

RAPPORT

.....
Scandinavian Mountains



Konsekvensanalys

– hur påverkar en handelsetablering vid Scandinavian Mountains Airport förutsättningarna för befintlig handel i regionen?

Per Andersson
Gustav Blomqvist
Karin Olsson



Förord

HUI Research AB har genomfört en utredning av förutsättningarna för och konsekvenserna av den planerade handelsetableringen vid Scandinavian Mountains Airport i Malung-Sälens kommun.

Syftet med utredningen är att förse Länsstyrelsen Dalarna, Malung-Sälens kommun samt andra intressenter med ett material som kan ligga till grund för överväganden om handelsetableringen vid den framtida flygplatsen. Utredningen skall kunna användas som beslutsunderlag av Länsstyrelsen Dalarna vid fortsatt arbete med översiktsplanen och detaljplanen innan etableringsprocessen kan fortsätta. Utredningen är finansierad av Destination Sälenfjällen.

Per Andersson har varit projektledare på HUI Research. Kontaktperson har varit Charlotte Skott, Vd för Destination Sälenfjällen.

Stockholm i september 2015

Per Andersson, Senior Konsult, HUI Research

Sammanfattning och reflektioner

Syftet med detta uppdrag är att förse Länsstyrelsen Dalarna, Malung-Sälens kommun samt andra intressenter med ett material som kan ligga till grund för överväganden om handelsetableringen vid den framtida flygplatsen Scandinavian Mountains Airport.

Drivkrafter för gränsrelaterad handel och dess framtid

De främsta drivkrafterna för gränshandeln är att shoppingturister, genom inköpsresor till angränsande länder, vill dra nytta av skillnader i moms, skatteregler, priser och valutakurser mellan det land som de shoppar i och det land de är bosatta i. Prisskillnaden mellan Sverige och Norge har flera orsaker:

- Norge har infört punktskatter, som är högre än de i Sverige, på vissa varugrupper. Exempel på några sådana varugrupper är alkohol, tobak och socker.
- Lönenivåerna är generellt sett högre i Norge, vilket innebär att arbetskostnaderna för handeln är högre än i Sverige. Detta påverkar den samlade prisbilden.
- Skillnader i valutakurs innebär att en norsk krona är mer värd i Sverige.

En viktig fråga för gränshandelns framtid är om dessa drivkrafter är bestående. När det gäller nivåskillnaden i punktskatter har det hittills inte framkommit något som indikerar att Norge från politiskt håll har för avsikt att sänka punktskatterna. Det finns inte heller något direkt risk för att norrmännen skulle tappa i inkomstnivå. Då valutakursen endast är en av orsakerna till prisskillnaderna mellan Sverige och Norge är gränshandeln heller inte så känslig för förändringar av valutakursen. De gynnsamma förutsättningarna för gränshandel mot Norge förväntas därför bestå under lång tid framöver.

Förutsättningar för handeln vid Scandinavian Mountains Airport

Gränshandeln från Norge är en viktig förutsättning för att handeln vid Scandinavian Mountains Airport skall bli framgångsrik. Utifrån antagandet att de bakomliggande drivkrafter som möjliggör gränshandel är oförändrade är förutsättningarna för att bedriva handel vid Scandinavian Mountains Airport generellt sett goda. Malung-Sälens kommun har utifrån ett gränshandelsperspektiv ett bra läge, i synnerhet i kombination med de turismanläggningar som ligger i anslutning till området både på den norska och den svenska sidan. Vägstandarden i området är idag utvecklingsbar och ytterst betydelsefull för att handeln vid Scandinavian Mountains Airport skall bli framgångsrik. Gränshandelsanläggningarna på andra orter har i flera fall europavägsstatus, vilket gör att inga barriärer finns vad gäller tillgänglighet till och från anläggningarna. Vår rekommendation är därför att prioritera en god tillgänglighet för området så

att inga barriärer finns gällande en så viktig hygienfaktor som att ta sig till eller från anläggningen i fråga. Detta gäller i synnerhet för att nå den viktiga norska marknaden.

Förutsättningarna för en etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport begränsas i ringa bemärkelse av konkurrens från befintlig och planerad gränshandel i värmlandskommunen Torsby. HUI bedömer att det finns utrymme för såväl utbyggd gränshandel i Långflon/Torsby som etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport. Så länge omfattningen och inriktningen på etableringen av handel är balanserad ser vi detta som ett fullt möjligt scenario.

Konsekvenser för övrig handel i Malung-Sälens kommun

Eftersom handeln vid Scandinavian Mountains Airport i hög grad kommer att rikta sig mot norska kunder begränsas effekten för dagens handelsutbud som i första hand drivs av lokalbefolkningen samt fritidsboende/turister. Därför bedöms att befintlig handel i begränsad omfattning kommer att påverkas negativt av handeln vid Scandinavian Mountains Airport. En möjlig negativ effekt kan vara att handeln delvis begränsar förutsättningarna för gränshandeln i Långflon, men mot bakgrund av Långflons relativt begränsade handelsutbud i sammanhanget ser vi mer möjligheter än hot. HUIs bedömning är dock att det initialt kommer att ske en omsättningsreducering för dagens butiker i Sälenfjällen, främst inom dagligvarusegmentet. Denna reducering finns det dock goda möjligheter att stoppa och bygga upp i takt med att lokalbefolkning och ett ökande antal turister besöker Sälenfjällen och konsumerar dagligvaror lokalt i anslutning till fjällanläggningarna samt i Sälens by. Totalt förväntas handeln både inom sällanköpsvaror och dagligvaror mångdubblas jämfört med dagens nivåer. Risken för utslagning finns alltid men också möjligheten för handeln att omlokalisera sig och möta en större mängd kunder i samma marknadsområde.

Konsekvenser för övriga näringar i Malung-Sälens kommun

En etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport kan, utöver ökad försäljning inom detaljhandeln, även leda till nya möjligheter och ökade intäkter inom andra närbesläktade branscher, som restaurang och boendeanläggningar med mera. De flesta gränshandlande kunder från Norge besöker i stor omfattning gränshandelsanläggningarna i Sverige över dagen. Det innebär att potentialen för ökade intäkter är störst i branscher som restaurang/café och servicebranscher som bilreparationer, veterinär, tandläkare etc. En utbyggd handel kommer dessutom att stärka attraktiviteten för hela regionen, även för skidanläggningarna på den norska sidan då Trysil/Sälen/Engerdal/Älvdalen kommer att framstå som en mer komplett besöksdestination. Detta skulle dels öka intäkterna och beläggningsgraden på befintliga boendeanläggningar, dels kunna innebära en potential för framtida nyetableringar.

Konsekvenser för handeln i närområdet

Under normala omständigheter innebär en utbyggnad av handeln i en kommun att konkurrensen gentemot omkringliggande kommuner ökar, vilket kan bidra till negativa konsekvenser som omsättningsminskningar och till och med utslagning för befintlig handel. När det gäller gränshandel är logiken dock en annan.

Då handeln vid Scandinavian Mountains Airport främst riktar sig mot norska konsumenter är det också i Norge som de största konsekvenserna för befintlig handel kan väntas. Befintlig handel i närområdet riktar sig i huvudsak mot boende i kommunen och till viss del mot turister och fritidshusboende. Erfarenheter från andra gränshandelskommuner visar att handeln i övriga kommuner i närområdet i mycket liten utsträckning konkurrerar med gränshandeln. En etablering av gränshandel vid Scandinavian Mountains Airport bedöms därför inte medföra några nämnvärda negativa konsekvenser för befintlig handel i övriga kommuner i området. Ett viktigt undantag är Torsby/Långflon, som genom sitt riktade utbud till den norska marknaden direkt utgör en konkurrent till Scandinavian Mountains Airport. En utbyggnad av handeln i Långflon påverkar således marknadsförutsättningarna för Scandinavian Mountains Airport. HUIs bedömning är dock att om handeln begränsas till de nivåer som kommunicerats, det vill säga till 16 000 kvadratmeter handel i Långflon samt till mellan 28 000 och 36 000 kvadratmeter vid Scandinavian Mountains Airport, skapas förutsättningar för att båda anläggningarna kan bli framgångsrika.

Effekterna av handeln vid Scandinavian Mountains Airport blir knappast avgörande för flertalet av butikerna på den norska sidan. Sammantaget utgör den totala gränshandeln ett större hot än just en enskild anläggning. Gränshandelskunderna har alltid möjlighet att välja alternativ som Charlottenberg eller andra orter. Vår bedömning blir således att effekterna av Scandinavian Mountains Airport är begränsade även på den norska marknaden.

Konsekvenser vid utebliven etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport – nollscenario

HUI bedömer att en utebliven etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport skulle innebära att den totala gränshandeln mellan Sverige och Norge blir mindre än om utbyggnaden sker. Anledningen är att de norska kunder som skulle ha åkt till Scandinavian Mountains Airport inte nödvändigtvis kommer att åka till Långflon eller övriga gränshandelsanläggningar.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	8
1.1	Bakgrund	8
1.2	Syfte	8
1.3	Mål	8
1.4	Definition av begrepp	9
1.5	Scandinavian Mountains Airport	9
1.6	Definition av områden.....	10
1.7	Antaganden	12
1.8	Avgränsningar	12
2	Den svenska detaljhandeln.....	13
2.1	Dagligvaruhandeln	13
2.2	Sällanköpsvaruhandeln	17
2.3	Shopping och turism.....	18
3	Marknadsförutsättningar	21
3.1	Marknadsförutsättningar – efterfrågesidan.....	21
3.1.1	Upptagningsområde	21
3.1.2	Befolkningens storlek och utveckling	23
3.1.3	Arbetspendling.....	24
3.1.4	Turism	25
3.1.5	Köpkraft	26
3.2	Marknadsförutsättningar – utbudssidan	29
3.2.1	Utredningsområde Scandinavian Mountains Airport	29
3.2.2	Handeln i Malung-Sälen med omnejd	30
3.2.3	Handelns styrka – försäljningsindex	31
3.2.4	Handelns struktur i Malung-Sälen	34
3.2.5	Handelns struktur i regionen	36
3.2.6	Handeln i andra Värmlands gränskommuner	37

4	Konsekvensanalys	40
4.1	Etablering av ny handel	40
4.1.1	Etableringens storlek och omsättning	40
4.1.2	Sammanfattning och reflektioner av förutsättningar för Scandinavian Mountains Airport	45
4.2	Konsekvenser vid handel vid Scandinavian Mountains Airport.....	46
4.2.1	Konsekvenser för handeln i Malung-Sälen kommun	46
4.2.2	Konsekvenser för andra näringar i Malung-Sälen kommun	48
4.2.3	Konsekvenser för handeln i närområdet	49

1 Inledning

Detta första avsnitt syftar till att förklara bakgrunden till uppdraget, dess syfte och mål samt till att belysa den initiala utgångspunkten för uppdraget liksom väsentliga förutsättningar eller antaganden som har varit nödvändiga för arbetet. Vidare presenteras ett antal begreppsdefinitioner samt en överskådlig disposition av rapporten.

1.1 Bakgrund

Scandinavian Mountains Airport kommer att etableras i Malung-Sälens kommun och syftar till att förbättra tillgängligheten till flera destinationer i de svenska respektive norska fjällerna. I direkt anslutning till flygplatsen kommer det att uppföras både dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel i syfte att komplettera och stärka handelsutbudet i regionen.

En etablering av en handelsplats som denna kan få konsekvenser, både positiva och negativa, för befintlig dagligvaru- och sällanköpsvaruhandel i området. Det finns sedan tidigare etableringsanalyser avseende handel vid Scandinavian Mountains Airport. Länsstyrelsen Dalarna har dock efterlyst en fördjupad handelsutredning som belyser konsekvenserna av denna etablering. Det handlar dels om hur etableringen kan påverka handeln i närliggande delar av kommunen (till exempel Sälens by och Rörbäcksnäs) och dels hur etableringen påverkar närliggande marknader som Älvdalen och Trysil/Engerdalområdet.

En konsekvensanalys behövs som underlag till arbetet med översiktsplanen och detaljplanen innan etableringsprocessen kan fortsätta.

1.2 Syfte

Syftet med utredningen är att förse Länsstyrelsen Dalarna, Malung-Sälens kommun samt andra intressenter med ett material som kan ligga till grund för överväganden om handelsetableringen vid den framtida flygplatsen.

1.3 Mål

Målen med detta uppdrag är följande;

1. Att analysera de marknadsmässiga förutsättningarna för tillkommande handel i anslutning till Scandinavian Mountains Airport i Malung-Sälens kommun

2. Att analysera etableringens konsekvenser för befintlig handel i Malung-Sälens kommun samt eventuell påverkan på närliggande marknader som Långflons handelsområde i Torsby kommun samt Älvdalen och Trysil/Engerdalområdet

1.4 Definition av begrepp

Omsättning: Försäljning inklusive moms, löpande priser.

Dagligvaror: Sammanfattande begrepp för allivs- och speciallivsbutiker, service- och jourbutiker, blommor, tobak, tidningar och kioskar samt systembolag och apotek.

Sällanköpsvaror: Sammanfattande begrepp för handel inom grupperna beklädnad, hem- och fritidsvaror och varuhus.

Köpkraft: Det teoretiska belopp som konsumenterna spenderar på inköp av detaljhandelsvaror, det vill säga marknadens storlek från efterfrågesidan.

Försäljningsindex: Ett mått på flöden av handel över kommungränser. Index 100 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index >100 innebär inflöde, index <100 innebär utflöde.

Upptagningsområde: Det område som omfattar efterfrågesidan, exempelvis befolkning, köpkraft med mera.

