

Lanseringsplan

2019

Inte som förr - och ändå som vanligt

Det senaste året har varit händelserikt, med ovanligt små skördar i många vinproducerande länder, frågetecken kring humlen i ekologisk öl, hot om handelskrig mellan USA, EU och Asien. Listan kan göras lång.

Händelserikt är det även på Systembolaget om än med mindre dramatik och i mer positiv riktning. Stora projekt som Framtidens Online-butik, Space Management och översyn av sortimentsmodellen präglar vår vardag just nu. Våra kunder har aldrig varit så positiva till oss som nu, men vi siktar ändå på nya verktyg för att bli ännu bättre.

Men allt är inte nytt. Det är mycket som är precis som vanligt också. Vi söker fortfarande högkvalitativa, hållbara och ansvarsfullt producerade produkter från hela världen och det arbetet börjar här i lanseringsplanen.

Innehåll

Lanseringsplan 2019	2
Alkoholförsäljningen i Sverige	3
Lanseringsplan	
Rött vin	24
Vitt vin	29
Mousserande vin	35
Rosévin	36
Aperitif & dessert	38
Sprit	39
Öl	42
Cider & blanddryck	47
Alkoholfritt	49
Kategorier och segment	50
Årshjul för inspel	53
Kontaktuppgifter	55

Lanseringsplan 2019

Det händer mycket på Systembolaget just nu. Arbetet med att se över och justera vår sortimentsmodell börjar gå in i ett slutskede, och några frågetecken börjar rätas ut. På leverantörsträffar den närmaste tiden kommer vi att ge mer information och möjligheter att kommentera. Redan nu står det dock klart att vi behöver lansera nyheter oftare och att det finns ett glapp mellan det fasta sortimentet och småpartierna. En ny form av tillfälligt sortiment verkar därför sannolikt.

Den vanligaste oron från er leverantörer har rört bredden i sortimentet. Vissa segment har många artiklar men inte så många ursprung representerade, och där finns möjlighet till förbättringar. Vi ser framförallt att våra minsta butiker behöver större variation i sortimentet och därför kommer den frågan att vara särskilt i fokus i förbättringsarbetet.

Hur stora förändringar vi i slutändan kommer att göra är inte klart än, men förändringar kommer det att bli. Det har därför inte känts meningsfullt att lägga allt för mycket tid på att sätta ihop det vanliga paketet av texter i lanseringsplanen, så därför är textdelen ovanligt tunn i år. Om du saknar texterna från tidigare lanseringsplaner så gäller det som står i förra årets plan fortfarande.

Det som är kvar är summeringen av föregående år. Helt nytt är å andra sidan en mer tydlig genomgång av kategoricheferna kring syftet bakom våra lanseringar. Vi har fått återkoppling från flera leverantörer att det ibland är svårt att förstå bakgrunden till våra förfrågningar, och det här är ett första försök att i ännu högre grad öka transparensen kring hur vi arbetar. Kom gärna med förslag på förbättringar, för ju bättre vi förstår varandra desto bättre kan vi möta våra kunder.

Allt är dock inte nytt. Hållbarhet är fortsatt viktigt för oss och glädjande nog även för många leverantörer och producenter. Förra året undertecknades en viljeyttring om högre klimatambitioner av vår VD Magdalena och representanter från Sprit- och Vinleverantörsföreningen och Sveriges Bryggerier. Det är ett välkommet initiativ och mycket glädjande att uppslutningen från branschen är så stor.

Som en del av klimatambitionererna kommer vi i högre utsträckning att efterfråga lättviktsglas när vi frågar efter stilla vin, och på ölsidan kommer för första gången på länge en offertförfrågan enbart för öl på returglas. Två små men viktiga steg mot ökad hållbarhet.

Kategoricheferna genom



Ulf Sjödin
MW

Enhetschef Sortiment

Alkoholförsäljningen i Sverige

Systembolagets försäljning under året 2017 nådde 482,9 miljoner liter, motsvarande ett försäljningsvärde om 36,4 miljarder kronor. Volymen ökade med 0,8 procent jämfört med 2016 medan värdet ökade med 3,1 procent. Värdeutvecklingen var på exakt samma nivå som året innan, vilket antyder att premiumiseringstrenden fortsätter i jämn takt. Alkoholskatten höjdes i början av året vilket förstärker skillnaden mellan volym- och värdeökning, men man kan ändå konstatera att kunderna valt att följa med kostnadsökningen istället för att välja billigare alternativ när skatten gick upp.

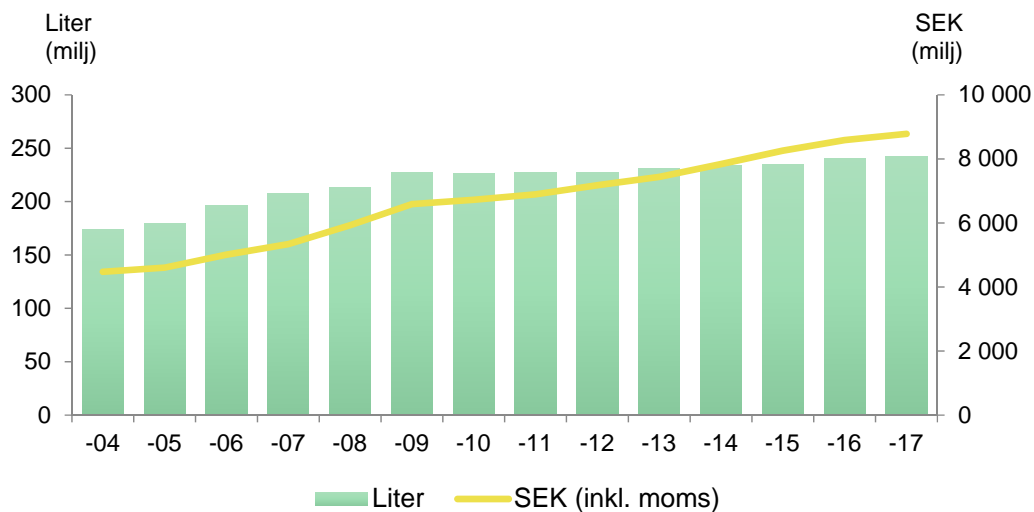
Under året justerades Systembolagets prismodell, vilket inte påverkade den totala värdeökningen men däremot förklarar varför skillnaden mellan volym- och värdeökning för vin var 3,4 procentenheter, medan skillnaden för öl bara var 1,5 procentenheter.

Högst tillväxt i volym hade cider och blanddrycker som ökade med 7,3 procent i volym. Här gjorde den justerade prismodellen störst skillnad, och värdeökningen stannade vid 3 procent. Alkoholfritt, som i flera år haft högst tillväxt, backade med 1,7% procent volym. Värdet ökade dock med 5,5 procent, vilket visar en högre premiumiseringstakt än någon annan kategorigrupp. Våra kunder är tydligen villiga att betala för kvalitet, men vi kommer att behöva se över våra prisnivåer i förhållande till dagligvaruhandeln på de artiklar som inte bara säljs genom Systembolaget.

Ekologiskt ökade med 8,8 procent under året, och det är vi ser att försäljningstillväxten börjar plana ut.. Andelen uppgick under året till 12,6 procent av den totala försäljningsvolymen och 14,2 procent av värdet. Den högsta nivå som kan uppvisas inom den svenska detaljhandeln, där ekologiskt utgör 9,8 procent av allt sålt livsmedel enligt EkoWeb Sverige.

För 2018 är situationen utmanande, med oklarheter kring ekologisk humle och svåra väderproblem i Europa under 2017. Prognosen för det närmaste året måste därför vara försiktig, framförallt inom kategorigruppen vin, där hela 21,8 procent av försäljningsvolymen var ekologisk 2017. Värdet för samtliga kategorigrupper är på samma nivå som volymen, så det är fortsatt svårt att ta ut ett högre pris för ekologiska drycker, men det ger däremot kunderna en anledning att flytta handen när de står framför våra hyllor.

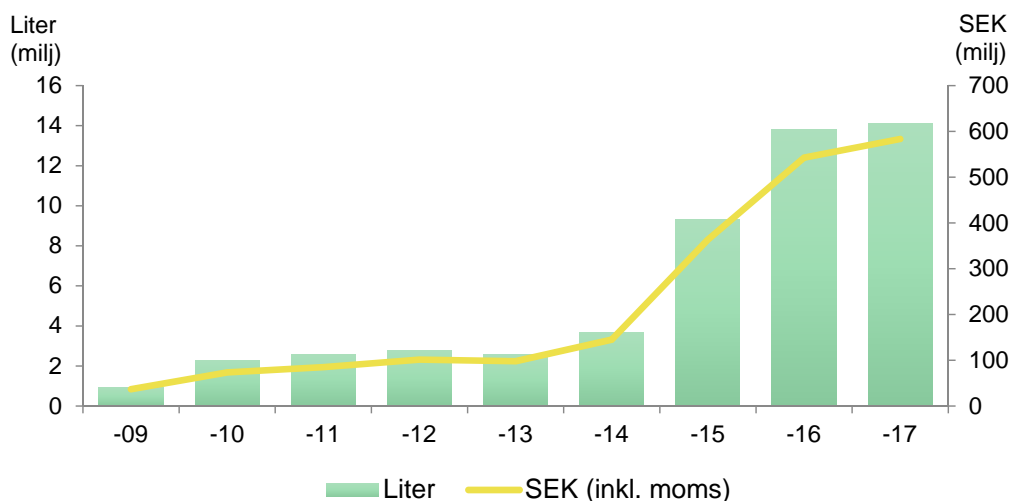
ÖL



Försäljningen av öl ökade med 0,8 procent till 242 miljoner liter under 2017. Värdet ökade med 2,3 procent till 8,8 miljarder kronor. Kategorigruppen ser en fortsatt premiumiseringstrend även om en del av ökningen kommer av skatthöjningen. Tillväxten för specialöl var något högre, 4,1 procent, men kategorin verkar nu ha stabiliserat sig på en nivå runt 8 procent.

I det exklusiva sortimentet såldes 967 tusen liter öl vilket innebar en ökning med 7 procent, att jämföra med småpartier som helhet där ökningen var 11 procent. Det lokala och småskaliga sortimentet ökade samtidigt sin försäljning med 14 procent till 2,47 miljoner liter, och det är möjligt att en del av den försäljningen jämföras med småpartier för den intresserade ölkunden.

Ekologisk öl



Ekologisk öl ökade med 2 procent under året och nådde 14,1 miljoner liter. Ekologiskt stod för 5,8 procent av ölförsäljningen, men inom specialöl är andelen hela 11 procent. Det är tydligt att det med ökat ölintresse också följer ett ökat intresse för ekologiskt, vilket även märks inom produktionsledet där flera kvalitetsinriktade producenter börjat brygga ekologiskt.

Lageröl

Lageröl	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	1 773,0	12,5%	52 022,1	10,7%
6101b LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) >= 17KR	42,6	3,1%	778,8	2,8%
6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	2 466,3	-1,3%	87 127,0	-2,1%
6103 LAGER EXTRA STARK BURK (6,0%-..)	1 296,0	4,6%	37 641,1	2,7%
6104 MÖRK LAGER BURK	47,1	-2,7%	1 333,1	-3,7%
6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	1 261,7	-4,3%	31 488,2	-4,9%
6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	270,2	-8,4%	4 893,4	-9,5%
6203 LAGER EXTRA STARK FLASKA (6,0%-..)	89,9	-20,3%	2 239,4	-27,5%
6204 MÖRK LAGER FLASKA	37,9	-1,2%	850,6	-1,9%
6401 ÖVRIG LAGER	5,7	-9,7%	124,4	-13,2%
Totalsumma	7 290,5	1,6%	218 498,0	0,5%

Lageröl utgör den absolut största delen av ölförsäljningen med drygt 90 procents andel av kategorigruppen. Lagerkategorin ökade med 0,5 procent och allra mest ökade lageröl på små burkar. Förflyttningen från stora till små burkar fortsätter alltså enligt samma mönster som föregående år.

Likt 2016 så minskar även extra stark lager på flaska, men ölstilen som sådan ökar ändå något, med 0,35 procent, eftersom burksegmentet ökar. Mörk lager har också en svagt vikande försäljning, men är fortsatt populär framförallt i norra delarna av Sverige.

Specialöl

Specialöl	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
6301 ALE FLASKA (...-5,9%)	461,9	0,2%	7 586,5	1,2%
6303 ALE BURK (...-5,9%)	77,1	15,0%	1 202,9	8,6%
6304a PORTER/STOUT FLASKA/BURK (...-5,9%)	48,4	4,3%	855,9	1,8%
6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-...)	429,1	9,6%	5 389,0	7,8%
6306 PORTER/STOUT EXTRA STARK (6,0%-...)	53,1	19,8%	481,5	8,1%
6307 VETEÖL FLASKA/BURK	103,0	8,3%	2 018,1	5,0%
6307a ÖL FLASKA 750ML >= 49KR	39,6	1,1%	419,4	-1,6%
6307b SPONTANJÄST ÖL	16,6	16,1%	170,2	6,8%
6308 ÖVRIG ÖL	70,8	6,4%	1 517,9	2,7%
6402 ÖVRIG ALE/PORTER/STOUT	0,2	20,2%	3,7	3,5%
Totalsumma	1 299,8	6,1%	19 645,2	4,1%

Specialöl ökade med 4,1 procent till 19,6 miljoner liter vilket visar att den stora ökningen av särskilt ölintresserade kunder har avtagit. Värdeökningen i kategorin var 6,1 procent och den måttliga skillnaden mellan volym- och värdeökning påminner om att kategorin börjar bli mer mogen. Ökningen är relativt jämnt fördelad över segment och bara öl på stora flaskor visar upp en tillbakagång.

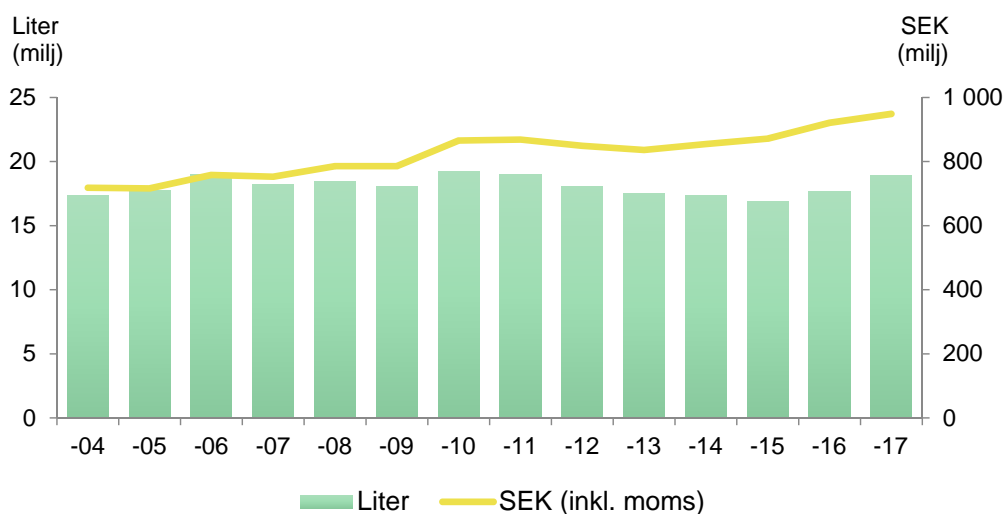
Svensk specialöl ökade 16 procent och stod för nästan 45 procent av den totala försäljningen. Totalt 8,8 miljoner liter kom från Sverige. Nästan en femtedel av den svenska specialölen såldes i det lokala och småskaliga sortimentet som under året ökade i volym med närmast exakt samma procenttal som den svenska specialölen som helhet.

