

2017

Förord

Turisterna finns numer i många av våra städer och orter året om och våra medlemmar ser hur handelns del av den växande besöksnäringen ökar.

Gamla förhållningssätt och strategier behöver omprövas i takt med att shopping- resmönster och samhället förändras. Till detta ska läggas att handeln kommer att förändras snabbare under de närmaste tio åren än under de senaste femtio. Med kunskapen om denna struktur-omvandling och den ökade internationella konkurrensen blir det än viktigare att skapa nya strategiska samarbeten och nya erbjudanden. Både internationellt och i Sverige börjar allt fler aktörer förstå att man genom att utvidga och kombinera sitt erbjudande kan skaffa nya, och mer lojala, kunder.

Svensk Handel råder våra medlemmar att inte förbise den växande kundgruppen besökare utan engagera sig lokalt för att lära sig mer om vilka besökare som finns där de verkar.

Vi råder också övriga aktörer i besöksnäringen att involvera handeln i ett tidigt skede i både strategiska och operativa delar. Tillsammans kan vi öka antalet besökare och därmed kunder i allas verksamheter!

Med denna rapport, som Svensk Handel tagit fram för sjunde året i rad, vill vi ge våra medlemsföretag, politiker, tjänstemän, fastighetsägare och kollegor inom övriga delar av besöksnäringen ett bra faktaunderlag så att vi gemensamt kan bygga framtidens destinationer.

Vi vet att en attraktiv och levande handel bidrar till ökad turism.

Stockholm 2017-11-03

Mats Hedenström

Näringspolitisk chef Svensk Handel
tillika styrelseledamot Svensk Turism

Elisabet Elmsäter Vegsö

Näringspolitisk expert
stads- och platsutveckling

Bakgrund



Vad är turism?

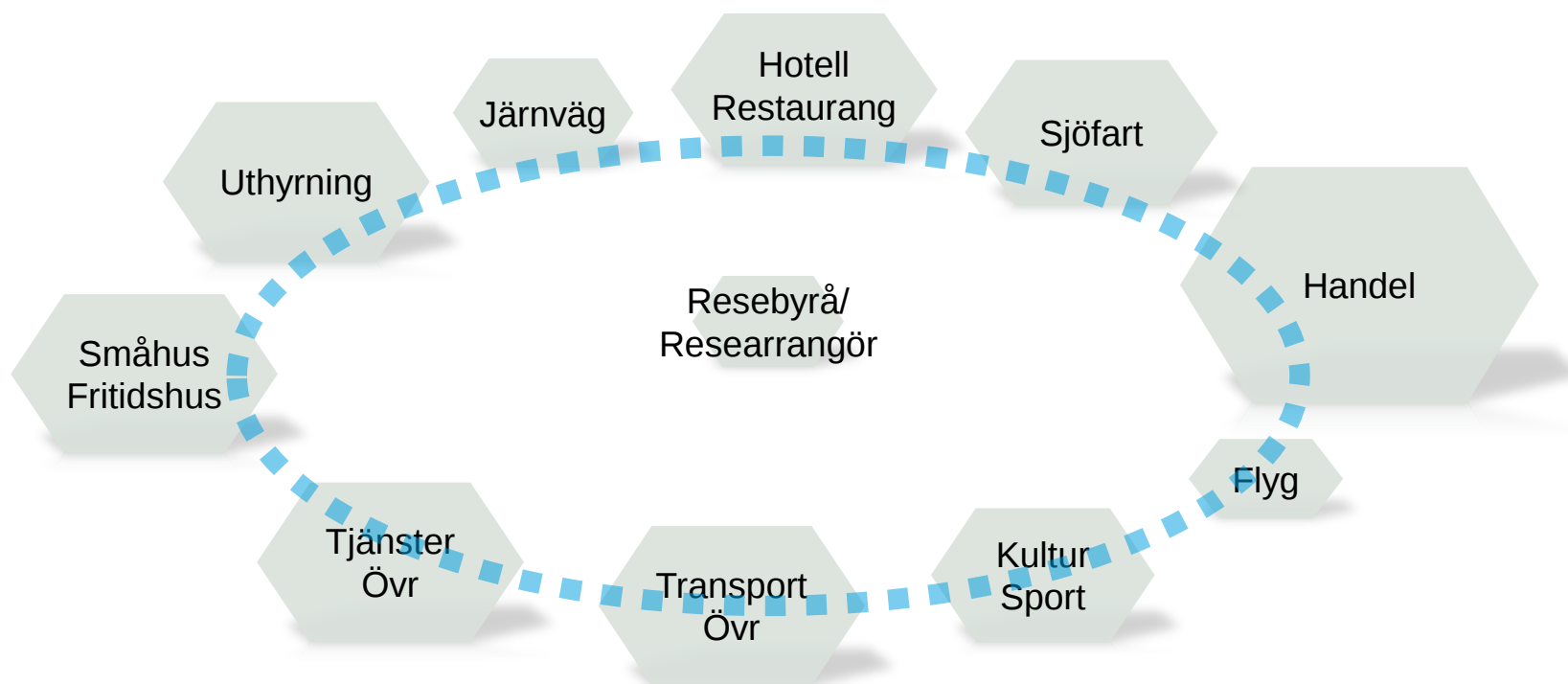
Människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften.

