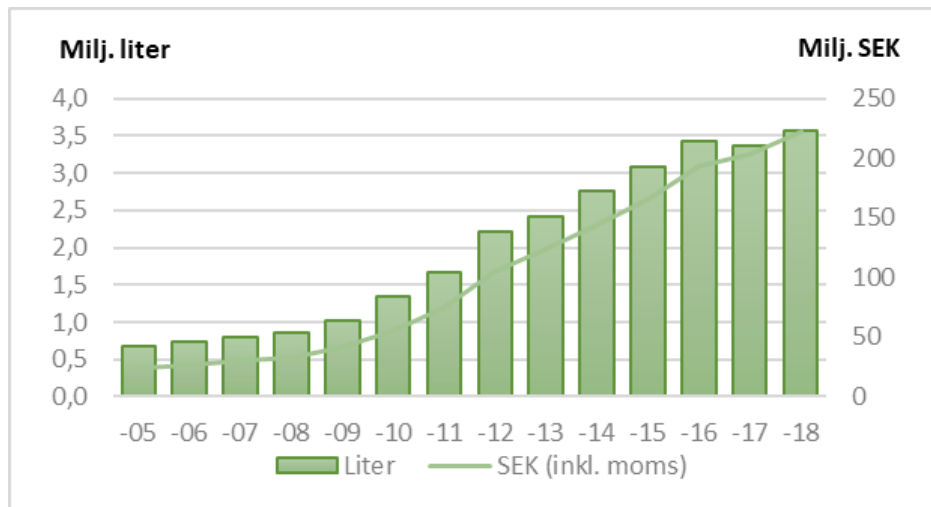
Aperitif och Dessert	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000) liter	%-förändring helår
4502a SHERRY/MONTILLA	20,689348	-4,4%	141,835375	-8,1%
4504a EXTRA TORR VERMOUTH	26,632927	-2,4%	180,1805	-1,4%
4504b VERMOUTH	45,0789	-1,5%	355,338625	-0,6%
4506a APERITIF	113,0748346	20,5%	584,38575	12,5%
4507 SAKE	5,023926	7,7%	20,88599	4,2%
4508 TORRT FRUKTVIN	3,535395	13,4%	20,296035	19,2%
4509 ÖVRIGT VIN, SEGMENT	12,491093	-41,0%	48,062955	-56,8%
4601 SÖTT VITT VIN	17,125109	4,8%	105,079125	4,3%
4602 SÖTT VITT VIN SMÅ FLASKOR	18,350172	-2,5%	64,48724	-6,6%
4604a RÖTT PORTVIN	49,736854	0,4%	245,366875	-3,2%
4605 VITT PORTVIN	2,789443	4,9%	15,71575	4,1%
4607a SÖT SHERRY/MONTILLA	9,550325	-2,3%	61,30525	-9,0%
4609a MADEIRA	11,31358	-1,3%	57,079975	-2,4%
4611a SMAKSATT VIN	70,777078	15,1%	813,51689	9,8%
4613a SÖTT FRUKTVIN	24,442058	-4,7%	192,324067	-4,6%
4615a ÖVRIGT DESSERTVIN	18,301402	-5,4%	120,58935	-6,1%
4710 GLÖGG & ANDRA JULDRYCKER	316,588781	1,5%	2518,567	0,8%
4720 GLÖGG & ANDRA JULDRYCKER SMÅ FLASKOR	7,023178	173,7%	41,66725	137,9%
<b>Totalsumma</b>	<b>772,5244036</b>	<b>3,4%</b>	<b>5586,684002</b>	<b>1,4%</b>

Aperitif och dessertvin är en mycket bred kategori som samlar framförallt olika starkviner, men även smaksatt vin som till exempel glögg. Segmenten betraktas som service-segment vilket innebär att lanseringsgraden är låg men att sortimentet måste vara brett och innehålla många artiklar eftersom det ryms många unika smaktyper i kategorin.

Kategorin som helhet ökade för första gången sedan 2010, med 1,4 procent till 5,6 miljoner liter. De allra flesta segment minskade sin försäljning under 2018. De segment som ökade kategoriseras snarare som aperitif än dessert. Sött vitt vin på helflaska ökade dock mer än kategorin som helhet.

Samlingssegmentet övrigt vin minskade mycket som en rekyl efter förra sommarens introduktion av blå "viner" – ett intresse som dog ut lika snabbt som det uppstod. Samtliga starkvinsegment minskade också, förutom vitt portvin som visade samma tillväxt som sött vitt.

## Alkoholritt



Alkoholritt	Värde (MSEK inkl. moms)	%-förändring helår	Volym (000 liter)	%-förändring helår
7101 ALKOHOLFRITT VIN	111,7	11,4%	1 305,6	9,6%
7302 ALKOHOLFRI ÖL, CIDER & BLANDDRYCK	68,9	19,3%	1 561,4	12,7%
7402 MUST	19,8	2,1%	309,1	0,8%
7601 ALKOHOLFRITT ÖVRIGT	22,3	-15,1%	392,1	-18,2%
<b>Totalsumma</b>	<b>222,7</b>	<b>9,3%</b>	<b>3 568,1</b>	<b>6,1%</b>

Alkoholritt ökade med 6,1 procent till 3,6 miljoner liter under 2018, en återhämtning från förra årets svagt minskade försäljning. Värdet ökade med 9,3 procent upp till 223 miljoner kronor. Även om alkoholritt är den minsta dryckeskategorin för Systembolaget omsätter den ändå nära en kvarts miljard, vilket är mer än tio gånger så mycket som för 15 år sedan och mer än en fördubbling jämfört med 2012.

Alkoholritt motsvarar dock bara 0,7 procent av volymen och 0,6 procent av värdet på Systembolaget, men för vårt uppdrag är det en oerhört viktig kategori och vi söker ständigt nya produkter som kan göra vårt erbjudande mer attraktivt.

# Lanseringsplan 2020:1 Rött vin

**Gad Pettersson**

Kategorichef för rött vin och mousserande vin



*Rött vin har volymmässigt under flera år haft en långsamt minskande andel av den totala vinförsäljningen. Volymen har trots det hållit sig på en stabil nivå med mycket små minskningar. 2018 står därför ut med en tydlig minskning av volymen, nästan 2,7 procent. Den extrema sommaren har redan nämnts som den starkaste anledningen till det.*

*Inom kategorin rött vin kan man se en fortsatt omfördelning mellan olika förpackningar. Rött vin på box minskade sin volym med 2,9 procent, där det största segmentet, 2302 Rött vin box > 2l (66,7-99,9kr/l), står för den kraftigaste nedgången med 5 procent. Däremot finns tydliga ökningarna i de båda segmenten för boxar över 100kr/l och segmentet 2301 Rött vin box >2l (0-66,6kr/l) som hade en försiktig ökning.*

*Glasflaskor rött vin minskade med 2 procent. Här syns en tydlig premiumisering, då de tre segmenten mellan 100 och 199 kr ökar.*

*Rött vin på PET-flaskor fortsatte sin ökning som blev 7,6 procent upp från året innan. Pappförpackningarna tappade 11 procent.*

*Den övergripande trenden där både röda boxar och pappförpackningar minskar sin volymandel till förmån för rött vin på flaska håller därmed i sig.*

*2015 var fördelningen av rödvinsförsäljningen (i liter) 58,2 procent boxar, 38,1 procent flaskor och 3,7 procent pappförpackningar. 2018 blev utfallet 57,4 procent boxar, 39,7 procent flaskor och 2,9 procent pappförpackningar.*

*Av de större ursprungsländerna utmärker sig Portugal som det enda landet med en tydlig volymökning på 6,5 procent. Frankrike, USA och Spanien har minskat med mindre än 1 procent. Italien, Sydafrika, Australien, Argentina och Chile har däremot alla volymer som sjunkit med mellan 4 och 8 procent från 2017 till 2018.*

## **Argentina**

Argentina har under det senaste året en fortsatt försäljningsminskning. Totalt såldes 2,5 miljoner liter rött vin 2018, vilket är en minskning med nästan 8 procent från året innan.

I segmentet saknas en druvren malbec och lanseringen syftar till att bredda sortimentet.

Mars 2020	2102 RÖTT VIN (60-69)	Argentina	Malbec
-----------	-----------------------	-----------	--------

Vi har i dag inget erbjudande i fast sortiment av premiumvin från Argentina över 200 kr, därav denna lansering.

Juni 2020	2109a RÖTT VIN (200-299)	Argentina	Malbec eller druvblandning med malbec. 2015 eller äldre.
-----------	--------------------------	-----------	----------------------------------------------------------

### Australien

Försäljningen minskade med 6,5 procent från året innan till en volym om 7,6 miljoner liter. Det gör Australien till det fjärde största ursprungslandet för rött vin under 2018.

Ursprunget har relativt sin storlek en liten produktion av ekologiskt vin, vilket återspeglas i vårt sortiment. Nedan lansering görs för att utöka det ekologiska erbjudandet från landet.

Mars 2020	2106 RÖTT VIN (100-119)	Australien	Ekologisk. GSM
-----------	-------------------------	------------	----------------

Denna lansering görs för att bredda erbjudandet av vin gjort på andra druvsorter än shiraz och cabernet, som idag totalt dominerar sortimentet.

Juni 2020	2106 RÖTT VIN (100-119)	Australien	Tempranillo
-----------	-------------------------	------------	-------------

Klassisk Barossa shiraz saknas helt i detta segment, därav denna lansering.