Säsongsöl

Säsongsöl	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
6501 PÅSK	18,1	-0,9%	347,4	-0,4%
6503 OKTOBERFEST	26,4	11,1%	574,0	12,8%
6504 JULÖL LAGER	78,4	2,3%	1 868,5	-1,3%
6505 JULÖL SPECIALÖL	67,7	0,5%	985,7	-0,5%
Totalsumma	190,6	2,5%	3 775,5	0,9%

Försäljningen av säsongsöl ökade med 0,9 procent till 3,8 miljoner liter under 2017. Hela ökningen låg bland oktoberölen medan samtliga övriga säsongssegment minskade något.

CIDER OCH BLANDDRYCKER



Försäljningen av cider och blanddrycker uppgick till 19 miljoner liter motsvarande ett värde av 949 miljoner kronor. Volymen ökade med 7,3 procent (säsongssegmentet inkluderat) jämfört med året innan, medan värdet ökade med 3 procent. Totalt står kategorigruppen för 3,9 procent av Systembolagets totala volym och 2,6 procent av värdet.

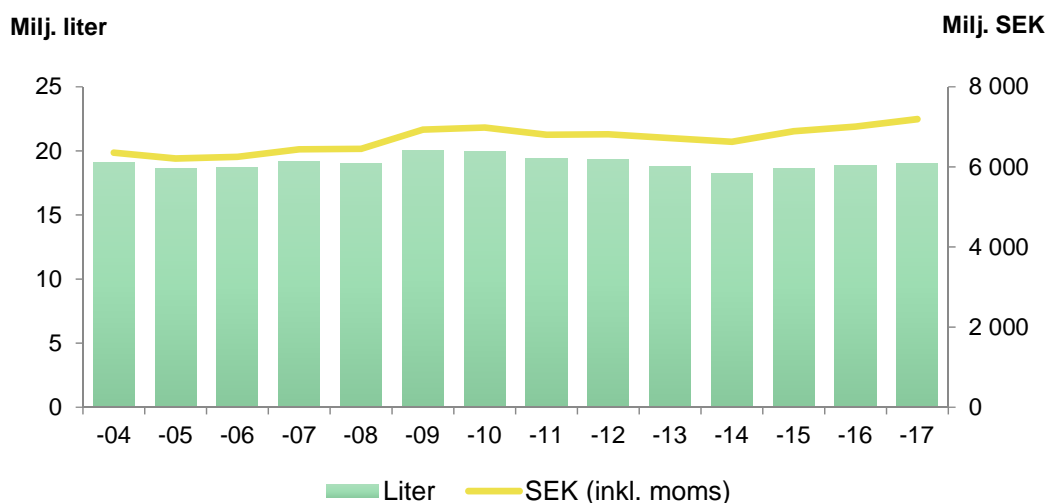
	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
Cider och Blanddrycker				
6601 TORR/HALVTORR CIDER FLASKA	59,9	-0,2%	1 124,0	4,0%
6601s TORR/HALVTORR CIDER FLASKA 750ML >= 49KR	10,5	29,7%	146,0	27,6%
6602 TORR/HALVTORR CIDER BURK	25,4	-8,7%	645,2	-2,9%
6603 HALVSÖT/SÖT CIDER FLASKA	85,5	-9,8%	1 749,4	-6,6%
6604 HALVSÖT/SÖT CIDER BURK	324,2	3,6%	8 137,2	10,1%
6605 CIDER ÖVRIGA FÖRPACKNINGAR	0,8	-67,7%	9,1	-63,4%
6607 BLANDDRYCKER	438,9	6,3%	7 073,6	9,0%
Totalsumma	945,1	2,8%	18 884,5	7,1%

Förändringarna mot föregående år är mycket ojämnt fördelade över segmenten. Mest ökar torr cider på stora flaskor, men det är ett mycket litet segment som är känsligt för nylanseringar och förändringar i mixplaner. Blanddrycker ökar dock med 9 procent och söt cider på burk med 10 procent, att jämföras med förra årets betydligt mindre ökning om 1 resp. 3 procent.

Förklaringen ligger troligen till viss del i den justering av prismodell som ägde rum i mars, där den här kategorigruppen fick en tydlig minskning av det fasta påslaget. Det är också anledningen till att värdet ökar mindre än volymen, vilket annars går emot den rådande premiumiseringstrenden.

Ekologiskt ökade med 101,5 procent under året och nådde 1,75 miljoner liter vilket tog upp den ekologiska andelen till 9,3 procent, samma nivå som den totala ekoandelen i svensk livsmedelshandel.

SPRIT



Sprit står för 3,9 procent av Systembolagets totala försäljningsvolym men 19,8 procent av värdet. Försäljningen 2017 blev 19 miljoner liter, motsvarande ett värde av 7,2 miljarder kronor. Det innebär en ökning med 0,7 procent i volym och 2,6 procent i värde jämfört med föregående år. Det är tredje året som spritförsäljningen ökar något och det finns många tecken som tyder på att orsaken är att volymer flyttar hem till Sverige från gränshandeln.

Det är svårt att se tydliga trender inom de olika kategorierna eftersom enskilda segment inom kategorierna skiljer sig mycket åt, men rom, gin och olika typer av shots kan sammanfattas som de tre största trenderna.

Försäljningen av ekologisk sprit ligger långt efter den allmänna ekotrenden, med en nivå på 4,2 procent av den totala försäljningen. Tillväxten under 2017 var dock nära 20 procent, vilket är högre än för såväl vin som öl.

Avec	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
5401 COGNAC	157,3	-1,6%	301,2	-4,0%
5402 COGNAC SMÅ FLASKOR	36,7	4,9%	67,4	2,7%
5403 ÖVRIG BRANDY	24,9	-4,4%	69,3	-4,5%
5404 ÖVRIG BRANDY SMÅ FLASKOR	17,4	1,7%	47,0	-3,2%
5405 CALVADOS	32,8	-5,4%	68,2	-7,4%
5406 GRAPPA/MARC	8,9	8,6%	16,5	2,8%
5407 MÖRK ROM	254,6	19,8%	509,2	18,2%
5408 MÖRK ROM SMÅ FLASKOR	33,1	0,2%	82,5	-5,2%
5702 BITTER	80,1	5,2%	175,8	0,8%
5705 ÖVRIG SPRIT, SEGMENT	5,9	-18,7%	10,8	4,8%
Totalsumma	651,7	6,9%	1 347,9	4,3%

Försäljningen av avec ökar med 4,3 procent i volym och 6,9 procent i värde. Kategorin står för 7,1 procent av volymen sprit som säljs, och 9,1 procent av värdet. Utvecklingen drivs liksom tidigare år helt av mörk rom som ökar med 14,3 procent när man lägger ihop de båda segmenten.

Cognac minskar med 2,6 procent och följs av brandy och calvados som också minskar, den sistnämnda med hela 7,4 procent. Sannolikt har en del av de volymerna flyttats över till rom eller maltwhisky.

Drinkar och cocktails

Drinkar & Cocktails	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
5101 OKRYDDAT BRÄNNVIN	1 023,9	2,2%	3 433,3	0,7%
5102 OKRYDDAT BRÄNNVIN SMÅ FLASKOR	326,4	-2,7%	1 001,8	-5,6%
5103 SMAKSATT VODKA	75,9	-3,5%	203,5	-5,0%
5104 GIN	406,7	10,0%	1 175,7	6,4%
5105 GIN SMÅ FLASKOR	83,3	4,4%	231,2	2,7%
5106 LJUS ROM	76,1	5,8%	213,6	4,7%
5107 LJUS ROM SMÅ FLASKOR	21,8	6,2%	57,5	3,1%
5108 SMAKSATT ROM	173,4	2,5%	483,0	-0,2%
5109 TEQUILA	33,7	6,5%	78,8	4,3%
5701 ANISSPRIT	18,4	4,1%	43,6	0,4%
5703 FÄRDIGBLANDADE DRINKAR	28,3	20,5%	156,9	18,6%
Totalsumma	2 268,0	3,1%	7 079,0	1,0%

Drinkar och cocktails är den näst största kategorin med 7,1 miljoner liter motsvarande ett värde av 2,3 miljarder kronor. Kategorin står för 37 procent av all såld sprit sett till volym, men bara 32 procent av värdet. Försäljningen ökade med 1 procent, men det är främst gin och färdigblandade drinkar som ökar. Okryddat brännvin, som med 4,4 miljoner liter står för lejonparten av kategorin, minskar med 0,8 procent.

Gin ökade något mindre än föregående år sett till volym, men något mer om man ser till värde, och ljus rom fortsätter också med i stort sett samma tillväxttakt som föregående år, men med någon förskjutning mot helflaskor. Även tequila har i princip samma tillväxt som föregående år. I stort kan man säga att utvecklingen för kategorin ganska exakt följer tidigare etablerade mönster.

Likör

Likör	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
5502a CHOKLAD-, KAFFE- O NÖTLIKÖRER	42,8	8,5%	121,5	4,5%
5504a GRÄDD- OCH ÄGGLIKÖRER	129,6	-3,9%	459,6	-4,8%
5506a FRUKT- OCH BÄRLIKÖRER	171,4	6,6%	482,6	6,7%
5507 PUNSCH	38,0	-1,0%	118,0	-4,3%
5508 ÖVRIGA LIKÖRER	160,3	0,9%	420,8	-2,2%
5509 ÖVRIGA LIKÖRER SMÅ FLASKOR	245,2	12,1%	608,5	15,6%
Totalsumma	787,4	4,8%	2 211,0	3,7%

Försäljningen av likör ökade med 3,7 procent till 2,2 miljoner liter 2017. Värdet ökade med 4,8 procent till 787 miljoner liter och tillväxten i både volym och värde var därför närmast identisk med föregående år. Tillväxten ligger till mycket stor del inom likörer som främst konsumeras som shots, och därför sker en omsegmentering av kategorin under 2018 för att säkra bredd i en kategori som innehåller produkter av väldigt många olika typer och stilar.

Snaps

Snaps	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
5601 KRYDDAT BRÄNNVIN	295,2	-1,4%	731,3	-3,2%
5602 KRYDDAT BRÄNNVIN SMÅ FLASKOR	120,9	1,0%	290,0	-2,7%
Totalsumma	416,0	-0,7%	1 021,3	-3,0%

Snaps är den minsta kategorin inom kategorigruppen sprit och står för 5,4 procent av volymen och 5,8 procent av värdet. Försäljningen av snaps minskade med 3 procent till 1 miljon liter under 2017. Minskningen var större än under föregående år, men i linje med en långsiktig negativ trend för kategorin. Tillfälligt sortiment för lokalt och småskaligt står för en stor andel av antalet artiklar, men bara drygt 1 procent av försäljningen som istället domineras av ett fåtal äldre varumärken.

Whisky

Whisky	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
5201 SKOTSK BLENDED WHISKY	995,3	2,9%	2 815,1	2,3%
5202 SKOTSK BLENDED WHISKY SMÅ FLASKOR	275,3	0,2%	718,7	-1,8%
5203 KANADENSISK WHISKY	303,1	-8,8%	944,5	-11,4%
5204 KANADENSISK WHISKY SMÅ FLASKOR	96,3	-6,8%	270,7	-10,9%
5205 AMERIKANSK WHISKEY	112,0	8,6%	254,8	8,0%
5206 AMERIKANSK WHISKEY SMÅ FLASKOR	28,3	6,3%	62,5	6,2%
5207 IRLÄNSK WHISKEY	260,0	3,2%	626,5	2,2%
5208 IRLÄNSK WHISKEY SMÅ FLASKOR	73,0	3,8%	162,0	3,3%
5209 ÖVRIG WHISKY	20,6	-28,9%	26,9	-33,7%
5301 SKOTSK MALTWHISKY <= 18 YEARS OLD	674,4	2,5%	1 135,6	1,3%
5302 SKOTSK MALTWHISKY <= 18 YEARS OLD SMÅ FLASKOR	45,0	0,5%	59,2	-1,1%
5303 SKOTSK MALTWHISKY > 18 YEARS OLD	26,2	-3,7%	11,1	-11,0%
5304 ÖVRIG MALTWHISKY	144,7	17,0%	202,2	15,6%
Totalsumma	3 054,3	1,4%	7 289,8	-0,5%

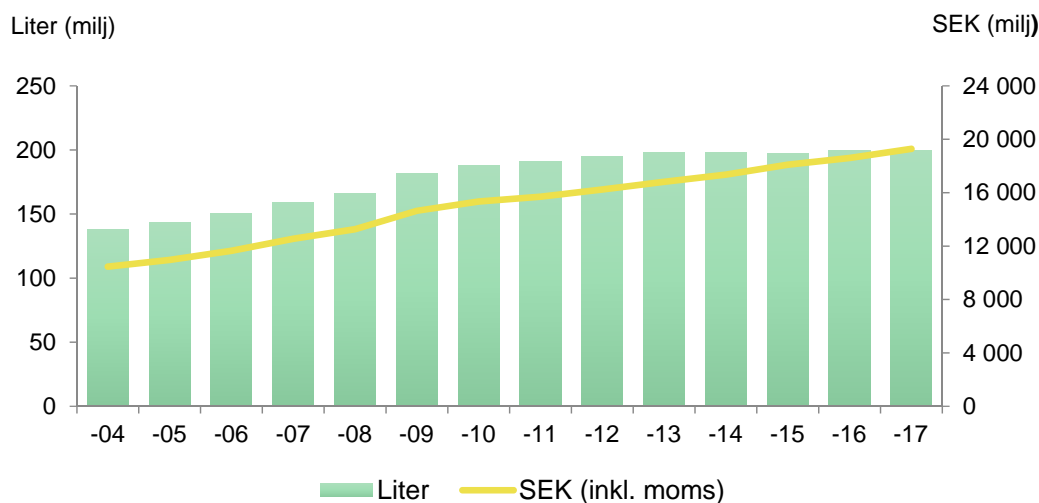
Whisky är den största spritkategorin och med 7,3 miljoner liter står den för 39 procent av den totala spritförsäljningen. Kategorin minskade något, med 0,5 procent, under 2017.

Kanadensisk whisky minskade med 11 procent, vilket med råge överträffar kategorins totala minskning. Den stora minskningen är inte nödvändigtvis resultatet av ett minskat intresse för ursprunget, utan snarare en allmän lägre efterfrågan på lågprisartiklar.