Utredningsområde: Det område som omfattar utbudssidan, exempelvis övrig handel i Malung-Sälens kommun med omnejd.

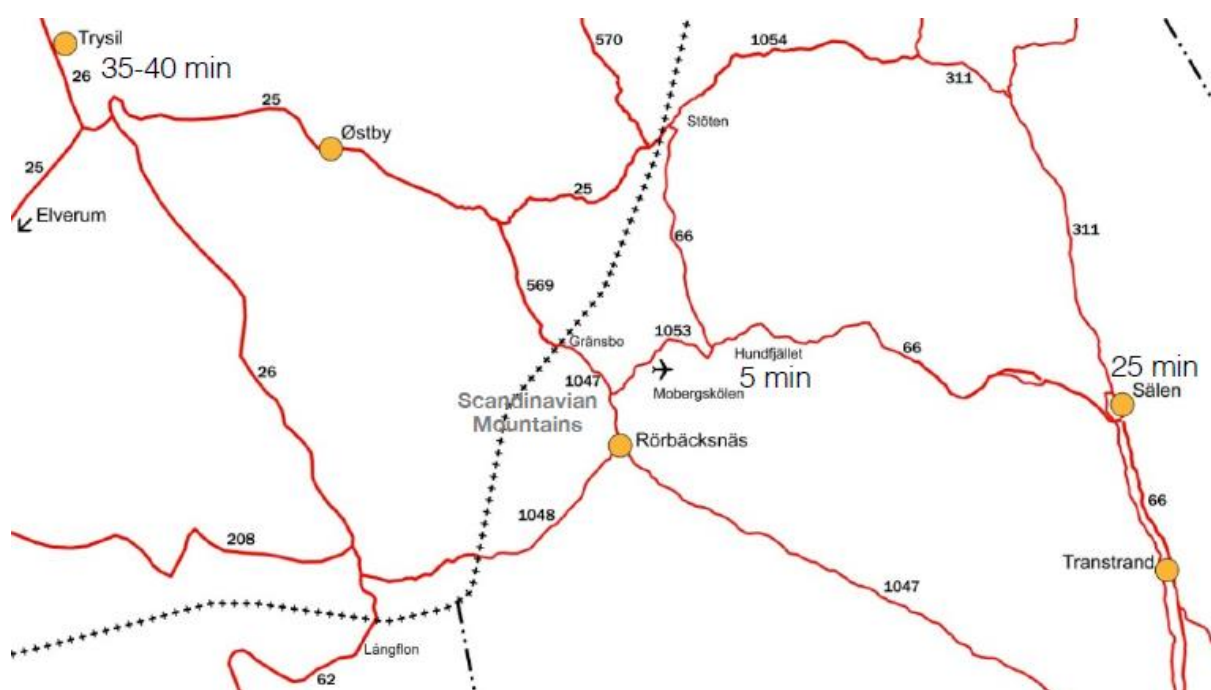
1.5 Scandinavian Mountains Airport

Mitt emellan Trysil och Sälenfjällen, nära den norska gränsen, planeras en ny internationell flygplats som årligen väntas ta emot omkring 100 000 resenärer. I anslutning till flygplatsen planeras även en ny handelsplats. Handelsplatsen vänder sig till såväl den lokala marknaden som till den norska sidan och till turister i regionen.

Etapp 1 av handelsetableringen omfattar 28 000 kvadratmeter handel och 1 400 parkeringsplatser. Invigning väntas ske under slutet av 2017. I etapp 2 tillkommer ytterligare 8 000 kvadratmeter handel som väntas slå upp portarna under 2018/2019. Handelsplatsen är

inriktad på dagligvaruhandel samt sport- och fritidshandel. Därtill väntas shoppingcentret även innehålla butiker med inriktning på konfektion, billtillbehör/järnhandel, inredning samt övrig service och caféer/restauranger.

Bild 1 Läge



Källa: Scandinavian Mountains Airport

1.6 Definition av områden

Handelsutredningar i allmänhet omfattar vanligtvis ett upptagningsområde. Det är inom detta område som en specifik kommun, ort eller handelsplats har sitt huvudsakliga kundunderlag och inom vilket det får sin omsättning. Vanligtvis inkluderar ett definierat upptagningsområde såväl efterfrågan, i form av befolkning och köpkraft, som detaljhandelsutbudet och konkurrenssituationen i området. När det gäller detta uppdrag ser förhållandena annorlunda ut, varför vi bedömer att det är nödvändigt att i ett tidigt skede definiera de olika områden som vi kommer att belysa och diskutera i denna rapport.

Det planerade handelsområdet vid Scandinavian Mountains Airport är beläget i Malung-Sälens kommun cirka 10 kilometer från Sveriges gräns mot Norge. Marknadsplatsen är i första hand inriktad på och avsedd för turister samt gränshandel. Handeln kommer i första hand att rikta sig till den norska befolkningen på andra sidan riksgränsen. *Upptagningsområdet* är det område

från vilket handeln primärt hämtar sina kunder och därmed sin omsättning. I nedanstående schematiska karta illustreras upptagningsområdet som det gröna området. Den större delen av upptagningsområdet sträcker sig in i Norge, över ett stort omland. På den svenska sidan innefattas i första hand kommunerna Malung-Sälen, Älvdalen samt Torsby.

Detta uppdrag syftar till att ge svar på frågor rörande utökad handelsyta i området i anslutning till Scandinavian Mountains Airport i Sälen och vilka konsekvenser det kan medföra för befintlig och redan planerad handel i Långflon i Torsby kommun samt övergripande kommentarer för dess påverkan på den norska närmarknaden. Frågeställningarna berör i första hand Malung-Sälen och Torsby/Långflon samt Trysilområdet. Med anledning av detta har vi valt att definiera detta område som ett så kallat *utredningsområde*. I kartan illustreras utredningsområdet som det röda området och det norska upptagningsområdet som det gröna.

Bild 2 Schematisk karta över betydande gränshandelsområden i Bohuslän, Värmland samt Dalarna. Norskt upptagningsområde (grönt) och uppdragets utredningsområde (rött)



Källa: HUI Research.

1.7 Antaganden

Den föreslagna handelsetableringen i anslutning till Scandinavian Mountains Airport antas innefatta både dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel. Ett vidare antagande är att den tillkommande handeln kommer att utveckla och bredda utbudet och det totala erbjudandet i respektive område. Det är sannolikt att det innefattar nya aktörer, butiksformat och branscher, i syfte att öka Sälen-Malungs attraktionskraft ytterligare som en handelsdestination.

1.8 Avgränsningar

Detta uppdrag kartlägger inte ingående handelns storlek, konkurrens, utbud och struktur på den norska sidan av gränsen mer än som en övergripande diskussion angående eventuell påverkan av en handelssatsning vid Scandinavian Mountains Airport.

2 Den svenska detaljhandeln

Den svenska detaljhandeln delas in i de två huvudbranscherna dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel.

2.1 Dagligvaruhandeln

Dagligvarumarknaden i Sverige har under de senaste hundra åren utvecklats från att vara en marknad som karaktäriserats av en övervägande andel bostadsnära butiker av traditionell supermarketkaraktär (som Ica Supermarket, Coop Konsum med flera) till en marknad där nya butiksformat som stormarknader, lågprisbutiker, jourbutiker och trafikbutiker har vuxit fram. Nedan följer en kort beskrivning av de butiksformat som finns i Sverige, enligt den indelning som HUI Research utgår ifrån.

Servicebutik

Servicebutiken är lokaliserad i en stadskärna eller i ett bostadsområde. Dess främsta konkurrensmedel är tillgänglighet, både vad gäller lokalisering och öppettider, snarare än utbud och pris. Utbudet består uteslutande av dagligvaror av kompletterande karaktär och det är vanligt förekommande att servicebutiken även säljer snabbmat. Några exempel på butikskoncept är 7-Eleven och Pressbyrån, men här återfinns även de flesta av landets icke-kedjeanslutna handlare. Servicebutiken kännetecknas främst av:

- Dagligvarusortiment av kompletterande karaktär
- Generösa öppettider
- Kundfrekvent lokalisering centralt eller bostadsnära

Trafikbutik

Trafikbutiken har ett produktutbud som huvudsakligen består av dagligvaror och har ofta mycket generösa öppettider. Butiksformatet har mycket gemensamt med servicebutiken med den skillnaden att trafikbutiken ligger i anslutning till en bensinstation. Trafikbutiken har nästan uteslutande dagligvaror i sortimentet och säljer ofta snabbmat. Inom detta butiksformat återfinns i stort sett endast handlare anslutna till något av de stora bensinbolagen. Exempel på butikskoncept är OK/Q8, Statoil, Prem och Shell. Trafikbutiken kännetecknas främst av:

- Att det är en servicebutik i anslutning till en bensinstation

Renodlade lågprisbutiker – Hard Discount

Lågprisbutiker dök upp på den svenska dagligvarumarknaden under 2002. I dagsläget finns det närmare 300 hard discount-butiker i Sverige. I Sverige domineras butiksformatet helt av två aktörer, Lidl och Netto. Hard discount-butiken kännetecknas främst av:

- Avsaknad av manuella diskar
- Enkel inredning
- Aggressiv prisstrategi där låga priser är det helt dominerande marknadsföringsargumentet
- Begränsat sortiment

Allivsbutiker

De flesta av Sveriges dagligvarubutiker kan klassificeras som allivsbutiker. En allivsbutik är vad man skulle kunna kalla en "vanlig" matbutik. Inom detta butiksformat finns en stor spridning. Allivsbutikerna differentierar sig genom faktorer som butikens storlek, lokalisering, prisnivå, utbud och primär målgrupp.

Nära – Allivs

Närbutikerna är lokaliserade centralt eller bostadsnära. Den primära målgruppen är människor som bor eller arbetar i närheten av butiken och butikens främsta konkurrensmedel är just närheten. Närbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror, men utbudet kan inte ses som ett konkurrensmedel gentemot övriga allivsformat. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är ICA Nära, Coop Nära, Willys Hemma och Tempo. Närbutiken kännetecknas av:

- Central lokalisering i stadskärna eller i bostadsområdes-/stadsdelscentrum
- Fullvärdigt, men något begränsat, utbud av dagligvaror
- Att den övervägande delen av kunderna bor eller arbetar nära butiken

Supermarket – Allivs

Supermarketbutikerna är lokaliserade centralt eller bostadsnära. Den primära målgruppen är personer som bor eller arbetar i närheten av butiken. Supermarketbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror. Det är svårt att peka på en faktor som är deras främsta konkurrensmedel, snarare är det så att dessa butiker konkurrerar genom att vara tillräckligt bra vad gäller lokalisering, pris och utbud. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butiksformat är ICA Supermarket, Coop Konsum och Hemköp. Supermarketbutikerna kännetecknas av:

- Central lokalisering i stadskärna eller i bostadsområdes-/stadsdelscentrum
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med kompletterande utbud av sällanköpsvaror
- Att den övervägande delen av kunderna bor eller arbetar i närheten av butiken

Storbutik – Allivs

Storbutikerna är lokaliserade halvexternt eller externt och riktar sig i stor utsträckning till bilburna kunder. Till skillnad från övriga allivsbutiker är storbutikernas främsta konkurrensmedel ett brett och djupt utbud. Storbutikerna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butikskoncept är Willys, ICA Kvantum och Coop Extra. Storbutiken kännetecknas av:

- Ofta halvexterna och externa lokaliseringar
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori
- Kompletterande utbud av sällanköpsvaror
- I stor utsträckning bilburna kundkrets

Stormarknader

Stormarknaderna är lokaliserade i halvexterna eller externa lägen och riktar sig huvudsakligen till bilburna kunder. Stormarknaderna har ett fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori och erbjuder även ett betydande utbud av sällanköpsvaror. Stormarknadens främsta konkurrensmedel är det breda utbudet i kombination med låga priser. Exempel på butikskoncept som tillhör detta butikskoncept är ICA Maxi, Coop Forum och City Gross. Stormarknaden kännetecknas av:

- Halvexterna och externa lokaliseringar
- Fullvärdigt utbud av dagligvaror med många valmöjligheter inom varje produktkategori
- Betydande utbud av sällanköpsvaror
- Övervägande andel bilburna kunder
- God tillgång till parkeringsplatser

Butiksformaten fyller olika funktioner för konsumenterna

Service- och trafikbutikerna har jämförelsevis höga priser och ett starkt begränsat utbud av varor. Dessa butikskoncept fungerar därför huvudsakligen som komplement till de övriga butikskoncepten, vilket innebär att snittköpen är lägst inom detta format.