Juni 2020	2108 RÖTT VIN (150-199)	Australien	Barossa shiraz
-----------	-------------------------	------------	----------------

### Chile

Under 2018 såldes 7,2 miljoner liter rött vin från Chile. Det innebär en minskning med 5,5 procent från året innan.

Förutom att utöka erbjudandet av ekologiskt vin fyller denna lansering även ett gap avseende både druvsort och stil, jämfört med befintligt sortiment från Chile i det här segmentet.

Mars 2020	2104 RÖTT VIN (80-89)	Chile	Ekologisk. Pais, södra Chile
-----------	-----------------------	-------	------------------------------

Cinsault är en druvsort med ökande kundefterfrågan internationellt. Den saknas helt från Chile, denna lansering fyller det gapet.

Mars 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	Chile	Cinsault utan fat, södra Chile
-----------	-----------------------	-------	--------------------------------

I detta segment finns inget vin från Chile. Denna lansering av premium cabernet sauvignon ligger i linje med den kundefterfrågan som finns.

Juni 2020	2108 RÖTT VIN (150-199)	Chile	Cabernet sauvignon, 2015 eller äldre
-----------	-------------------------	-------	--------------------------------------

### Frankrike

Med en volym 2018 på 8,7 miljoner liter är Frankrike det tredje största ursprunget för rött vin. Nedgången från året innan var måttliga 0,2 procent

Dessa lanseringar fyller ett gap för två ursprung som inte finns representerade i sortimentet.

Juni 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	Frankrike	Fronton
Mars 2020	2106 RÖTT VIN (100-119)	Frankrike	Ekologisk. Loire

Efterfrågan på klassisk Bordeaux ökar. För att möta det ökande kundintresset sker dessa två lanseringar.

Mars 2020	2107 RÖTT VIN (120-149)	Frankrike	Bordeaux, Médoc
Mars 2020	2109a RÖTT VIN (200-299)	Frankrike	Pauillac

I detta segment finns inget vin från Bourgogne, lanseringen syftar till att fylla det gapet.

Juni 2020	2109a RÖTT VIN (200-299)	Frankrike	Kommunvin Côte-de-Beaune
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------

### Grekland

För närvarande finns inget rött vin från Grekland i vårt fasta sortiment. För att erbjuda kunderna kunskap och inspiration med ett mindre känt ursprung och druvsort, gör vi denna lansering.

Juni 2020	2106 RÖTT VIN (100-119)	Grekland	Xynomavro, 2016 eller äldre
-----------	-------------------------	----------	-----------------------------

### Italien

Trots en volymmässig nedgång med nästan 4 procent från 2017 till 2018, är Italien alltjämt det i särklass största ursprunget för rött vin. Knappt 39 miljoner liter rött vin såldes 2018. Det är mer än vad Spanien, Frankrike, USA och Australien sålde tillsammans under samma år.

Denna lansering fyller ett gap med en region som inte finns i segmentet i dag.

Juni 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	Italien	Trentino Alto-Adige
-----------	-----------------------	---------	---------------------

Viner gjorda på primitivo och nebbiolo har mycket stor kundefterfrågan. Lanseringarna syftar till att ge ökat djup i respektive segment för att möta den efterfrågan.

Juni 2020	2106 RÖTT VIN (100-119)	Italien	Primitivo di Manduria
Mars 2020	2108 RÖTT VIN (150-199)	Italien	Gattinara eller Ghemme

Nedan lansering syftar till att bredda utbudet i segmentet med ett vinområde med stor kundefterfrågan.

Mars 2020	2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Italien	Chianti, box 2,25 eller 3 liter.
-----------	-------------------------------------------	---------	----------------------------------

### Nya Zeeland

Nyzeeländskt rött vin utgör en liten volym av den totala, 223 000 liter under 2018 och är en minskning med 10 procent från året innan.

Denna lansering syftar både till att bredda utbudet av en druvsort med hög efterfrågan och att bredda utbudet från landet. För närvarande finns enbart pinot noir från Nya Zeeland i sortimentet.

Mars 2020	2107 RÖTT VIN (120-149)	Nya Zeeland	Syrah, Hawkes Bay eller Gisborn. 139-159 kr
-----------	-------------------------	-------------	------------------------------------------------

### Portugal

Rött vin från Portugal stod för en ökning med 6,5 procent från 2017 till 2018. Totalt såldes 5,5 miljoner liter rött vin.

Jämfört med andra stora europeiska vinländer har Portugals produktion av ekologiskt vin varit låg, vilket också speglas i vårt sortiment. Denna lansering syftar till att bredda landets erbjudande av ekologiskt vin.

Mars 2020	2103 RÖTT VIN (70-79)	Portugal	Ekologisk. Alentejo druvblandning
-----------	-----------------------	----------	-----------------------------------

I segmentet finns inget portugisiskt vin och vi vill erbjuda en större bredd. Efterfrågan är mycket stor på viner av äldre årgång och Portugal har en god tillgång på sådana.

Mars 2020	2108 RÖTT VIN (150-199)	Portugal	Äldre årgång
-----------	-------------------------	----------	--------------

### Spanien

Spanien är det näst mest sålda ursprunget av rött vin med 11,5 miljoner liter under 2018, vilket innebär en nedgång från föregående år med 0,7 procent.

Vi saknar ett erbjudande i de lägre prisklasserna från Spaniens mest kända vinregion, det gapet fylls av denna lansering.

Juni 2020	2103 RÖTT VIN (70-79)	Spanien	Rioja
-----------	-----------------------	---------	-------

Nedan lansering syftar till att både bredda det ekologiska erbjudandet och erbjuda bredd i form av ett område som saknas i segmentet.

Mars 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	Spanien	Ekologisk. Emporda
-----------	-----------------------	---------	--------------------

Denna lansering sker för att erbjuda bredd i segmentet.

Juni 2020	2107 RÖTT VIN (120-149)	Spanien	Penedes, bordeauxblandning
-----------	-------------------------	---------	----------------------------

I detta segment finns för närvarande bara ett vin. Lanseringen syftar till att både erbjuda bredd i det segmentet och att kunna erbjuda ett ekologiskt alternativ.

Mars 2020	2311 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	Spanien	Ekologisk. Druvblandning med garnacha och graciano.
-----------	---------------------------------------	---------	-----------------------------------------------------

### Sydafrika

Under 2018 såldes 7,3 miljoner liter rött vin från Sydafrika, en nedgång med 6,5 procent från året innan. Landet är det sjätte största ursprunget för rött vin.

I segmentet finns ingen druvren cabernet sauvignon från Sydafrika. Denna lansering fyller det gapet.

Juni 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	Sydafrika	Cabernet sauvignon, WIETA
-----------	-----------------------	-----------	---------------------------

Även i det här prisläget saknas endruvsvin gjort på cabernet sauvignon, därav denna lansering.

Mars 2020	2107 RÖTT VIN (120-149)	Sydafrika	Cabernet sauvignon, 149-169 kr. 2016 eller äldre
-----------	-------------------------	-----------	--------------------------------------------------

Syftet med denna lansering är att bredda erbjudandet av etiskt certifierat vin från landet.

Juni 2020	2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Sydafrika	Etisk. Druvblandning, 189-199 kr 2,25 liter eller 249-259 kr 3 liter
-----------	----------------------------------------	-----------	----------------------------------------------------------------------

### USA

Med 7,5 miljoner liter sålda under 2018 är USA det femte största ursprunget för rött vin. Från 2017 till 2018 minskade försäljningsvolymen med 0,2 procent.

I segmentet saknas en cabernet sauvignon från Kalifornien, därav denna lansering.

Mars 2020	2105 RÖTT VIN (90-99)	USA	Cabernet sauvignon, Kalifornien
-----------	-----------------------	-----	---------------------------------

Pinot noir från Kalifornien i något högre prislägen finns det stor efterfrågan på bland kunderna. Denna lansering adderar djup med ursprunget Oregon i ett prisläge där vi i dag saknar ett erbjudande.

Mars 2020	2108 RÖTT VIN (150-199)	USA	Pinot noir, Oregon. 160-189 kr
-----------	-------------------------	-----	--------------------------------

Det finns stor efterfrågan på zinfandel på flaska och större boxar. Därför vill vi även bredda erbjudandet på mindre box med druvsorten.

Juni 2020	2312 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	USA	Zinfandel, Kalifornien
-----------	---------------------------------------	-----	------------------------

### Österrike

Från 2017 till 2018 ökade volymerna från Österrike med hela 74 procent, dock från en mycket låg nivå. Under 2018 såldes 28 500 liter rött vin.

Lanseringen syftar till att erbjuda kunderna kunskap och inspiration med ett ovanligt ursprung och inhemska druvsorter.

Juni 2020	2107 RÖTT VIN (120-149)	Österrike	St laurent eller blaufränkisch
-----------	-------------------------	-----------	--------------------------------

## Lanseringsplan 2020:1 Vitt vin

**Johan Lund,**



Kategorichef för vitt vin, rosévin, aperitif & dessert samt alkoholfritt

*Vitt vin har en stabil försäljning över året med ytterst få variationer. Kategorin fortsätter att öka i volym och värde. Det finns en tydlig premiumisering där de billigaste segmenten tappar mot de dyrare, med undantag för segment över 150 kronor. Både stora och små boxsegment hade en tydlig tillväxt, sannolikt ett resultat av den varma sommaren då en större andel boxvin säljs.*

*Alla siffror nedan är försäljning för helåret 2018.*

### Argentina

Argentina har under de senaste åren minskat i försäljning. Totalt såldes 2,2 miljoner liter vitt vin, vilket är en minskning med 7 procent. Lanseringen nedan syftar till att fylla ett av flera gap för argentinskt vitt vin

Mars 2020	3105 VITT VIN (90-99)	Argentina	Chardonnay/torrontés eller ren chardonnay, ev etiskt
-----------	-----------------------	-----------	------------------------------------------------------

### Australien

Australien är det femte största vitvinslandet med en volym om 6,5 miljoner liter, vilket är en minskning med en procent mot föregående år. Sedan länge är den största volymen i de billigare segmenten. Däremot saknas det produkter i de lite dyrare flasksegmenten. I det växande segmentet liten box under 100 kronor/liter ser vi en kundefterfrågan på nya produkter då urvalet är mycket litet. Vi kompletterar därför med ett vin gjort på sauvignon blanc, som har en stark efterfrågan. För små flaskor i högre prislägen ökar efterfrågan och vi erbjuder därför också en liten flaska i par med helflaska.

