

Retail Tracker brev for september

Tilbudssmell i dagligvarebransjen
Hva skjer hos kjedene?



Tilbudssmell i dagligvarebransjen

- Legger ned butikker og kutter i utvalget

MENY, TØNSBERG (Nettavisen):

- Klart vi ser etter gode tilbud, sier Mathias Fevang og Jasmine Poer. Nettavisen treffer dem ved «tre for to»-hylla på Meny i Tønsberg. Vi klarer oss greit, men skjønner at mange sliter. Vi følger med, og hvis vi ser det er gode tilbud et sted, hender det vi legger handleturen innom der, sier Fevang.



Utro kunder.

Akkurat det er det flere som gjør, ifølge helt ferske tall fra analyseselskapet NielsenIQ.

Det er nemlig en markant økning i kunder som bytter butikk på grunn av tilbud. Hele 41 prosent sier i en ny undersøkelse at de gjør det. Det er en klar økning fra 30 prosent året før.

-Det er en signifikant endring. Tidligere har folk vært lett å påvirke i butikken, men de har fortsatt gått til den samme butikken, sier daglig leder i NielsenIQ Norden, Anna Ekstrøm.

Nå er det såpass ille for økonomien for mange, så man velger i større grad butikk ut ifra hvilke tilbudskampanjer de har, sier hun.

Denne utviklingen er ganske ny i Norge.

- Danmark skiller seg ut der man lenge har valgt butikk etter gode tilbud. I Norge og Sverige har kundene i mindre grad byttet butikk. Det ser ut som dette er i endring nå, sier Ekstrøm.

Færre tilbudskampanjer.

Men selv om flere er på jakt etter gode tilbud, er det ifølge tallene fra NielsenIQ færre tilbudskampanjer i butikkene.

Vi har sett at det er færre kampanjer, men det er mer som selges på kampanje nå enn før.

Det betyr at de kampanjene som er, virkelig får folk til å handle mye, sier hun og legger til:

- Når det er færre kampanjer og folk også har mindre penger å bruke, er det naturlig at salget på hver kampanje også øker.

Tallene fra Nielsen viser at en stor andel av butikkenes omsetning skjer nettopp på kampanjevarer. Hos lavprisbutikkene utgjør det 15,2 prosent av omsetningen, mens det hos supermarkedene utgjør hele 27,5 prosent. Meny og Coop Mega er eksempler på supermarkeder.

Det siste året har antallet varer krympet med 87 i lavprisbutikkene, 229 hos supermarkedene og 49 hos nærbutikkene.

Folk ser også i større grad etter såkalte egne merkevarer (EMV), som First Price, Xtra og Prima.

Hos lavpriskjeder som Kiwi, Rema og Extra har andelen EMV i snitt gått opp fra 19,6 til 20,8 prosent det siste året.

Hele **41%** sier i en ny undersøkelse
at de **bytter butikk**
på grunn av tilbud.

Hva skjer for øvrig hos kjedene?

REMA 1000

REMA Deal



REMA 1000

Pallesalg



Hva skjer for øvrig hos kjedene?

MENY

Nyheter tas ut enda tydeligere nå enn tidligere.



MENY

Nytt helsekonsept på endereol ned mot kassene som rulles ut nå



ÅRETS MATGLEDEBUTIKK

Vi kommer tilbake med en rekke fine butikker i oktober-nummeret av nyhetsbrevet. Meny, Coop Mega, Rema 1000 og Extra. **Følg med!**



Ta vare på matgleden!



Ta vare på matgleden!

For nærmere informasjon, kontakt:

Tom Aulie - tom@spiritgruppen.no - Telefon: 92252687

SP!RIT