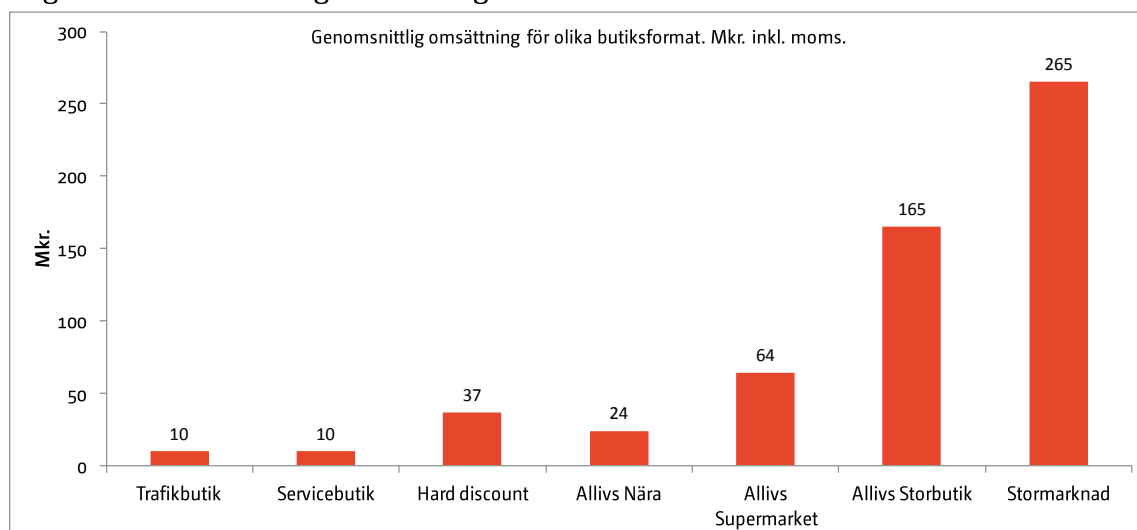
Hard discountbutikerna har ett större sortiment än service- och trafikbutikerna. Det är emellertid få konsumenter som gör merparten av sina inköp i dessa butiker. Snittköpen är högre än i service- och trafikbutikerna men lägre än i övriga butiksformat.

Nära- och supermarketbutikerna ligger oftast nära bostäder och konsumenterna besöker dessa butiker mest frekvent. Närheten väger tungt för konsumenten och kompenserar för att varuutbudet är mindre än hos de större butiksformaten. Andelen kunder som storhandlar i dessa butiker är liten och snittköpen är också lägre än i storbutiker och stormarknader.

Storbutiker och stormarknader är de butiksformat som har störst sortiment av dagligvaror. I stormarknaderna finns dessutom ett visst utbud av sällanköpsvaror som kläder, elektronik, böcker med mera. Butikerna besöks mindre frekvent än de mindre butiksformaten och snittköpen är större än för övriga butiksformat.

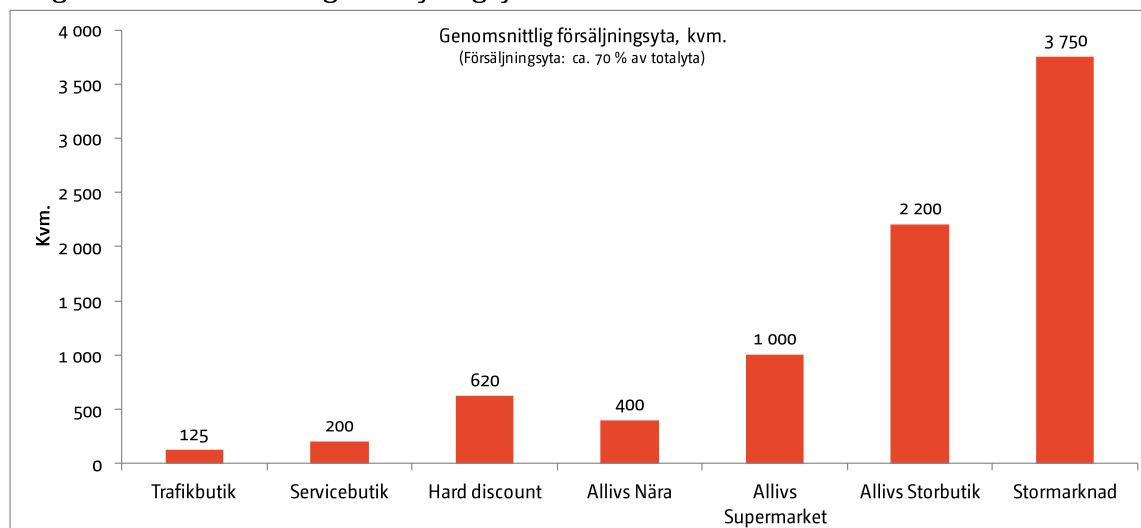
De flesta konsumenter handlar i flera butiksformat. De kan veckohandla på Coop Extra, kompletteringshandla några gånger i veckan på Coop Nära och hitta prisvärda produkter på Lidl och så vidare. Detta innebär att konkurrensen i dagligvaruhandeln sker efter principen att *lika slår mot lika*, det vill säga att konkurrensen huvudsakligen sker mellan butiker inom samma format och i mindre utsträckning mellan de olika butiksformaten. Diagrammen nedan visar genomsnittlig omsättning och storlek för de olika butiksformaten.

Diagram 1 Genomsnittlig omsättning i olika butiksformat



Källa: HUI Research

Diagram 2 Genomsnittlig försäljningsyta i olika butiksformat.



Källa: HUI Research

2.2 Sällanköpsvaruhandeln

Sällanköpsvaruhandeln delas in underbranscherna:

- Beklädnadshandel: kläder, skor, accessoarer etc.
- Handel med fritidsvaror: sport och fritid, leksaker, böcker, elektronik etc.
- Handel med hemutrustning: möbler, heminredning, järn och bygg, vitvaror etc.
- Övrig sällanköpsvaruhandel: Åhlnés, ÖoB, Rusta etc.

Sällanköpsvaruhandeln kan också delas in i urvalshandel och volymhandel. De både formerna skiljer sig åt avseende innehåll och huvudsaklig lokalisering.

Den så kallade urvalshandeln kännetecknas av inköp som genomförs mer sällan, till exempel inköp av kläder, skor, kosmetika och heminredning. Denna typ av handel återfinns normalt i stadskärnan men förekommer även i externa lägen. I dessa fall innebär det en stark konkurrens mellan externhandeln och handeln i stadskärnan eftersom utbudet är så likartat.

Volymhandeln kännetecknas av varor som handlas mer sällan och, som ordet indikerar, ofta är skrymmande. Exempel är vitvaror och möbler. Volymhandeln är oftast lokaliserad i mer externa lägen utanför eller i utkanten av den egentliga stadsbebyggelsen. Eftersom utbudet av

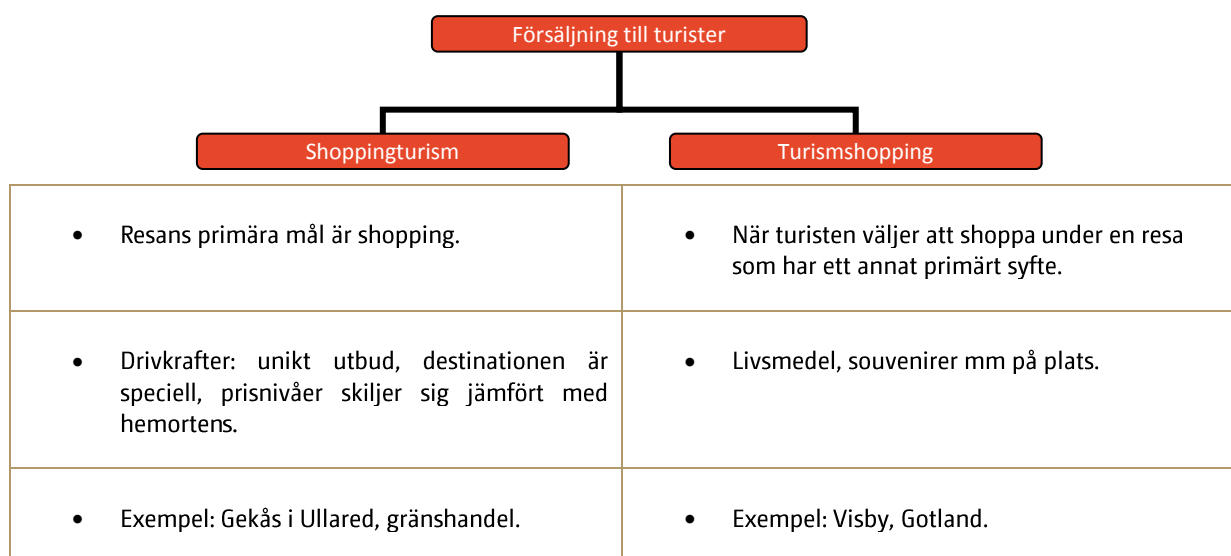
volymhandel i stadskärnan normalt sett är litet blir konkurrensen mellan externhandeln och handeln i stadskärnan begränsad. Externhandeln (i de fall det rör sig om volymhandel) och handeln i stadskärnan kompletterar oftast varandra mer än vad de konkurrerar.

2.3 Shopping och turism

Handel och turism påverkas av ett flertal olika faktorer. Handeln påverkas primärt av befolkningen och dess köpkraft i ett specifikt område medan attraktioner, serviceutbud, kommunikationer och marknadsföring är viktiga faktorer för turismen. Shoppingturismen knyter samman handel och turism och har mycket gemensamt med båda branscherna, exempelvis läge, attraktionskraft, koncept, kommunikation, transportmöjligheter med mera.

Ett sätt att definiera shoppingturism är att: *konsumenten åker längre för att handla vissa varor än vad som egentligen behövs*. Detta resonemang betyder att shoppingen i sig ger resan ett mervärde. I det här sammanhanget är det också relevant att diskutera både så kallad shoppingturism och så kallad turismshopping. Shoppingturism innebär att shopping är resans primära mål. Turismshopping kallas det när turister under resor som har något annat primärt syfte väljer att shoppa.

Figur 1 Shoppingturism och turismshopping



Källa: Svensk Handel, Den svenska shoppingturismen 2011.

Gränshandel

Gränshandel är i huvudsak en form av prisbaserad shoppingturism. De främsta drivkrafterna för gränshandeln är att shoppingturister, genom inköpsresor till angränsande länder, vill dra nytta av skillnader i moms, skatteregler, priser och valutakurser mellan det land som de shoppar i och det land de är bosatta i.

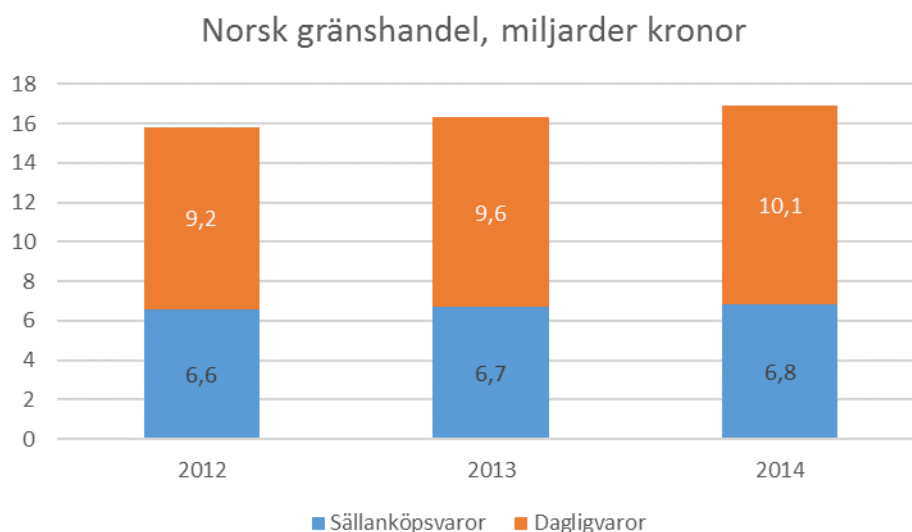
Nordisk gränshandel och turism visar på stora effekter i Sverige och har en betydande andel av handeln och turismnäringen på totalnivå. På regional nivå har gränshandeln en marginell betydelse för många kommuner, medan den för några gränshandelsintensiva kommuner har mycket stor ekonomisk betydelse. Gränshandeln sker oftast på den närmast belägna orten eller marknadsplatsen utanför hemlandet. I Sverige är gränshandeln som mest betydelsefull i ett begränsat antal regioner längs gränsen, till exempel kommunerna Strömstad i Västra Götaland, Eda och Årjäng i Värmland och Haparanda i Norrbotten.

Den norska gränshandeln 2014

HUI presenterade under maj 2015 en rapport som behandlade den norska gränshandeln 2014. I detta avsnitt följer en kort sammanfattning av valda delar.

De totala konsumtionen för detaljhandeln från Norge beräknades vara 16,9 miljarder kronor år 2014, en ökning med 600 miljoner kronor (4 procent) sedan år 2012. Observeras bör att detta gäller utlägg för detaljhandel och inte innefattar norsk konsumtion för parti- eller tjänstehandel.

- Utläggen i dagligvaruhandeln var 10,1 miljarder kronor (+5 procent)
- Utläggen i sällanköpsvaruhandeln var 6,8 miljarder kronor (+1 procent)



Under den senaste tioårsperioden har den norska gränshandeln i Sverige ökat mycket kraftigt och effekten är som störst i de regioner som har goda kommunikationer till befolkningstäta områden i Norge. Under 2014 gjorde norrmännen totalt 10,7 miljoner resor till Sverige och cirka 6,6 miljoner av dessa var dagsturer med shopping som syfte.

Den främsta drivkraften bakom gränshandeln från Norge är prisskillnaderna på dagligvaror länderna emellan. Prisskillnaderna beror i sin tur på skatter, tullar och valutakursen och gränshandelns framtid är därmed starkt kopplad till hur dessa faktorer utvecklas. En annan drivkraft är det stora utbud som finns på den svenska sidan av gränsen samt att norrmännen gör det till en utflykt att åka till Sverige och handla.

Flertalet gränshandlare reser med bil och handlar främst livsmedel, godis, alkohol och tobak. De norska turisterna handlade för cirka 17 miljarder kronor i Sverige under år 2014, en ökning med 4 procent jämfört med föregående år.

HUIs samlade bedömning om gränshandelns framtid är att vi ser en fortsatt en god framtid för den norska gränshandeln. Detta då prisgapet på företrädesvis dagligvaror är så stort så att en eventuell valutakursförändring på 10-20% spelar en underordnad betydelse.