Mars 2020	3107 VITT VIN (120-149)	Australien	Chardonnay, parlansering med halvflaska
Mars 2020	3112 VITT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	Australien	Chardonnay, parlansering med helflaska
Mars 2020	3311 VITT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	Australien	Sauvignon blanc

### Bulgarien

Med drygt 2 miljoner liters försäljning är inte Bulgarien något av de största ursprungerna i den vita kategorin, men det finns en tillväxt som indikerar en ökande efterfrågan. Vi kompletterar därför sortimentet med ett vin gjort på sauvignon blanc. En druvsort som har en stark kundefterfrågan.

Juni 2020	3102 VITT VIN (60-69)	Bulgarien	Sauvignon blanc
-----------	-----------------------	-----------	-----------------

### Chile

Chile är det sjunde största vitvinslandet med en total volym på 4,6 miljoner liter. Sedan flera år ser vi en ökad efterfrågan på chilenskt vin. Det gäller framförallt viner i lägre prislägen, men vi ser nu även en mycket stark kundefterfrågan för lite dyrare vin. Vi lanserar därför ett rieslingvin från kall-klimatsområde för att komplettera med en druva som i dag saknas i segmentet. På grund av ökad kundefterfrågan ser vi även skäl att efterfråga en sauvignon blanc, för segmentet 80-89 och då gärna i PET, som efterfrågas allt mer.

Juni 2020	3104 VITT VIN (80-89)	Chile	Sauvignon Blanc lättviktsflaska/PET
Juni 2020	3107 VITT VIN (120-149)	Chile	Riesling från Casablanca, San Antonio

## Frankrike

Frankrike har under flera år ökat sin volyandel, men under 2018 minskade den totala volymen med en procent, vilket framförallt beror på att tillgången av vin varit dålig. Totalt såldes drygt 9,3 miljoner liter.

Då situationen med två på varandra följande dåliga skördar i södra Frankrike söker vi inte för tillfället stora volymprodukter. Tillgången är begränsad, i synnerhet av ekologiskt vin. Däremot finns det fortfarande flera kända områden som vi ser en efterfrågan på från konsumenterna. Vi söker två kända vinursprung som har ökande efterfrågan även på världsmarknaden. De ligger båda i prissegment med tydligt ökad efterfrågan.

Mars 2020	3106 VITT VIN (100-119)	Frankrike	Picpoul
Juni 2020	3107 VITT VIN (120-149)	Frankrike	Pacherenc de Vic Bilh

## Italien

Italien som ursprung minskade i försäljning under 2018, efter ett antal år med tillväxt i den vita kategorin. Totalt såldes nästan 8,4 miljoner liter vin och det placerar landet på tredje plats efter Sydafrika och Frankrike. Volymminskningen var en procent. Mycket av Italiens vita viner kommer från Sicilien, vilket också återspeglas i vårt sortiment. Vi ser därför ett behov av att bredda vårt utbud med vin från andra områden. Soave är ett av de klassiska vita vinerna. Vi frågar nu efter en liten box i det högre prissegmentet, där det finns en viss ökad efterfrågan. Ekologiskt vin finns det bra tillgång på i Italien och det efterfrågas allt mer av våra kunder. Även vin på små flaskor har en ökande efterfrågan, varför vi frågar efter ett ekologiskt par, hel och halvflaska, från Abruzzo.

Juni 2020	3105 VITT VIN (90-99)	Italien	Eko, Trebbiano d'Abruzzo, parlansering med halvflaska
Juni 2020	3111 VITT VIN SMÅ FLASKOR (0-186,6KR/L)	Italien	Eko, Trebbiano d'Abruzzo, parlansering med helflaska
Juni 2020	3312 VITT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	Italien	Soave med lätt ekton

## Nya Zeeland

Nya Zeeland ligger på elfte plats volymmässigt med drygt 2,1 miljoner liter, men har under många år haft en stark tillväxt. Sortimentet är relativt komplett, men det saknas vissa ursprung. Vi ser ett behov av att bredda sortimentet med vin som inte är gjort på sauvignon blanc och frågar därför efter en chardonnay denna gång. Det gäller en liten box i det högre prissegmentet, som i dag saknar druvsorten i ursprunget.

Juni 2020	3312 VITT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	Nya Zeeland	Chardonnay med ek
-----------	---------------------------------------	-------------	-------------------

## Portugal

Portugisiskt vitt vin fortsätter att öka i försäljning om än från en låg volym. Flera av lanseringarna har visat sig vara uppskattade av kunderna och landet har i dag bra tillgång på vin i olika prislägen. Vi svarar därför upp mot den ökande efterfrågan med lansering i lägre och högre prislägen. Vi ser att vin på inhemska druvsorter har en stor kundefterfrågan och vi frågar därför efter det.

Mars 2020	3102 VITT VIN (60-69)	Portugal	Fernão Pires/Arinto (Lisboa/Alentejo)
Juni 2020	3107 VITT VIN (120-149)	Portugal	Douro fatjäst m jästfällning

## Spanien

Med drygt 5 miljoner liter är Spanien det sjätte största vitvinslandet och har en tillväxt med 5 till 7 procent årligen. Vi ser ett intresse både för högkvalitativa vita viner och för volymviner. Det finns en god tillgång på ekologiskt vin som efterfrågas. Vi söker därför ekologiskt vin från Penedés och ett modernt oekat vin från Rioja, som alltid har en stark efterfrågan. Båda i segment med tydlig kundefterfrågan.

Juni 2020	3104 VITT VIN (80-89)	Spanien	Vit Rioja utan fat
Juni 2020	3106 VITT VIN (100-119)	Spanien	Eko, Penedes, blend med cavadruvor,

## Sydafrika

Fortfarande är Sydafrika det största vitvinslandet med en total volym på nästan 11,3 miljoner liter. Det har under flera år varit ett tydligt avtagande intresse för viner i lägre prislägen, men en tydlig förskjutning mot lite dyrare segment. Detta har resulterat i en vändande trend under 2018 med en liten tillväxt om 4 procent. Vi söker därför viner i profilsegmenten där den största efterfrågan finns.

Mars 2020	3104 VITT VIN (80-89)	Sydafrika	Etisk, blend
Mars 2020	3106 VITT VIN (100-119)	Sydafrika	blend eller druvrent, ej chardonnay

## Tyskland

Med en volym om 6,6 miljoner liter är Tyskland det fjärde största vitvinslandet. Även Tyskland har en förskjutning från de billigaste segmenten mot de lite högre segmenten. Vi söker därför nu ett vin i segmentet 100 – 119 kronor. Denna gång en relativt ung druva för Tyskland, men som har stark efterfrågan generellt och finns i allt större utsträckning att tillgå i Tyskland.

Juni 2020	3106 VITT VIN (100-119)	Tyskland	Sauvignon blanc
-----------	-------------------------	----------	-----------------

## Ungern

Även Ungern är ett relativt litet ursprung som har en allt större efterfrågan från kunderna. Med en ökning på 9 procent nådde ursprunget en volym om 2,2 miljoner liter, vilket placerar landet på åttonde plats bland vitvinsländerna. Det finns en god tillgång på vin, både i lägre och högre prislägen. Vi har lanserat en del i volymsegmenten men i syfte att bredda vårt utbud söker vi nu en klassisk druva för profil, där vi ser en ökande efterfrågan.

Mars 2020	3105 VITT VIN (90-99)	Ungern	Harslevelü
-----------	-----------------------	--------	------------

## USA

USA ligger på tolfte plats med en volym om 1,7 miljoner liter och en tillväxt om 3 procent. Vi ser en kundefterfrågan både i box- och flasksegment. Vi söker därför en box i mellanprissegmentet för stora boxar och i volymrollen ett flaskvin på sauvignon blanc, som har en stor efterfrågan.

Mars 2020	3103 VITT VIN (70-79)	USA	Sauvignon blanc
-----------	-----------------------	-----	-----------------

Mars 2020	3302 VITT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	USA	Chardonnay med ek
-----------	----------------------------------------	-----	-------------------

## Österrike

Österrike är ett ursprung med efterfrågan framförallt i profil och spets. Den totala volymen är bara drygt 800 000 liter, men vinerna efterfrågas allt mer och har under de senaste åren ökat med nästan 10 % årligen. Vi söker nu ett vin i segmentet 100 – 119 kronor gjort på gröner veltliner, som också har den största efterfrågan bland våra kunder

Mars 2020	3106 VITT VIN (100-119)	Österrike	Grüner veltliner
-----------	-------------------------	-----------	------------------

## Ny förpackningsstorlek

I segmentet 3207 Vitt vin ej box eller flaska <500 ml finns en långsam men stadig tillväxt. Det är ett relativt litet segment med en försäljning om 235 000 liter. Sortimentet är extremt begränsat varför vi ser skäl att det kompletteras. Vi kommer därför att komplettera en befintlig produkt i segmentet Vitt vin ej box eller flaska >500 ml med en 250 ml-förpackning. Den bäst säljande offererade produkten kommer att väljas. Utvärderingsperiod kommer att anges i offertförfrågan.