Irländsk whiskey ökade med 2,3 procent och amerikansk whiskey med 7,5 procent. Trenden för dessa ursprungsländer fortsätter som tidigare år och det finns inget som tyder på annat än att whiskey stavade med e kommer att ha en fortsatt positiv utveckling.

Maltwhisky ökade med 2,8 procent under året och står nu för 19 procent av all såld whisky sett till volym. Värdeandelen är hela 29 procent eftersom snittpriset per flaska är det högsta inom kategorin. Störst tillväxt har den icke-skotska maltwhiskyn där svensk whisky har 86 procents marknadsandel, en andel som varit ökande under året.

VIN



Vinförsäljningen ökade med 0,2 procent upp till 199,7 miljoner liter, vilket utgör 41,3 procent av Systembolagets totala försäljningsvolym. Värdet ökade med 3,6 procent till 19,3 miljarder kronor och vin står därmed för 53 procent av det totala värdet. En skattehöjning under året är bidragande till premiumiseringseffekten.

De senaste fyra åren har försäljningen av vin varit i stort sett konstant och det finns inget som tyder på att 2018 ska utgöra ett trendbrott åt vare sig ena eller andra hållet.

Förpackningar

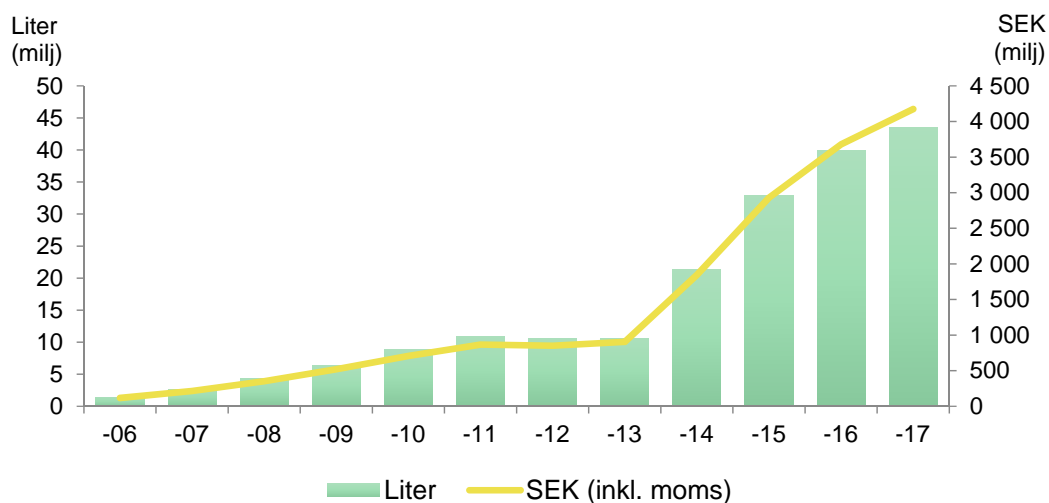
Vin (milj liter)	2014	2015	2016	2017
Glas	79,0	79,5	81,8	83,2
Box	103,9	103,0	103,0	102,3
Papp	12,3	12,0	11,4	10,8
PET-flaska	2,6	3,1	3,2	3,4
Övriga förpackningar	0,0	0,0	0,0	0,0

Boxvin dominerar fortfarande försäljningen med 51 procents marknadsandel men andelen har minskat svagt sedan 2013. Om bara stilla vin räknas så har dock andelen inte minskat utan ökat från 55,8 till 55,9 procent.

Glasflaskor ökade något och står nu för 42 procent av volymen. Övriga pappförpackningar minskade för åttonde året i rad medan PET ökade med nära 6 procent.

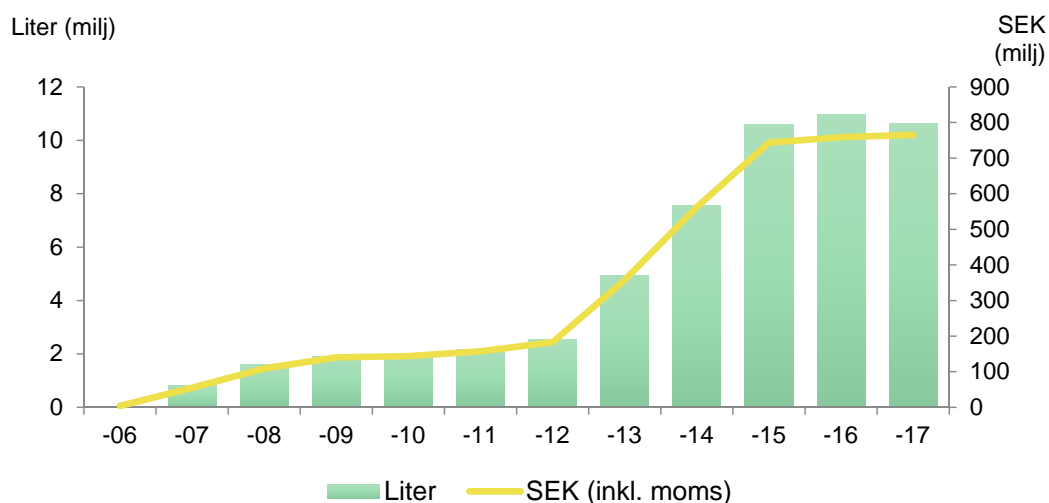
Lättare glasflaskor har inte haft den positiva utveckling som hade förutspåtts, snarare verkar snittvikten vara tämligen konstant på ungefär 490 gram per flaska. Det är en hög siffra och det finns anledning att titta på vad vi tillsammans kan göra för att få den lägre framöver.

Ekologiskt vin



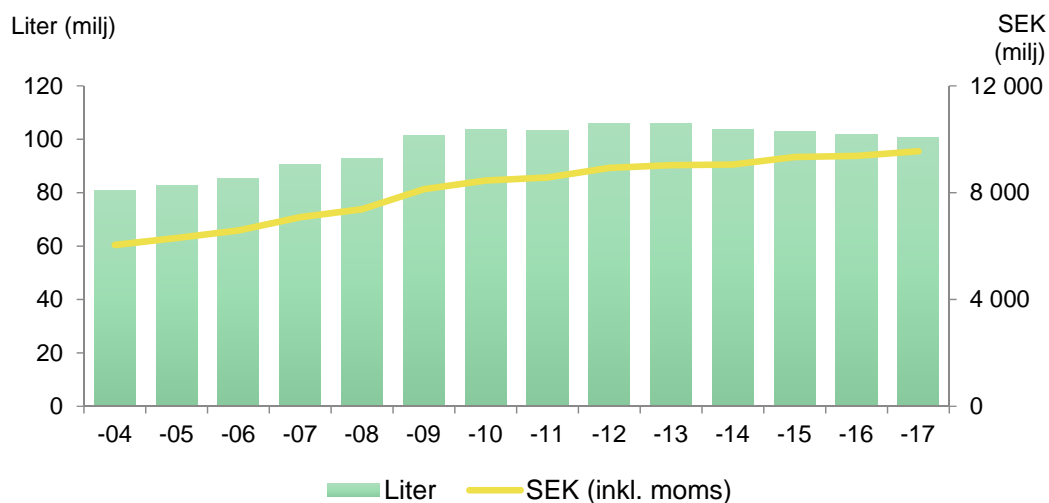
Ekologiskt vin ökade med 8,7 procent till 21,8 procents marknadsandel under året. Värdeutvecklingen var högre, 13,5 procent, och därför kom den slutliga andelen för året att vara i princip lika för värde som volym. Total volym blev 43,4 miljoner liter till ett värde av 4,2 miljarder kronor, vilket motsvarar 15 procent av den totala ekologiska försäljningen av livsmedel i Sverige, som uppgår till 28 miljarder kronor enligt EkoWeb.

Etiskt certifierat vin



Etiskt certifierat vin minskade med 3,2 procent till 10,6 miljoner liter under 2017. Trots att försäljningen från de tre riskländerna Chile, Argentina och Sydafrika minskade med 4,6 procent så ökade ändå den etiska andelen från dessa länder med 1,4 procentenheter. Etiskt utgör nu 20,7 procent av försäljningen från riskländerna, men det finns ändå utrymme för ökade andelar framförallt för Sydafrika.

RÖTT VIN



Rött vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
2101 RÖTT VIN (0–59)	197,7	4,6%	2 559,0	6,2%
2102 RÖTT VIN (60–69)	310,2	0,3%	3 448,5	-2,5%
2103 RÖTT VIN (70–79)	773,2	-3,2%	7 478,6	-5,5%
2104 RÖTT VIN (80–89)	927,6	5,6%	7 944,7	3,2%
2105 RÖTT VIN (90–99)	828,5	11,2%	6 381,9	7,7%
2106 RÖTT VIN (100–119)	775,8	0,9%	5 264,8	-3,9%
2107 RÖTT VIN (120–149)	453,7	7,9%	2 506,8	3,7%
2108 RÖTT VIN (150–199)	352,8	-2,0%	1 507,3	-5,6%
2109a RÖTT VIN (200–299)	272,2	2,6%	832,3	-2,2%
2109b RÖTT VIN (300–499)	67,5	2,0%	138,3	-0,4%
2109c RÖTT VIN (500–..)	39,5	11,7%	34,1	5,1%
2111 RÖTT VIN STORA FLASKOR	26,7	17,2%	165,2	15,5%
2112 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (0– 186,6KR/L)	136,9	4,7%	1 053,2	1,7%
2113 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (186,7- ..KR/L)	30,3	15,8%	109,1	14,6%
2204 RÖTT VIN EJ BOX ELLER FLASKA >= 500ML	204,7	-3,4%	3 147,6	-7,1%

2205 RÖTT VIN EJ BOX ELLER FLASKA < 500ML	10,1	5,7%	98,8	1,6%
2301 RÖTT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	1 397,7	4,0%	23 079,5	2,2%
2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	2 640,5	-2,3%	33 703,7	-4,6%
2303 RÖTT VIN BOX > 2L (100-..KR/L)	32,1	160,2%	312,3	146,7%
2311 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	33,1	22,0%	429,5	5,4%
2312 RÖTT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	40,6	-19,7%	355,8	-18,4%
Totalsumma	9 551,3	1,9%	100 551,1	-1,1%

Försäljningen av rött vin minskade med 1,1 procent i volym till 100,6 miljoner liter, men ökade i värde med 1,9 procent till 9,6 miljarder kronor. Minskningen låg liksom de föregående två åren inom box- och tetrsegmenten. Flaskor ökade med 0,4 procent men variationerna mellan olika prissegment var ganska stora.

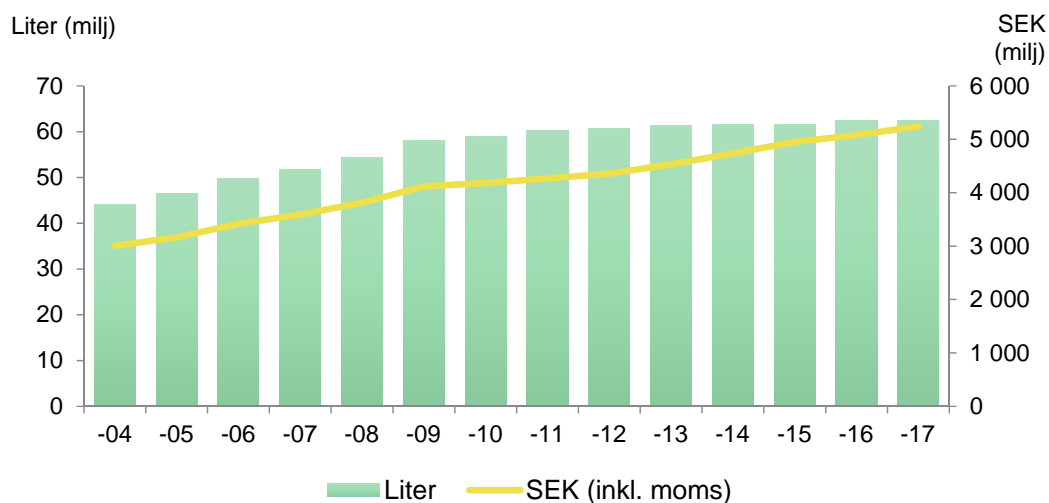
Det är svårt att skilja ut någon särskild trend mellan prissegmenten, förutom möjligen den att viner mellan 80 och 99 kronor har en stabil tillväxt, liksom viner över 500 kronor. Tillväxten är också tydlig bland små flaskor, och i synnerhet små flaskor i högre prisläge.

Dyra trelitersboxar ökade mycket under året, men från väldigt låg nivå. Mindre boxar prissatta över 100 kronor per liter hade å andra sidan den största tillbakagången av alla segment. Polariserings snarare än premiumisering verkar vara fallet för boxsegmenten.

Pappförpackningar fortsätter minska, och de stora tetrorna tappade 7,1 procent under året. Det är en miljövänlig förpackning som vi gärna skulle se mer av, och därför efterlyser vi ständigt inspel på lämpliga ursprung och typer som vi skulle kunna fråga efter i lanseringsplanen.

Försäljningen av småpartier ökade med 16 procent till 622 tusen liter under året vilket visar att intresset för dyrare viner ständigt ökar. Rött vin hade den allra största tillväxten inom småpartier av alla kategorier under 2017 och nådde en omsättning på 195 miljoner kronor, vilket innebär 18 procents värdeökning och ett snittpris per flaska på 235 kronor. Samtliga prislägen ökade i försäljning, viner över 600 kronor med hela 27 procent.