3 Marknadsförutsättningar

I detta avsnitt kartläggs de marknadsmässiga förutsättningarna inom dels upptagningsområdet, dels utredningsområdet. Marknadsförutsättningarna kartläggs och analyseras initialt från:

- *Efterfrågesidan* som till exempel rymmer faktorer som befolkningens storlek, utveckling och demografiska struktur. I denna analys läggs även vikt vid att kartlägga befolkningsunderlaget och köpkraften på den norska sidan av gränsen i syfte att bedöma möjligheterna för gränshandeln från Norge.
- *Utbudssidan* som rymmer faktorer som handelns storlek, konkurrens, utbud och struktur.

3.1 Marknadsförutsättningar – efterfrågesidan

Inledningsvis definieras upptagningsområdet för det nya handelsområdet vid Scandinavian Mountains Airport. Upptagningsområdet är det område inom vilket handelsetableringen antas hämta sina kunder och sin omsättning. Den större delen av området ligger på den norska sidan av gränsen medan den mindre delen omfattar Malung-Sälens grannkommuner längs den norska gränsen, det vill säga Torsby i söder och Älvdalen i norr.

3.1.1 Upptagningsområde

Upptagningsområdet är i huvudsak beroende av butikens eller handelsområdets storlek och omsättningsnivå. Människor handlar i regel livsmedel i närheten av bostaden eller arbetsplatsen och därmed blir upptagningsområdet för en dagligvarubutik vanligtvis begränsat. En allivsbutik har ett större upptagningsområde än en närbutik och en stormarknad har ett större upptagningsområde än en allivsbutik. Sällanköpsvaruhandel har ett större upptagningsområde än dagligvaruhandel, då människor har en betydligt större benägenhet att färdas längre sträckor för att handla sällanköpsvaror.

Förhållandena för den nya handelsetableringen vid Scandinavian Mountains Airport ser emellertid annorlunda ut än de gängse. Den större delen av upptagningsområdet sträcker sig in i Norge. I det här fallet är upptagningsområdet detsamma för både dagligvaror och sällanköpsvaror. Det norska upptagningsområdet beräknas eller antas utgöra marknadsområden knutna till centralorterna Hamar, Gjøvik samt Lillehammerregionen. Metodmässigt har vi gjort en uppskattning baserad på HUIs erfarenheter från den norska marknaden samt

konkurrenssituationen från andra gränshandelsanläggningar, som till exempel Charlottenberg, Töcksfors samt Strömstadsområdet. Dessa anläggningar avgränsar upptagningsområdet söderut. Likväl kommer det att förekomma ett visst inflöde från områden utanför vår definition av upptagningsområde men vi väljer att kalla detta inflöde från andra marknader.

Bild 3 Upptagningsområde



Källa: HUI Research

Upptagningsområdets svenska del omfattar kommunerna Malung-Sälén, Älvdalen samt Torsby. De svenska kommunerna är i det här avseendet främst relevanta som upptagningsområde för sällanköpsvaruhandel då dagligvaruhandeln i sina respektive delmarknader redan idag har ett varierat utbud av butiker.

Kommunikationer och avstånd

Vägförbindelsen mellan Norge och Rörbäcksnäs/Scandinavian Mountains Airport är jämfört med gränshandelsdestinationer i Bohuslän/Värmland något sämre men kommer med stor sannolikhet att utvecklas i samband med flygplatsens etablering.

Avståndsmässigt ligger de större byarna i Hamar/Gjøvik och Lillehammer på mellan 2 och 3 timmars avstånd. I grannskapet finns dock flera kommuner, däribland Trysil och Elverum, på mellan 30 och 90 minuters avstånd. Det finns också bussförbindelser mellan Trysil och Sälén.

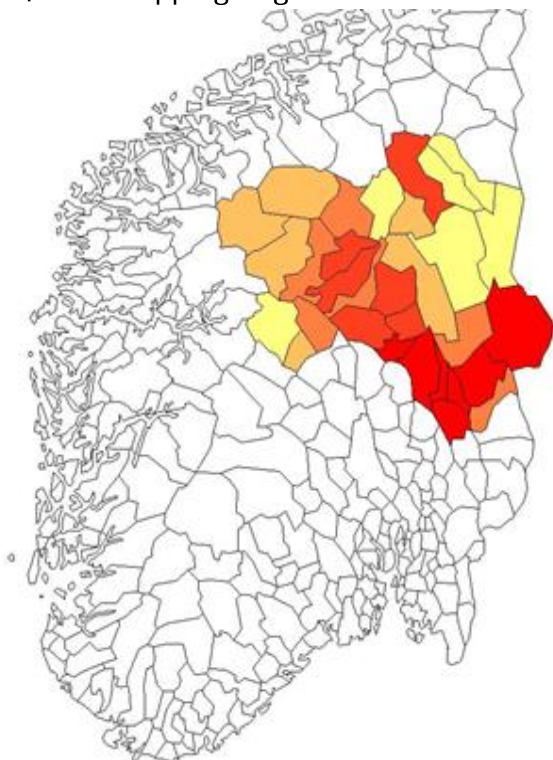
Bilresor utgör generellt det vanligaste färd sättet (90 procent) när norrmän åker till Sverige för att handla. Avståndsmässigt har både Långflon och Scandinavian Mountains Airport längre till en större närmaknad än de stora gränshandelsdestinationerna i söder. Som exempel kan nämnas

att på cirka 30 minuters avstånd längs E6 i norrgående riktning från Nordby/Strömstad nås cirka 150 000 personer och på 90 minuters avstånd nås Oslo från såväl Charlottenberg och Töcksfors som Nordby/Strömstad. Som tidigare rapport från Högskolan Dalarna tidigare fastställt är det tidsmässiga avståndet mellan den viktiga staden Hamar och Charlottenberg i stort sett jämförbart med avståndet till Scandinavian Mountains Airport. Jämförelsen är intressant därför handeln vid Scandinavian Mountains Airport kan få en utmaning att konkurrera med Charlottenbergs digra utbud med över 70 000 kvadratmeter handel.

3.1.2 Befolkningens storlek och utveckling

Befolkningen i det primära upptagningsområdet, som innefattar Sälen-Malungs kommun samt ett antal norska kommuner (se tabell 1), uppgick till drygt 64 000 år 2014. I Malung-Sälens kommun bor det cirka 10 000 personer.

Bild 4 Norskt upptagningsområde



Källa: HUI Research

Befolkningsutvecklingen under 2000-talet har varit något negativ. Prognosen för kommunen är att befolkningsnivån kommer att vara densamma fram till horisontåret 2025. För primärområdet som helhet förväntas, enligt gällande befolkningsprognoser, befolkningen öka med cirka 4,1 procent fram till 2025, vilket motsvarar cirka 2 000 invånare. Detta främst beroende på att de norska kommunerna visar en befolkningstillväxt som får ett positivt genomslag för primärområdet.

Det sekundära upptagningsområdet innefattar Torsby kommun där det bor cirka 12 000 personer och Älvdalens kommun där det bor det cirka 7 000 personer. Lejonparten av befolkningen i sekundärområdet bor dock på den norska sidan om gränsen (se tabell 1). Totalt innefattar området cirka 292 000 personer och befolkningstillväxten på den norska sidan innebär att marknaden ökar med ytterligare cirka 17 000 personer fram till år 2025, vilket motsvarar 5,9 procent.

Tabell 1 Befolkning år 2014 och befolkningsprognos 2020 och 2025

Befolkning/År	2014	2020	2025	Utveckling (%) 2014-2025
Primärt upptagningsområde	64 102	65 211	66 155	+4,1 %
Malung-Sälens kommun	10 261	10 235	10 104	-1,5 %
Norge primärmarknad*	53 841	54 976	56 051	+4,1 %
Sekundärt upptagningsområde	292 464	301 468	309 744	+5,9 %
Torsby kommun	12 157	11 794	11 409	-6,2%
Älvdalen kommun	7 179	7 132	6 996	-2,6%
Norge sekundärmarknad**	273 128	282 542	291 339	+6,7 %
Total befolkning	356 566	366 679	375 899	+5,6 %

Källa: SCB & SSB.

* Innefattar Grue, Åsnes, Våler, Elverum, Trysil, Åmot, Stor-elvdal, Rendalen samt Engerdal.

** Innefattar Hamar, Ringsaker, Løten, Stange, Nord-Odal, Tolga, Tynset, Alvdalen, Folldal, OS, Lillehammer, Gjøvik, Dovre, Lesja, Skjåk, Lom, Vågå, Nord-Fron, Sel, Sør-Fron, Ringebu, Øyer, Gausdal, Østre Toten, Vestre Toten, Jevnaker, Lunner, Gran, Vestre Slidre, Øystre Slidre, Vang.

3.1.3 Arbetspendling

Arbetspendling kan ha betydelse för handeln i en kommun i och med att personer som reser till kommunen för att arbeta kan välja att handla på orten och att personer som reser från kommunen för att arbeta på annan ort kan handla på arbetsorten eller i samband med resor till och från arbetet. För handeln i en kommun är det bättre med ett positivt pendlingsnetto. Malung-Sälens kommun har ett positivt pendlingsnetto på omkring 400 personer, då fler

arbetspendlar in till än ut från kommunen. Omkring 1 000 personer arbetar i kommunen, men är bosatta utanför. Antalet utpendlare över kommungränsen uppgår till cirka 600.

Tabell 2 Arbetspendling till och från Malung-Sälens kommun år 2014

Kommun	Inpendlare	Utpendlare	Pendlingsnetto
Malung	1 021	611	410

Källa: SCB

3.1.4 Turism

Malung-Sälen är ett populärt besöksmål för turister med över 750 000 registrerade övernattningar under 2014 på hotell, i stugbyar, på vandrarhem och campingplatser. Antalet övernattningar på kommersiella boenden uppgick under 2014 till 76 per invånare, vilket är betydligt högre än rikssnittet på cirka 5 kommersiella övernattningar per invånare. Kommunen har även betydligt fler fritidshus än rikssnittet, 494 fritidshus per 1 000 invånare. Detta kan jämföras med rikssnittet som är 44 fritidshus per 1 000 invånare.

Tabell 3 Gästnätter 2014 och fritidshus 2014

Kommun	Antal fritidshus/ 1 000 invånare	Gästnätter HSV (hotell, stugby och vandrarhem)	Gästnätter C (camping)
Malung-Sälen	494	595 764	161 958

Källa: HUI Research/Handeln i Sverige samt SCB/Tillväxtverket

I genomsnitt står turister för omkring tio procent av omsättningen i detaljhandeln. För Malung-Sälens del är det ingen tvekan om att turisterna bidrar med en avsevärd andel av omsättningen i kommunen, men samtidigt sker detta främst under en begränsad period av året. Omkring 7 av 10 kommersiella övernattningar i Malung-Sälen görs under vintersäsongen (december-april).

Kommunen lockar främst besökare från övriga Sverige. Omkring var tionde övernattning i Malung-Sälen gjordes av en utländsk turist under 2014. Exportandelen, det vill säga andelen utländska gästnätter, är därmed betydligt lägre än rikssnittet där omkring var fjärde övernattning görs av en utländsk besökare.

Observera att ovanstående sammanställning av turismen i kommunen inte innefattar de personer som besöker Malung-Sälen över dagen, till exempel norska turister som åker till

Sverige för att gränshandla. Inte heller de turister som övernattar i eget fritidshus, privathyrda stugor eller hos släkt och vänner går att kvantifiera med hjälp av tillgänglig statistik.

I och med den framtida flygplatsetableringen Scandinavian Mountains Airport växer möjligheterna att locka fler turister till området, vilket även kan komma att gynna handelsetableringen i form av utökad köpkraft. Hur många fler turister som väntas besöka Scandinavian Mountains är i nuläget okänt.

3.1.5 Köpkraft

Köpkraften är det teoretiska belopp som invånarna spenderar i detaljhandeln. Köpkraftsberäkningarna baseras på prognoser som gjorts av Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

Malung-Sälen (primärområde)

Köpkraften i Malung-Sälens kommun uppgår idag till cirka 300 miljoner kronor för dagligvaror och cirka 250 miljoner kronor för sällanköpsvaror. Köpkraften i Malung-Sälen beräknas öka marginellt för dagligvaror medan köpkraften för sällanköpsvaror beräknas öka med cirka 50 miljoner kronor fram till år 2025. Befolkningen i kommunen är beräknad att minska fram till 2025 vilket är anledningen till den nästintill obefintliga tillväxten gällande dagligvaror. Tillväxten för sällanköpsvaror beror enbart på en ökad förväntad konsumtion per capita.

Älvdalen och Torsby (sekundärområde)

Enligt gällande köpkraftsprognoser beräknas köpkraften för dagligvaror i Torsby kommun och Älvdalens kommun uppgå till cirka 550 miljoner kronor och sällanköpsvaror till knappt 450 miljoner kronor i dagsläget.

Köpkraften för dagligvaror beräknas minska något eller ligga i paritet med dagens nivåer. Köpkraftsutvecklingen för sällanköpsvaror beräknas öka med cirka 60 miljoner kronor fram till år 2025.

Norge

Hushållens konsumtion i Norge har under 2000-talet haft en årlig tillväxt på 3,3 procent i fasta priser, vilket kan jämföras med Sverige som under samma period hade en konsumtionstillväxt på 2,1 procent. Förutom att den norska konsumtionen har varit starkare än den svenska under 2000-talet har även befolkningstillväxten varit högre. Norge har under 2000-talet haft en årlig

befolkningstillväxt på 0,9 procent och under de senaste åren har tillväxten varit 1,2 procent. Detta kan jämföras med Sveriges årliga befolkningstillväxt på 0,7 procent under samma period.