Vedertagen definition enligt FN

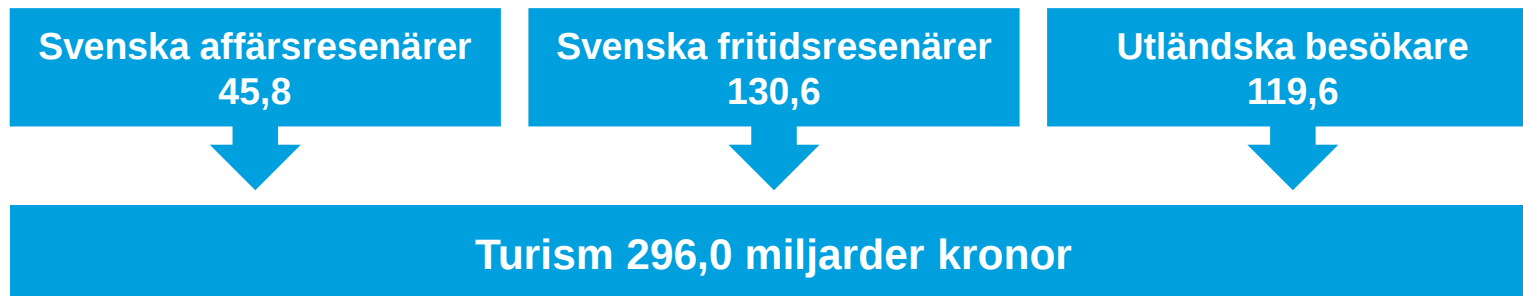


En unik näring

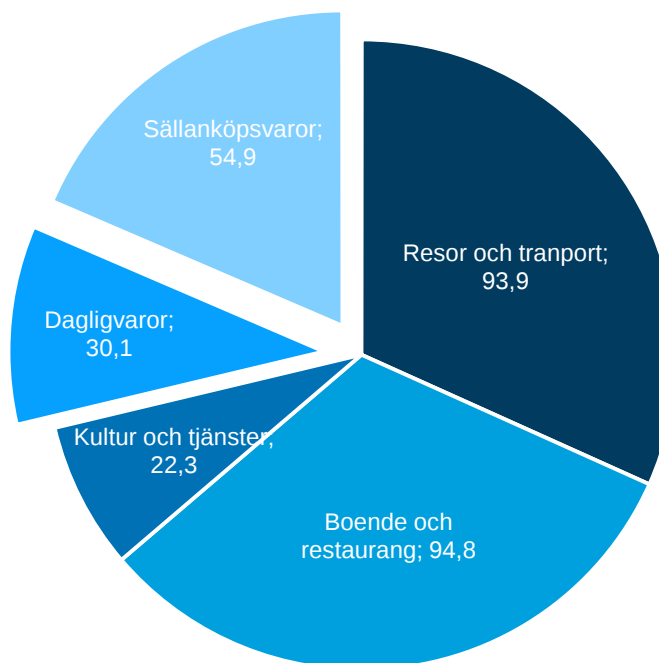
Besöksnäringen är inte **en** bransch utan består av delar från många branscher. Detta gör näringen unik och behovet av samarbete större.