VITT VIN



Vitt vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
3101 VITT VIN (0–59)	113,3	-3,1%	1 451,0	-2,3%
3102 VITT VIN (60–69)	276,9	-0,6%	3 082,0	-3,8%
3103 VITT VIN (70–79)	479,2	8,5%	4 680,5	4,0%
3104 VITT VIN (80–89)	433,0	0,6%	3 718,3	-3,5%
3105 VITT VIN (90–99)	366,1	7,3%	2 816,7	4,1%
3106 VITT VIN (100–119)	295,5	3,2%	1 993,0	-1,0%
3107 VITT VIN (120–149)	217,4	3,0%	1 184,7	-2,7%
3108a VITT VIN (150–199)	122,2	-2,5%	544,1	-7,4%
3108b VITT VIN (200–399)	38,4	12,2%	113,2	5,5%
3108c VITT VIN (400-..)	10,1	7,0%	12,8	-7,0%
3110 VITT VIN STORA FLASKOR	4,5	0,6%	34,8	-6,9%
3111 VITT VIN SMÅ FLASKOR (0-186,6KR/L)	77,1	2,8%	639,0	0,4%
3112 VITT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	12,0	33,3%	54,3	25,7%
3205 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA >= 500ML	363,7	-0,3%	5 705,3	-4,0%
3206 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA < 500ML	23,7	6,1%	232,6	2,0%

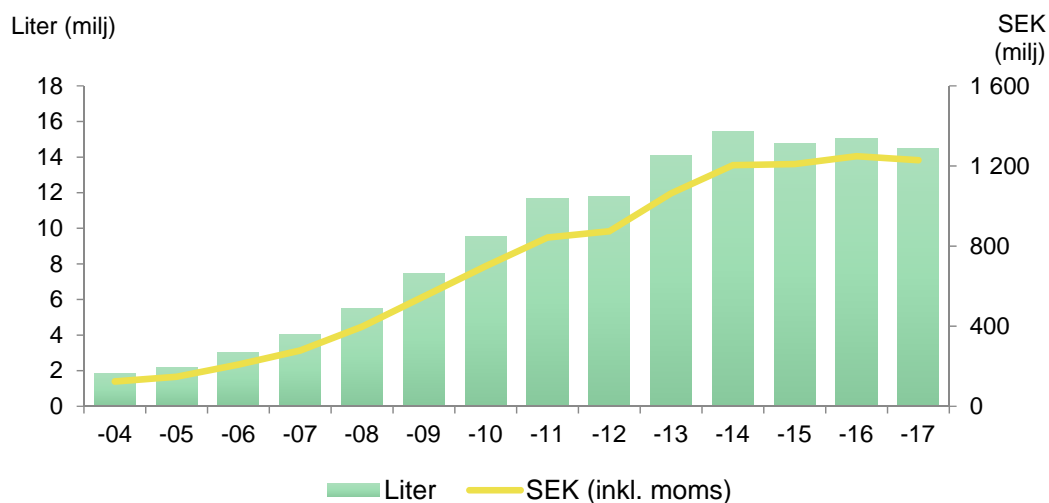
3301 VITT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	1 384,0	7,1%	23 112,3	4,4%
3302 VITT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	923,8	-1,0%	12 062,2	-4,8%
3311 VITT VIN BOX 1,5-2L (0-99,9KR/L)	35,0	38,1%	452,0	18,0%
3312 VITT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	64,2	-16,4%	471,7	-22,2%
Totalsumma	5 239,9	3,2%	62 360,3	0,0%

Vitt vin minskade med 17 tusen liter under året, till 62,4 miljoner liter. Skillnaden motsvarar inte mer än en halvtimmes försäljning av vitt vin i våra butiker, så förändringen mot föregående år var obetydlig. Värdet ökade däremot med 3,2 procent till 5,2 miljarder kronor. Vitt vin står för 31 procent av vinförsäljningen och 13 procent av den totala volymen på Systembolaget.

Boxvinerna ökade med 0,8 procent och ökade liksom föregående år mer än kategorin totalt. Boxar står för 58 procent av allt vitt vin medan flaskor bara motsvarar 33 procent.

Försäljningen av småpartier vitt vin ökade med 14 procent under 2017, till 216 tusen liter. Värdeutvecklingen var högre än för rött vin, 19 procent, och snittpriset 205 kronor skiljer sig inte så mycket från snittpriset på röda småpartier.

ROSÉVIN

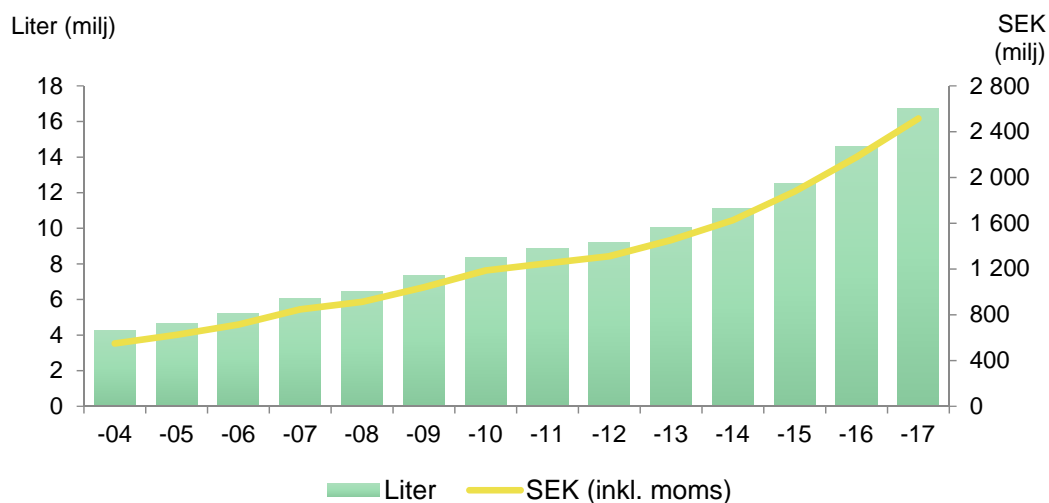


Rosévin	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
4102a ROSÉVIN (0-79)	241,7	-7,0%	2 596,1	-9,4%
4102b ROSÉVIN (80-99)	234,0	-1,1%	1 974,3	-4,8%
4102c ROSÉVIN (100-..)	77,0	-5,6%	465,4	-10,7%
4103 ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	19,5	-5,9%	160,2	-6,8%
4202 ROSÉVIN EJ BOX ELLER FLASKA	86,6	-3,6%	1 291,4	-8,6%
4211 ROSÉVIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	275,1	12,3%	4 146,9	10,1%
4212 ROSÉVIN BOX > 2L (66,7-..KR/L)	271,0	-9,2%	3 557,9	-12,2%
4221 ROSÉVIN BOX 1,5-2L	23,9	44,2%	304,6	56,7%
Totalsumma	1 228,9	-1,6%	14 496,7	-3,7%

Försäljningen av rosévin uppgick till 14,5 miljoner liter vilket motsvarade 1,2 miljarder kronors försäljningsvärde. Volymerna minskade med 3,7 procent och värdet med 1,6 procent. De senaste fyra årens relativt jämna försäljning trots varierande somrar visar att rosé sannolikt har etablerat sig på den nivå vi ser idag, och att vi kan förvänta oss att marknadsandelen även kommande år kommer att ligga mellan 7 och 8 procent av den totala vinförsäljningen.

Rosévin och rött vin är, som tidigare konstaterats, kommuniserande 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, och vi ser inte minst inom småpartier en mer försiktig utveckling än för rött och vitt.

MOUSSERANDE VIN



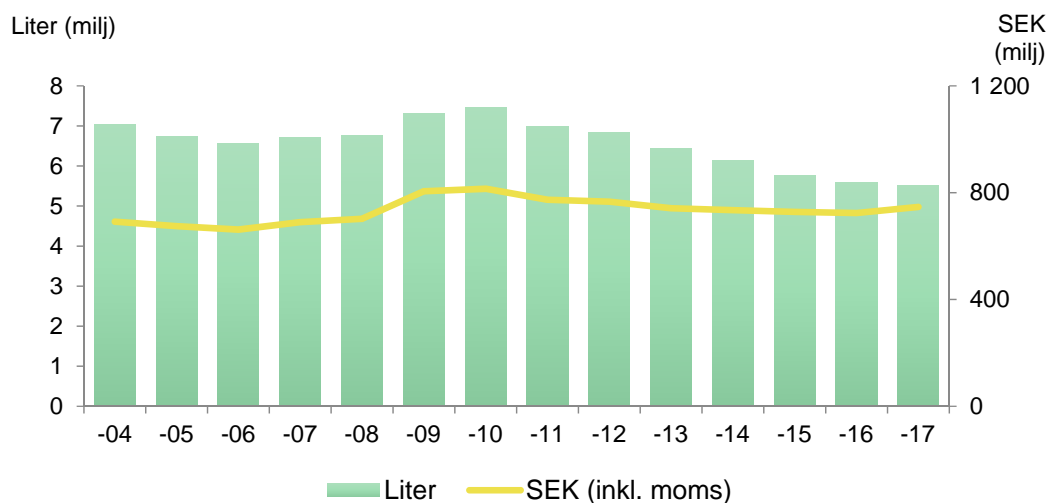
Mousserande vin	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
4301a CHAMPAGNE (0–299)	230,9	11,4%	770,8	10,9%
4302a CHAMPAGNE (300–499)	306,5	4,3%	590,1	1,5%
4303a CHAMPAGNE (500–999)	41,0	0,3%	52,9	-2,5%
4303b CHAMPAGNE (1000-..)	24,2	4,6%	12,5	5,1%
4304 CHAMPAGNE SMÅ FLASKOR	67,0	1,4%	127,1	0,0%
4305 CHAMPAGNE STORA FLASKOR	26,1	-2,9%	50,4	-3,5%
4306 CHAMPAGNE ROSÉ	26,5	-3,7%	51,2	-8,8%
4307 CHAMPAGNE ROSÉ SMÅ FLASKOR	3,9	-15,7%	7,5	-19,2%
4403a MOUSSERANDE VIN (0–79)	384,7	23,8%	4 006,9	18,3%
4403b MOUSSERANDE VIN (80–119)	813,2	20,9%	6 394,0	16,5%
4403c MOUSSERANDE VIN (120-..)	165,9	12,8%	925,4	7,6%
4404 MOUSSERANDE VIN SMÅ FLASKOR	95,8	22,6%	642,7	14,0%
4405 MOUSSERANDE VIN STORA FLASKOR	14,1	5,7%	88,4	-0,4%
4406 SÖTT MOUSSERANDE VIN	53,3	-10,7%	538,9	-15,0%
4407 SÖTT MOUSSERANDE VIN SMÅ FLASKOR	9,9	1,7%	70,1	-3,4%
4408a MOUSSERANDE ROSÉVIN (0– 79)	103,5	9,9%	1 167,1	5,0%
4408b MOUSSERANDE ROSÉVIN (80-..)	77,9	20,0%	543,0	21,1%
4409 MOUSSERANDE ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	7,0	18,0%	50,0	8,4%
4410 ÖVRIGT MOUSSERANDE VIN	63,1	94,8%	665,6	103,7%
Totalsumma	2 514,6	15,4%	16 754,8	14,7%

Försäljningen av mousserande vin fortsätter en långvarig stigande trend med 14,7 procents ökning upp till 16,8 miljoner liter. Värde tillväxten var fortsatt måttlig i förhållande till volymen, plus 15,4 procent, vilket beror på att den största tillväxten återfanns i relativt låga prissegment. Av allt vin som säljs är nu 8,4 procent mousserande, och om man bara räknar flaskor så står mousserande för nästan var femte flaska som säljs.

De flesta segment utom de söta och roséchampagne visar tillväxt, och det finns inga tecken som tyder på en avmattning den närmaste tiden.

Champagne ökade med 4,7 procent i volym under året vilket innebär en liten avmattning mot föregående år. Italien å andra sidan fortsätter att öka och stod för drygt 43 procent av allt mousserande som såldes.

APERITIF OCH DESSERT

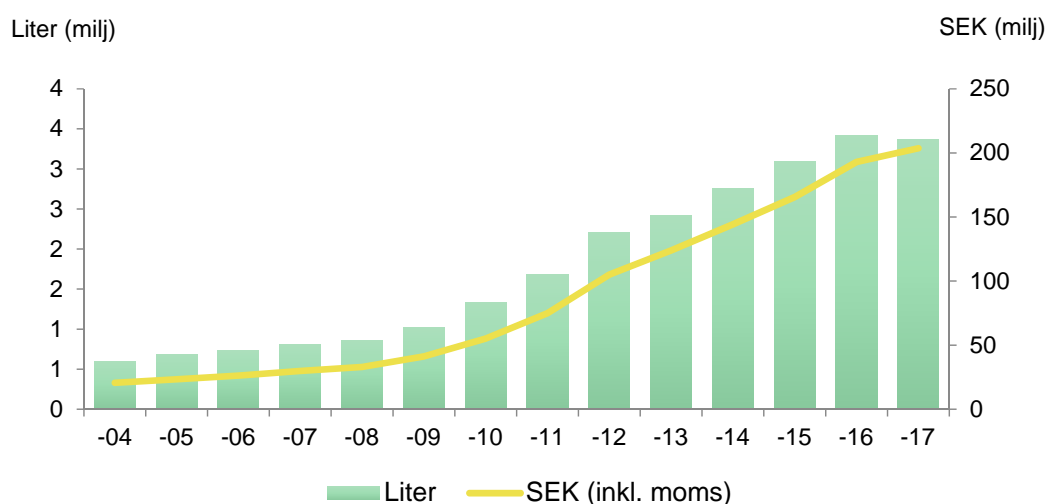


Aperitif och Dessert	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
4502a SHERRY/MONTILLA	21,6	2,4%	154,3	-1,5%
4504a EXTRA TORR VERMOUTH	27,5	-3,5%	183,0	-5,8%
4504b VERMOUTH	45,6	-6,0%	357,1	-6,3%
4506a APERITIF	93,8	4,6%	519,5	-0,1%
4507 SAKE	4,7	11,1%	20,0	4,2%
4508 TORRT FRUKTVIN	3,1	10,3%	17,0	6,3%
4509 ÖVRIGT VIN, SEGMENT	21,2	147,3%	111,4	249,7%
4601 SÖTT VITT VIN	16,3	-3,2%	100,7	-7,3%
4602 SÖTT VITT VIN SMÅ FLASKOR	18,8	-4,8%	69,0	-7,4%
4604a RÖTT PORTVIN	49,6	0,5%	253,5	-1,5%
4605 VITT PORTVIN	2,7	-2,2%	15,1	-2,2%
4607a SÖT SHERRY/MONTILLA	9,8	-3,6%	67,3	-5,5%
4609a MADEIRA	11,5	-4,2%	58,5	-8,4%
4611a SMAKSATT VIN	61,5	7,4%	740,7	3,1%
4613a SÖTT FRUKTVIN	25,6	2,9%	201,6	-6,3%
4615a ÖVRIGT DESSERTVIN	19,3	-4,8%	128,4	-10,0%
4710 GLÖGG & ANDRA JULDRYCKER	311,7	2,6%	2 496,2	-3,1%
4720 GLÖGG & ANDRA JULDRYCKER SMÅ FLASKOR	2,6	-24,0%	17,5	-27,1%
Totalsumma	746,8	3,2%	5 511,0	-1,4%

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 minskade med 1,4 procent till 5,5 miljoner liter. De allra flesta segment inom kategorin minskade sin försäljning under 2017, och det enda större segment som visade tillväxt var smaksatt vin. Samlingssegmentet övrigt vin ökade mycket pga ett antal blå drycker som kom in via beställningssortimentet, men efter sommaren försvann intresset lika fort som det uppstått under våren.

ALKOHOLFRITT



Alkoholritt	Värde (MSEK inkl. moms)	%- förändring (helår)	Volymliter (tusentals)	%- förändring (helår)
7101 ALKOHOLFRITT VIN	100,2	6,1%	1 191,0	-2,9%
7302 ALKOHOLFRI ÖL, CIDER & BLANDDRYCK	57,8	8,3%	1 385,0	1,0%
7402 MUST	19,4	-1,9%	306,6	-0,8%
7601 ALKOHOLFRITT ÖVRIGT	26,2	3,4%	479,0	-6,9%
Totalsumma	203,6	5,5%	3 361,6	-1,7%

Alkoholritt bröt 2017 sin långvariga positiva försäljningsutveckling och backade med 1,7 procent till 3,4 miljoner liter. Värdet ökade dock med 5,5 procent till 204 miljoner kronor, vilket ändå innebär att varje butik i snitt säljer alkoholritt för nästan en halv miljon kronor. En anledning till minskningen ligger sannolikt i att den justerade prismodellen gav en del prisökningar.