Tabell 4 Köpkraft i upptagningsområdet år 2014, prognos 2020 och 2025, mkr

Köpkraft/År	2014	2020	2025	Utveckling (mkr) 2014-2025
Malung-Sälen kommun				
Dagligvaror	304	311	307	3
Sällanköpsvaror	247	278	294	46
Norge-primärområde*				
Dagligvaror	2 301	2 569	2 843	542
Sällanköpsvaror	2 155	2 506	2 869	714
Torsby kommun				
Dagligvaror	349	347	336	-13
Sällanköpsvaror	281	307	315	34
Älvdalens kommun				
Dagligvaror	206	210	206	0
Sällanköpsvaror	166	186	193	27
Norge-sekundärområde*				
Dagligvaror	11 672	13 205	14 776	3 104
Sällanköpsvaror	10 932	12 881	14 910	3 978

Källa: HUI Research och Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

*Köpkraft gällande primärt- och sekundärt upptagningsområde för Norge presenteras i NOK.

Köpkraften i primärområdet uppgick år 2014 till cirka 2,3 miljarder norska kronor för dagligvaror och till cirka 2,2 miljarder norska kronor för sällanköpsvaror. En växande befolkning i kombination med en ökning av konsumtionen per capita innebär att köpkraften år 2025 beräknas uppgå till 2,8 miljarder norska kronor för dagligvaror och till 2,9 miljarder norska kronor för sällanköpsvaror. I sekundärområdet uppgår köpkraften för dagligvaror och sällanköpsvaror till cirka 11,7 respektive 10,9 miljarder norska kronor. Fram till 2025 beräknas denna köpkraft öka med cirka 3,1 miljarder norska kronor inom dagligvaruhandeln och 4 miljarder norska kronor inom sällanköpsvaruhandeln. Således beräknas köpkraften för den totala detaljhandeln på den norska sekundärmarknaden till 30 miljarder norska kronor år 2025.

Tabell 5 Köpkraft för sällanköpsvaror i upptagningsområdet år 2014, prognos 2020 & 2025, mkr

Köpkraft/År	2014	2020	2025	Tillväxt (mkr) 2014-2025
Malung-Sälen kommun				
Beklädnad	76	79	79	+3
Hemutrustning	99	109	113	+14
Fritidsvaror	72	88	102	+30
Sällanköpsvaror	247	278	294	+46
Norge-primärområde				
Beklädnad	719	836	957	+542
Hemutrustning	693	806	923	+238
Fritidsvaror	743	864	989	+246
Sällanköpsvaror	2 155	2 506	2 869	+714
Torsby kommun				
Beklädnad	87	88	86	-1
Hemutrustning	111	119	120	+9
Fritidsvaror	80	95	108	+28
Sällanköpsvaror	281	307	315	+34
Älvdalen kommun				
Beklädnad	51	53	53	+2
Hemutrustning	65	72	74	+9
Fritidsvaror	47	58	66	+9
Sällanköpsvaror	164	183	193	+29
Norge-sekundärområde				
Beklädnad	3 647	4 297	4 974	+1 327
Hemutrustning	3 516	4 143	4 795	+1 279
Fritidsvaror	3 769	4 441	5 141	+1 372
Sällanköpsvaror	10 932	12 881	14 910	+3 978

Källa: HUI Research och Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

*Köpkraft gällande primärt- och sekundärt upptagningsområde för Norge presenteras i NOK.

Konsumtionen av sällanköpsvaror utgörs av underbranscherna beklädnad, hemutrustning och fritidsvaror. Beklädnadshandeln innefattar bland annat varugrupperna kläder, skor och andra personliga varor. Hemutrustningsbranschen omfattar bland annat varugrupperna möbler, hushållstextilier och mindre elapparater för hushåll samt byggvaror. I fritidsvaruhandeln ingår bland annat hemelektronik och sport- och fritidsartiklar.

Underbranschernas andel av sällanköpsvarukonsumtionen fördelar sig relativt lika mellan Sverige och Norge år 2014. Beklädnads- och fritidshandeln har en större andel av sällanköpsvarukonsumtionen i Norge medan hemutrustningsbranschens andel är mindre jämfört med andelarna i Sverige. I prognosen för 2025 ser vi en viss skillnad i fördelningen mellan de tre segmenten jämfört med 2014. Beklädnadshandelsandelen av sällanköpsvarukonsumtionen på den svenska marknaden minskar något medan andelen för fritidshandeln ökar. På den norska sidan är andelarna oförändrade 2025 jämfört med 2014.

3.2 Marknadsförutsättningar – utbudssidan

Inledningsvis definieras utredningsområdet, som omfattar utbudssidan, det vill säga handeln i de kommuner som i första hand kommer att påverkas av etableringen av handel vid Scandinavian Mountains Airport. Angående handeln på den norska sidan kommer vi att föra en övergripande diskussion i ett separat avsnitt.

Bild 5 Utredningsområde Sverige



Källa: HUI Research

3.2.1 Utredningsområde Scandinavian Mountains Airport

Utredningsområdet utgörs i huvudsak av kommunerna Malung-Sälen, Torsby samt Älvdalen. I kommande avsnitt kartläggs utbudet och konkurrenssituationen inom detaljhandeln i utredningsområdet

3.2.2 Handeln i Malung-Sälen med omnejd

Dagligvaruhandeln i Malung-Sälens kommun omsatte 582 miljoner kronor år 2014. Utvecklingen mellan år 2009 och 2014 uppgick till 14 procent

Tabell 6 Dagligvaruhandelns storlek och utveckling

Kommuner	Omsättning år 2014	Utv. 2009-2014
Malung-Sälen	582	14 %
Torsby	573	19 %
Älvdalen	314	13 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

I Torsby kommun, söder om Malung-Sälen, sker lejonparten av handeln i Torsby tätort som ligger cirka 150 kilometer från Scandinavian Mountains Airport. Under 2014 etablerades 8 000 kvadratmeter handel i Långflon med stark inriktning på den norska marknaden belägen 25 kilometer från Scandinavian Mountains Airport. Effekterna av etableringen ser vi inte än då projektet etablerades under slutet av september 2014, men enligt den information vi fått har etableringen varit lyckad och prognosen ligger på en omsättning på cirka 200 miljoner kronor. Under hösten avses byggas ytterligare cirka 8 000 kvadratmeter handel med bland annat Mekonomen samt en sportoutlet. Omsättningen i Torsby under 2014 var 573 miljoner kronor och utvecklingen mellan 2009 och 2014 var 19 procent.

I Älvdalen omsattes dagligvaror för 314 miljoner kronor 2014, med en utveckling på 13 procent mellan 2009 och 2014.

Tabell 7 Sällanköpsvaruhandelns storlek och utveckling

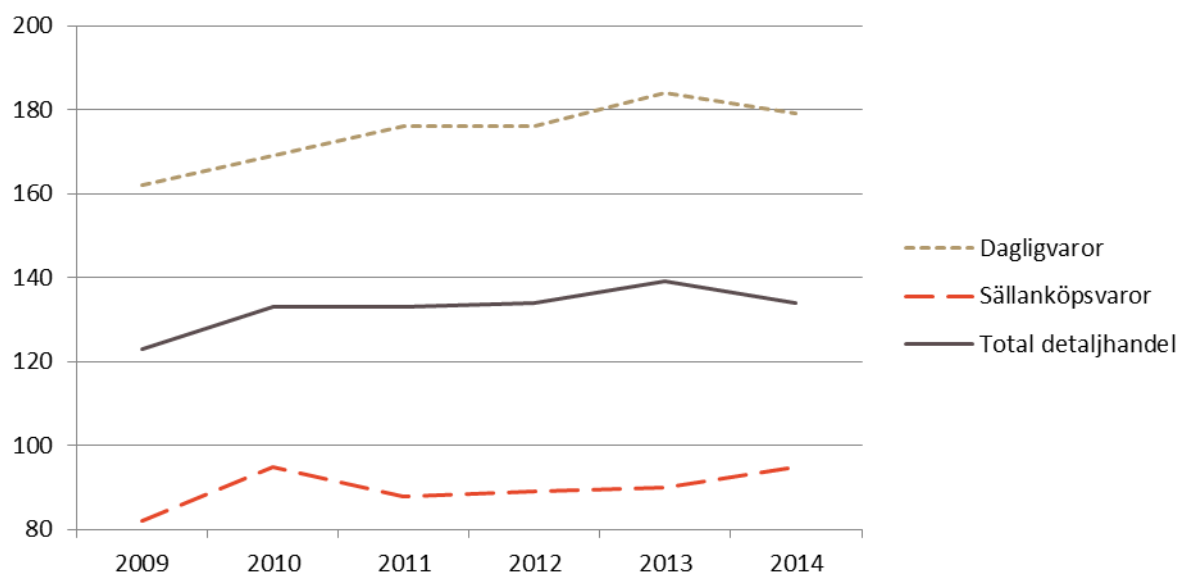
Kommuner	Omsättning år 2014 (mkr)	Utv. 2009-2014 (%)
Malung-Sälen	252	3 %
Torsby	217	13 %
Älvdalen	35	-16%

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Sällanköpsvaruhandeln i Malung-Sälens kommun omsatte 252 miljoner kronor 2014, vilket var en ökning med 3 procent sedan 2009. Största enskilda aktörer är Stadium Outlet samt Intersport samt Färgbröderna i Malung.

I Torsby kommun omsattes sällanköpsvaror för 217 miljoner kronor 2014 och ökningen sedan 2009 ligger på 13 procent. Älvdalens kommuns sällanköpsvaruhandel omsätter 35 miljoner kronor, vilket är en låg andel sett till konsumtionsunderlaget i kommunen.

Diagram 3 Omsättningsutveckling i Malung-Sälen kommun, år 2009-2014



Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

3.2.3 Handels styrka – försäljningsindex

Handels storlek i en kommun är starkt beroende av hur många som bor där. Antalet invånare är särskilt viktigt i dagligvaruhandeln eftersom människor vill handla i närheten av bostaden. Ett sätt att mäta och jämföra handels styrka mellan kommuner där befolkningen är olika stor är genom att beräkna försäljningsindex. Försäljningsindex är också ett mått på hur väl handeln förmår att ta tillvara det befolkningsmässiga försäljningsunderlag som finns i en kommun och om handeln dessutom förmår att locka kunder från andra kommuner. Försäljningsindex 100 innebär att handeln omsätter lika mycket som det befolkningsmässiga underlaget medger. Index över 100 innebär att handeln drar kunder från andra områden och index under 100 innebär att handeln har ett utflöde till andra kommuner.

Dagligvaruhandeln i Malung-Sälens kommun har försäljningsindex 179, vilket innebär att det finns ett stort inflöde till kommunen. Malung-Sälens kommun har cirka 10 000 invånare men kommunens dagligvaruomsättning på drygt 580 miljoner kronor motsvarar snarare en kommun

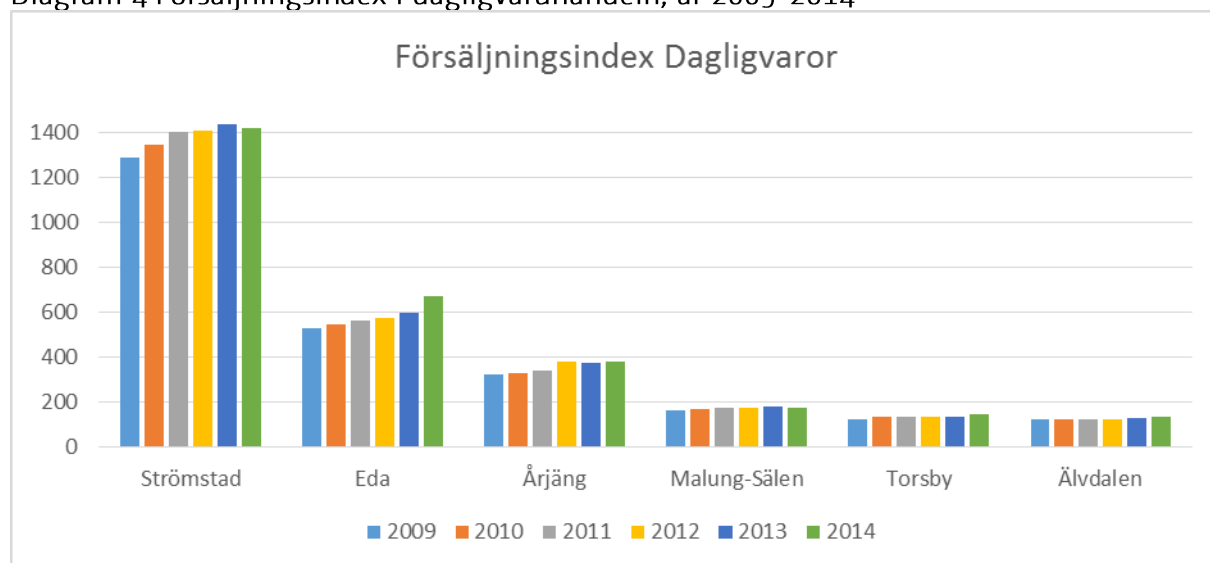
i storleksordningen 18 000 invånare. För utpräglade gränshandelskommuner som Strömstad, Eda och Årjäng ligger försäljningsindex för dagligvaror på mellan 400 och 1 400 och tillhör de kommuner i landet, som har högst procentuellt inflöde av köpkraft till sina respektive kommuner. Befolkningsmässigt är både Eda och Årjäng jämförbara med Malung-Sälens kommun.

Tabell 8 Försäljningsindex i dagligvaruhandeln i utvalda gränshandelskommuner samt utredningsområdet.