Turismens ekonomi



Detaljhandeln genererar 29% av turismens omsättning

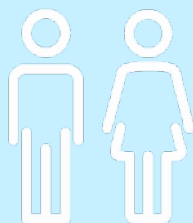


Besöksnäringen i Sverige

2,7%
BNP



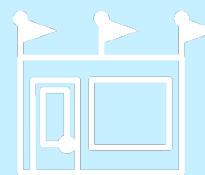
168 900
sysselsatta



119,6
miljarder i
exportvärde



15,6
miljoner
utländska
övernattningar



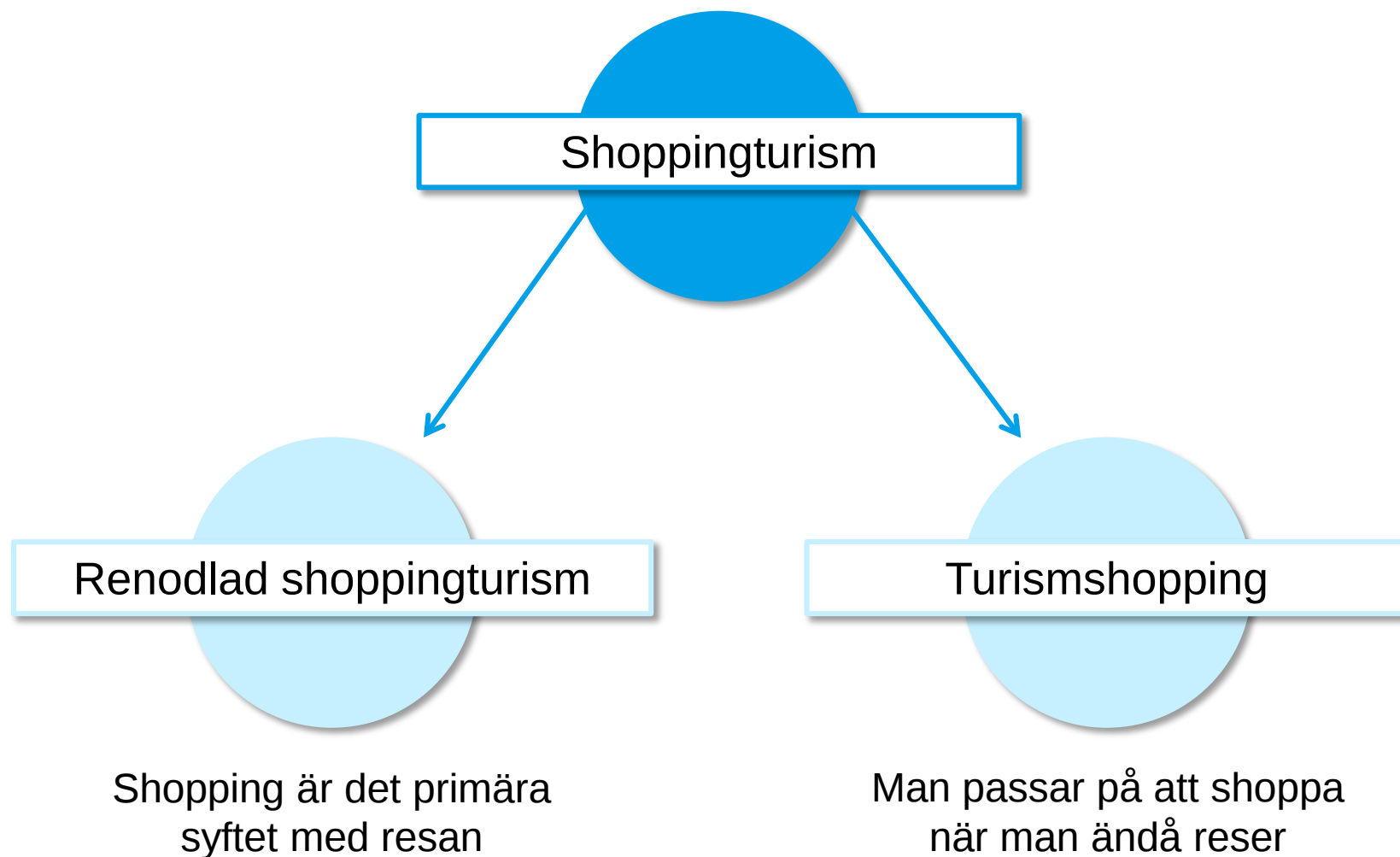
85,0
miljarder
handel



Shoppingturism i siffror



Vad är vad?



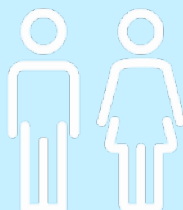
Shoppingturism i Sverige

Shoppingturismen växer som företeelse och är idag ofta en uttalad reseanledning.