Juni 2020	3206 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA < 500ML	Kompletterande storlek av befintlig produkt, 250 ml
-----------	-------------------------------------------	-----------------------------------------------------

# Lanseringsplan 2020:1 Mousserande vin

**Gad Pettersson**



Kategorichef för rött vin och mousserande vin

*Ännu syns ingen avmattning av försäljningsökningen för mousserande viner. Dock syns vissa tecken på ökat intresse och kunskapsnivå hos kunderna, med andra ord en begynnande mognad i kategorin. Till exempel genom att cava och andra mousserande viner från Spanien uppvisade större procentuell volymökning än prosecco. Även mousserande viner från andra länder än de tre dominerande Italien, Spanien och Frankrike uppvisar volymökningar.*

*Till skillnad från alla andra vinkategorier saknas för närvarande färdiga alternativ till tunga glasflaskor. Alla inspel på miljövänliga förpackningar för mousserande vin tas tacksamt emot.*

*Även om man på grund av det höga kolsyretrycket för mousserande vin av säkerhetsskäl inte kan ha hur tunna och lätta glasflaskor som helst, är det ändå välkommet att byta ut onödigt tunga flaskor till lättare – exempelvis byta från flaskor kring 1000 gram till 700 gram eller lägre.*

Det är många år sedan någon ny roséchampagne lanserades. I segmentet saknas ett ekologiskt alternativ. Därför görs denna lansering.

Mars 2020	4306 CHAMPAGNE ROSÉ	Frankrike	Ekologisk
-----------	---------------------	-----------	-----------

Vi breddar erbjudande i segmentet med ett ursprung som saknas för närvarande.

Mars 2020	4403a MOUSSERANDE VIN (0-79)	Australien	Torrt, vitt mousserande, charmat-metoden
-----------	------------------------------	------------	------------------------------------------

I detta segmentet saknas ett ekologiskt erbjudande, därav denna lansering.

Mars 2020	4410 ÖVRIGT MOUSSERANDE	Internationell	Ekologisk. Exotisk/tropisk eller aperitivo spritz, 750 ml. Max 8,5 % alkoholhalt, max 79 kr
-----------	-------------------------	----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

I segmentet finns ingen halvtorr cava. Lanseringen görs för att bredda erbjudandet av en populär smaktyp i nytt segment.

Juni 2020	4403ba MOUSSERANDE VIN (80-99)	Spanien	Cava Reserva Sec, 90-99 kr
-----------	--------------------------------	---------	----------------------------

För att erbjuda djup i segmentet och fylla ett gap i prisläget görs denna lansering av en vintyp som efterfrågas mycket av våra kunder.

Juni 2020	4408b MOUSSERANDE ROSÉVIN (80-..)	Frankrike	Rosé Crémant, 100-119 kr
-----------	-----------------------------------	-----------	--------------------------

## Lanseringsplan 2020:1 Rosévin

**Johan Lund,**



Kategorichef för vitt vin, rosévin, aperitif & dessert samt alkoholfritt

*Efter en tillbakagång 2017 ökade åter försäljningen av rosé. Mycket på grund av den varma sommaren. Samtliga segment hade en tillväxt, förutom de små boxarna. För segmentet flaska >100 sek var det en markant tillväxt.*

*Alla tre marslanseringarna är redan presenterade i förra lanseringsplanen.*

*Alla siffror nedan är försäljning för helåret 2018.*

### Chile

Chile är med drygt 2 miljoner liter det tredje största roséursprunget och hade en tillväxt på 4 procent, vilket kan jämföras med kategorins totala utveckling på 15 procent. Vi ser en stadigt ökande efterfrågan på just chilensk rosé men saknar ett ekologiskt alternativ i volymrollen. Därför frågar vi efter en stor ekobox i det dyra boxsegmentet.

Juni 2020	4212 ROSÉVIN BOX > 2L (66,7-..KR/L)	Chile	Eko, Rosé blend
-----------	-------------------------------------	-------	-----------------

### Italien

Med nästan 1,3 miljoner liter är Italien ett av de länder med starkast tillväxt i rosékategori. Ökningen var över 70 procent. Vi kompletterar nu sortimentet med ett klassiskt ursprung som vi saknar i sortimentet.

Juni 2020	4102b ROSÉVIN (80-99)	Italien	Bardolino, Charetto
-----------	-----------------------	---------	---------------------

## Spanien

Även Spanien hade en stark tillväxt under 2018. Med en ökning på nästan 30 procent ligger ursprunget strax efter Chile med drygt 2 miljoner liter i försäljning. I segmentet pappersförpackning är utbudet starkt begränsat. Vi ser också en efterfrågan på ekologiskt vin. Vi söker därför nu ett ekologiskt, spanskt rosévin baserat på landets mest typiska rosédruva – garnacha.

Juni 2020	4202 ROSÉVIN EJ BOX ELLER FLASKA	Spanien	Eko, Garnacha rosé, max 75 kr, 1 liter
-----------	-------------------------------------	---------	----------------------------------------

## Ny förpackning

I mars 2018 lanserades det första vita vinet i aluminiumburk. I syfte nu att komplettera dagens utbud av hållbara förpackningar söker vi nu även ett rosévin i aluminiumburk, vilket vi saknar i sortimentet. Liksom för den vita öppnar vi flera olika ursprung. Även denna gång är det USA, Australien och Nya Zeeland som är aktuella. Vi söker ett rosévin i modern stil.

Juni 2020	4103 ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	Australien/NZ/USA	Aluminiumburk max 375 ml
-----------	-----------------------------	-------------------	--------------------------

# Lanseringsplan 2020:1 Aperitif & Dessert

**Johan Lund,**



Kategorichef för vitt vin, rosévin, aperitif & dessert samt alkoholfritt

*För första gången på länge visade kategorin en tillväxt. Det är en mycket blandad kategori med många olika typer av produkter. Det är ett fåtal segment som står för tillväxten. De tre lanseringar vi har i kategorin är samtliga hämtade från dessa segment.*

## Aperitif

Aperitif är näst efter glögg och smaksatt vin det största segmentet i kategorin och sålde cirka 584 000 liter under 2018, vilket är en ökning med 12,5 procent. Vi ser en stor ökning av efterfrågan för denna typ av produkt och söker nu ett nytt alternativ i segmentet.

Mars 2020	4506a APERITIF	Italien	Orange bitter aperitivo, 700 ml, 11-13%, vin eller spritbas.
-----------	----------------	---------	--------------------------------------------------------------

## Sake

Om än ett väldigt litet segment finns det en allt ökande efterfrågan. Det såldes 21 000 liter förra året, vilket är en ökning med drygt 4 procent. Vi söker därför ett nytt komplement i segmentet, för att kunna erbjuda ett större djup.

Juni 2020	4507 SAKE	Japan	Standard sake
-----------	-----------	-------	---------------

## Smaksatt vin

Efter glögg är de smaksatta vinerna det största segmentet i kategorin. Det svarade 2018 för 814 000 liter i volym, vilket är en ökning med nästan 10 procent. Sangria svarar för en stor del. Därför söker vi en ny sangria att komplettera segmentet med i form av en ekologisk variant i aluminiumburk.

Juni 2020	4611a SMAKSATT VIN	Spanien Portugal	Eko, Sangria, aluminiumburk, max 19,90
-----------	--------------------	---------------------	-------------------------------------------

# Lanseringsplan 2020:1 Sprit



**Märta Kuylenstierna**

Kategorichef för Sprit, öl och TSLs

*Under våren och sommaren har vi likt tidigare år lite mer fokus på ljus sprit i lanseringsplanen jämfört med hösten. Nytt för i år är dock att vi på vissa förfrågningar köper in fler artiklar på en förfrågan där tvåan lanseras i det nya sortimentet TST/TSV. Ibland lanseras TSV-artikeln samtidigt som den i fast sortiment och ibland senare beroende på vilken typ av produkt det är vi efterfrågar. Nyheterna ska inte konkurrera ut varandra.*

*Till mars och juni 2020 kommer vi att efterfråga följande:*

## Gin och vodka

### Gin

Kundintresset för gin är fortsatt stort och försäljningen ökar på både lång och kort sikt, därför fortsätter vi förnya segmentet. Den största produktutvecklingen sker inom roségin och smaksatt gin. Då vi har lanserat roségin under 2018 och 2019 så efterfrågar vi nu smaksatt gin i syfte att bredda sortimentet. Vi köper in ettan och tvåan där sistnämnda lanseras i TSV i september 2020. Artiklarna köps in på kundpanel eftersom varumärke och utseende på flaskan är viktigt för ginkunden.

Vi fortsätter förnya utbudet av kombipack och i kombination med det stora intresset för gin breddar vi nu erbjudandet i form av ett trepack. Vi ser gärna att de tre ginen ska skilja sig tydligt från varandra smak- och stilmässigt för att visa bredden inom gin för kunden.

## Vodka

Vi saknar i dag ett erbjudande av ekologisk vodka i mindre flaska, därför efterfrågar vi det till mars 2020.

Mars 2020	5104 GIN	Internationell	Kundpanel. Smaksatt. 700ml, min 40 %. 1an och 2an köps in, 2an lanseras i TSV september 2020
Juni 2020	5104 GIN	Internationell	Kombipack 3 x 200 ml, min 37,5 %.
Mars 2020	5102 OKRYDDAT BRÄNNVIN SMÅ FLASKOR	Sverige	Ekologisk. 350 ml, min 40%. Max 119 kr.

