

Retail Tracker brev for februar

Fokus for dette nyhetsbrevet er matvareprisene i Norge og Sverige, samt prisdumping på enkelte merkevarer og PL fokus.

Kilde: NTB.



Mat- og drikkvareprisene har økt mindre enn forventet i Norge

Prisene i Sverige øker betydelig

Prisene i Norge økte mindre enn forventet i februar, noe som hovedsakelig skyldes Kiwi sine tiltak for å holde prisene nede.



Nettstedet Matpriskollen begynte å måle prisøkning på dagligvarer i 2015.

Prisøkningen på dagligvarer var på 2,1 prosent, som også er en rekord, ifølge nettstedets grunnlegger Ulf Mazur.

– For hele 2021 var prisøkningen på dagligvarer 1,1 prosent. Nå er den dobbelt så høy bare i februar, sier han.

Hittil i år har dagligvareprisene økt med 3,4 prosent. Prisutviklingen det siste året er på 15,2 prosent for dagligvarer og 17,8 prosent for kun mat. – Det går ikke opp for mange. Det begynner å bli et problem som politikerne er nødt til å gjøre noe med, blant annet for aleneforsørgere, sier Mazur.

Det som nå skjer i Sverige er viktig med tanke mindre Svenskehandel.

I februar økte de svenske matprisene med 2,5 % fra måneden før. Det er den største prisøkningen noensinne målt, ifølge Matpriskollen

Retail Tracker

Vi har vært rundt på alle butikkprofilene og det handler nå om pris på enkelt merkevarer (Freia, Coca Cola m.fl) og PL. Spesielt Rema 1000 har mye fokus på R.

Med våre R-serie sørger vi for at god kvalitet til lav pris blir tilgjengelig for alle. Når du ser R-merkevaren kan du være trygg på at de er ansvarlig produsert, og at produktene følger våre standarder for kvalitet.



Se endringer i butikk på www.retailtracker.no

Kontakt: Tom Aulie
tom.aulie@spiritgruppen.no

SP!RIT