85
miljarder
shoppingturism



32 300
sysselsatta



11%
av
detaljhandeln



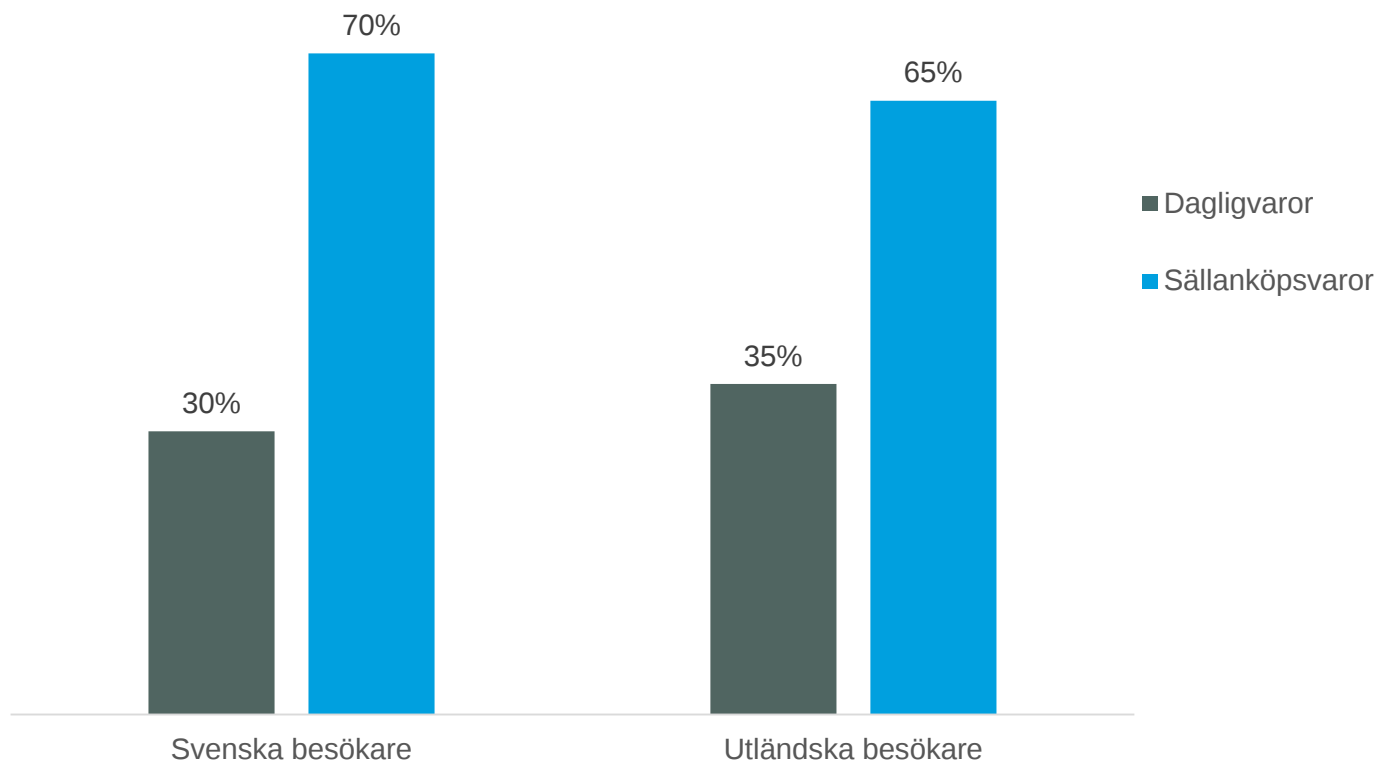
18%
av reskassan



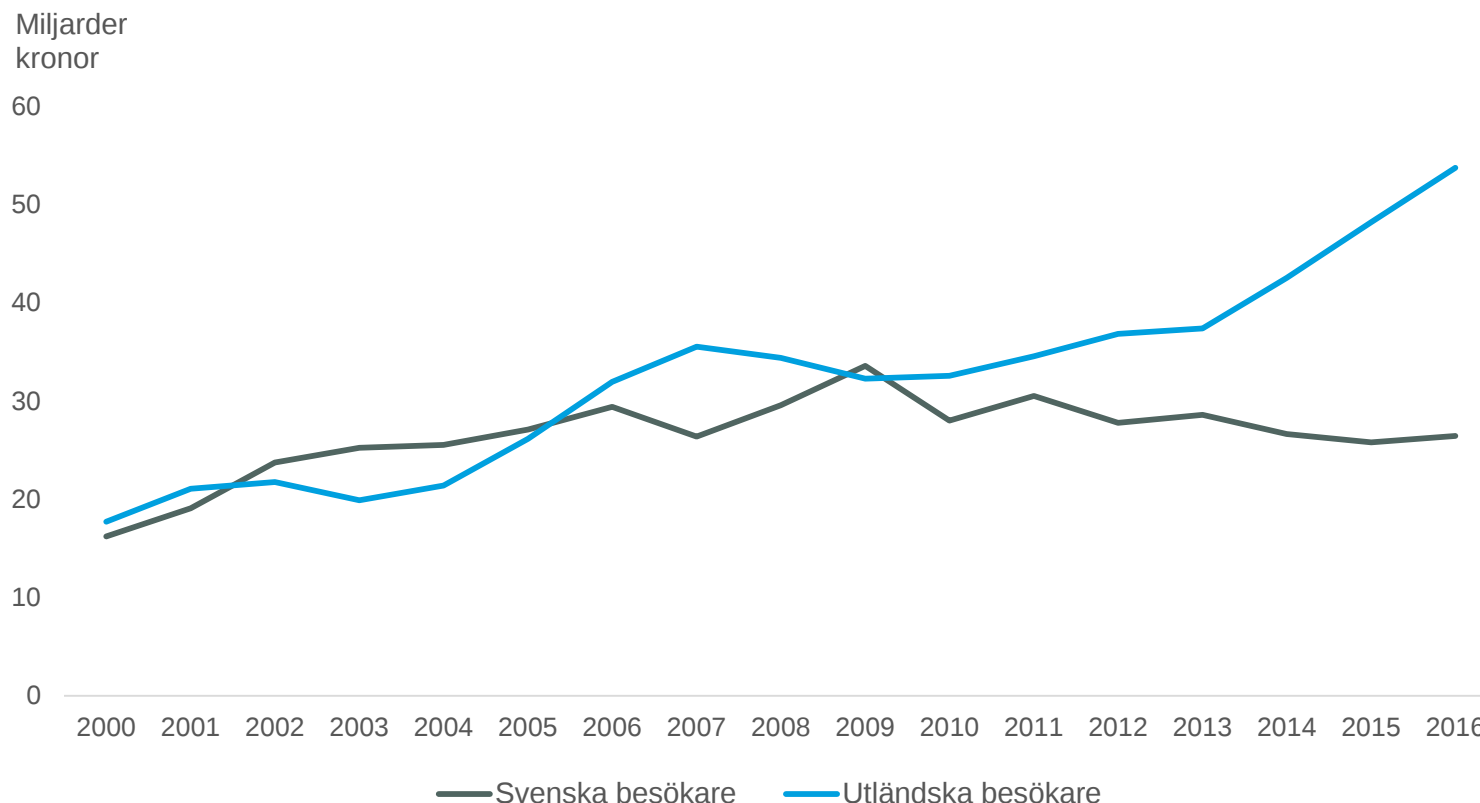
45%
av reskassan



Hur pengarna fördelas i detaljhandeln



Shoppingturismen ökar mest bland utländska besökare



Exklusive värdeföremål för jämförbarhet över tid. Värdeföremål är icke-finansiella