	Försäljningsindex, år 2014	Utveckling 2009- 2014, i antal enheter
Strömstad	1 406	134
Eda	671	141
Årjäng	384	58
Malung-Sälen	179	17
Torsby	146	19
Älvdalen	136	11

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Diagram 4 Försäljningsindex i dagligvaruhandeln, år 2009-2014



Källa: HiS 2014

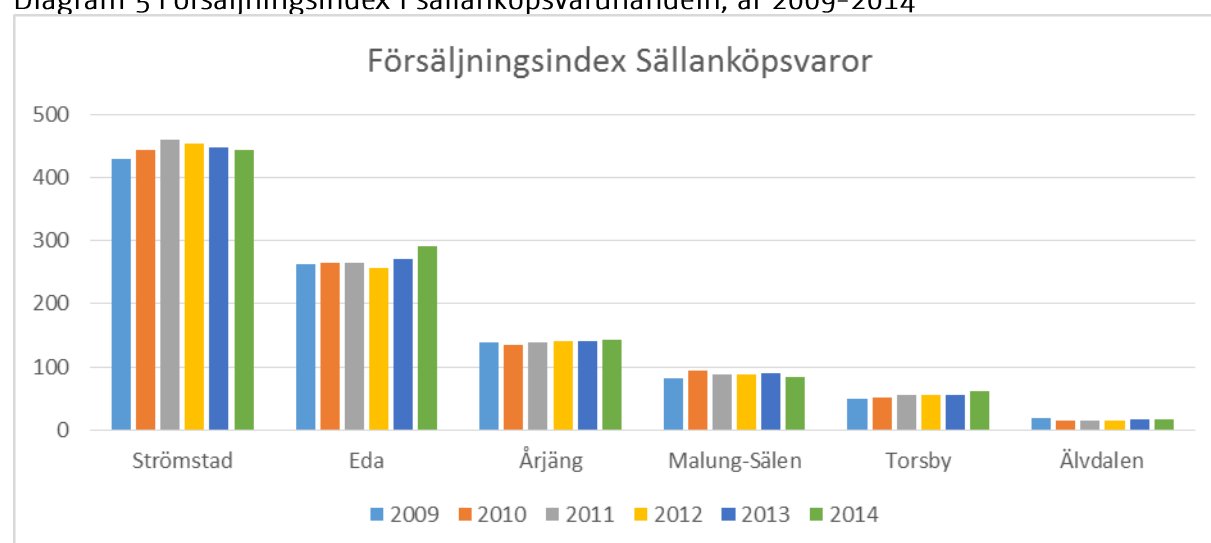
Sällanköpsvaruhandeln i Malung-Sälens kommun är inte särskilt stark. Detta skall ses mot all den turism som finns i området som särskilt gynnar sport- och fritidshandeln. Försäljningsindex var 85 för år 2014, vilket också signalerar ett visst utflöde från kommunen. Utvecklingen har varit blygsam de senaste åren. För Torsby har etableringen av Långflon ökat sällanköpsvaruindexet men den totala effekten väntas först nästkommande år då helårsomsättning kan redovisas. Likväl skall nämnas att indexet i Torsby är lågt och att marknaden präglas av utflöde av köpkraft för sällanköpsvaror, gissningsvis till Karlstad/Bergvik. Älvdalen har ett lågt försäljningsindex, vilket inte är ovanligt i glesbygdskommuner med begränsat köpkraftsunderlag.

Tabell 9 Försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln

	Försäljningsindex, år 2014	Utveckling 2009-2014, i antal enheter
Strömstad	443	13
Eda	292	30
Årjäng	417	25
Malung-Sälen	85	3
Torsby	61	11
Älvdalen	17	-3

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Diagram 5 Försäljningsindex i sällanköpsvaruhandeln, år 2009-2014



Källa: HiS 2014

3.2.4 Handels struktur i Malung-Sälen



Dagligvaror

Dagligvaruförsäljningen, inklusive systembolaget i Malungs-Sälens kommun uppgick till 580 miljoner kronor år 2014..

Dagligvaruutbudet i Malung-Sälens kommun koncentrerad till centralorterna Malung, med 5 000 invånare samt Sälenfjällen, med knappt 1 000 bofasta. Dagligvaruhandeln i kommunen präglas av mindre och medelstora allivsbutiker. Flera relativt stora närbutiker finns knutna till skidanläggningarna i Sälenfjällen med bland annat ICA Nära Lindvallen. I Rörbäcksnäs, som geografiskt är den mest närbelägna orten till Scandinavian Mountains Airport, finns

en ICA Nära-butik. Det saknas idag storbutiker i kommunen. Den främsta anledningen är kommunens geografiskt sett stora yta och långa avstånd som bidragit till en butiksstruktur med mindre enheter. Primärt är det turister som idag bidrar till dagligvaruhandelns höga försäljningsindex.

Tabell 10 Livsmedelsbutiker med en omsättning över 50 MSEK i Malung-Sälen.

Namn	Format	Omsättning 2014 inkl. moms (mkr)
ICA Supermarket Malung	Supermarket-allivs	82
ICA Nära Lindvallen	Nära-allivs	64
Hemköp Malung	Supermarket-allivs	55
Övriga butiker i kommunen	Supermarket/Nära/servicebutik (21 st.)	260
Total omsättning (mkr) i Malung-Sälen		461

Källa: Delphi och Soliditet. *=skattad uppgift

Sällanköpsvaror



Sällanköpsvaruhandeln i Malung-Sälens kommun finns i huvudsak i Malungs tätort samt i Sälensfjällen. Handeln är generellt småskalig med några få undantag, bland annat Stadium Outlet vid Sälens by. Nästan 60 procent av omsättningen i sällanköpsvaruhandeln i kommunen sker inom sport- och fritidssegmentet. Stads kärnan i Malung är av småskalig karaktär och de större detaljhandelskedjorna är inte närvarande.

Källa: HUI Research

Tabell 11 Branschstruktur i sällanköpsvaruhandeln i Malung-Sälen

	Omsättning år 2014, mkr	Andel av sällanköpsvaruhandeln (rikets genomsnitt i parentes)
Beklädnad	28	11 % (22)
Hemutrustning	52	21 % (31)
Fritidsvaror	150	59 % (33)
Övrig sällanköpsvaruhandel	22	9 % (13)
Totalt	252	100 % (100)

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

3.2.5 Handelns struktur i regionen

I kommande avsnitt görs en genomgång av handeln i regionen.

Dagligvaruhandel

Dagligvaruhandeln i Torsby och Älvdalens kommuner kännetecknas av en generellt sett stark dagligvaruhandel. Båda kommunerna har ett inflöde av kunder. Orsakerna till deras respektive höga försäljningsindex och styrka i dagligvaruhandeln skiljer sig något.

För Torsby kommuns del handlar det både om omfattande turism och betydande gränshandel, vilket resulterar i att kommunen har ett stort inflöde till kommunen med försäljningsindex 146 för dagligvaror. Detta har förstärkts ytterligare i och med Långflons etablering. I kommunen finns också stora vintersportanläggningar som Hovfjället och Branäs. För Älvdalens kommun, som har försäljningsindex 136, handlar det i första hand om turism. Den populära vintersportorten Idre finns i kommunen och genererar stor trafik av turister. Butiksstrukturen i Torsby och Älvdalen samt Malung-Sälen är baserad på allivsbutiker med Supermarket- eller Nära-profiler. Den största butiken är ICA Toria i Torsby tätort med en årlig omsättning på cirka 160 miljoner kronor. Den nyetablerade dagligvarubutiken i Långflon har varit i drift för kort period för att utläsa någon helårsomsättning.

Sällanköpsvaruhandel

Sällanköpsvaruhandeln är generellt småskalig och decentraliserad.

Sällanköpsvaruhandeln i Torsby kommun återfinns i huvudsak i Torsby tätort. Butiksstrukturen präglas av lokala aktörer med tyngdpunkt på sport- och fritidshandel.

I Älvdalens kommun är sällanköpsvaruhandeln av småskalig karaktär och riktar sig huvudsakligen till de som bor i kommunen och till viss del mot turister och fritidshusägare.

Framtida handel i området



Källa: NWT, foto: Anders Hanson

Långflons handelsområde i Torsby kommun etablerades 2014 och ligger i direkt anslutning till riksgränsen mot Norge. Handelsytan är 8 000 kvadratmeter med inriktning mot dagligvaror och ett visst utbud av sällanköpsvaror. Dagligvarubutikens yta uppgår till cirka 4 000 kvadratmeter och är med det Torsby kommuns och närmarknadens i särklass största butik. Under våren 2016 avses ytterligare cirka 8 000 kvadratmeter handel etableras, bland annat en sportoutlet och Mekonomen. Under det första driftåret förväntas 500 000 kunder och en total omsättning på 200 miljoner kronor i handelsområdet.

3.2.6 Handeln i andra Värmländska gränskommuner

Värmlands Läns omsättning växte med fyra procent under 2014 vilket är dubbelt så mycket som riksgenomsnittet. Värmlands utveckling beror framför allt på två saker: gränshandeln och utvecklingen i Karlstad. Det är dessa faktorer som driver utvecklingen i stort. Kommunerna Eda och Årjäng är starka gränshandelskommuner i Värmland, precis som Strömstad i Västra Götaland.

Bild 6 - Värmlands gränshandel



I Värmland är det Charlottenberg och Töcksfors som är de två stora gränshandelsorterna och norska Thon-gruppen, som äger och driver flera köpcentrum, har sedan flera år tillbaka en väl etablerad position.

Töcksfors ligger vid E18 i Årjängs kommun, mellan centralorten Årjäng och gränsen till Norge. Töcksfors är den gränshandelsort som ligger närmast Oslo centrum med under tio mils reslängd. Töcksfors Shoppingcenter har över 40 butiker och den totala handelsytan är drygt 35 000 kvadratmeter. Här finns stora aktörer som bland andra Maxi Mat, Eurocash och Karlsson i lågprissegmentet samt en mängd märkesaktörer inom mode och kläder samt outlets. I början av år 2012 öppnades nya Töcksfors Handelpark av norska Conceptor. Handelparken omfattar idag cirka 15 000 kvadratmeter storbutikshopping med ett stort och brett utbud inom både daglig- och sällanköpsvaror. Under de tre år Handelparken varit etablerad har en relativt turbulent tid med hög vakansgrad samt utskiftningar av hyresgäster med mera präglat utbyggnaden. En viktig

anledning till utebliven framgång anses vägbygget av E18 som inneburit begränsad framkomlighet från den norska sidan.

Charlottenberg, i Eda kommun, ligger drygt fem mil norr om orten Årjäng vid riksväg 61 cirka sex kilometer från den norska gränsen. Charlottenbergs Shoppingcenter har 65 butiker och är cirka 65 000 kvadratmeter stort. Gränshandeln i Charlottenberg har utvecklats starkt under senare tid och innehåller bland annat ett systembolag, vilket är en viktig besöksanledning för norska konsumenter.

I Eda kommun omsatte detaljhandeln cirka 2,6 miljarder kronor och i Årjängs kommun cirka 1,6 miljarder kronor år 2014. Tillsammans med Karlstad, som omsatte 8 miljarder, står Eda och Årjäng för 63 procent av all handel i Värmland.

Noteras bör att utvecklingen inom sällanköpsvaruhandeln, stora satsningar till trots, inte har samma utveckling som dagligvaruhandeln. Delvis beroende på att utbyggnaden av sällanköpsvaruhandeln skett först under senare år samt att prisdifferensen mellan den norska och svenska marknaden är mindre för sällanköpsvaror än för dagligvaror.

Tabell 12 Dagligvaruhandelns storlek och utveckling i Värmlands södra gränskommuner

	Omsättning år 2014 (mkr)	Utv. 2009-2014 (%)
Eda	1 853	34 %
Årjäng	1 230	26 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Tabell 13 Sällanköpsvaruhandelns storlek och utveckling i Värmlands södra gränskommuner

	Omsättning år 2014 (mkr)	Utv. 2009-2014 (%)
Eda	737	14 %
Årjäng	417	6 %

Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

4 Konsekvensanalys

Konsekvensanalysen består av två delar. I den första delen görs en bedömning av vilket utrymme det finns för etablering av ny handelsyta i anslutning till Scandinavian Mountains Airport. Beräkningarna utgår från rådande marknadsförutsättningar i upptagningsområdet på såväl den svenska som den norska sidan gränsen.

I den andra delen görs en bedömning av vilka konsekvenser etableringen kan medföra för befintlig handel i utredningsområdet.

4.1 Etablering av ny handel

Förutsättningarna för etablering av ny handelsyta vid Scandinavian Mountains Airport påverkas av:

- Köpkraftens storlek och utveckling i upptagningsområdet
- Den befintliga handelns omsättning
- Den nya etableringens beräknade omsättning

4.1.1 Etableringens storlek och omsättning

Handelsutbudet vid Scandinavian Mountains Airport föreslås i ett första steg omfatta 28 000 kvadratmeter handelsyta som skall färdigställas till år 2017. I nästa skede är tanken att etablera ytterligare 8 000 kvadratmeter handel. Som en jämförelse kan nämnas att handelsytan i Töcksfors idag är drygt 40 000 kvadratmeter och handelsytan i Charlottenberg cirka 70 000 kvadratmeter.

