



Pressmeddelande
Stockholm, den 7 oktober 2010

Ökad tillväxttakt i svenskarnas konsumtion enligt Visa Europes Sverigeindex för tredje kvartalet

Augusti var starkaste månaden under kvartalet och högst tillväxt skedde inom hälsa & utbildning samt hotell & restaurang

Visa Europes Sverigeindex för tredje kvartalet 2010 visar att tillväxttakten i svenskarnas konsumtion har ökat jämfört med föregående kvartal. Konsumtionen steg med 3,5 procent jämfört med samma kvartal förra året och de branscher som har gått bäst under perioden är hälsa & utbildning* samt hotell & restaurang*.

Betalningsföretaget Visa Europe presenterar idag för andra gången Visa Europes Sverigeindex som mäter och analyserar de svenska hushållens konsumtion. Indexet är baserat på svenskarnas köp och betalningar med de sju miljoner svenska Visakort som finns i omlopp och som står för en fjärdedel av hushållens totala konsumtion i Sverige.

- Visa Europes Sverigeindex är en snabb och tillförlitlig indikator på hur svenskarnas konsumtion utvecklas, vilket i sin tur kan ses som en termometer på tilltron till den svenska ekonomin. Även om vi inte ser tillväxtsiffror i samma nivå som innan finanskrisen ser vi en positiv trend. Vi kommer noga följa utvecklingen under hösten eftersom tillväxtsiffrorna är relativt svaga vilket skulle kunna vara en anledning till oro för ekonomin framöver, säger Fredrik Westerman, chef för Visa Europe i Norden och Baltikum.

Visa Europes Sverigeindex för tredje kvartalet visar en ökning i konsumtionstakten jämfört med föregående kvartal, som låg på 2,6 procent jämfört med samma period förra året. Dock är tillväxtsiffrorna betydligt lägre än innan finanskrisen.

Nytt för Visa Europes Sverigeindex denna gång är att man har brutit ned siffrorna i åtta olika konsumtionskategorier. Den största tillväxten ser vi inom hälsa & utbildning* och hotell & restaurang. Siffrorna för hotell & restaurang uppvisar den största ökningen på fem kvartal. Vidare spenderade vi svenskar mer pengar på kläder & skor för femte kvartalet i rad. Ökningen är dock ganska liten, tredje kvartalet visade på en årlig tillväxt på 2,7 procent, för andra kvartalet var samma siffra 1,8 procent.

- Statistiken från Visa Europe tyder på att återhämtningen i konsumtionen har fortsatt att öka under det tredje kvartalet. Vi tror därmed att konsumtionen kommer att bidra positivt, om än marginellt, till landets BNP. Den svenska ekonomin har också återhämtat sig snabbare än de andra EU-ländernas ekonomier men konsumtionsökningen har varit relativt svag. I relation till den tidsserie som vi har studerat var tillväxten under tredje kvartalet liten och ligger lägre än tillväxtnivåerna före finanskrisen såväl som den genomsnittliga ökningen vi har sett efter krisen, säger Andrew Self ekonom på Markit.

Om Visa Europes Sverigeindex

Transaktionsdata för fem års tid (från den 1 januari 2005 till den 30 september 2010) från svenska Visakort har bearbetats och analyserats av företaget Markit Economics. Statistiken har justerats för att ta hänsyn till det ökande antalet Visakort, en allt större kortanvändning jämfört med kontanter samt inflationen.



Visa Europas Sverigeindex överensstämmer med officiell handelsstatistik och kan, tack vare snabb datahantering, presenteras tidigare än annan liknande statistik. Visa Europas Sverigeindex uppvisar inte perfekt korrelation med BNP-utvecklingen över tid. Visa Europe har tidigare kunnat se indikationer på vändpunkter i ekonomin för åren 2007 och 2008 i statistiken.

Mer information och diagram finns i rapporten "October 2010 – Visa Europe: Sweden Expenditure Index" [som hittas här](#).

* Följande åtta kategorier ingår i Visa Europas Sverigeindex:

1. Mat, dryck och tobak:

Mat, alkohol och icke alkoholhaltiga drycker samt tobaksvaror

2. Kläder och skor:

Kläder, skor, tvätt och kemtvätt, skomakartjänster

3. Hem och hushåll:

Möbler och hushållsartiklar, löpande underhåll till hemmet, vatten, elektricitet, gas

4. Hälsa och utbildning:

Medicinska produkter, utrustning och tjänster, utbildningsmaterial såsom skolböcker och kurslitteratur

5. Transport och kommunikation:

Inköp av fordon, transporttjänster, post och telefoni

6. Kultur och fritid:

Semester, bio- och teaterbesök, samt konsumentprodukter såsom kameror och TV-spel

7. Hotell och restaurang:

Restaurangbesök, catering och hotellvistelser

8. Övriga varor och tjänster:

Personlig hygien såsom spa och frisör mm, personliga varor såsom klockor och smycken, försäkringar, ekonomiska tjänster och juridisk rådgivning

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Marie Bjernstam Slorach, marie.slorach@se.mslworldwide.com, 0709-405 839, presskontakt på MS&L för Visa Europe i Sverige

Fredrik Westerman, 08-440 35 70, Chef för Visa Europe i Norden och Baltikum

Om Visa Europe

I Europa finns nära 399 miljoner Visa bank-, kredit- och företagskort. Dessa kort användes för köp och kontantuttag till ett värde över € 1,4 miljarder under den tolv månadersperiod som sträckte sig till slutet av mars 2010. 11,2 procent av allt som konsumenterna spenderar på försäljningsställen betalas med Visakort och mer än 70 procent är på Visa bankkort.

Visa Europe är en medlemsorganisation som sedan bolagsbildningen i juli 2004 ägs och styrs av över 4 000 europeiska medlemsbanker. I oktober 2007 frikopplades Visa Europe från det nya globala Visa Inc. och blev ett fristående bolag med en exklusiv, oåterkallelig och evig licens i Europa. Som ett dedikerat europeiskt betalningssystem kan Visa Europe snabbt anpassa sig efter behoven hos de europeiska bankerna och deras kunder – kortinnehavarna och handlarna. Dessutom kan organisationen leva upp till Europeiska Kommissionens mål om att skapa en enhetlig inre marknad för betalningar inom Europa.

Visa har överträffat acceptans i världen, dessutom är Visa/Plus ett av världens största globala nätverk av uttagsautomater som gör det möjligt att ta ut kontanter i lokal valuta i mer än 200 länder. För mer information, se www.visaeurope.com