varor, som inte används huvudsakligen för produktion eller konsumtion, som inte försämrats (fysiskt) över tiden under normala förhållanden och som förvärvas eller behålls i första hand som tillgångar av värde. Exempel på värdeföremål är konst och antikviteter. (ENS, § 3.125).

Vad motsvarar detta?

54 mdr =

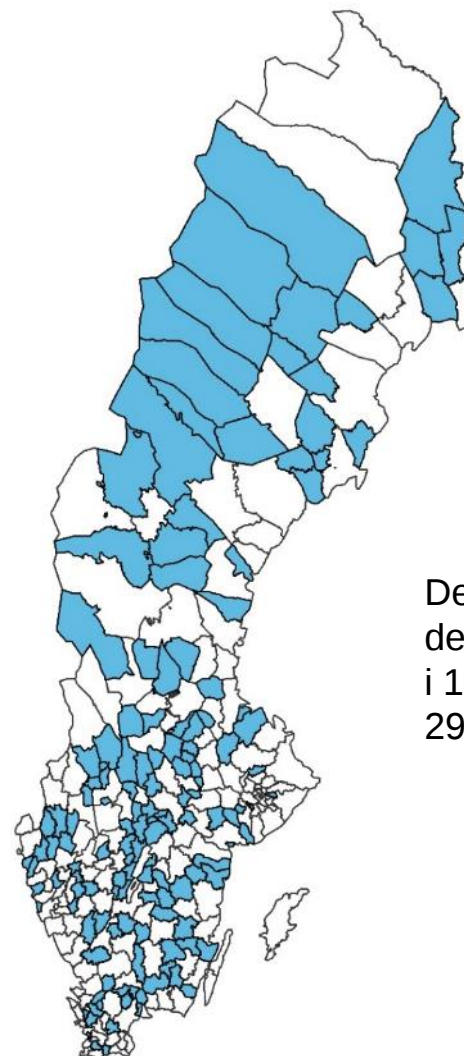
Utländska turisters handel i