Alkoholritt motsvarar bara 0,7 procent av volymen och 0,6 procent av värdet på Systembolaget, men i vår strävan att erbjuda alternativ till alkoholhaltig dryck är det en oerhört viktig kategori för oss och vi söker ständigt nya produkter som kan göra vårt erbjudande mer attraktivt.

Rött vin

Italien

Det såldes 40,2 miljoner liter rött vin från Italien 2017, vilket var en ökning med 1 procent från 2016. Under de senaste 3 åren har Italien minskat med 1 procent i volym. Det är det i särklass största ursprunget för rött vin också i antal artiklar i fast sortiment. Inriktningen i lanseringsplanen för lanseringar tar därför fasta på dessa två huvudspår.

Klassiska italienska regioner där vi saknar ett erbjudande idag:

Mars 2019	2103 RÖTT VIN (70–79)	Italien	Trentino, lagrein eller teroldego
Juni 2019	2104 RÖTT VIN (80–89)	Italien	Ekologisk, Bardolino
Mars 2019	2108 RÖTT VIN (150–199)	Italien	Vino Nobile di Montepulciano, 179–199 kr
Juni 2019	2303 RÖTT VIN BOX > 2L (100-..KR/L)	Italien	Langhe rosso, box 3000ml, innovation med tappkran i överkant på boxen

Smalare stilar eller ursprung som tillfälligt kompletterar det befintliga erbjudandet.

Mars 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Italien	Chianti, druvblandning där gröna druvor ingår
Juni 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Italien	Nerello Mascalese
Juni 2019	2107 RÖTT VIN (120–149)	Italien	Etna Rosso

Frankrike

År 2017 såldes 8,7 miljoner liter rött vin från Frankrike. Landet har klättrat upp till tredjeplatsen för volymer av rött vin. Det innebär en ökning med 4 procent från året innan. Sett på 3 års sikt har Frankrike ökat med 6 procent, så sett till förra årets utveckling verkar ökningen bromsa in något. Utmärkande för Frankrike är att en så liten del av volymen säljs på box. Vid de planerade lanseringarna har vi tagit hänsyn till följande iakttagelser.

Smakstilen mjukt och bärigt rött vin är underrepresenterad i sortimentet som helhet, men även i de franska hyllorna finns färre än tidigare.

Mars 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Frankrike	Beaujolais Village
--------------	-----------------------	-----------	--------------------

Flertalet lanseringar från Frankrike med viner av äldre årgång har haft stor kundefterfrågan. I den här planen kommer därför två till.

Mars 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Frankrike	Côte du Rhône Villages med byangivelse eller cru, 2015 eller äldre
Mars 2019	2108 RÖTT VIN (150–199)	Frankrike	Bordeaux 2012 eller äldre

Ökande tillgång i områden där vi idag har ett litet erbjudande, i lägre prisläge, i vårt sortiment. Alla tre får stor distribution.

Juni 2019	2102 RÖTT VIN (60–69)	Frankrike	Vin de France
Juni 2019	2103 RÖTT VIN (70–79)	Frankrike	Bordeaux
Juni 2019	2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Frankrike	Ekologisk, syrah från Languedoc-Roussillon

Spanien

Det näst största ursprunget för rött vin är Spanien med 11,5 miljoner sålda liter 2017. Det innebär en ökning med 8 procent jämfört med året innan. Eftersom ökningen över 3 år är 2 procent verkar ökningen accelerera. Så här har vi tänkt kring de spanska lanseringarna.

Tillskott av ekologiskt från klassiskt distrikt och tillskott av en stil som vi inte har idag.

Mars 2019	2104 RÖTT VIN (80–89)	Spanien	Ekologisk, Rioja, tempranillo utan fat
Juni 2019	2108 RÖTT VIN (150–199)	Spanien	Rioja, garnacha, fat, max 159 kr

Smalare stilar eller ursprung som tillfälligt kompletterar det befintliga erbjudandet.

Juni 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Spanien	Bierzo, mencia med fat
Juni 2019	2107 RÖTT VIN (120–149)	Spanien	Mallorca

Traditionell spansk mogen och kryddig stil på box som idag saknas i lägre prisläge, får stor distribution.

Mars 2019	2301 RÖTT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	Spanien	Valdepeñas, tempranillo med fat, box 3000 ml
-----------	-------------------------------------	---------	--

Australien

2017 innebar en ytterligare nedgång i volymer av rött vin från Australien, minus 9 procent från året innan och minus 2 procent över 3 år. Volymen var 8,1 miljoner liter. Detta samtidigt som landet kraftigt ökar sin export inte minst till den kinesiska marknaden. För att vitalisera erbjudandet i Australienhyllorna har vi tänkt i termer av nisch och klassiska regioner i högre prislägen.

Vi lanserar därför två för ursprunget mindre vanliga druvsorter som tillfälligt kompletterar det befintliga erbjudandet.

Mars 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Australien	Grenache
Mars 2019	2107 RÖTT VIN (120–149)	Australien	Pinot noir, svalklimat

För att fylla gap i sortimentet från etablerade och erkända regioner och få tillskott av mer premiumvin på halvflaska gör vi denna parlansering.

Juni 2019	2108 RÖTT VIN (150–199)	Australien	Clare Valley, shiraz, parlansering med halvflaska
Juni 2019	2113 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	Australien	Clare Valley, shiraz, 375ml, parlansering med helflaska

Sydafrika

Rött vin från Sydafrika fortsätter tappa stort volymmässigt, minus 13 procent både jämfört med året innan och på 3 års sikt. Volymen blev 7,8 miljoner liter. En direkt koppling kan göras till att de allra lägsta prisnivåerna inte längre erbjuds från landet. Att certifiera ekologiskt vin har heller inte varit högprioriterat bland producenterna då andra hållbarhetsaspekter kring t.ex. arbetsförhållanden haft större fokus de senaste åren. Därmed har Sydafrika inte kunnat dra nytta av den ökande efterfrågan på ekologiskt vin. Båda dessa strategiskt viktiga aspekter har vi tagit fasta på i denna lanseringsplan.

Strategiskt viktigt med erbjudande av etiskt märkt vin.

Mars 2019	2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Sydafrika	Etisk
-----------	--	-----------	-------

Strategiskt viktigt med erbjudande av ekologiskt vin, underrepresenterat från ursprunget.

Mars 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Sydafrika	Ekologisk, druvblandning
-----------	-----------------------	-----------	--------------------------

Druvsort som saknas i prisläget från ursprunget.

Juni 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Sydafrika	Shiraz
-----------	-------------------------	-----------	--------

Chile

7,5 miljoner liter rött vin blev summan för Chile 2017. Det motsvarar en minskning med 6 procent jämfört med året innan och minus 3 procent över 3 år. Vi fortsätter på inlagen väg med att lansera viner i något högre prislägen med fokus på druvsorter.

Populära druvsorter som saknas i dessa prislägen från ursprunget.

Mars 2019	2103 RÖTT VIN (70–79)	Chile	Syrah, sustainabilitycertifierad
Mars 2019	2107 RÖTT VIN (120–149)	Chile	Cabernet sauvignon, sustainabilitycertifierad, 140–149 kr

För ursprunget mindre vanliga druvsorter som tillfälligt kompletterar det befintliga erbjudandet.

Juni 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Chile	Maule eller Region del Sur, carignan
Mars 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Chile	Grenache eller druvblandning med grenache, 110–119 kr

USA

Har fortsatt ökat i volymer och ökar med 4 procent från året innan till 7,5 miljoner liter. Över 3 år innebär det en ökning med 5 procent.

Populära druvsorter som saknas i prisläget/storleken från ursprunget.

Mars 2019	2108 RÖTT VIN (150–199)	USA	Kalifornien/Washington cabernet sauvignon, 160–199 kr, parlansering med halvflaska
Mars 2019	2113 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	USA	Kalifornien/Washington cabernet sauvignon, 89–105 kr, 375ml, parlansering med helflaska
Juni 2019	2113 RÖTT VIN SMÅ FLASKOR (186,7-..KR/L)	USA	Zinfandel, 70–89 kr, 375ml

Argentina

Volymerna rött vin från Argentina fortsätter falla kraftigt, en minskning med 24 procent från föregående år ner till 2,7 miljoner liter. Över 3 år innebär det minus 15 procent. Vi gör två lanseringar i denna lanseringsplan.

Strategisk viktigt med erbjudande av etiskt märkt vin och samtidigt en populär druvsort som saknas från ursprunget.

Juni 2019	2104 RÖTT VIN (80–89)	Argentina	Etisk, merlot
-----------	-----------------------	-----------	---------------

Populär druvsort som saknas i prisläget från ursprunget.

Mars 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Argentina	Shiraz med fatlagring
-----------	-------------------------	-----------	-----------------------

Portugal

Det såldes 5,2 miljoner liter rött vin från Portugal 2017. En ökning med 1 procent från året innan men plus 8 procent på 3 års sikt, dvs en avmattad försäljningstillväxt. Det kan delvis bero på att landet reagerat sent på den ökande efterfrågan på ekologiskt vin. Förutom ekologiskt försöker vi även fylla gap för regioner som saknas antingen i ett visst segment eller helt i sortimentet.

Strategiskt viktigt med erbjudande av ekologiskt vin, underrepresenterat från ursprunget.

Mars 2019	2105 RÖTT VIN (90–99)	Portugal	Ekologisk, Dão eller druvblandning med touriga nacional
-----------	-----------------------	----------	---

Region som saknas i prisläget från ursprunget.

Juni 2019	2106 RÖTT VIN (100–119)	Portugal	Alentejo, druvblandning
-----------	-------------------------	----------	-------------------------

Region som saknas på box.

Juni 2019	2302 RÖTT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Portugal	Douro, 2,25 eller 3 liter
-----------	--	----------	---------------------------

Andra ursprung för rött vin

Denna gång kommer det två lanseringar från mindre vanliga ursprung för rött vin, för att ge tillskott av inspiration och kunskap i sortimentet.

Mars 2019	2102 RÖTT VIN (60–69)	Bulgarien	Syrah eller blandning med syrah
Mars 2019	2107 RÖTT VIN (120–149)	Tyskland	Pinot noir med fat

Gad Pettersson
Kategorichef för rött vin och mousserande vin



Vitt vin

Vitt vin fortsätter sin jämna försäljning med en liten tillväxt och en mycket jämn fördelning över året. Det finns inget som säger att vitt vin har en specifik säsong, även om enstaka produkter kan ha en viss uppgång under sommarmånaderna och till jul och nyår.

Liksom för rött vin, fortsätter tillväxten för viner från den gamla världen. Ett pausår kan vi dock se med skörden 2017 som blev väldigt liten på flera håll i Europa. För många lanseringar ser vi därför en möjlighet med skörden 2018, som förhoppningsvis ska bli större.

Argentina

Volymen minskade 2017 med 21 procent till 232 tusen liter.

Argentina har haft ett par svåra år med små skördar, varför vi undviker att fråga efter större volymer. Vi har dock en förhoppning om att det nu ska finnas tillräckligt med vin för större lanseringar. Från Argentina kan vi hämta hållbara viner, då andelen etiskt märkta och ekologiska är förhållandevis hög. Vi har ett behov att förnya sortimentet inom tetra och söker därför ett aromatiskt vin, eventuellt med viss sötma.

Mars 2019	3205 VITT VIN EJ BOX ELLER FLASKA >= 500ML	Argentina	Aromatiska druvsorter, eventuellt viss sötma
--------------	--	-----------	---

Sydafrika

Fortsatt nedåtgående trend. För 2017 minskade volymen med 10 procent, men Sydafrika är fortfarande det största vitvinslandet med en total volym på 10,9 miljoner liter. Även om Sydafrika fortsätter minska i volymsegmentet, ser vi en trend mot de lite dyrare segmenten. Med anledning av vattenbristen i landet kan vi anta att volymvinernas andel i Sydafrika kommer att fortsätta minska till fördel för kvalitetsviner. Intresset bland annat för exklusiv sauvignon blanc från Sydafrika ökar på världsmarknaden, då det visat sig att kvaliteten på många viner är väldigt hög. Vi söker därför en sauvignon blanc i lite högre prisklass i svalklimatestil. Sedan tidigare har vi också frågat efter en WIETA-märkt box på sauvignon blanc.

Mars 2019	3107 VITT VIN (120–149)	Sydafrika	Sauvignon blanc
Mars 2019	3302 VITT VIN BOX > 2L (66,7-99,9KR/L)	Sydafrika	WIETA, sauvignon blanc

Italien

Medan rött vin från Italien minskar i försäljning fortsätter försäljningsökningen för vitt vin. För 2017 ökade volymen med 13 procent till 8,48 miljoner liter och befäster tredjeplatsen.

Världstrenderna pekar fortfarande uppåt för aromatiska druvsorter. Vi har sett en tydlig trend för pinot grigio på många marknader, men inte riktigt på den svenska marknaden.

Vi frågar därför efter en pinot grigio i volymsegmentet. Vi ser också ett kundintresse för lite exklusivare viner i högre prisklasser. Vermentino och arneis är utan tvekan några av kvalitetsdruvorna i Italien. Sardinien är ett ursprung vi saknar i det fasta sortimentet. Därför söker vi nu vermentino i profilrollen och en arneis i spets.

Juni 2019	3102 VITT VIN (60–69)	Italien	Pinot grigio
Juni 2019	3105 VITT VIN (90–99)	Italien	Sardinien, vermentino
Juni 2019	3107 VITT VIN (120–149)	Italien	Arneis

Spanien

Som för många europeiska länder har Spanien en positiv utveckling inte bara för rött vin utan även för vitt. Uppgången på tre år är 13 procent och för 2017 en ökning med 1 procent till 4,7 miljoner liter.

Spanien, som under flera år haft en långsam men stabil tillväxt bland de vita vinerna, har mycket att tacka de lokala verdejo och albariño eller kryddiga blandningar med muscat för den ökade försäljningen. Men det finns flera områden för vitt kvalitetsvin än Rias Baixas och Rueda.

Det finns många gap på vita sidan för Spanien. Denna gång söker vi några mindre kända druvsorter i form av garnacha blanca från Somontano och en treixadura från Galicien. I volymrollen söker vi en aromatisk blend för att följa upp den kryddiga trenden. Det är i det billigare box-segmentet där vi kan se en tydlig tillväxt. Den kommer därför få full distribution och får gärna vara ekologisk. Här öppnar vi även möjligheten att förpacka i pouch. Vi vill i det fallet enbart ha en stabil och stadig pouch som inte viker sig på hyllan.