## Mörk rom och smaksatt rom

### Mörk rom

Intresset för mörk rom håller i sig, försäljningen ökade med 10,3 procent under 2018, därför fortsätter vi lansera nyheter i segmentet. Då vi har haft en del förfrågningar på torrare mörk rom efterfrågar vi nu en sötare mörk rom – denna gång från Syd- eller Mellanamerika.

### Smaksatt rom

Segmentet smaksatt rom har stor efterfrågan bland våra kunder, men det har inte gjorts någon offertförfrågan sedan 2016. Skälet till denna lansering är därför att komplettera segmentet och då vi historiskt sett har haft en låg etableringsgrad i segmentet så köps denna in på kundpanel. Produkten som kommer tvåa i kundpanelen lanseras samtidigt i TSV. Inspel på smak välkomnas.

Mars 2020	5407 MÖRK ROM	Syd- och Mellanamerika	Sötare stil kraftigt smakrik, 700 ml, min 45 %. Max 449 kr. 1an och 2an köps in, 2an till TSV november
Mars 2020	5108 SMAKSATT ROM	Internationell	Kundpanel. 700 ml, min 32 %. Max 299 kr. 1an och 2an köps in, 2an lanseras i TSV juni 2020

## Skotsk maltwhisky

Marknadsutbudet på skotsk maltwhisky är stort. Vi fortsätter att förnya segmentet Skotsk maltwhisky under 18 YO då vi ser ett mycket stort intresse för nyheter hos våra kunder. I mars och juni efterfrågar vi tre whisky varav en med åldersbeteckning på minst 12 YO

och en utan åldersbeteckning. Som vanligt ligger den senare då på en lägre prispunkt. Vi köper in ettan och tvåan på båda förfrågningarna.

I syfte att säkerställa en bredd gällande äldre skotsk maltwhisky efterfrågar vi nu en skotsk maltwhisky i mindre flaska (200 ml) då kontantutlägget för en så gammal whisky blir lägre.

Mars 2020	5301a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD	Skottland	700 ml, min 40 %, min 12 år. Max 399 kr. Två inköp, lansering mars och september 2020
Juni 2020	5301a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD	Skottland	700 ml, min 40 %, ej åldersbetecknad. Max 299 kr. Två inköp, lansering juni och december 2020
Mars 2020	5303a SKOTSK MALTWHISKY >= 18 YEARS OLD	Skottland	200 ml, min 40 %, min 18 år. Max 399 kr

## Amerikansk whiskey rye eller wheat, irländsk whiskey samt övrig maltwhisky

### Amerikansk rye eller wheat

Vi ser ett fortsatt stort intresse för amerikansk whiskey och i syfte att bredda sortimentet efterfrågar vi en rye eller wheat. Vi har en rye i det fasta sortimentet i dag och wheat saknas helt, men då dessa har samma kundgrupp breddar vi förfrågan med båda alternativen.

### Irländsk whiskey

Eftersom intresset och kundefterfrågan för irländsk whisky ökar och fler mindre destillerier har etablerat sig på Irland de senaste åren efterfrågar vi en irländsk whisky i högre prisklass.

### Övrig maltwhisky

Eftersom segmentet Övrig maltwhisky i princip endast består av whisky från Sverige och Japan så breddar vi sortimentet med whisky från andra länder. Utbudet är stort då fler och fler länder börjar producera och exportera högkvalitativ whisky.

Juni 2020	5205 AMERIKANSK WHISKEY	USA	Rye eller wheat. 700 ml, min 40 %. Max 399 kr.
Juni 2020	5207 IRLÄNSK WHISKEY	Irland	700 ml, min 42 %. Max 349 kr
Mars 2020	5304 ÖVRIG MALTWHISKY	Europa ej Skottland eller Sverige	700 ml, min 40 %. Max 599 kr.

Juni 2020	5304 ÖVRIG MALTWHISKY	Asien, ej Japan	700 ml, min 40 %. Max 449 kr.
--------------	-----------------------	-----------------	-------------------------------

## Frukt- och bärlikör

Den senaste lanseringen av frukt- och bärlikör som vi hade i fast sortiment, undantaget en sloe gin som för kunderna främst är ett komplement till annan gin, var 2017 så nu förnyar vi erbjudandet av sortimentet. Tvåan köps in till TSV och lanseras i oktober 2020. Kom gärna med inspel på kontemporär och modern smakprofil!

Juni 2020	5506a FRUKT- OCH BÄRLIKÖRER	Europa /USA	700 ml min 15%. Max 169 kr. 1an och 2an köps in, 2an lanseras i TSV oktober 2020
--------------	--------------------------------	-------------	----------------------------------------------------------------------------------

### Övrig information:

Även om vi inte har som krav att offertförfrågningarna inom denna kategori ska vara PET eller ekologisk så går det naturligtvis bra att offerera ekologisk sprit eller PET på samtliga offertförfrågningar om inget annat anges. Om den vinnande produkten är ekologisk eller PET är den med och "tävlar" om de ekologiska propositionerna (så kallad Strategisk Position) samt att de ekologiska produkterna får en garanterad listningstid på 12 månader.

## Lanseringsplan 2020:1 Öl

**Märta Kuylenstierna**

Kategorichef för Sprit, öl och TSL



*För att möta kundefterfrågan på öl utgår vi som tidigare i Lanseringsplanen – enkelt uttryckt – från tre kundbehov som vi kallar Bas, Tradition och Trend.*

### Bas

Inom ramen för detta kundbehov säkerställs ett bra och uppdaterat utbud av öl i lägre prisklasser, av öl från de vanligaste ursprungerna och av öl inom de vanligaste stilarna.

### Ljus lager på liten burk från Sydostasien

För att bredda segmentet ljus lager i liten burk som domineras av europeiska produkter efterfrågar vi nu en öl med ursprung Sydostasien. Utifrån ett miljöperspektiv och utifrån att flera produkter licensbryggs i Europa öppnar vi även upp offertförfrågan för licensbrygning – men där varumärkets hemvist ska vara i ett sydostasiatiskt land. Eftersom varumärke är viktigt för kunderna vid val av ljus lager så frågar vi efter denna på kundpanel.

Juni 2020	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	Sydostasien	Kundpanel
-----------	------------------------------------------	-------------	-----------

### Ljus lager stor burk och extra stark ljus lager

Vi saknar amber lager på stor burk i det fasta sortimentet. Därför frågar vi efter en amber lager, från Sverige.

Vi fortsätter också att förnya segmentet av ljus lager på stor burk med en lager från Baltikum och Polen. Detta mot bakgrund av befintlig efterfrågan och att tidigare provningar av produkter med ursprung i dessa länder visat på god kvalitet till konkurrenskraftiga priser.

Cirka 12 av 15 produkter i segmentet extra stark lager på burk är i den stil vi kallar starkare lager. Därför breddar vi nu erbjudandet med en bocköl i segmentet.

Juni 2020	6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	Sverige	Amber lager
Mars 2020	6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	Baltikum, Polen	
Juni 2020	6103 LAGER EXTRA STARK BURK (6,0%-..)	Sverige	Bocköl

### Ljus lager flaska: Glutenfritt och nya ursprung

Intresset för glutenfri öl är fortfarande stort och vi förnyar sortimentet regelbundet. Till mars 2020 efterfrågar vi en glutenfri ljus lager. Vi tänker oss en produkt i en lägre prisklass då nyheten får en bred distribution, med Sverige som ursprung då det saknas i det glutenfria utbudet.

Cypern, Grekland, Malta och Turkiet är populära resmål och är ursprung som vi idag i saknar i sortimentet undantaget en öl från Grekland. Därför breddar vi sortimentet med en öl från någon av dessa länder.

Vi saknar öl från Österrike i det fasta sortimentet, därför efterfrågar vi en ljus lager därifrån till juni 2020.

Mars 2020	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Sverige	Glutenfri
Mars 2020	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Cypern, Grekland, Malta, Turkiet	
Juni 2020	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Österrike	

## Ekologisk ale

Vi förnyar utbudet av ekologisk ale. Utifrån ett miljöperspektiv och för att bredda sortimentet ser vi gärna en lansering på burk men öppnar även upp för flaska.

Mars 2020	6301 ALE FLASKA (..-5,9%) eller 6303 ALE BURK (..-5,9%)	Sverige	Ekologisk
-----------	---------------------------------------------------------	---------	-----------

## Tradition

Med lanseringar inom ramen för detta kundbehov säkerställer vi att vårt sortiment har de mer klassiska ursprung och öltilarna och att dessa förnyas med jämna mellanrum.

### Tysk pilsner, två lanseringar

Vi saknar i dag tysk pilsner på liten burk i bredare distribution. Därför efterfrågar vi en sådan för lansering i mars 2020.

För att möta kundefterfrågan av både klassiska stilar och i klassisk förpackning så efterfrågar vi även en tysk pilsner på 50 cl-flaska.

Mars 2020	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	Tyskland	Pilsner
Juni 2020	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Tyskland	50 cl, pilsner

### Ale: Klassiska stilar och ursprung – fyra lanseringar

För att tillgodose erbjudandet av både klassiska stilar och ursprung utökar vi erbjudandet med fyra ale på burk eller flaska från tre traditionella ursprung: Belgien, Storbritannien och Tyskland.

Då vi regelbundet får frågor från våra kunder om real ale frågar vi efter en bottle conditioned ale.