Sverige (shoppingturism)



Vad motsvarar detta?

54 mdr =

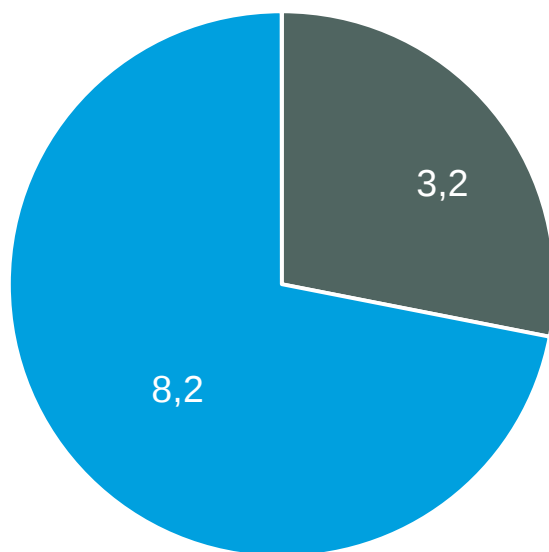
Utländska turisters handel i
Sverige (shoppingturism)



Den sammanlagda
detaljhandelsomsättningen
i 141 av landets
290 kommuner

Momsintäkter till staten

Värdet av momsintäkter från utländska besökares utlägg i detaljhandeln 2016 uppgår totalt till **11,3 miljarder**.