Juni 2019	3104 VITT VIN (80–89)	Spanien	Somontano, garnacha blanca på ek
Juni 2019	3301 VITT VIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	Spanien	Aromatisk blend, eventuellt ekologisk, box eller pouch
Mars 2019	3106 VITT VIN (100–119)	Spanien	Treixadura

Australien

Vitt vin från Australien håller en relativt jämn försäljning, även om det växlar lite upp och ner mellan olika år. Under 2017 minskade volymen med 4 procent till 6,6 miljoner liter. Trots goda förutsättningar är det fortfarande relativt ovanligt med ekologiskt vin från Australien, vilket beror framförallt på det svaga intresset på den inhemska marknaden. Vi ser dock en möjlighet att kunna erbjuda mer ekologiskt. Denna gång i form av chardonnay, som de flesta konsumenter förknippar med vitt, australiensiskt vin. Men det finns fler gap, som lite billigare riesling. Här ser vi också en möjlighet att värna miljön med en miljövänlig förpackning i form av PET.

Mars 2019	3103 VITT VIN (70–79)	Australien	PET, riesling
Mars 2019	3104 VITT VIN (80–89)	Australien	Ekologisk, chardonnay

Chile

Chile fortsätter att öka i försäljning, en ökning som går flera år tillbaka. För 2017 ökade försäljningen med 8 procent till 4,3 miljoner liter.

För många år Chile likvärdigt med sauvignon blanc, som finns i många olika kvaliteter och med olika ursprung, men det finns en del gap vi kan fylla med andra druvsorter. Vi frågar nu efter en lite dyrare fatjäst chardonnay och efter en semillon eller semillonblend.

Mars 2019	3105 VITT VIN (90–99)	Chile	Semillon eller blend med semillon
Mars 2019	3107 VITT VIN (120–149)	Chile	Fatjäst chardonnay

Frankrike

Frankrike fortsätter också att öka i försäljning. För 2017 ökade försäljningen med 7 procent till en volym om 9,5 miljoner liter, vilket gör att landet alltmer närmar sig Sydafrika i volym.

Värdemässigt har Frankrike redan passerat Sydafrika.

På grund av dålig skörd fick vi ställa in en offertförfrågan på en ekologisk box IGP d'Oc. Nu kommer den tillbaka i form av en liten box, eftersom vi ser en tillväxt i det billigare segmentet. Vi följer också upp den aromatiska trenden med en muscat också den från IGP d'Oc och med en miljösmart förpackning i form av PET.

Ett gap i högre prissegment är en Alsace Grand Cru, som vi nu frågar efter. Denna gång en riesling.

Mars 2019	3108a VITT VIN (150–199)	Frankrike	Alsace Grand Cru, riesling
Juni 2019	3103 VITT VIN (70–79)	Frankrike	PET, IGP d'Oc, muscatblend
Juni 2019	3311 VITT VIN BOX 1,5-2L (0–99,9KR/L)	Frankrike	Ekologisk, IGP d'Oc, chardonnay med ek

Grekland

Grekland har en mycket liten del av vitvinsmarknaden. Försäljningen 2017 uppgick till endast drygt 48 tusen liter. Detta trots positiva reaktioner från press och kunder. Vi har tidigare frågat efter assyrtiko och malagousia. Nu har turen kommit till moschofilero, som passar bra in i den kryddiga trenden.

Juni 2019	3106 VITT VIN (100–119)	Grekland	Moschofilero
--------------	-------------------------	----------	--------------

Nya Zeeland

Nya Zeeland fortsätter sin försäljningsökning framförallt i lite högre prissegment och med sauvignon blanc. För 2017 var ökningen 6 procent från en fortfarande relativt blygsam volym som uppgick till 1,9 miljoner liter.

Vi lanserar en lite dyrare chardonnay från Hawkes Bay i juni, men vi ser att det finns utrymme för en chardonnay även i ett billigare segment. Vi frågar därför efter en chardonnay i segmentet 100–119 kronor.

Mars 2019	3106 VITT VIN (100–119)	Nya Zeeland	Chardonnay
--------------	-------------------------	-------------	------------

Portugal

Portugal har under ett antal år haft relativt stor försäljningsminskning, framförallt i de allra billigaste segmenten. Nedgången 2017 var 10 procent till en volym av 444 tusen liter.

I England ser vi en tydlig trend för Portugal som vinland. Men det är inte port eller madeira som drar utan snarare både vitt och rött vin. Det är huvudsakligen frågan om kvalitetsviner med en bas på lokala druvsorter, snarare än de stora kända internationella druvsorterna. Lyckligtvis finns det en uppsjö av olika druvsorter som ger viner av hög kvalitet. Alvarinho är välkänt och uppskattat bland konsumenter, men det finns många andra druvsorter som saknas i sortimentet. Den kanske mest trendiga druvsorten i Portugal för tillfället är utan tvekan arinto. Vi frågar därför efter en arinto i volymrollen. Ekologiskt vin är än så länge inte så stort i Portugal och i sortimentet saknar vi det på vita sidan. I Minho finns många fler druvsorter vid sidan om alvarinho. Vi kompletterar därför med ett ekologiskt vin på loureiro.

Juni 2019	3103 VITT VIN (70–79)	Portugal	Arinto
Mars 2019	3107 VITT VIN (120–149)	Portugal	Ekologisk, loureiro, max 129 kr

Tyskland

Vi ser en fortsatt förflyttning från halvtorra viner mot torrare varianter och då gärna rieslingviner av hög kvalitet. För 2017 stabiliserades försäljningen av vin från Tyskland och landade totalt på 6,6 miljoner liter.

Denna gång frågar vi därför efter både en VDP Resling från Mosel i högre prissegment och en liten, exklusiv box på riesling. Vi har också sett att sauvignon blanc börjar bli allt vanligare i Tyskland och det är något vi saknar i sortimentet. Vi frågar därför efter en sauvignon blanc och passar på att öppna för möjligheten med en miljösmart förpackning i form av PET.

Juni 2019	3103 VITT VIN (70–79)	Tyskland	PET, riesling och sauvignon blanc
Juni 2019	3107 VITT VIN (120–149)	Tyskland	Mosel, riesling, torr stil, VDP-producent eller estatefrukt, max 129 kr
Juni 2019	3312 VITT VIN BOX 1,5-2L (100-..KR/L)	Tyskland	Ekologisk. 2-liters box, riesling torr, max 229 kr

Ungern

Ungern har de senaste åren haft en ökad försäljning. För 2017 var uppgången 10 procent och en totalvolym på drygt 2 miljoner liter.

I Ungern finns många lokala druvsorter med aromatiskt inslag. De passar bra in i den aromatiska trenden och fyller ett gap i sortimentet. Då det finns bra tillgång frågar vi efter ett vin i volymsegmentet.

Juni 2019	3102 VITT VIN (60–69)	Ungern	Aromatiska druvsorter, ej sauvignon blanc
-----------	-----------------------	--------	---

Österrike

Liksom för Nya Zeeland har Österrike en försäljningsökning från en relativt låg volym. För 2017 ökade försäljningen med 7 procent till totalt cirka 740 tusen liter. Mycket av Österrikes popularitet är grüner veltliner och riesling. Men det finns fler druvsorter och många ursprung att fylla på med. Gemischer Satz är något som vi saknar i sortimentet.

Juni 2019	3106 VITT VIN (100–119)	Österrike	Wien, Gemischer Satz
-----------	-------------------------	-----------	----------------------

USA

USA fortsätter att minska i försäljningsvolym. Nedgången 2017 var minus 6 procent och volymen 1,7 miljoner liter. Både Australien och USA är för många liktydigt med chardonnay och gärna i en klassisk, ekad stil. Vi saknar bredd i de högre prissegmenten och ser att chardonnay med klassiskt Kaliforniskt ursprung kan fylla ett gap.

Mars 2019	3108b VITT VIN (200–399)	USA	Underregioner till North och Central Coast, chardonnay
-----------	--------------------------	-----	--

Ny förpackning

Vårt hållbarhetsarbete är väldigt viktigt. Vi fortsätter därför med att efterfråga miljösmarta förpackningar. Vi har sett att allt fler kan erbjuda vin i aluminiumburk. Vi kommer därför att fråga efter vin i aluminiumburk om max 375 ml från flera olika ursprung. Det blir USA, Nya Zeeland och Australien där det idag finns flera leverantörer som förpackar på aluminiumburk.

Mars 2019	3111 VITT VIN SMÅ FLASKOR (0- 186,6KR/L)	Nya Zeeland/ Australien/ USA	Aluminiumburk, sauvignon blanc, pinot gris eller andra aromatiska druvsorter, max 375 ml
--------------	---	---------------------------------	---

Kosher

Vårt sortiment av koshervin är mycket begränsat. Vi söker därför efter ett koshervin i profilsegmentet. Vi håller den öppen för flera olika ursprung. Distributionen blir begränsad.

Juni 2019	3106 VITT VIN (100-119)	Olika	Kosher
--------------	-------------------------	-------	--------

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



Mousserande vin

De senaste åren har inneburit en mycket stark tillväxt för mousserande vin generellt. Nu har även mousserande rosévin börjat visa en stadig tillväxt, men har tidigare inte prioriterats så mycket i lanseringsplanen. Av totalt 5 mousserande nyheter är 3 stycken mousserande rosévin i mars och juni. Det matchar den försäljningstopp som till skillnad mot de flesta andra mousserandesegmenten inte infaller i december utan i maj/juni.

Ökande efterfrågan på mousserande rosévin, brist på halvflaskor.

Mars 2019	4408b MOUSSERANDE ROSÉVIN (80-..)	Spanien	Cava, rosé, max 119 kr, parlansering med halvflaska
Mars 2019	4409 MOUSSERANDE ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	Spanien	Cava, rosé, max 69 kr, 375ml, parlansering med helflaska
Juni 2019	4408b MOUSSERANDE ROSÉVIN (80-..)	Sydafrika	Méthode Cap Classique brut, max 129 kr

God tillgång av hög kvalitet, saknas i prisläget (vitt, torrt mousserande).

Mars 2019	4403ba MOUSSERANDE VIN (80-99)	Frankrike	Cremant de Loire AOP, 90-99 kr
-----------	--------------------------------	-----------	--------------------------------

Mindre känd klassisk region som saknas i sortimentet, strategiskt viktigt med ekologiskt.

Juni 2019	4406 SÖTT MOUSSERANDE VIN	Frankrike	Ekologisk, Clairette de Die, 90–99 kr
-----------	---------------------------	-----------	---------------------------------------

Gad Pettersson
Kategorichef för rött vin och mousserande vin



Rosévin

Kategorin minskade i försäljning under 2017. Och, liksom för en del andra kategorier, ser vi heller inte den premiumisering som varit tydlig under de senaste åren. Faktum är att de billigare segmenten nu ökar något i volym. För rosé-kategorin är det fortfarande Frankrike som i särklass leder utvecklingen och ökar andelen i kategorin, men även länder som Italien har en tillväxt både på lång och kort sikt.

Frankrike

Rosévin från Frankrike ökade med 6 procent till 4,1 miljoner liter.

För Frankrikes del kompletteras de många provencalska etiketterna med ett par klassiska roséområden som saknas i det fasta sortimentet. Vi har sett att Sancerre har varit intressant som tillfällig lansering och fyller därför gapet i segmentet över 100 kronor. Även rosé från Bordeaux är ett tydligt gap. Vi kompletterar därför i segmentet 80–99 med en bordeauxrosé.

Juni 2019	4102b ROSÉVIN (80–99)	Frankrike	Bordeaux
Juni 2019	4102c ROSÉVIN (100-..)	Frankrike	Sancerre

Italien

Italien ökade med 37 procent till 800 tusen liter och är det 6:e största rosévinlandet. Intresset för italiensk rosé ökar, men det saknas rosé från Toscana i segmentet 80–99. Samtidigt ser vi ett ökat intresse för mindre flaskor. Vi söker därför ett par från Toscana.

Juni 2019	4102b ROSÉVIN (80–99)	Italien	Toscana, parlansering med halvflaska
Juni 2019	4103 ROSÉVIN SMÅ FLASKOR	Italien	Toscana, 375 ml, parlansering med helflaska

Chile

Chile minskar i försäljning under 2017. Totalt såldes 2,1 miljoner liter (-3 procent). Chile är näst Frankrike och USA det största ursprunget för rosé och tillhör de få länder som har en nationell standard för hållbar produktion. Vi ser en tydlig förflyttning från de dyrare boxarna till små och billigare boxar. Vi ser också ett stort intresse för pinot noir som rosédruva. Därför söker vi nu en liten rosébox på pinot noir som är sustainabilitycertifierad.

Juni 2019	4221 ROSÉVIN BOX 1,5-2L	Chile	Pinot noir eller blend med pinot noir, sustainabilitycertifierad
-----------	-------------------------	-------	--

Sydafrika och Argentina

Båda länderna har minskat i försäljning 2017. Sydafrika med minus 24 procent till 1,45 miljoner liter och Argentina med minus 47 procent till 242 tusen liter.

Det är fortfarande stora volymer som kommer från Sydafrika, och det är därför viktigt att produktionen av vin är hållbar. Vi ser ett behov av fler viner med hållbarhetsmärkning. Från Sydafrika frågar vi därför efter en lite dyrare box med WIETA-märkning medan den billigare boxen från Argentina ska ha etisk märkning. Båda har redan publicerats för att komma rätt i tiden för skörd och offerter.

Mars 2019	4211 ROSÉVIN BOX > 2L (0-66,6KR/L)	Argentina	Etisk
Mars 2019	4212 ROSÉVIN BOX > 2L (66,7-..KR/L)	Sydafrika	WIETA

USA och Portugal

USA är det näst största rosélandet med en volym om 2,44 miljoner liter (-10 procent), medan Portugal ligger på 9:e plats med 308 tusen liter (-7 procent).

Båda dessa ursprung har funnits länge i rosésegmenten men är där representerade med mycket specifika viner. För USA har det varit white zinfandel och för Portugal de lätt bubblande rosévinerna. Däremot har det länge saknats roséviner i lite mer klassisk stil. Vi frågar därför efter en rosé i mellanprissegmentet i modern, torr, frisk stil som skiljer sig från white zinfandelvinerna från USA och en rosé i modern stil från Portugal i det billigaste flasksegmentet. Det får i det senare fallet gärna vara lokala druvsorter i blandningen.

Juni 2019	4102a ROSÉVIN (0-79)	Portugal	Rosé i modern stil
Juni 2019	4102b ROSÉVIN (80-99)	USA	Modern, torr, frisk stil

Australien

Australien fortsätter att minska i försäljningsvolym. Nu med minus 23 procent till 731 tusen liter.

I segmentet 100+ saknas det många ursprung. Intresset för franska viner är stort, men det finns många gap i segmentet. Australien är ett ursprung från vilket vi ser att intresset ökar för en del högre kvaliteter. Vi söker därför en premiumrosé från Australien.

Mars 2019	4102c ROSÉVIN (100-..)	Australien	Ekologisk, premium rosé, 100-119 kr
-----------	------------------------	------------	-------------------------------------



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

Aperitif & Dessert

Kategorin har fortsatt minskade försäljningsvolymerna. I de allra flesta segment ser vi en tillbakagång men för fruktviner och framförallt smaksatt vin ser vi en viss tillväxt. På grund av de små volymerna har segmenten begränsningar i antalet positioner. Det är stora skillnader i stilen mellan de olika segmenten som även attraherar olika konsumentgrupper. Vi ser ett behov av förnyelse för att kunna erbjuda en bra bredd. I många fall är det frågan om trender där smaker och stilar kommer och byter av varandra.