Från Tyskland efterfrågar vi en kölsch för att bredda vårt erbjudande av klassiska stilar. Den här gången efterfrågar vi en burk. Vi har haft regelbundna kölsch-lanseringar då öltilen för våra kunder kan vara en brygga från ljus lager till specialöl. Tvåan i provningen lanseras i det nya sortimentet TSV samma månad.

Vår kundtjänst får mycket frågor och önskemål om mer belgisk öl och det är efterfrågat i butikerna. Därför lanserar vi två belgiska öl i mars 2020 varav en ska vara en trippel då vi endast har en i det fasta sortimentet i dag.

Mars 2020	6301 ALE FLASKA (...-5,9%)	Storbritannien	Bottle conditioned
Juni 2020	6303 ALE BURK (...-5,9%)	Tyskland	Kölsch. 1an och 2an köps in, 2an lanseras i TSV juni 2020
Mars 2020	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)	Belgien	
Mars 2020	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)	Belgien	Trippel

### Sharing bottle från Frankrike

Segmentet för så kallade "sharing bottles" består i dag av öl från Belgien, USA och Sverige. Därför breddar vi nu erbjudandet med Frankrike som ursprung.

Juni 2020	6307a ÖL FLASKA 750ML >= 49KR	Frankrike	
-----------	-------------------------------	-----------	--

## Trend

Inom ramen för detta kundbehov förnyas ölutbudet med till exempel stilar, länder och förpackningsslag för att tillhandahålla ett aktuellt kunderbjudande. Antalet trendlanseringar minskar vi jämfört med tidigare lanseringsplaner då vi kommer att utnyttja det nya sortimentet TST/TSV till detta, bland annat.

### Ljus lager – tre lanseringar

Segmentet ljus lager på liten burk (6101a) ökade med 13 procent 2018. Anledningen till den stora ökningen är naturligtvis den varma sommaren men vi ser också en tydlig förflyttning från stora burkar och från flaska. Vi ser trenden som positiv då mindre förpackningar är att föredra utifrån vårt uppdrag, samt att burk har en lägre miljöpåverkan än engångsglas. Segmentet domineras idag av öl från Sverige så vi efterfrågar andra länder för att bredda erbjudandet.

Fler och fler mindre och mellanstora bryggerier i Storbritannien producerar kvalitativ och prisvärd ljus lager, en stil som alltmer efterfrågas av våra kunder. I syfte att möta kundefterfrågan efterfrågar vi en ljus lager därifrån.

Även om "craft" som begrepp kan vara otydligt menar vi här "hantverksmässigt" producerad öl då vi ser att det finns ett stort intresse hos våra kunder för lokal öl från mindre bryggerier. Vi öppnar även upp förfrågan för burk då allt fler bryggerier har möjlighet att tappa på burk.

Mars 2020	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	Frankrike, Spanien, Italien	
Mars 2020	6101b LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) >= 17KR eller 6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	Storbritannien	
Juni 2020	6101b LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) >= 17KR eller 6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	Sverige	"Craft"

### Ale, förnyelse av ursprung och stilar – fyra lanseringar

Specialöl ökade med 5,2% i volym under 2018 och den stora tillväxten sker inom ale på burk. Med anledning av det stora kundintresset för ale på burk i kombination med att fler och fler bryggerier tappar sin öl på burk gör att tre av dessa fyra lanseringar är burk. Den fjärde förfrågan öppnar vi upp för både flaska och burk. Vi ser positivt på trenden för burk då den har mindre miljöpåverkan än engångsglas.

Det har öppnats flera bryggerier i Holland på senare tid och det är också ett ursprung vi saknar inom ale, därför breddar vi sortimentet med en holländsk öl.

I syfte att bredda sortimentet och möta kundefterfrågan efterfrågar vi en golden/blond ale från USA, Kanada eller Storbritannien. Vi har cirka sju golden/blond ale i sortimentet i dag, varav alla utom en är på flaska. Eftersom det är en stil som ökar i försäljning i kombination med för kunden intressanta ölsurprung så lanserar vi denna i bred distribution.

Vi har två amber ale i det fasta sortimentet, båda på flaska, därför breddar vi ale sortimentet med en amber ale på burk, från stilens ursprungsland USA.

American strong ale har vi inte i det fasta sortimentet idag, därför breddar vi med en sådan lansering för juni 2020.

Juni 2020	6301 ALE FLASKA (...-5,9%) eller 6303 ALE BURK (...-5,9%)	Holland	
Mars 2020	6303 ALE BURK (...-5,9%)	USA, Kanada, Storbritannien	Golden/Blond ale
Mars 2020	6303 ALE BURK (...-5,9%)	USA	Amber ale
Juni 2020	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)		American strong ale, burk

## Witbier, smaksatt suröl och smaksatt lager, samt minifat

Vi breddar utbudet med en witbier på burk, denna gång från Belgien, Kanada eller USA. Utbudet från dessa länder är bra och det är för ölkunden intressanta ursprung.

Vi efterfrågar syrlig öl med svenska smaker som möter den lokala trenden och intresset för suröl. I skrivande stund har vi suröl med svarta vinbär, blåbär och hallon så här ser vi en möjlighet att bredda sortimentet av suröl med röda och blåa bär till gröna och gula frukter/bär. Vi köper in ettan och tvåan i provningen. Kom gärna med inspel.

Vi efterfrågar även en smaksatt ljus lager där vi kombinerar tre stora trender: naturligt, ekologiskt och lägre alkohol. Förfrågan är öppen för både flaska och burk men vi kommer att ha transparent flaska som krav i offertförfrågan.

För att möta bekvämlighetstrenden och för att bredda ölsortimentet av inte bara stilar, ursprung och priser, så efterfrågar vi nu ett förpackningsslag som vi inte har haft i det fasta sortimentet: minifat 5 liter, med ursprung Tyskland då många av 5-litersfaten produceras där.

Mars 2020	6307 VETEÖL FLASKA/BURK	Belgien, Kanada, USA	Witbier, burk
Juni 2020	6307c ÖVRIG SYRLIG ÖL	Sverige	Svenska smaker. Två inköp, provas samtidigt som mars
Mars 2020	6307c ÖVRIG SYRLIG ÖL	Sverige	Svenska smaker. Två inköp, lansering mars och juni 2020
Juni 2020	6308 ÖVRIG ÖL		Ekologisk, naturlig smaksättning, max 4,5%
Juni 2020	ÖVRIG LAGER eller ÖVRIG ALE	Tyskland	Minifat 5L

### Övrig information:

*Vi har inget krav på att någon av våra öl-lanseringar ska vara ekologiska, däremot går det bra att offerera ekologisk öl på samtliga offertförfrågningar. Om den vinnande produkten är ekologisk är den med och "tävlar" om de ekologiska prioriteterna (så kallad Strategisk Position) samt får en garanterad listningstid på 12 månader.*

*Naturligtvis går det även bra att offerera returglas eller PET på samtliga flaskförfrågningar där inget annat anges.*

# Lanseringsplan 2020:1 Cider & Blanddryck



**Emelie Westrup**

Kategorichef för cider & blanddryck

*På våren och sommaren frågar vi efter fler cider och blanddrycker jämfört med under höst och vinter. Kundefterfrågan är större då. Vi lanserar framförallt inom de sötare cider och blanddryckssegmenten och fortsätter att underhålla vårt ekologiska erbjudande.*

## Halvsöt/söt cider flaska

Inget klirr, lättare att bära med sig och bättre för miljön är några egenskaper PET-flaskan har. Det är också ett uppskattat och efterfrågat förpackningsslag hos våra kunder och därför breddar vi segmentet halvsöt/söt cider med det. Det finns i dag två cider i PET-flaska i segmentet men ingen med smak av äpple. Vi passar därför på att fråga efter en ofiltrerad äppelcider i transparent flaska av PET. Produkten ska vara ekologiskt certifierad.

Mars 2020	6603 HALVSÖT/SÖT CIDER FLASKA	Internationell	Ekologisk, ofiltrerad äpple, transparent flaska i PET, max 17,90kr
-----------	-------------------------------	----------------	--------------------------------------------------------------------

## Blanddryck

Kundefterfrågan på blanddryckerna är fortsatt stor och segmentet stod tillsammans med söt cider på burk för den största tillväxten 2018. Även om det är många olika smaker och stilar som ryms inom segmentet blanddryck är kundintresset mer specifikt: drinkar. Vi fortsätter därför att bredda med fler drinkinspirerade blanddrycker på burk och i flaska.

Vi har fått flera inspel på roséfärgad blanddryck med ginkaraktär som vi vet redan finns på närliggande marknader. Med det växande ginintresset, och framförallt för roségin, möter vi kundefterfrågan genom att fråga efter en gininspirerad drink på slim eller sleek can.

Vi fortsätter att möta detta kundintresse genom att också efterfråga en drinkinspirerad blanddryck med smak av exotisk frukt. Vi öppnar upp för både burk och flaska. Kom gärna med inspel på relevanta fruktdrinkar. Vi ser gärna att blanddrycken håller en lägre alkoholhalt men ställer inte krav på det.

Mars 2020	6607 BLANDDRYCKER	Internationell	Drink med ginkaraktär, roséfärgad, max 22:90kr, slim eller sleek, max 5%
-----------	-------------------	----------------	--------------------------------------------------------------------------

Juni 2020	6607 BLANDDRYCKER	Internationell	Fruktdrink/drinkinspirerad fruktcocktail, max 19:90 flaska eller max 22:90 burk, slim eller sleek, max 5%
-----------	-------------------	----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Halvsöt/söt cider burk

Nu är nästan hälften (45 procent) av den cider och blanddryck som säljs på Systembolaget från segmentet söt cider på burk. Det är tydligt att kunderna uppskattar den söta cidern då efterfrågan fortsatt ökar. Därför frågar vi efter en söt cider på burk och den här gången med nordiska smaker för att knyta an till den lokala trenden.