Omsättningen för den tillkommande handeln tar utgångspunkt i dels genomsnittliga omsättningsnivåer per kvadratmeter för svenska köpcentrum generellt, dels i aktuella omsättningsnivåer per kvadratmeter inom gränshandeln för daglig- respektive sällanköpsvaror. Beräkningarna utgår dock från en något reviderad och därmed lägre nivå då nya etableringar initialt antas ha en lägre omsättning eftersom det tar en viss tid att nå full omsättningspotential. Dagligvaruhandeln är beräknad med en yteffektivitet om cirka 80 000 kronor per kvadratmeter. Sällanköpsvaruhandeln är beräknad med en yteffektivitet om 25 000 kronor per kvadratmeter. Vad som kan påverka yteffektiviteten inom dagligvaruhandeln är huruvida gränshandelsanläggningarna har ett systembolag i sitt utbud. Systembolaget är en viktig

hyresgäst i gränshandelssammanhanget Sverige/Norge och prisskillnaden är stor till Sveriges fördel.

Initialt kommer 28 000 kvadratmeter handelsyta att färdigställas i steg 1 varpå steg 2 innefattar ytterligare 8 000 kvadratmeter handelsyta. Det är i dagsläget oklart hur handelsytorna kommer att fördelas mellan daglig- och sällanköpsvaror och av det skälet har vi valt att beräkna olika intervall för omsättningspotentialen. Beräkningarna utgår från att de nya handelsytorna vid Scandinavian Mountains Airport fördelas med alternativ 1. 30 procent respektive alternativ 2. 40 procent av handelsytan dedikerad för dagligvarusegmentet och resterande del för sällanköpsvaror. I nedanstående tabell redovisas de olika alternativen för respektive handelsområde. Observeras bör att kategorin restauranger och övrig service inte ingår i HUIs omsättningsbedömning och utgör 10 procent av handelsytan.

Tabell 14 Etablering av ny handelsyta (teoretisk)

	Bruttoyta GLA	Daglig varuhand	Sällanköps varuhandel	Övrigt	Omsättning MSEK
Steg 1					
1. Scandinavian Mountains	28 000	604	441	-	1 045
2. Scandinavian Mountains	28 000	806	378	-	1 184
Steg 2					
1. Scandinavian Mountains	36 000	778	567	-	1 345
2. Scandinavian Mountains	36 000	1 036	486	-	1 522

Etableringsutrymme

Den befintliga detaljhandeln i Malung-Sälens kommun omsatte över 800 miljoner kronor år 2014, fördelat på cirka 580 miljoner kronor i dagligvaruhandeln och 252 miljoner kronor i sällanköpsvaruhandeln. Konsumtionsunderlaget för dagligvaror var 300 miljoner kronor, vilket indikerar ett starkt inflöde till kommunen. I Torsby och Älvdalens kommuner är det liknande förhållanden med stark dagligvaruhandel och relativt höga inflöden på dagligvaror och lägre indextal för sällanköpsvaror.

Att påstå att det finns ett etableringsutrymme i Malung-Sälens kommun baserat på dess egen samt närområdets befolkning är oklart och i så fall begränsat. Det är dock viktigt att se omsättningspotential och eventuellt etableringsutrymme i ett större perspektiv än så. Baserat på

lokalmarknaden skulle inte heller gränshandelsgiganterna i Strömstad, Töcksfors eller Charlottenberg ha blivit etablerade. Det som Torsby, Malung-Sälen och Älvdalen har i högre utsträckning än till exempel Charlottenberg och Töcksfors är den stora turismen i anslutning till fjällanläggningarna.

Mot bakgrund av att handeln vid Scandinavian Mountains Airport vänder sig både mot turister och gränshandel är det inte särskilt relevant att tala om huruvida det finns ett etableringsutrymme baserat på den lokala köpkraften. Vi tittar istället på Scandinavian Mountains Airports potentiella marknadsandel i upptagningsområdet.

Marknadsandel dagligvaror

I dagsläget omsätter den befintliga dagligvaruhandeln i Malung-Sälens kommun 580 miljoner kronor. Omsättningen genereras i huvudsak av lokalbefolkning samt turister. Gränshandeln är idag begränsad då det saknas ett utbud samt ett läge som vänder sig till den norska marknaden.

Köpkraften från det svenska primära upptagningsområdet är begränsad till Malung-Sälens kommun. Köpkraften för dagligvaror förväntas öka från 304 till 307 miljoner kronor år 2025. Denna svaga utveckling baseras på en befolkningsprognos som är negativ.

I primärområdet innefattas också köpkraften från det estimerade upptagningsområdet på den norska marknaden, det vill säga de cirka 10 kommunerna som ligger närmast Scandinavian Mountains Airport. Konsumtionsunderlaget för dessa orter beräknas till cirka 2 300 miljoner för år 2014 som förväntas öka till 2 800 miljoner kronor år 2025.

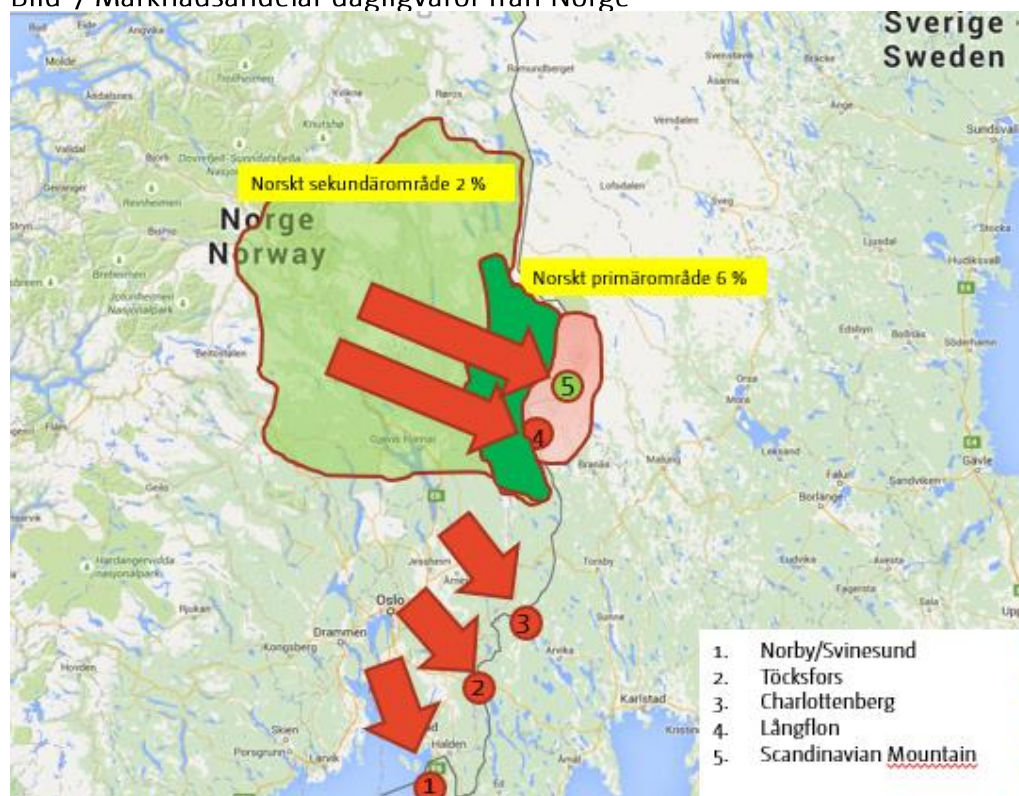
Tabell 15 Marknadsandel dagligvaror (mkr)

	Projekt Marknadsandel	Omsättning/Köpkraft 2020 MSEK	Omsättning/Köpkraft 2025 MSEK
Primärområde		200	217
Malung- Sälen	15 %	46	46
Norge	6 %	154	171
Sekundärområde		280	311
Torsby, Älvdalen	3 %	16	16
Norge	2 %	264	295
Turism och inflöde		135	175
Totalt		615	703

Mot bakgrund av ökande och delvis ny konkurrens från Långflon beräknar vi att marknadsandelen från det norska primär och sekundärområdena blir något reducerat jämfört med vad som skulle varit fallet utan konkurrensen från Långflon. Vi ser det som möjligt att handeln vid Scandinavian Mountains Airport ändå kan omsätta 6 procent av konsumtionsunderlaget från det norska primärområdet samt 2 procent av konsumtionsunderlaget från sekundärområdet. Enligt dessa beräkningar skulle i så fall största delen av handeln vid Scandinavian Mountains Airport utgöras av gränshandel, vilket vi ser som rimligt. Resterande del av omsättningen kommer från lokal köpkraft samt turismrelaterad handel.

Den tillkommande dagligvaruhandeln beräknas omsätta mellan 600 och 700 miljoner kronor. Detta skulle i så fall motsvara en dagligvaruyta på mellan 30 och 40 procent av handelsytan eller mellan 7 000 och 10 000 kvadratmeter.

Bild 7 Marknadsandelar dagligvaror från Norge



Källa: HUI Research

Marknadsandel sällanköpsvaror

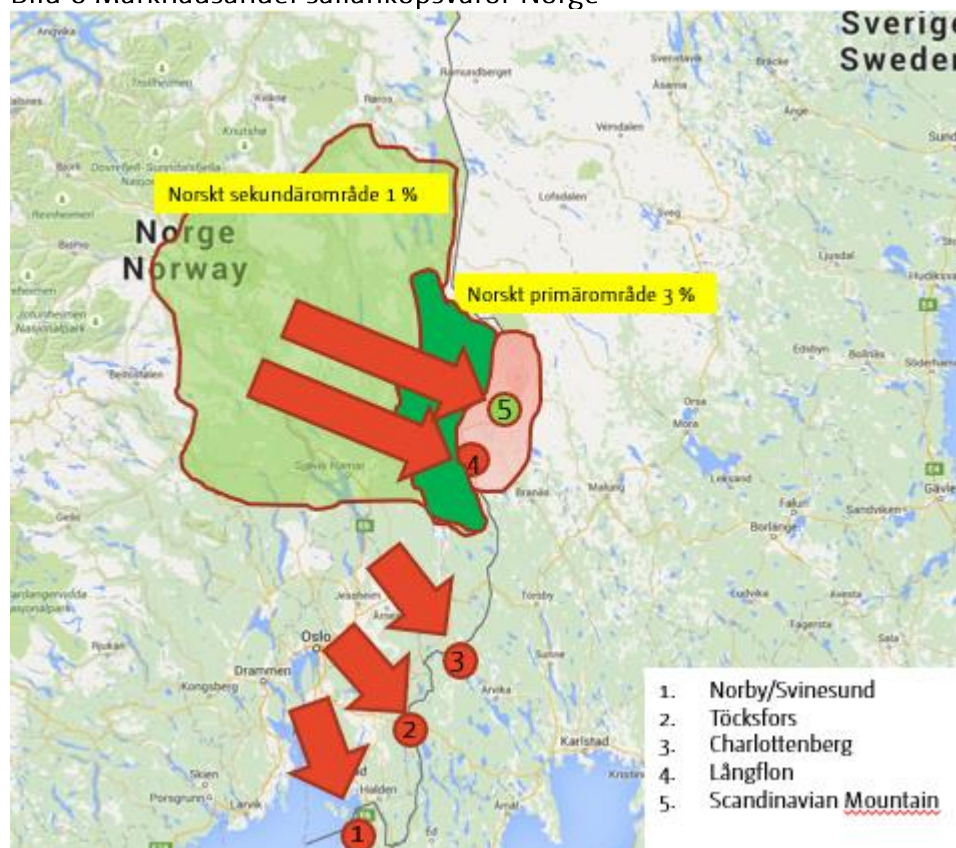
Den befintliga sällanköpsvaruhandeln i Malung-Sälens kommun omsätter cirka 250 miljoner kronor i dagsläget. Omsättningen bedöms idag i huvudsak komma från kommunens befolkning samt turism. En betydande satsning vid Scandinavian Mountains Airport kommer givetvis att leda till större intresse och besöksanledningar för hela Scandinavian Mountains. Det är främst inom sällanköpsvaruhandeln som ökningen av den turismrelaterade shoppingen kommer att bli märkbar, jämfört med dagens nivåer. Detta då ett utökad utbud av butiker lockar fler turister att shoppa under sin semester.

Viktigt att ha med sig i sammanhanget är att den norska gränshandeln med sällanköpsvaror inte är lika självklar som handeln med dagligvaror. Detta då prisskillnaderna jämfört med den svenska marknaden är mindre och betydligt mer beroende av valutakursen än vad gäller dagligvaror, där punktskatter förekommer. Detta påverkar vår bedömning av marknadsandelar från respektive områden företrädesvis från den norska marknaden.

Tabell 16 Marknadsandel sällanköpsvaror (mkr)

	Projekt Marknadsandel	Omsättning/Köpkraft 2020 MSEK	Omsättning/Köpkraft 2025 MSEK
Primärområde		130	144
Malung- Sälen	20 %	55	58
Norge	3 %	75	86
Sekundärområde		182	203
Köpkraft Torsby/Älvdalen	10 %	53	54
Norge	1 %	129	149
Turism och inflöde		130	170
Totalt		442	517

Bild 8 Marknadsandel sällanköpsvaror Norge



Källa: HUI Research

4.1.2 Sammanfattning och reflektioner av förutsättningar för Scandinavian

Mountains Airport

Gränshandeln från Norge är en viktig förutsättning för en handelsplats vid Scandinavian Mountains Airport. Utifrån antagandet att de bakomliggande drivkrafterna som möjliggör gränshandel är oförändrade är förutsättningarna för att bedriva gränshandel vid Scandinavian Mountains Airport generellt sett goda. Malung-Sälens kommun har utifrån ett gränshandelsperspektiv ett bra läge, i synnerhet i kombination med de turismanläggningar som ligger i anslutning till området både på den norska och den svenska sidan. Vägstandarden i området är idag utvecklingsbar och betydelsefull för att handeln vid Scandinavian Mountains Airport skall bli framgångsrik. Vägarna till gränshandelsdestinationerna i Strömstad och Töcksfors har eller kommer få europavägsstatus, vilket gör att inga barriärer finns vad gäller tillgänglighet till och från anläggningarna. Vår rekommendation är att prioritera en god tillgänglighet till

området så att inga barriärer finns gällande en så viktig hygienfaktor som att ta sig till eller från anläggningen i fråga.