Smaksatta viner

Segmentet smaksatta viner är det enda med tillväxt i kategorin och ökade med 3 procent till 741 tusen liter.

Vi ser ett behov att bredda smakmässigt och stilmässigt i segmentet och söker därför en rosévariant som arommässigt skiljer sig mot det som finns idag i sortimentet. Här är det viktigt med tydlighet i smak och stil och presentation. Vi tar gärna emot inspel på smaker som också måste framgå tydligt på förpackningen, då det är viktigt för kunderna på dessa produkter.

Juni 2019	4611a SMAKSATT VIN	Olika	Ekologisk, box 1500 ml, fruktsmak, rosé
-----------	--------------------	-------	---

Sött fruktvin

Sött fruktvin minskade i försäljning med drygt 6 procent under 2017. Volymen totalt blev 202 tusen liter.

Sake har sedan länge ökat i försäljning, om än från en mycket låg nivå. Något som är populärt är smaksatta varianter som mer liknar de fruktviner vi har i sortimentet. Målgruppen är mer mogen och med relativt sofistikerad smak. Yuzu är en trendig frukt sedan ett antal år tillbaka och vi ser att vi kan kombinera frukttrend men med en elegantare stil.

Juni 2019	4613a SÖTT FRUKTVIN	Japan	Sake smaksatt med yuzu
-----------	---------------------	-------	------------------------

Övrigt dessertvin

Övrigt dessertvin minskade med 10 procent till 128 tusen liter.

Segmentet innehåller, vid sidan om de klassiska starkvinerna, en uppsjö av spännande dessertvinsområden som hittills inte fått plats i sortimentet. Ett av dessa är Australiens dessertvinsområde i Victoria. Vi söker därför en klassisk liqueur muscat, som är ett av de kända och unika dessertvinerna i Australien, för att skapa en bredd i sortimentet.

Mars 2019	4615a ÖVRIGT DESSERTVIN	Australien	Liqueur Muscat, 375 eller 500 ml
-----------	-------------------------	------------	----------------------------------



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

Sprit

LJUS SPRIT

Okryddat brännvin med lägre alkoholhalt

Hälsa är en megatrend, och den är här för att stanna. Som ett resultat av det ser vi att kunderna i högre grad efterfrågar drycker med lägre alkoholhalt. Det är särskilt tydligt inom t ex likör men vi ser också behov av att erbjuda ett alternativ med lägre alkoholhalt inom vårt största spritsegment mätt i volym: okryddat brännvin/vodka. Eftersom varumärket är särskilt viktigt för våra kunder i segmentet frågar vi efter denna lansering på kundpanel.

Juni 2019	5101 OKRYDDAT BRÄNNVIN	Internationell	Lägre alkohol, 25–30%, 500–700 ml, kundpanel
-----------	------------------------	----------------	---

Rosé-gin

Gin har en fortsatt hög försäljningsökning, både på lång och kort sikt, därför finns skäl att fortsätta förnya segmentet. Rosé-gin har blivit mycket populärt på kort tid, främst i Spanien och England, och den största produktutvecklingen sker nu inom just rosé. Därför efterfrågar vi ytterligare en roségin, denna gång på kundpanel eftersom varumärke och utseende på flaskan är viktigt för ginkunden.

Mars 2019	5104 GIN	Internationell	Rosé-gin, 700ml, min 37,5%, max 249 kr, Kundpanel
-----------	----------	----------------	--

Ljus rom PET parlansering

Eftersom ljus rom ökar i försäljning (+4,7% 2017) och PET som förpackningsslag är uppskattat av spritkunden frågar vi efter ljus rom i PET. Eftersom vi inte har haft någon lansering sedan 2011 i segmentet Ljus rom små flaskor blir detta en parlansering av stor och liten flaska.

Eftersom vi har ovanligt många PET-förfrågningar i den här lanseringsplanen för mars och juni kommer vi inte att ha något krav på PET under september och december 2019 för sprit.

Mars 2019	5106 LJUS ROM	Internationell	PET, parlansering, 700ml, 40%, max 229 kr.
Mars 2019	5107 LJUS ROM SMÅ FLASKOR	Internationell	PET parlansering, 350ml, 40%, max 129 kr

Mezcal

Vi frågar efter en mezcal då det saknas i fast sortiment, denna gång på 500 ml istället för 700 ml för en mer tillgänglig prispunkt.

Juni 2019	5109 TEQUILA	Mexiko	Mezcal 500ml, min 40%, max 349 kr
--------------	--------------	--------	--------------------------------------

Grappa di Prosecco

Grappa är ett mycket litet segment och de 16 000 litrarna säljs i princip endast i Stockholm och Skåne. Grappa handlas främst av vinkunden, därför efterfrågar vi en Grappa di Prosecco då kundintresset för just prosecco är fortsatt mycket stort.

Mars 2019	5406 GRAPPA/MARC	Italien	Grappa di Prosecco, 500–700 ml
--------------	------------------	---------	--------------------------------

WHISKY/WHISKEY

Amerikansk whiskey – Kentucky straight Bourbon

Vi ser ett fortsatt ökande intresse för amerikansk whiskey, och trenden är tydligast i våra premium-butiker. Därför breddar vi sortimentet med en Kentucky Straight Bourbon i de butiker där vi har som störst efterfrågan.

Juni 2019	5205 AMERIKANSK WHISKEY	Internationell	Kentucky straight Bourbon, max 339 kr
--------------	-------------------------	----------------	--

Irländsk whiskey PET parlansering

PET är ett förpackningsslag som är uppskattat av spritkunderna, och dessutom är det en bättre förpackning för miljön än engångsglas. Inom volymsegmenten irländsk whiskey saknas idag erbjudande i sortimentet på PET. Eftersom vi dessutom inte har haft någon lansering av irländsk whiskey i liten flaska sen 2012 eller tidigare så gör vi en parlansering av stor och liten flaska.

Eftersom vi har ovanligt många PET-förfrågningar i den här lanseringsplanen för mars och juni kommer vi inte att ha något krav på PET under september och december 2019 för sprit.

Juni 2019	5207 IRLÄNSK WHISKEY	Irland	PET, parlansering, 700ml, min 40%, max 259 kr
Juni 2019	5208 IRLÄNSK WHISKEY SMÅ FLASKOR	Irland	PET, parlansering, 350ml, min 40%, max 139 kr

Skotsk maltwhisky under 18 YO

Inom skotsk maltwhisky ser vi ett mycket stort nyhetsintresse hos kunderna. Vi förnyar därför segmentet kontinuerligt, främst under höstmånaderna. I mars och juni frågar vi efter en NAS i lägre prisklass samt en whisky från ett ursprung vi saknar i det fasta sortimentet: Campbeltown, i högre prisklass då utbudet är litet.

Juni 2019	5301a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD	Storbritannien	700 ml, min 40%, max 299 kr
Mars 2019	5301a SKOTSK MALTWHISKY < 18 YEARS OLD	Storbritannien	Campbeltown, 700 ml, min 40%, max 599 kr

Skotsk maltwhisky minst 18 YO

För att säkra äldre whisky i takt med att utbudet blir mindre, och för att 18 YO har mer gemensamt med äldre whisky än med icke åldersbetecknad whisky och whisky upp till 17 YO, så justerar vi som tidigare meddelats segmenten för skotsk maltwhisky. Vi fyller nu på erbjudandet av skotsk maltwhisky min 18 YO eftersom efterfrågan är stor.

Mars 2019	5303a SKOTSK MALTWHISKY >= 18 YEARS OLD	Storbritannien	700ml, min 40%. max 899 kr
--------------	--	----------------	----------------------------

ÖVRIGT

Färdigblandad drink: Cosmopolitan

Vi fortsätter bredda utbudet av färdigblandade drinkar, den här gången med en Cosmopolitan som är den tredje mest sökta drinken/cocktail på Google (i Sverige). Endast Mojito och Hollywood har fler sökningar. Därför har vi skäl att anta att det finns en stor kundefterfrågan på denna produkt.

Mars2019	5703 FÄRDIGBLANDADE DRINKAR	Internationell	Cosmopolitan 500-700ml
----------	-----------------------------	----------------	------------------------



Märta Kuylenstierna
Kategorichef för sprit, öl och TSLs

Öl

BAS

I syfte att säkra att vi har ett bra och uppdaterat utbud av öl i lägre prisklasser och av öl från de vanligaste ursprungerna och av de vanligaste stilarna avser vi att göra följande lanseringar:

Ljus lager liten burk, max 10,90 kr

Vi fortsätter förnya ljus lager i de lägre prisklasserna då vi ser behov av att säkerställa ett aktuellt och prisvärt erbjudande.

Mars 2019	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	10:90 kr. 1an och 2an köps in, lansering i mars och juni
Juni 2019	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	10:90 kr. 1an och 2an köps in, provas samtidigt som mars

Ljus lager stor burk, ekologisk

Under 2017 sålde vi cirka 87 miljoner liter ljus lager på stor burk varav drygt 2,6 miljoner var ekologisk öl. Även om volymen är stor är andelen ekologisk öl inom segmentet endast 3%. Därför frågar vi efter två ekologiska öl på stor burk. Eftersom tillgången på ekologisk humle är liten och ekologisk malt är stor passar det dessutom bra utifrån ett försörjnings-perspektiv att efterfråga en stil som inte är humledominerad.

Eftersom varumärke är viktigt för kunderna vid val av ljus lager i internationell stil frågar vi efter dessa på kundpanel. Vi köper in ettan och tvåan.

Mars 2019	6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	Ekologisk, kundpanel, 1an och 2an köps in, lansering i mars och juni
Juni 2019	6102 LAGER BURK > 355ML (<6,0%)	Ekologisk, kundpanel, 1an och 2an köps in, provas samtidigt som mars

Ljus lager returglas

Eftersom returglas är en av de mest miljövänliga förpackningar vi har och vi inte efterfrågat returglas specifikt på flera år ser vi skäl att förnya utbudet med en lansering.

Mars 2019	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Sverige	Returglas
-----------	--	---------	-----------

Session-IPA eller APA på burk, max 15,90 kr

Vi ser att det finns ett ökande kundintresse för ale i lägre prisklasser och eftersom det finns billigare alternativ inom IPA så vill vi nu komplettera erbjudandet med billigare Session-IPA eller APA. Vi köper in ettan och tvåan.

Mars 2019	6303 ALE BURK (...-5,9%)	Session-IPA eller APA, max 15:90 kr, 1an och 2an köps in, lansering i mars och juni
Juni 2019	6303 ALE BURK (...-5,9%)	Session-IPA eller APA, max 15:90 kr, 1an och 2an köps in, provas samtidigt som mars

Glutenfri IPA

Vi har nu nio glutenfria öl i det fasta sortimentet, alltifrån ljus lager i internationell stil till belgisk ljus ale. För att erbjuda en bredd av glutenfri öl efterfrågar vi nu en glutenfri IPA som är en fortsatt populär stil.

Lanseringen får en bred distribution då IPA är en av få stilar som har efterfrågan i hela landet.

Mars 2019	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)	Glutenfri IPA
--------------	--------------------------------	---------------

TRADITION

Med lanseringarna nedan säkerställer vi att vi har de mer klassiska ursprung och ölstilarna i sortimentet, dessa förnyas med jämna mellanrum.

Ljus lager stor flaska från Bayern, Tyskland

För våra kunder som vill ha traditionell öl ser vi skäl att bredda erbjudandet med klassisk flaskstorlek från klassiskt öl-ursprung.

Mars 2019	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Tyskland	50 cl, Bayern
--------------	--	----------	---------------

Kellerbier från Tyskland

Vi ser en positiv försäljningsutveckling för Kellerbier så därför förnyar vi erbjudandet med en Kellerbier från ölstilens ursprungsland Tyskland.

Juni 2019	6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	Tyskland	Kellerbier
--------------	--	----------	------------

Ale från Storbritannien, Tyskland och Belgien

För att tillgodose erbjudandet av både klassiska stilar och ursprung förnyar vi erbjudandet med tre ale från tre traditionella ursprung: Belgien, Storbritannien och Tyskland. Observera att det går bra att offerera både flaska eller burk på dessa förfrågningar.

Från Tyskland efterfrågar vi en Kölsch. Vi har haft regelbundna kölsch-lanseringar då ölstilen för våra kunder kan vara en brygga från ljus lager till specialöl.

Juni 2019	6301 ALE FLASKA (..-5,9%) ELLER 6303 ALE BURK (..-5,9%)	Storbritannien	
Juni 2019	6301 ALE FLASKA (..-5,9%) ELLER 6303 ALE BURK (..-5,9%)		Kölsch
Juni 2019	6301 ALE FLASKA (..-5,9%) ELLER 6303 ALE BURK (..-5,9%)	Belgien	

Trappistöl

Vi får mycket frågor och önskemål om fler trappistöl till vår kundtjänst och det är efterfrågat i butikerna så därför lanserar vi ytterligare en trappistöl under 2019, den här gången en ljus ale.

Juni 2019	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)		Trappistöl, ljus
-----------	--------------------------------	--	------------------

Veteöl – hopfenweizen

Vi delar in veteöl i sex olika stilar och hopfenweizen är en stil vi saknar i det fasta sortimentet.

Mars 2019	6307 VETEÖL FLASKA/BURK	Tyskland, Österrike	Hopfenweissen
-----------	-------------------------	---------------------	---------------

TREND

Vi förnyar ölutbudet med till exempel stilar, länder och förpackningsslag för att ge ett aktuellt erbjudande.

Ljus lager liten burk – två kundpanelsförfrågningar

Segmentet ljus lager på liten burk (6101a) ökade med +10,7% eller drygt 5 miljoner liter 2017. Vi ser en tydlig förflyttning från både stora burkar och från flaska. Vi ser trenden som positiv då mindre förpackningar är att föredra utifrån vårt uppdrag, samt att burk är mer miljövänligt än engångsglas. Eftersom varumärke är viktigt för kunderna vid val av ljus lager i internationell stil så frågar vi efter dessa på kundpanel. Vi lanserar de öl som kommer etta och tvåa i kundpanelen. Segmentet domineras av öl från Sverige så vi efterfrågar andra länder för att bredda erbjudandet.

Mars 2019	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	Italien, Frankrike, Tyskland	Kundpanel, 1an och 2an köps in, lansering i mars och juni
Juni 2019	6101a LAGER BURK <= 355ML (<6,0%) < 17KR	Italien, Frankrike, Tyskland	Kundpanel, 1an och 2an köps in, provas samtidigt som mars

Ofiltrerad lager

För att möta den rådande lagertrenden där vi ser ett ökande intresse för smakrik och mer "hantverksmässig" lager efterfrågar vi två ofiltrerade lager. Vi lanserar de öl som kommer etta och tvåa i provningen.