En annan trend är våra kunders intresse och förväntan på hållbara och miljövänliga produkter. Därför fortsätter vi att bredda vårt ekologiska erbjudande i segmentet. Sedan ett par år tillbaka började vi fråga efter ekologisk söt cider på burk då vi saknade ett erbjudande där. Från att 2015 inte ha någon ekologisk cider i burksegmentet står nu den ekologiska försäljningen för 17 procent.

Juni 2020	6604 HALVSÖT/SÖT CIDER BURK	Internationell	Ekologisk, 250-330ml, nordiska smaker i kombination med annan valfri smaksättare
-----------	-----------------------------	----------------	----------------------------------------------------------------------------------

### Torr/halvtorr cider flaska

Segmentet domineras i dag av äppelcider, med ett fåtal undantag såsom rosécider. I volym är päron den mest efterfrågade smaken om vi ser till det totala cidersortimentet. Det finns en kundefterfrågan på att bredda smakprofilen inom de torrare cidersorterna med nya, för segmentet, smaker. Vi efterfrågar därför en päroncider för att komplettera det befintliga erbjudandet med en, för kunderna, uppskattad smak.

Juni 2020	6601 TORR/HALVTORR CIDER FLASKA	Internationell	Päroncider, 275-375ml, max 19,90kr, max 4,5%
-----------	---------------------------------	----------------	----------------------------------------------

## Lanseringsplan 2020:1 Alkoholfritt

**Johan Lund,**

Kategorichef för vitt vin, rosévin, aperitif & dessert samt alkoholfritt



Även alkoholfritt följde med i försäljningsuppgången sommaren 2018. Vi hade då haft ett år med tillbakagång. Helårsförsäljningen innebar ett all time high-resultat med en ökning om 4 procent mot 2016, som var det senaste rekordåret. Största ökningen svarade öl, cider och blanddrycker för med 13 procent och vin med 10 procent. Men även must ökade mot föregående år men lite under mot hela kategorins utveckling.

Vi ser fortsatt en stor ökning av alkoholfria ölalternativ som håller en mycket hög klass och som dessutom efterfrågas av våra kunder. Även på vinsidan ser vi en långsam höjning av kvaliteten, även om många av vinalternativen fortfarande har relativt höga sockerhalter. Och för de röda alternativen finns det fortfarande potential för utveckling kvalitetsmässigt.

Vi har inga förändringar av vad vi framöver kommer att efterfråga. Inte heller finns det utrymme för någon utökning av sortimentet. Vi ser att allt fler nu håller på att ta fram alkoholfria alternativ till spritprodukter. Vi kommer nu att prova ett fåtal av olika typ för att se om de har någon kundefterfrågan eller ej. Vi ser också att RTD har mottagits positivt, sannolikt för att man kan få en färdig produkt utan att själv behöva laborera med olika komponenter. Vi ser därför möjligheter för denna typ av produkter under förutsättning att de har smaker som ligger nära originalen och inte bara smakar juice eller läsk.

Vi är gärna med och driver utvecklingen av alkoholfritt framåt. Nyheter, bredd och ett komplett sortiment kommer fortsatt att vara viktigt. Vi kommer också att se över befintliga listningar och utvärdera hur de uppfyller våra allmänna strategier för det alkoholfria sortimentet.

Vi vill gärna ha inspel på nya produkter i alla prisklasser, men vi är inte intresserade av produkter som redan finns inom dagligvaruhandeln. Det ska också vara produkter som ersätter befintliga alkoholprodukter i vårt sortiment. Vi är exempelvis inte intresserade av läsk och liknande produkter. Inspel tar vi gärna emot löpande, men vi följer samma lanseringstillfällen och datum som för de övriga lanseringarna.

För ölalternativen söker vi främst nya komplement i form av nya stilar som inte redan finns i sortimentet.

Muster kommer vi liksom tidigare år att fokusera på tillfälliga lanseringar för kampanjperioden mars till maj.

Sommarprodukter är också intressant för kampanjperioden juni till augusti och till julsäsongen blir det som vanligt glögg och julöl.

# Kategorier och segment

## Vin

### RÖDA VINER

#### Rött vin flaska minst 50 cl

Rött vin (0-59)

Rött vin (60-69)

Rött vin (70-79)

Rött vin (80-89)

Rött vin (90-99)

Rött vin (100-119)

Rött vin (120-149)

Rött vin (150-199)

Rött vin (200-299)

Rött vin (300-499)

Rött vin (500-..)

Rött vin stora flaskor

#### Rött vin papp minst 50 cl

Rött vin ej box eller flaska  
>=500ml

Rött vin box >2l (0-66,6 kr/l)

Rött vin box >2l (66,7-99,9 kr/l)

Rött vin box >2l (100-..kr/l)

Rött vin box 1,5-2l (0-99,9 kr/l)

Rött vin box 1,5-2l (100-..kr/l)

#### Rött vin små förpackningar

Rött vin små flaskor  
(0-186,6 kr/l)

Rött vin små flaskor (186,7-..kr/l)

Rött vin ej box eller flaska  
<500 ml

### VITA VINER

#### Vitt vin flaska minst 50 cl

Vitt vin (0-59)

Vitt vin (60-69)

Vitt vin (70-79)

Vitt vin (80-89)

Vitt vin (90-99)

Vitt vin (100-119)

Vitt vin (120-149)

Vitt vin (150-199)

Vitt vin (200-399)

Vitt vin (400-..)

Vitt vin stora flaskor

#### Vitt vin papp minst 50 cl

Vitt vin ej box eller flaska  
>=500ml

Vitt vin box >2l (0-66,6 kr/l)

Vitt vin box >2l (66,7-99,9 kr/l)

Vitt vin box >2l (100-..kr/l)

Vitt vin box 1,5-2l (0-99,9 kr/l)

Vitt vin box 1,5-2l (100-..kr/l)

#### Vitt vin små förpackningar

Vitt vin små flaskor (0-186,6 kr/l)

Vitt vin små flaskor (186,7-..kr/l)

Vitt vin ej box eller flaska  
<500ml

### ROSÉVINER

#### Rosévin flaska minst 50 cl

Rosévin (0-79)

Rosévin (80-99)

Rosévin (100-..)

Rosévin stora flaskor

#### Rosévin papp minst 50 cl

Rosévin box >2l (0-66,6 kr/l)

Rosévin box >2l (66,7-..kr/l)

Rosévin box 1,5-2l

Rosévin ej box eller flaska

#### Rosévin små förpackningar

Rosévin små flaskor

### MOUSSERANDE VIN

#### Mousserande vin minst 50 cl

Champagne (0-299)

Champagne (300-499)

Champagne (500-999)

Champagne (1000-..)

Champagne stora flaskor

Mousserande vin (0-79)

Mousserande vin (80-99)

Mousserande vin (100-119)

Mousserande vin (120-..)

Mousserande vin stora flaskor

Sött mousserande vin

Champagne rosé

Mousserande rosévin (0-79)

Mousserande rosévin (80-..)

Övrigt mousserande

#### Mousserande vin små flaskor

Champagne små flaskor

Mousserande vin små flaskor  
(0-186,6 kr/l)

Mousserande vin små flaskor  
(186,7-..kr/l)

Sött mousserande vin små  
flaskor

Champagne rosé små flaskor

Mousserande rosévin små  
flaskor

### APERITIF OCH DESSERT

#### Aperitif

Sherry/montilla

Extra torr vermouth

Vermouth

Aperitif

Sake

Torrt fruktvin

Övrigt vin, segment

#### Dessert

Sött vitt vin

Sött vitt vin små flaskor

Rött portvin

Vitt portvin

Söt sherry/montilla

Madeira

Smaksatt vin

Sött fruktvin

Övrigt dessertvin

#### Glögg

Glögg & andra juldrycker

Glögg & andra juldrycker  
små flaskor

## Öl, cider & blanddrycker

### LAGERÖL

#### Ljuslager

Lager burk  
<=355 ml (<6,0%)<17 kr

Lager burk  
<=355 ml(<6,0%)>=17 kr

Lager burk > 355 ml(<6,0%)

Lager extra stark burk (6,0%-..)

Lager fl <=355 ml & <17/>355 ml  
& <20 (<6,0%)

Lager fl <=355 ml & >=17/>355 ml  
& >=20 (<6,0%)

Lager extra stark flaska (6,0%-..)

Övrig lager

#### Mörklager

Mörklager burk

Mörklager flaska

### SPECIALÖL

#### Ale

Ale burk (..-5,9%)

Ale flaska (..-5,9%)

Ale extra stark (6,0%-..)

#### Porter & stout

Porter/stout flaska/burk  
(..-5,9%)

Porter/stout extra stark (6,0%-..)

