

Retail Tracker brev for mars

Dagligvaretallene for 2022.

Kilde: NielsenIQ



Rema 1000 ble vekstvinner i fjor – største fall for Norgesgruppen på nesten 20 år

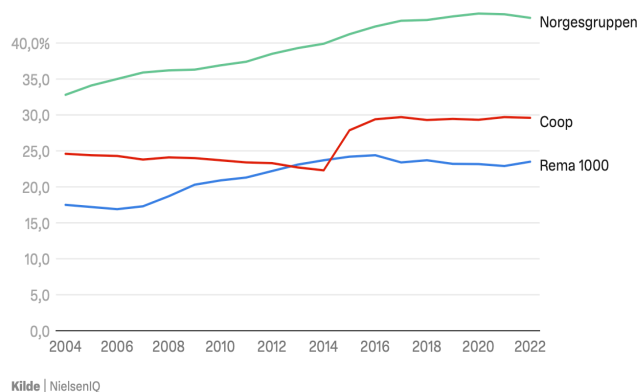
Handelen i dagligvarekjedene falt med 5,8 milliarder kroner i fjor.
Norgesgruppen tapte markedsandeler for første gang på en årrekke.



Rema 1000 økte markedsandelene sine til 23,5 prosent i fjor, en økning på 0,6 prosentpoeng fra året før. De ble dermed den dagligvarekjeden som opplevde størst fremgang gjennom fjoråret.

Norgesgruppen tapte på sin side 0,5 prosent markedsandeler. Dette er første betydelige nedgang for landets største handelshus på rundt 20 år. Bortsett fra et marginalt fall i fjor har konsernet spist markedsandel år for år siden 2004. Fallet var størst for Meny, på minus 0,4 prosent, mens Kiwi steg med 0,1 prosent. Kommunikasjonsdirektør Bjørn Takle Friis i Coop opplyser at de mistet 0,1 prosent markedsandeler totalt i 2022. Flaggskipet Extra økte samtidig med 0,4 prosent. Så små desimaler kan synes betydningsløst, men i et marked på over 200 milliarder kroner, er det snakk om store summer.

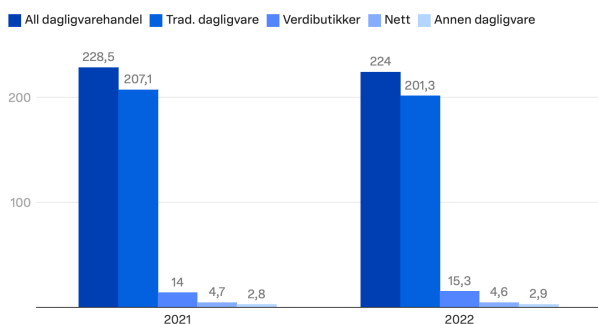
Dagligvareandeler 2022



Salgsfall

Dagligvarefasiten 2022

Tall i milliarder kroner



Dagligvaremarkedet totalt sett falt i fjor, etter rekordhøye pandeminivåer i 2020 og 2021. Det viser tall fra analyseselskapet NielsenIQ.

Totalt kjøpte vi dagligvarer for 224 milliarder kroner, en nedgang på 1,9 prosent fra 2021. Det til tross for at Norge gjennom fjoråret fikk 25 flere butikker med dagligvaresalg.

Handler annerledes

Dette er første gang at NielsenIQ tar for seg totalmarkedet for dagligvarer.

Selskapet forklarer at det henger sammen med at markedet ikke lenger består av kun de tradisjonelle aktørene – det vil si kjeder som Kiwi, Rema 1000 og Extra – og at en større andel av handelen enn tidligere gjøres utenfor disse salgskanalene. Analyseselskapet har kommet frem til at omsetningen ble fordelt slik i fjor:

- Tradisjonell dagligvare: 201,3 milliarder kroner
- Verdibutikker: 15,3 milliarder kroner
- Dagligvarer på nett: 4,6 milliarder kroner
- Annen dagligvare: 2,9 milliarder kroner

Mer lavpris

Omsetningen i det tradisjonelle dagligvaremarkedet falt i fjor med 2,8 prosent (tilsvarende 5,8 milliarder kroner) til 201,3 milliarder kroner. Det ble tre færre butikker gjennom året.

NielsenIQ-tallene viser samtidig at lavpris-segmentet – der Kiwi, Rema 1000 og Coop Extra konkurrerer hardt – fortsetter fremmarsjen. Ved utgangen av 2018 utgjorde lavpris 66,5 prosent av det tradisjonelle dagligvaremarkedet. I fjor ble 69,9 prosent av omsetningen lagt igjen i en lavprisbutikk.

– Vi trodde for noen år siden at maksnivået for lavpris var på 50 prosent. Jeg vet ikke hvor grensen faktisk går, men det er en voldsom andel nå som er innen lavprissegmentet. Og det ser ut til å utvikle seg jevnt og trutt hvert år, sier Folke Dalskau i NielsenIQ.

Mer svenskehandel, mindre på nett

At 2022 var et år stort sett uten coronarestriksjoner, underbygges av NielsenIQs tall på nett- og grensehandel.

Markedet for kjøp av dagligvarer på nett, der Oda er klart største aktør, krympet med 2,7 prosent (tilsvarende 128 millioner kroner) i fjor. Totalt handlet nordmenn dagligvarer på nett for 4,6 milliarder kroner. Dette utgjorde 2 prosent av totalmarkedet.

Grensehandelen skjøt samtidig i været sammenlignet med 2021, da grensene i store perioder var stengt.

Omsetningen økte i fjor med 7,8 milliarder til 10,4 milliarder, ifølge NielsenIQ. Det er 35 prosent mindre enn «normalåret» 2019.

– Selv om vi har en formidabel økning fra 2021, ser det ut til at vi kan vente enda høyere grensehandel fremover, sier Dalskau.

28 flere butikker

Det NielsenIQ kaller «verdibutikker» er kjeder som i andre sammenhenger blir beskrevet med kategorien «bredt vareutvalg».

Det inkluderer aktørene som Europris, Nille, Rusta, Normal og Dollarstore.

Det var aktørene i denne kategorien som sto for all vekst av butikker med dagligvaresalg i fjor. Mens det ble tre færre tradisjonelle matbutikker, fikk landet en tilvekst på 28 «verdibutikker» i 2022.

Totalt økte segmentet omsetningen med 9,6 prosent, tilsvarende 1,3 milliarder kroner i fjor. Omsetningen på 15,3 milliarder kroner tilsvarer 6,8 prosent av totalmarkedet.



Se endringer i butikk på www.retailtracker.no

Kontakt: Tom Aulie
tom.aulie@spiritgruppen.no

SP!RIT