

Strategi – tillväxt

Nummer två med tillväxtambitioner

Genom tillväxt ska Axfood befästa sin position som nummer två på den svenska marknaden, både genom egenägda och handlarägda butiker. Tillväxten ska öka Axfoods marknadsandel.



Tillväxtstrategi:

- Driva organisk tillväxt
- En offensiv etableringstakt
- Växa inom digitala affärer
- Utveckla tjänsteerbjudandet

Driva organisk tillväxt

Axfood ska öka försäljningen genom att utveckla driften av kedjor och butiker samt erbjuda konkurrenskraftiga priser.

Inom Hemköp pågår ett omfattande moderniseringsprogram. Ett flertal av de egenägda butikerna har fått ett modernare uttryck och de handlarägda butikerna uppgraderar i allt högre utsträckning sina butiker, antingen avdelning för avdelning eller hela butiken.

De nyrenoverade butikerna erbjuder inte bara en miljö som gör att kunderna trivs med att handla där, utan bidrar även till effektivare och hållbarare butiksdrift.

En offensiv etableringstakt

Etableringen av nya butiker är en viktig förutsättning för tillväxt. Koncernen har en offensiv etableringstakt med i snitt 5–10 nya egenägda butiker i storstäder och regionala tillväxtområden per år. Både Hemköp och Willys etablerar löpande fler butiker i växande kommuner. För Hemköp är centrala och bostadsnära lägen avgörande, medan Willys i större utsträckning letar butikslägen vid marknadsplatser med goda kommunikationer eller i närheten av bostadsområden.

Axfood Snabbgross har som enda landstäckande kedja i sin nisch 22 butiker, och ambitionen att fortsätta expandera. Butikerna ska också moderniseras och i ökande grad bidra till matinspiration.

Under 2016 etablerades sex helt nya butiker i koncernen: fem Willys – varav en Willys Hemma, och en Axfood Snabbgross.

Hemköps handlarägda butiker inom 91/9-modellen ska också bli fler. Modellen är en finansieringslösning för att butikschefer ska kunna förvärva en butik. På så sätt uppmunttrar Axfood entreprenörskap. Axfood äger majoriteten av butiken de två första åren. Därefter kan handlaren förvärva butiken – och äger sedan över 99 procent. De olika ägan- deformerorna stärker och driver kedjan framåt. Under året övergick fem (en) butiker till 91/9-modellen.

I januari 2017 avtalade Axfood tillsammans med Norgesgruppen om att förvärva Eurocash Food AB, se s. 25. Genom förvärvet stärks Axfoods ledande position inom lågpris och koncernen tar stegen in i gränshandel.

Växa inom digitala affärer

Axfood har länge erbjudit e-handel till företagskunder och grossistförsäljning till ledande matkassaföretag och rena e-handelsaktörer. Under 2016 lanserade både Willys och Hemköp online-försäljning. Tjänsterna omfattar både avhämtning och hemleverans och erbjuds vid årsskiftet till över 2 miljoner konsumenter i Stockholm, Göteborg, Uppsala och Norrköping. Under 2017 kommer e-handeln att rullas ut till fler orter.

I början av 2017 förvärvade Axfood den digitala matbutiken mat.se, se s. 24. Därmed fick Axfood tillgång till fler medarbetare med erfarenhet av näthandel, hemleveranser i egen regi, tre plocklager och två receptsajter.

Hemköp lanserade också fem typer av matkassar i tio städer runt om i Sverige. Under 2017 tillkommer fler orter.

Utveckla tjänsteerbjudandet

Genom att fortsätta satsa på förbutiker med tjänster så som café, spel och post skapas möjligheten att även få fler potentiella kunder.

Prioriterade aktiviteter 2017:

- Rulla ut e-handel i ett tjugotal städer
- Etablera elva nya butiker
- Fortsätta att modernisera främst Hemköpsbutiker
- Erbjud fler butiker enligt 91/9-modellen





Kungen av Ishavets fiskar stavas skrei

LOFOTEN, BARENTS HAV

Under ytan till Barents hav döljer sig fantasistora mängder av Norges stolthet. Vår skrei krokfångas långt ute till havs av Hanne Kristin, Kjell och Andre, och blir sedan till både kaviar på mackan och filéer som paneras till vardagsmiddagsrättare. Men vad är det som gör

skreien så speciell? Handlar det om Golfströmmens påverkan på klimatet eller är det helt enkelt hantverket som förts vidare i generationer av fiskare i Lofoten.

Läs hela reportaget på garantskafferiet.se.

Mat.se – butiken som bara finns på nätet

Den 15 december 2016 lämnade Axfood ett publikt bud på Matse Holding AB (publ). I januari 2017 godkände Konkurrensverket förvärvet och aktieägarna till mer än 90 procent av kapitalet hade accepterat budet. Därmed fullföljde Axfood budet och Matse Holding ABs aktier avnoteras från Nasdaq First North Stockholm.