#### Veteöl

Veteöl flaska/burk

#### Övrig öl

Öl flaska 750 ml >= 49 kr

Spontanjäst öl

Övrig syrlig öl

Övrig öl

Övrig ale/porter/stout

#### Säsongsöl

Påsk

Oktoberfest

Julöl lager

Julöl specialöl

### CIDER & BLANDDRYCKER

#### Torr cider

Torr/halvtorr cider flaska

Torr/halvtorr cider flaska  
750 ml >= 49 kr

Torr/halvtorr cider burk

#### Söt cider & blanddrycker

Halvsöt/söt cider flaska

Halvsöt/söt cider burk

Blanddrycker

Cider & blanddrycker

övriga förpackningar

#### Säsongscider & blanddrycker

Julcider & blanddrycker

## Sprit

### DRINKAR & COCKTAILS

#### Okryddat brännvin

Okryddat brännvin

Okryddat brännvin små flaskor

#### Smaksatt vodka

Smaksatt vodka

#### Gin

Gin

Gin små flaskor

#### Ljus rom

Ljus rom

Ljus rom små flaskor

#### Smaksatt rom

Smaksatt rom

#### Tequila

Tequila

#### Anissprit

Anissprit

#### Färdigblandade drinkar

Färdigblandade drinkar

### WHISKY

#### Blended whisky

Skotsk blended whisky

Skotsk blended whisky små  
flaskor

Kanadensisk whisky

Kanadensisk whisky små flaskor

Amerikansk whiskey

Amerikansk whiskey små flaskor

Irländsk whiskey

Irländsk whiskey små flaskor

Övrig whisky

#### Maltwhisky

Skotsk maltwhisky  
<18 years old

Skotsk maltwhisky  
<18 years old små flaskor

Skotsk maltwhisky >=18 years old

Övrig maltwhisky

### SÄSONGSSPRIT

#### Säsongsprit

Julsprit

### AVEC

#### Cognac

Cognac

Cognac små flaskor

#### Brandy

Övrig brandy

Övrig brandy små flaskor

#### Calvados

Calvados

#### Grappa/marc

Grappa/marc

#### Mörk rom

Mörk rom

Mörk rom små flaskor

#### Bitter

Bitter

#### Övrig sprit

Övrig sprit, segment

### LIKÖR

#### Choklad-, kaffe- & nötlikör

Choklad-, kaffe- & nötlikör

#### Grädd- & ägglikör

Grädd- & ägglikör

#### Frukt- & bärlikör

Frukt- & bärlikör

#### Ört- & aveclikör

Ört- & aveclikör

#### Punsch

Punsch

#### Övriglikör

Övriglikör & shotslikör

Övriglikör & shotslikör små  
flaskor

### SNAPS

#### Kryddat brännvin

Kryddat brännvin

Kryddat brännvin små flaskor

## *Alkoholfritt*

### **Alkoholfritt**

---

Alkoholfritt vin

---

Alkoholfri öl, cider & blanddryck

---

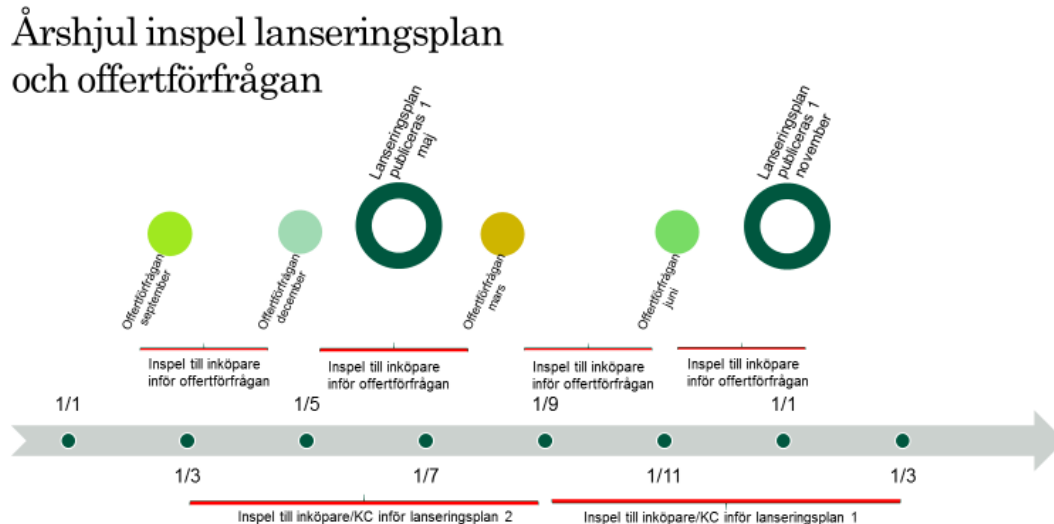
Must

---

Alkoholfritt övrigt

---

# Inspel lanseringsplan och offertförfrågan



I lanseringsplanen beskriver Systembolaget vad och varför lanseringar kommer att efterfrågas. Målet är att ge leverantör/producent riktlinjer för kommande förfrågningar samt att ge inköpsenheten tydliga riktlinjer i inköpsarbetet. Målet är också att ge leverantörer och producenter kunskap om hur Systembolagets inköpsprocess fungerar; sortimentsmodell, lanseringsstruktur och strategier.

Utifrån kategorihandlingsplaner tar inköparna fram lanseringsförslag där förutsättningarna för ansvarsområdet kopplas till behovet för kategorierna. Respektive kategorichef sätter därefter samman lanseringsplanen utifrån givna strategier, kundernas behov och inköparnas lanseringsförslag.

Efterfrågan i planen beskrivs i generella ordalag då den långa planeringshorisonten gör det svårt att veta exakta detaljer om smak, pris, druvsort, storlek etc.

Kategorichefer ansvarar för lanseringsplanen och dess innehåll. Inför lanseringsplanen kan ni leverantörer göra inspel.

- Inspel lämnas till kategorichefer när det handlar om försäljningstrender och kundinsikter
- Inspel lämnas till inköpare när det handlar om tillgång, kvalitet, kunskap om ursprung samt producentinsikter
- Inspel till lanseringsplanen får lämnas till kategorichef och inköpare fram till 2 månader innan lanseringsplanen publiceras

Inköparna ansvarar för offertförfrågan inom ramen för lanseringsplanen. Offertförfrågningarna följer lanseringsplanen men är ytterligare specificerade när de

publiceras. Offertförfrågningarna publiceras i Leverantörsportalen ca 7–8 månader före varje specifikt lanseringstillfälle.

Ni är även välkomna att lämna inspel till offertförfrågningarna.

- Spela in om du har något att säga som kan påverka offertförfrågans utformning
- Skicka inte in en massa varuprover utan tanke. Be först om godkännande för att skicka in varuprover
- Be inköpare om återkoppling och förklaring angående eventuella avgränsningar i offertförfrågningar
- Inspel till offertförfrågan får lämnas till inköpare fram till 3 veckor innan offertförfrågan publiceras

# Kontaktuppgifter

## **SORTIMENTS- OCH INKÖPSCHEF**



*Sara Norell*  
08-503 325 60  
sara.norell@systembolaget.se

## **ENHETSCHEF SORTIMENT**



*Ulf Sjodin*  
08-503 303 76  
ulf.sjodin@systembolaget.se

## **KATEGORICHEFER**



*Märta Kuylenstierna*  
08-503 302 92  
marta.kuylenstierna@systembolaget.se



*Gad Pettersson*  
08-503 325 68  
gad.pettersson@systembolaget.se



*Johan Lund*  
08-503 306 98  
johan.lund@systembolaget.se

## **KONTAKT MED KATEGORICHEFERNA**

Kategoricheferna kontaktas vid frågor om kategorier, segment, sortimentsmixplaner och utvärdering. På leverantörsportalen finns aktuell fördelning av kategorier.

För generella frågor som inte är kopplade till någon enskild kategori går det bra att kontakta kategoricheferna på den gemensamma mejladressen; kategoriansvariga@systembolaget.se

## **BITRÄDANDE KATEGORICHEFER**



*Maria Staf*  
08-503 303 70  
maria.staf@systembolaget.se



*Linda Thorslund (vikarie)*  
08-503 305 37  
linda.thorslund@systembolaget.se



*Per Malmring*  
08-503 306 39  
per.malmring@systembolaget.se



*Emelie Westrup*  
08-503 327 16  
emelie.westrup@systembolaget.se

## ENHETSCHEF INKÖP



*Fredrik Arenander*  
08-503 301 27  
fredrik.arenander@systembolaget.se



*Marie Von Segebaden*  
08-503 302 91  
marie.vonsegebaden@systembolaget.se

## KONTAKT MED INKÖPARE

Frågor relaterade till inköparnas ansvarsområden besvaras av ansvarig inköpare, medan generella frågor kring offerering, inköp och lansering med fördel kan ställas till biträdande inköpare.

Aktuell ansvarsfördelning finns på leverantörsportalen.



*Marie Hultin*  
08-503 300 19  
marie.hultin@systembolaget.se



*Johan Larsson*  
08-503 305 66  
johan.larsson@systembolaget.se



*Staffan Adin*  
08-503 303 71  
staffan.adin@systembolaget.se



*Magnus Lindblom*  
08-503 325 85  
magnus.lindblom@systembolaget.se



*Johan Ahlstedt*  
08-503 303 47  
johan.ahlstedt@systembolaget.se



*Marcus Dahlin*  
08-503 329 05  
marcus.dahlin@systembolaget.se

## BITRÄDANDE INKÖPARE

De biträdande inköparna når du i första hand på:  
bitradandeinkopare@systembolaget.se  
08-503 303 27



*David Bengé*  
08-503 303 87  
david.benge@systembolaget.se



*Mikael Waldenström*  
08-503 300 47  
mikael.waldenstrom@systembolaget.se



*Nikita Nordström*  
08-503 304 57  
nikita.nordstrom@systembolaget.se



*Laurent Escande (vikarie)*  
08-503 300 66  
laurent.escande@systembolaget.se



*Christoffer Eriksson*  
08-503 302 85  
christoffer.eriksson@systembolaget.se



*Matilda Dannetun (vikarie)*  
08-503 326 27  
matilda.dannetun@systembolaget.se