Mars 2019	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Sverige	Ofiltrerad, 1an och 2an köps in, lansering i mars och juni
Juni 2019	6201 LAGER FL <=355ML & <17/>355ML & <20 (<6,0%)	Sverige	Ofiltrerad, 1an och 2an köps in, provas samtidigt som mars

”Craft” från Sverige

Vi ser ett fortsatt stort intresse för lokal- och ”hantverksmässig” producerad öl hos våra kunder. Fler svenska bryggerier börjar brygga lager och fler bryggerier följer trenden från USA med att producera öl på burk. Kom gärna med inspel på stil.

Mars 2019	6303 ALE BURK (...5,9%)	Sverige	Craft
Juni 2019	6202 LAGER FL <=355ML & >=17/>355ML & >=20 (<6,0%)	Sverige	Craft

Ale stor burk från Storbritannien, Kanada eller USA

Vi diversifierar erbjudandet inom segmentet ale extra stark med en burkstorlek som är underrepresenterad i sortimentet idag.

Mars 2019	6305 ALE EXTRA STARK (6,0%-..)	USA, Kanada, Storbritannien, Sverige	Burk, 440–473 ml
-----------	--------------------------------	--------------------------------------	------------------

Witbier från Japan

Japan är ett för kunderna intressant ursprung, och dessutom med populär mat. Därför frågar vi efter en japansk witbier.

Mars 2019	6307 VETEÖL FLASKA/BURK	Japan	Witbier
-----------	-------------------------	-------	---------

Sharing bottle från Sverige, ekologisk

I segmentet för så kallade ”sharing bottles” saknar vi svensk öl. Därför frågar vi efter det ursprunget, samt förnyar utbudet av ekologisk ”sharing bottle”.

Juni 2019	6307a ÖL FLASKA 750ML >= 49KR	Sverige	Ekologisk
-----------	-------------------------------	---------	-----------

Syrlig öl

Vi ser ett stort kundintresse för syrlig öl/suröl hos våra kunder, därför lanserar vi två öl i denna stil: En syrlig öl med bär som får den bredaste distributionen och ett lägre maxpris. Kanske roséfärgad?

Vi lanserar också en syrlig öl med svenska smaker som möter den lokala trenden och intresset för smaksatt öl. Kom med inspel!

Mars 2019	6307c ÖVRIG SYRLIG ÖL	Sverige	Svenska smaker
Juni 2019	6307c ÖVRIG SYRLIG ÖL		Bär

Mixpack – single hop

Öl med tydlig karaktär av endast en humlesort, så kallade "single hop", bryggs av många bryggerier och mot bakgrund av det fortsatt växande ölintresset tror vi att kunderna kan vara intresserade av att testa olika humlesorter mot varandra. Därför frågar vi efter ett mixpack med single hop-öl.

Önskvärt är en text på förpackningen som beskriver de olika humlesorterna.

Eftersom mixpack har svårt att hålla sig kvar i det fasta sortimentet får dessa ses som tillfälliga lanseringar och vi tror att det ur ett kundperspektiv inte gör något då ett mixpack är av tillfällig karaktär – det ska tillföra kunskap och inspiration för den som är intresserad av öl.

Mars
2019

6308 ÖVRIG ÖL

Mixpack single hop

Märta Kuylenstierna
Kategorichef för sprit, öl och TSLS



Cider & Blanddryck

Torr/halvtorr cider på flaska eller burk

Idag domineras det torrare cidersegmentet helt av äpple, förutom rosécider. Det finns en kundefterfrågan på att bredda smakprofilen inom de torra cidersorterna utan att för den delen ta för stort kliv från nuvarande stilar. I USA börjar fler producenter att experimentera med fat och humle i sin cider. Mot bakgrund av det fortsatta intresset för whisky och "humlestinn" öl tror vi att lagrad cider eller cider smaksatt med humle kan komplettera befintligt sortiment.

Juni 2019	6601 TORR/HALVTORR CIDER FLASKA eller 6602 TORR/HALVTORR CIDER BURK	Europa och USA	Fatlagrad alt. Humlad, 250–355 ml, max 5%, max 22:90 kr
-----------	---	----------------	---

Torr/halvtorr cider på burk

Liksom inom flasksegmentet är den största smaken äpple, men tittar vi till både torr och söt cider är päron den dominerande smaken. Idag saknar vi en päroncider i det torrare burksegmentet och därför frågar vi efter det. Produkten ska vara ekologiskt certifierad.

Ekologiskt ökade med 101,5 procent under 2017 och står andelsmässigt för ca 9,3 procent av försäljningen. Att försäljningen av ekologiskt dubblade under 2017 beror både på lanseringar och konverteringar. Kunderna säger att ekologiskt är en viktig parameter i valet av artikel, men vi vet också att yngre mer sällan nyttjar beställningstjänsten jämfört med andra kundgrupper. Därför är det viktigt att vi har ett relevant sortiment i hyllan och därför ser ni ett större antal ekologiska cider och blanddrycker även i årets första Lanseringsplan.

Juni 2019	6602 TORR/HALVTORR CIDER BURK	Internationell	Ekologisk, päron, burk 250–330 ml, max 4,5 %, max 14:90 kr
-----------	-------------------------------	----------------	--

Halvsöt/söt cider på flaska

Hållbarhet, hantverksmässighet och lokalproduktion är några av de rådande trenderna som vi ser och vill möta. Det gör vi genom en lansering av en ekologisk cider med ofiltrerat utseende och med smak av päron. Observera att förpackningen får vara PET-flaska.

Mars 2019	6603 HALVSÖT/SÖT CIDER FLASKA	Internationell	Ekologisk, ofiltrerat utseende med smak av päron, transparent glasflaska eller PET 275–330 ml, max 4,5 %, max 16:90 kr
-----------	-------------------------------	----------------	--

Halvsöt/söt cider burk

I segmentet halvsöt/söt cider burk saknas idag en mer aromatisk smakprofil. Vi har fått flertalet inspel på smakkombinationen "blommigt och kryddigt" som vi vet redan finns på närliggande marknader. Vi håller lanseringen relativt öppen för att ta del av kunskaperna hos er leverantörer om de senaste smaktrenderna. Kom gärna med inspel på smaker i profilen "blommigt och kryddigt". Mot bakgrund av att det är ett växande segment ger vi den här lanseringen en bred distribution. Produkten ska vara ekologiskt certifierad.

Mars 2019	6604 HALVSÖT/SÖT CIDER BURK	Internationell	Ekologisk, kryddigt & blommigt, burk 250-330 ml, max 4,5 %, max 14:90 kr
-----------	-----------------------------	----------------	--

Blanddryck

I blanddryckssegmentet händer det mycket och med flertalet kval till det fasta sortimentet visar kunderna att de finns en efterfrågan på att vi regelbundet lanserar nyheter här. Men vad är egentligen en blanddryck? Namnet på segmentet upplevs otydligt, vi ser därför över namnsättningen och återkommer med förslag senare under 2018.

Blanddryckerna är det segmentet som har störst bredd av olika artiklar, både gällande prisintervall, smakprofil och kundgrupp. När burkförpackningen infördes märkte vi att en äldre kundgrupp sökte sig till blanddryckerna och när den mörka flaskan med kryddig smakprofil lanserades var det framförallt männen som handlade. Segmentets olika artiklar vänder sig till olika typer av kunder, men dryckestillfällena liknar varandra. För att bevara bredd efterfrågar vi en ekologisk blanddryck med drink- eller cocktailinspirerad smak. Kom gärna med förslag på relevanta drinkar.

Juni 2019	6607 BLANDDRYCKER	Internationell	Ekologisk, drink eller cocktailinspirerad smak, flaska 275–330 ml, max 4,9%, max 22:90 kr
--------------	-------------------	----------------	--



Emelie Westrup
Kategorichef för cider & blanddryck

Alkoholritt

Alkoholritt tog en kraftig vändning under 2017. Från att ha haft en positiv utveckling, började försäljningen vika under det andra halvåret. En av orsakerna kan vara att det blir allt vanligare med alkoholritt i dagligvaruhandeln, där det framförallt är volymprodukter som säljs. Fortfarande kan vi se att vi trots volymminskning har en värdeökning på alkoholritt, vilket indikerar att kunderna gärna köper lite mer exklusiva produkter i våra butiker.

Strategin är fortfarande att vara innovativa och vara en spjutspets i utvecklingen av sortimentet. Vi ser framför oss en lite större rotation än tidigare, då det kommer ut många bra produkter på marknaden. Vi vill gärna ligga i framkant när det gäller produktutvecklingen. Det är också viktigt med nyheter, bredd och ett komplett sortiment. Vi kommer också att se över befintliga listningar och utvärdera hur de uppfyller våra strategier för det alkoholfria sortimentet.

För att tillgängliggöra ett lite större sortiment kommer vi också att fortsätta med säsongslanseringar, där vi i högre grad nyttjar kampanjtor i butikerna för att visa upp sortimentet. Det innebär att det kommer att vara fler tillfälliga lanseringar och bara ett fåtal fasta lanseringar.

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.



Johan Lund,
Kategorichef för vitt vin, rosévin, aperitif & dessert samt alkoholritt

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 vin

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 sylrig 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 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

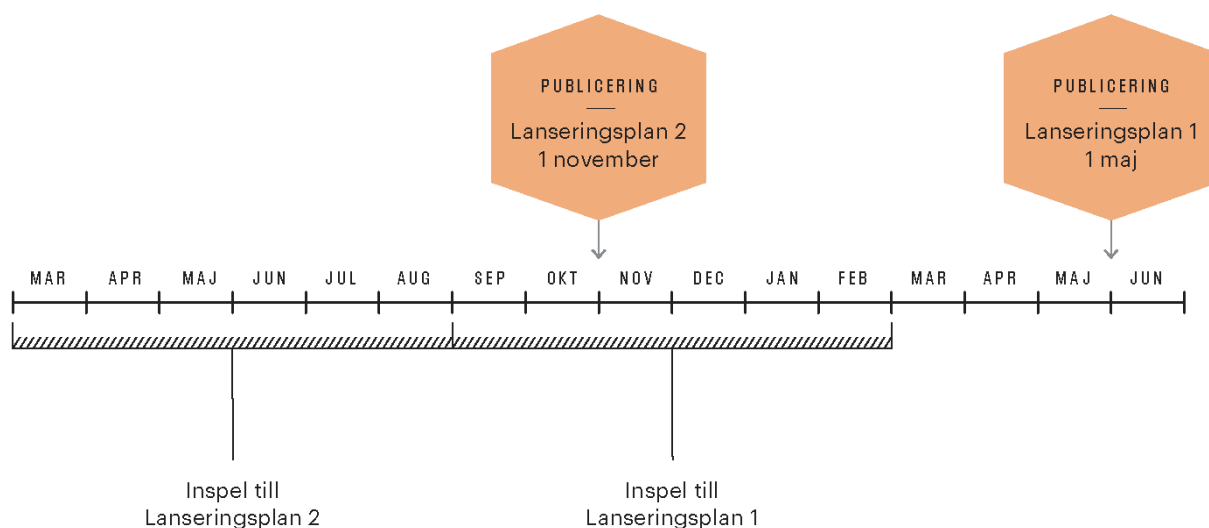
I Lanseringsplanen beskriver Systembolaget vad och varför lanseringar kommer att efterfrågas. Målet är att ge leverantör/producent riktlinjer för kommande offertförfrågningar samt att ge inköpsenheten tydliga riktlinjer i inköpsarbetet. Målet är också att ge leverantörer och producenter kunskap om hur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

Utifrån kategorihandlingsplaner tar inköparna fram lanseringsförslag där tillgången och 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, drusort, 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 kan lämnas till kategorichef och inköpare fram till 2 månader innan Lanseringsplanen publiceras.

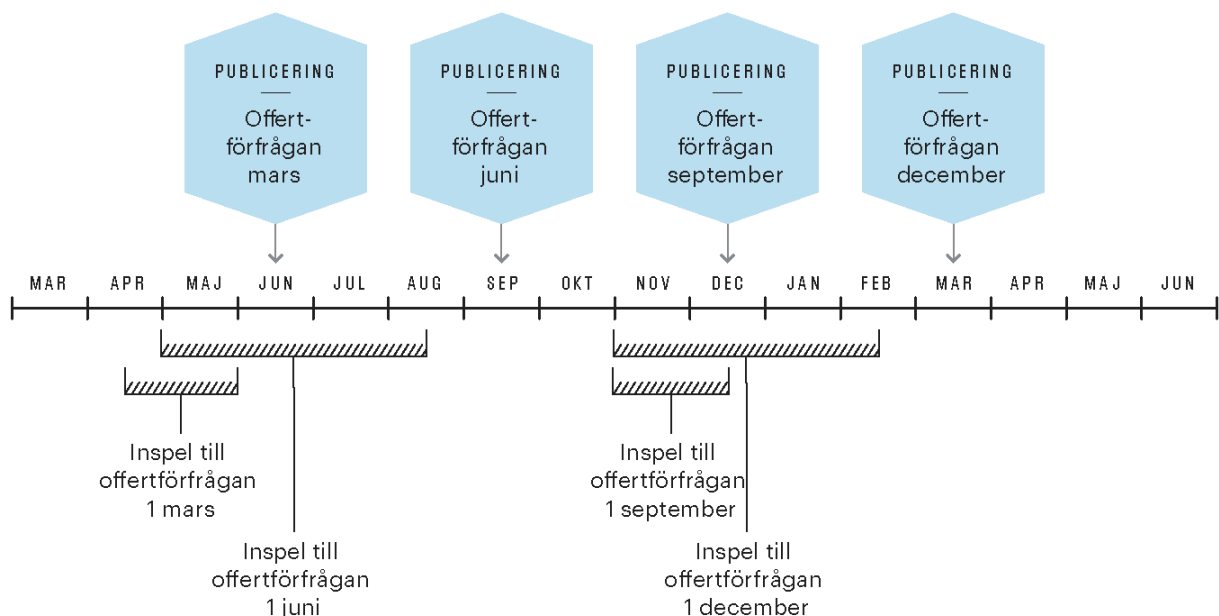


Tidslinje för inspel till Lanseringsplan.

Inköparna ansvarar för offertförfrågan inom ramen för Lanseringsplanen. Offertförfrågningarna följer lanseringsplanen men är ytterligare specificerade när de publiceras. Offertförfrågningarna publiceras i Leverantörsportalen ca 8–9 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.
- Vi ber er att inte skicka in varuprover utan eftertanke. Be först om godkännande för att skicka in varuprover.
- Be gärna inköpare om återkoppling och förklaring angående eventuella avgränsningar i offertförfrågningar.
- Inspel till offertförfrågan kan lämnas till inköpare fram till 3 veckor innan offertförfrågan publiceras.



Tidslinje för inspel till offertförfrågan.

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
08-503 325 56
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



Louise Hilbers (vikarie)
08-503 306 41
louise.hilbers@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 Hultin
08-503 300 19
marie.hultin@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.



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

BITRÄDANDE INKÖPARE

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



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



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



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



Marie Von Segebade
08-503 302 91
marie.vonsegebade@systembolaget.se



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



Mikael Waldenström (vikarie)
08-503 300 47
mikael.waldenstrom@systembolaget.se



Karl Arbin
08-503 310 46
karl.arbin@systembolaget.se



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