■ Dagligvaror ■ Sällanköpsvaror

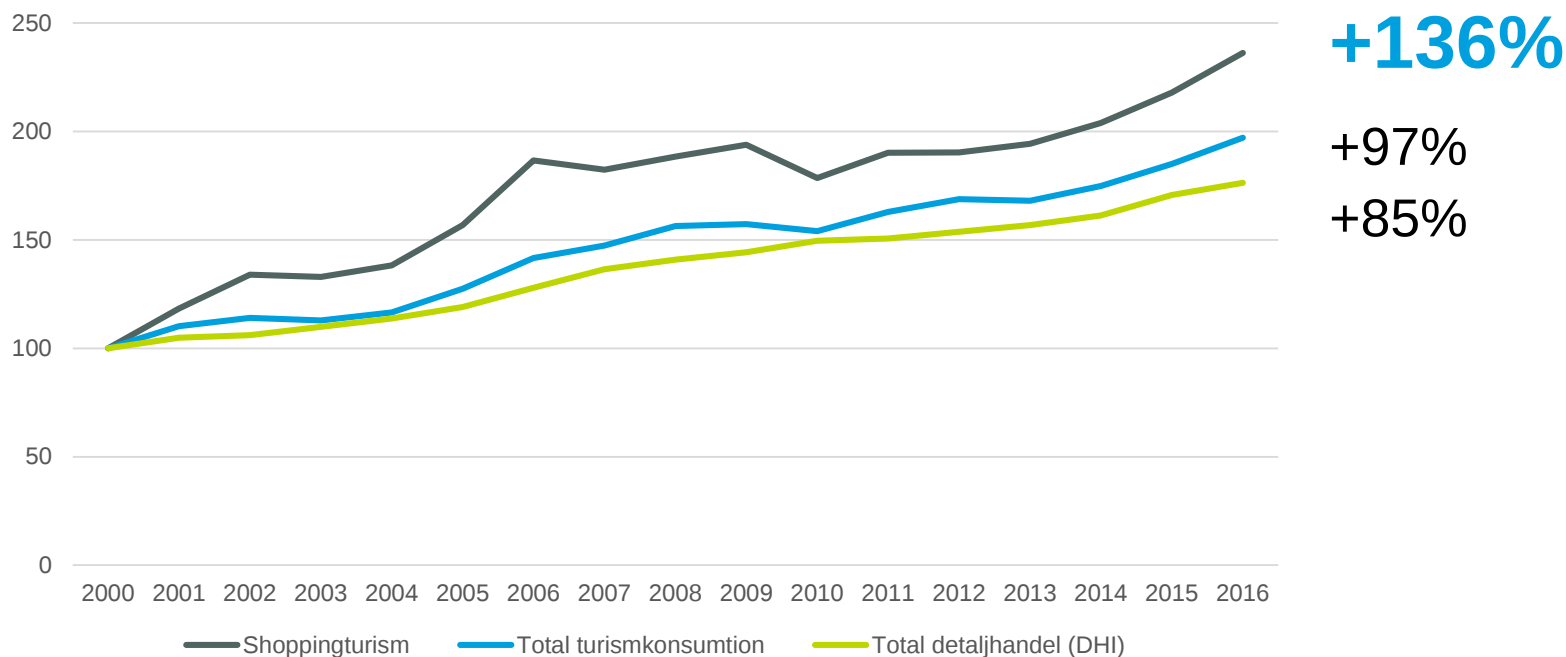
** Beräkningen baseras på en momsschablon om 25 procent för sällanköpshandeln och 15 procent för dagligvaruhandeln.*