Gränshandelsdestinationerna Töcksfors och Charlottenberg i Värmland kan delvis betraktas som konkurrenter eftersom de också riktar sig mot de norska kunderna. Vi har dock i våra antaganden tagit höjd för konkurrenssituationen.

Långflons etablering har och kommer att påverka förutsättningarna för handeln vid Scandinavian Mountains Airport och vice versa. Det är dock svårt att veta hur mycket de begränsar varandra. I våra beräkningar har vi med hänsyn tagen till Långflon beräknat en något mindre marknadsandel i området för Scandinavian Mountains Airport från den norska marknaden. Vid en jämförelse med andra gränshandelsmarknader är marknadsandelar för dagligvaror på 10-15 procent i primärområdet inte ovanligt. I marknaden för Långflon och handeln vid Scandinavian Mountains Airport skall nu fler enheter dela på omsättningen, vilket begränsar förutsättningarna för båda. Vi värderar inte vilken anläggning som är bäst lämpad men vi ser goda förutsättningar för handeln vid Scandinavian Mountains Airport. Detta då den utöver gränshandel också medför stora fördelar för besöksnäringen i Sälen/Trysilområdet, som bidrar med omsättning på den nya handelsplatsen.

4.2 Konsekvenser av handelsetablering vid Scandinavian Mountains Airport

Konsekvenserna beskrivs i första hand för handeln i Malung-Sälens kommun, för övriga näringar i Malung-Sälens kommun samt för handeln i Långflon. Avslutningsvis berörs etableringens påverkan på handeln i det norska utredningsområdet. Konsekvensanalysen innehåller även ett nollscenario som beskriver vilka konsekvenser en utebliven utbyggnad av gränshandeln kan medföra.

4.2.1 Konsekvenser för handeln i Malung-Sälens kommun

Konsekvenser för dagligvaruhandeln

Bedömningen av Malung-Sälens kommuns marknadsandelar idag och i framtiden visar att det finns stora möjligheter att öka inflödet av dagligvaruköpkraft i första hand från det norska upptagningsområdet. Redan idag finns ett stort inflöde som i första hand är turismrelaterad i Sälenfjällen. Dagligvaruutbudet i området är idag lokalt och i första hand baserat på tillgänglighet och närhet. Mot bakgrund av det bedöms en utbyggnad av dagligvaruhandeln vid

Scandinavian Mountains Airport inte medföra några större negativa konsekvenser för befintliga aktörer.

Dagligvarubutiken som finns i Rörbäcksnäs idag är en ICA Nära-butik som baserar sin verksamhet i första hand på närhet och tillgänglighet till sin lokalmarknad. Butiken har idag en omsättning på cirka 12 miljoner kronor och konsekvenserna vid en etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport kommer att förändra förutsättningarna för butiken. Det är inte nödvändigtvis till det sämre då området kommer att expandera och dra till sig avsevärt fler besökare till området, vilket kan tillföra nya möjligheter för området samt butiken. Samtidigt är det viktigt att belysa att konkurrensen om dagligvarukunderna kommer att skärpas markant i området och vi räknar med en viss påverkan för befintliga aktörer, särskilt för de som ligger i nära anslutning till anläggningen.

Beroende på hur dagligvaruutbudet utformas vid Scandinavian Mountains Airport är vår bedömning en initial påverkan på mellan 15 och 25 procent av omsättningen på den lokala dagligvarumarknaden i Sälen. Därefter ser vi det som troligt att flertalet av butikerna återhämtar sig. Påverkan för butikerna i Malung ser vi som marginell.

En stor och viktig påverkansfaktor inom dagligvarusegmenetet är huruvida kommunen avser att flytta alternativt etablera ytterligare en systembolagsbutik. En av de största drivkrafterna i gränshandeln är, som vi tidigare beskrivit, punktskatter inom dagligvaruhandeln. För Scandinavian Mountains Airport vore det en stor tillgång att få Systembolaget etablerat i anslutning till anläggningen. Å andra sidan skulle förlusten av ett systembolag i Sälens tätort innebära att många turister och stugägare kommer att förlägga sina dagligvaruinköp till Scandinavian Mountains Airport, och på så vis förlorar dagligvaruhandeln i Sälens by attraktivitet. Ur ett handelsperspektiv vore det mest ideala att tillåta ett systembolag vid Scandinavian Mountains Airport samtidigt som dagens butik fortsätter sin verksamhet i Sälens by.

Påverkan för dagligvaruhandeln i Malungområdet bedöms som liten, särskilt eftersom dagligvaror i första hand handlas på den lokala marknaden.

Generellt är fördelen med en utbyggd dagligvaruhandel att utbudet utvecklas, växer och skapar ett ännu mer attraktivt erbjudande. Då kommer också möjligheten att locka fler besökare till Malung-Sälen kommun.

Konsekvenser för sällanköpsvaruhandeln

Dagens fördelning inom sällanköpsvaruhandeln har sin tyngdpunkt inom fritidshandeln som står för cirka 60 procent av omsättningen i kommunen. En etablering av sällanköpsvaruhandel av större format med en stor andel fritidsvaror kommer med stor sannolikhet att bidra till att det sker en förskjutning av utbudet från till exempel Sälen by till Scandinavian Mountains Airport. Det är inte orimligt att anta att butiker som i dag finns i området kommer att omlokaliseras till Scandinavian Mountains Airport eller kanske erbjuder fler butiker i sitt utbud. Om det samlade erbjudandet blir större, bredare och mer intressant är det troligt att det också kommer att locka fler besökare. Då en övervägande majoritet av sällanköpsvaruhandeln inom i första hand fritidsvaror redan idag finns i Sälenfjällen bedöms en utbyggd handel där inte ha någon negativ påverkan på befintlig sällanköpsvaruhandel i övriga delar av Malung-Sälens kommun.

4.2.2 Konsekvenser för andra näringar i Malung-Sälens kommun

En etablering av handel vid Scandinavian Mountains Airport kan utöver ökad försäljning inom detaljhandeln även leda till nya möjligheter och ökade intäkter inom andra närbesläktade branscher, som restaurang och boendeanläggningar med mera. I kommande avsnitt redogörs för ett antal potentiella effekter som en etablering av Scandinavian Mountains Airport kan leda till för övriga näringar i området.

Flertalet av besökarna till handeln vid Scandinavian Mountains Airport förväntas vara normmän och de kommer att besöka anläggningen över dagen utan att göra någon övernattnings i området. Under besöket behöver de någonstans att äta, vilket leder till att möjligheterna för caféer och restauranger ökar. Caféer och restauranger i svenska köpcentrum omsätter i genomsnitt cirka 30 000 kronor per kvadratmeter och år. Beräkningar visar att café- och restaurangverksamheter i gränshandelsområden har en nästan dubbelt så hög omsättning per kvadratmeter, vilket beror på att gränshandelsturister oftast spenderar längre tid på handelsplatserna och därmed också har större behov av mat och dryck under sin vistelse. Fler besökare till Sälen innebär inte bara ökade intäkter till befintliga restauranger i området, utan kan även leda till behov av nyetableringar som i sin tur genererar nya arbetstillfällen inom restaurangsektorn.

Även om den norska gränshandeln i huvudsak genererar dagbesökare till kommunen finns det möjlighet att, genom ett ökat antal besökare, även öka antalet övernattnings på hotell, vandrarhem, i stugbyar och på campingplatser i Sälen-Malung. Detta skulle dels öka intäkterna och belägningsgraden på befintliga boendeanläggningar, dels kunna innebära en potential för

framtida nyetableringar. För att denna effekt ska bli märkbar krävs det att besökarna blir tillräckligt många. Förutsättningarna finns redan, då Malung-Sälen har ett bra och utbyggt utbud inom i första hand turismnäringen med skidanläggningar och äventyrsbadhuset Experium. Därmed skapas starkare anledningar för besökare att stanna längre tid i Malung-Sälen.

I takt med att handelsutbudet etableras ökar även potentialen för andra sorters etableringar. Genom att till exempel utöka aktivitets-, nöjes- och tjänsteutbudet i anslutning till handeln skulle besökarna kunna kombinera shoppingen med annat. Exempel på aktiviteter eller tjänster skulle kunna vara biograf, bilreparation/tvätt, tandläkare, veterinär eller dylikt. Det är dock svårt att svara på vilken typ av verksamhet som skulle vara mest lämplig och erbjuda störst potential utan att genomföra en kartläggning av besökarna och deras önskemål om aktivitets- och tjänsteutbud i anslutning till shoppingdestinationen.

4.2.3 Konsekvenser för handeln i närområdet

Under normala omständigheter innebär en utbyggnad av handeln i en kommun att konkurrensen gentemot omkringliggande kommuner ökar, vilket kan bidra till negativa konsekvenser, som omsättningsminskningar och till och med utslagning, för befintlig handel. När det gäller gränshandel är logiken dock en annan.

Då handeln vid Scandinavian Mountains Airport främst riktar sig till norska konsumenter är det också i Norge som de största konsekvenserna för befintlig handel kan väntas. Befintlig handel i närområdet riktar sig i huvudsak till boende i kommunen och till viss del till turister och fritidshusboende. Gränshandeln i övriga kommuner i Dalarna och norra Värmland är begränsad. Erfarenheter från andra gränshandelskommuner visar att handeln i övriga kommuner i närområdet i mycket liten utsträckning konkurrerar med gränshandeln.

En etablering av gränshandel vid Scandinavian Mountains Airport bedöms därför inte medföra några nämnvärda negativa konsekvenser för befintlig handel i övriga kommuner i området. Ett viktigt undantag är Torsby/Långflon, som genom sitt riktade utbud till den norska marknaden utgör en direkt konkurrent till Scandinavian Mountains Airport. En utbyggnad av handeln i Långflon påverkar således marknadsförutsättningarna för Scandinavian Mountains Airport. HUIs bedömning är dock att om handeln begränsas till de nivåer som kommunicerats, det vill säga till 16 000 kvadratmeter handel i Långflon samt till mellan 28 000 och 36 000 kvadratmeter vid Scandinavian Mountains Airport, skapas förutsättningar för att båda anläggningarna kan bli framgångsrika.

Konsekvenser för den norska när marknaden

Dagligvarustrukturen på den norska marknaden skiljer sig från den svenska med en mer decentraliserad butiksstruktur i företrädesvis mindre enheter. Lågprisbutiker är en vanlig syn på den norska marknaden med butikskoncept som REMA 1000, KIWI och Bunnpris. I marknadsområdet Trysil finns ett brett utbud av dagligvarubutiker som Coop Mega, KIWI, REMA 1000, ICA Nära med flera. Trysil är Norges största och mest besökta fjälldestination och inflödet till lokalk marknaden är, i likhet med i Sälen, omfattande.

Sällanköpsvaror

Inom sällanköpsvaror finns det ett bra utbud på den norska sidan. Trysil har ett centrumhus med bland annat bygghandel och sport- och fritidsvaror. Som vi tidigare nämnt i rapporten har gränshandeln med just sällanköpsvaror varit underordnad dagligvaruhandeln, där det finns en mer tydlig prisskillnad mellan länderna. Prisskillnaden inom sällanköpsvaror är generell liten men förekommer inom vissa varugrupper.

Effekterna av handel vid Scandinavian Mountains Airport blir knappast avgörande för flertalet av butikerna på den norska sidan. Sammantaget utgör den totala gränshandeln ett större hot än just en enskild anläggning. Gränshandelskunderna har alltid möjlighet att välja alternativ som Charlottenberg eller andra orter. Med ökad tillgänglighet blir det trots allt en effekt. Vår bedömning är att effekten för dagligvaror endast uppgår till 6 procent i närområdet och till 2 procent i sekundärområdet. För sällanköpsvaror, som norska gränshandelskunder inte handlar i samma utsträckning, bedömer vi motsvarande effekt till 3 respektive 1 procent. Vår bedömning blir således att effekterna av Scandinavian Mountains Airport är begränsade även på den norska marknaden.

Nollscenario

HUI bedömer att en utebliven utbyggnad av gränshandeln vid Scandinavian Mountains Airport innebär att den totala gränshandeln mellan Sverige och Norge blir mindre än om utbyggnaden sker. Anledningen är att de norska kunder som skulle ha åkt till Scandinavian Mountains Airport inte säkert kommer att åka till Eda eller Årjäng. Samtidigt kommer inte Långflons mer begränsade utbud att vara tillräckligt starkt för att ta vara på all den norska omsättning som handeln vid Scandinavian Mountains Airport kan generera. Gränshandeln med Norge omsätter idag cirka 17 miljarder kronor. Vid en utbyggnad av gränshandeln enligt plan bedöms gränshandeln mot Norge kunna omsätta närmare 21-22 miljarder kronor om 4-5 år, det vill säga en ökning med cirka 4-5 miljarder kronor, varav cirka 2-3 miljarder kronor tillkommer i

Strömstad/Charlottenberg/Eda. En utebliven utbyggnad av gränshandeln vid Scandinavian Mountains Airport innebär att en del av dessa miljarder går till Norge och en del till Värmland. HUI bedömer således att den uteblivna omsättningen för gränshandeln i Sverige blir cirka 1 miljard kronor.