Budet i sammandrag:

- Axfood erbjöd 17,00 kr kontant för varje aktie i Matse Holding AB.
- Budet motsvarade en premie om cirka 43 procent jämfört med aktiens stängningskurs dagen innan budet.
- Totalt uppgick budets värde till cirka 554 miljoner kronor.
- Aktieägare med innehav som motsvarade 83,2 procent hade förbundit sig att acceptera budet.

Matse Holding kommer att konsolideras i Axfood-koncernen från och med första kvartalet 2017 och ingå i segmentsrapporteringen för Dagab.

Matse Holding förenklar vardagen

Matse Holding består av:

- mat.se, en matbutik med fullt sortiment på nätet
- receptsajterna kokaihop.se och spisa.nu
- distribution av hemleveranser i egen regi.

Mat.se lanserades i Göteborg 2012. Idag når mat.se konsumenter i Göteborg, Stockholm och västra Skåne. Mat.se vill revolutionera dagligvarubranschen genom att utveckla idéer och tjänster som ger konsumenterna ett bättre och enklare liv. Genom receptsajterna kan ingredienserna till ett recept beställas genom ett knapptryck och konsumenterna erbjuds en smart inköpslista som baseras på tidigare köpmönster med hjälp av artificiell intelligens.

I samarbete med Volvo levererar mat.se matkassar direkt till bakluckan på Volvobilar. Med hjälp av smarta lås testas nu leverans direkt till kylskåpet hos konsumenten. Allt för att ytterligare förenkla vardagen.

Mat.se har snabbt fått en stark position på marknaden för dagligvaror på nätet. 2016 var nätbutikens dagligvaruförsäljning cirka 256 Mkr.

Matse Holding levererar framför allt mat som beställs på mat.se och har kritiska volymer för kostnadseffektiva rutter. Vid slutet av 2016 hade koncernen 68 fordon. För att nyttja bilarernas fulla kapacitet görs även externa transportuppdrag, främst inom det tempererade transportsegmentet. Varje vecka distribueras över 10 000 leveranser direkt till slutkund.

Framtida utmaningar och prioriteringar 2017

Under 2017 ska Matse Holding öka utvecklings-takten för att förbättra erbjudandet ytterligare. Det gäller både sortiment och leverans. Som ett bolag inom Axfood-koncernen finns ett starkt stöd att förverkliga fortsatt expansion – och hjälpa kunden handla bättre!

Receptsajterna ska inspirera hemmakockar och göra det roligare och smidigare att laga mat



Kokaihop.se är en naturlig digital mötesplats för Sveriges hemmakockar. Här finns recept, matbloggar, matsedlar och redaktionellt innehåll.



Spisa.nu har professionella recept och bilder. Här finns också en av världens största faktsamlingar om varufakta samt en dryckesguide som ger hjälp att matcha rätt dryck till recept.



Eurocash – en ledande lågprisaktör inom gränshandel

I januari 2017 förvärvade Axfood och Norgesgruppen Eurocash Food AB. Genom förvärvet stärker Axfood den ledande positionen inom lågpris ytterligare och går samtidigt in i segmentet gränshandel.

Samarbete med Norgesgruppen:

- Efter Konkurrensverkets godkännande har Axfood avtalat att sälja 49 procent till Norgesgruppen.
- Norgesgruppens förvärv kräver godkännande av europeiska Kommissionen.
- Axfoods initiala förvärv är inte beroende av att den senare överlåtelsen till Norgesgruppen godkänns.

De första butikerna med namnet Eurocash dök upp på den svenska marknaden 1999. I dag är Eurocash den näst största dagligvaruaktören utmed gränsen till Norge. Gränshandel har en omsättning på cirka 14 miljarder kronor. Cirka 2 miljoner norrmän bor mindre än 1,5 h körsträcka från en Eurocashbutik.

Förvärvet omfattade åtta dagligvarubutiker, varav sju Eurocash och en Strömstad Mat. Den nordligaste butiken ligger i Storlien och den sydligaste i Strömstad. Den senast etablerade butiken, Strömstad Mat, ligger i Strömstad centrum och öppnades 2015. Butikernas ytor varierar mellan 1 200 kvadratmeter till 3 200 kvadratmeter med cirka 10–20 000 artiklar. Förvärvet omfattade även en större godisbutik i Töcksfors. Godisbutiken har en försäljningsyta på nästan 1 000 kvadratmeter.

Eurocash hade 2016 en omsättning på cirka 1,2 miljarder kronor, god lönsamhet och cirka 280 medarbetare.

Axfood är idag huvudleverantör till Eurocash.

Framtida utmaningar och prioriteringar 2017

Under 2017 kommer Eurocash fortsätta att förbättra för kunderna för att skapa gränsens bästa matkedja. Bland annat kommer butikerna införa ett kundprogram och fortsätta arbeta med det etniska sortimentet för att tillgodose alla invånares preferenser av typ av varor och smaker.