Shoppingturismens tillväxt



Shoppingturismen blir allt mer betydelsefull

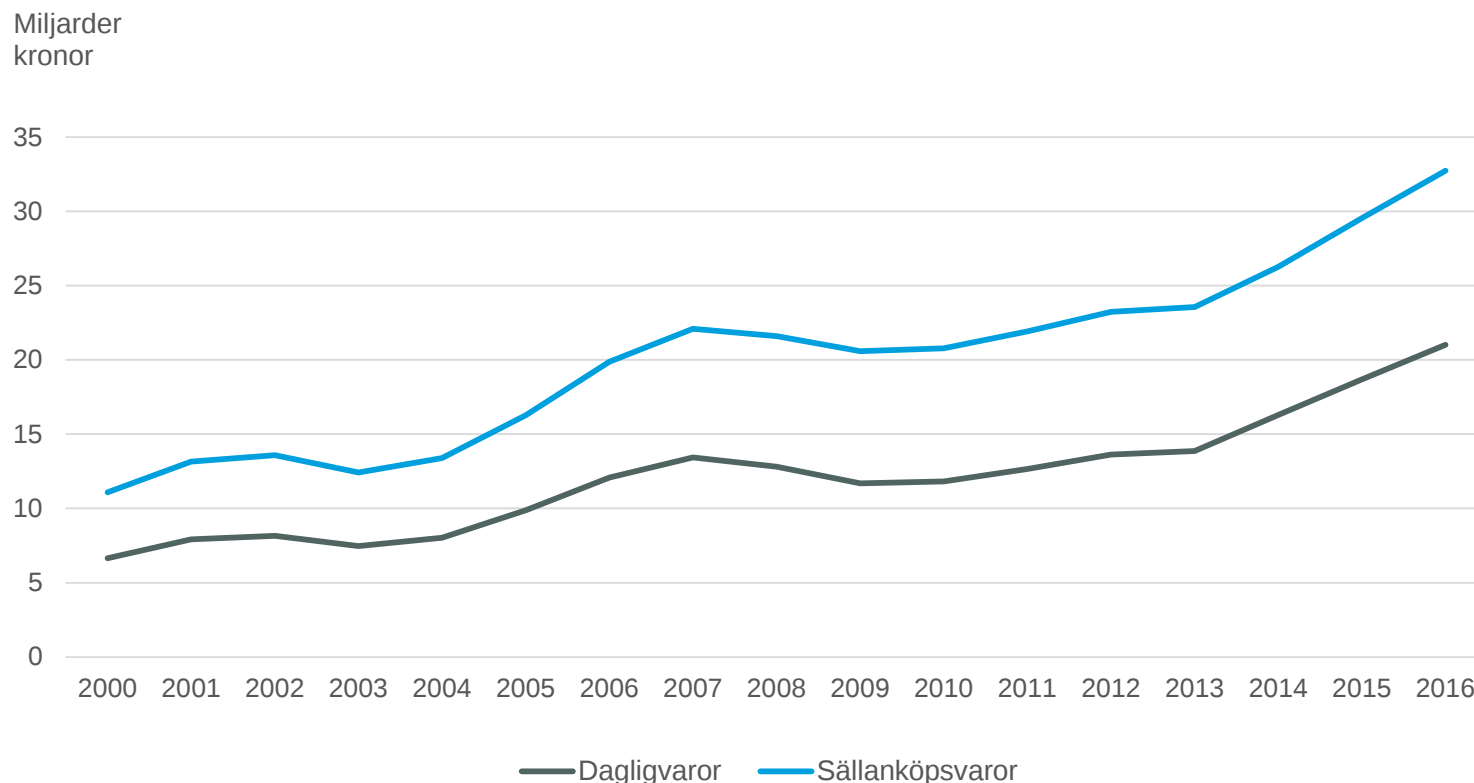
Tillväxten i shoppingturismen har varit betydlig starkare än den totala turismkonsumtionen och detaljhandeln under motsvarande period.



Exklusive värdeföremål för jämförbarhet över tid. Värdeföremål är icke-finansiella varor, som inte används huvudsakligen för produktion eller konsumtion, som inte försämrats (fysiskt) över tiden under normala förhållanden och som förvärfvas eller behålls i första hand som tillgångar av värde. Exempel på värdeföremål är konst och antikviteter. (ENS, § 3.125).

Utländska turister lägger mest på sällanköpsvaror

Utländska besökares varuinköp uppdelat på dagligvaror och sällanköpsvaror.



Om utvecklingen fortsätter

Om antalet utländska gästnätter fortsätter att växa i samma takt som under de senaste 10 åren och om de utländska besökarna lägger lika stor andel av sina utlägg i detaljhandeln kommer de omsätta 62 miljarder år 2020.

