

# PRISER

Fakta

NorgesGruppen / juni 2020



FOTO: Hans Fredrik Asbjørnsen

Pris er blant de viktigste kriteriene når nordmenn velger dagligvarebutikk. Det er først og fremst pris fra leverandør og konkurransen i markedet som bestemmer prisene i butikk og hvordan de endres.

NorgesGruppens undersøkelser viser at pris, vareutvalg og beliggenhet er de tre viktigste faktorene når norske dagligvarekunder skal bestemme hvor innkjøpet skal gjøres. De siste årene har prisene på dagligvarer fått mye oppmerksomhet, i takt med veksten i antall lavprisbutikker.

## Prisutvikling på mat og drikke

Som diagrammet nedenfor viser har prisveksten på mat og drikke over tid fulgt eller hatt en lavere vekst enn prisveksten på øvrige varer og tjenester (SSB).

Når den norske kronen svekker seg mot våre viktigste handelspartnere, medfører dette at prisen på mange importerte dagligvarer og viktige råvarer øker. Det påvirker igjen prisbildet ute i butikk.

Dagligvarebransjen har de senere årene gjennomført omfattende effektiviseringer. Det har vært avgjørende for å hindre ytterligere prisvekst på mat og drikke. Økt produktivitet og mer effektiv drift bidrar til å bremse prisveksten på mat og drikke, og holde den på nivå med andre varer og tjenester.

Tall fra SSB viser at lønnsveksten i varehandelen var på 26,2 prosent i perioden 2009–2019 (SSB). I samme tidsrom økte prisene ut av butikk med kun 15,4 prosent.

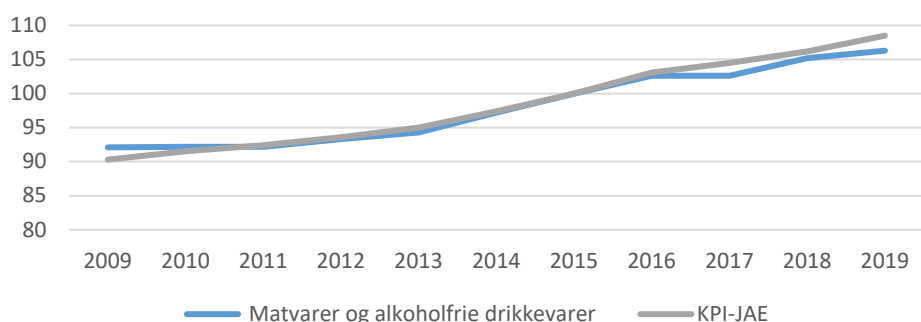
## Prisens oppbygning

NorgesGruppen kjøper inn varer fra over 1 200 ulike leverandører, store som små inkludert. I de fleste tilfellene er det NorgesGruppen som tar ansvaret for transport av varene ut til butikkene.



Lønnsveksten i varehandelen var på 26,2 prosent i perioden 2009-2019. Prisene på matvarer og alkoholfrie drikkevarer steg med 15,4 prosent i samme periode.

KPI justert for avgiftsendringer og energivarer



Konsumprisindeksen (KPI) måler prisnivået på varer og tjenester som en gjennomsnittlig, norsk husholdning kjøper.

Matvarer og alkoholfrie drikkevarer står for ca. 13 prosent av utgiftene i en gjennomsnittlig husholdning (kilde SSB).

Det er Statistisk Sentralbyrå (SSB) som beregner KPI hver måned. Utviklingen i KPI viser pris-veksten og er et viktig tall når Norges Bank setter styringsrenta



NorgesGruppen

Varekostnaden utgjør i snitt om lag tre firedeler av prisen kundene betaler for en vare. Lønninger til butikkansatte er nest største post, fulgt av transport, husleie, strømgjøring og andre driftskostnader.

NorgesGruppens resultatmargin var i 2019 på 3,8 prosent (resultat før skatt/driftsinntekter. Eks. IFRS 16).

NorgesGruppen jobber hele tiden for å ha de laveste matvareprisene og det beste vareutvalget for å vinne kampen om kundene. Betingelsene vi fremforhandler med de største leverandørene kommer kundene til gode gjennom lavere matvarepriser.

### Prisendringer

Prisene i NorgesGruppens butikker endres primært ved kampanjer, når innkjøpsprisene fra leverandørene endrer seg eller når kjedene kriger om å være billigst på viktige produkter.

Dagligvareprisene kan svinge mye fra måned til måned, og det er som regel hard priskrig inn mot de viktige høytidene jul, påske og 17. mai.

I tillegg til de årlige forhandlingene har leverandørene anledning til å justere prisene inn til NorgesGruppen basert på dokumenterbare endringer i kostnadene deres. Dette gjøres ved to faste datoer: 1. februar og 1. juli. I tillegg er det rom for å øke prisene på kort varsel gjennom såkalt force majeure, dersom noe ekstraordinært skulle inntreffe.

Prisendringene fra leverandørene påvirker prisene i butikk, derfor har det tradisjonelt vært økning i konsumprisindeksen for mat- og alkoholfrie drikkevarer etter disse datoene.

Prisene på ferskvarer som bær, frukt, grønnsaker, villfisk og kjøtt endres gjerne oftere. Dette skjer fordi tilbudet av disse varene påvirkes sterkt av sesongvariasjoner, vær, fangst eller andre eksterne faktorer. Når tilbudet svinger, vil også innkjøpsprisene NorgesGruppen betaler svinge. De samme variasjonene blir også synlige for kunder i butikkene.

De siste årene har dagligvareaktørene fått elektroniske hylleforakter i sine butikker. Teknologien har gjort det enkelt å endre priser ofte og medført at prisendringer kan skje hurtig.

## SPØRSMÅL & SVAR

### Hvorfor endres dagligvareprisene?

Dagligvareprisene påvirkes av mange faktorer. Størsteparten av prisen kundene betaler bestemmes av leverandøren, og påvirkes blant annet av prisen på råvarer, lønn, faste kostnader og valutakurser. I tillegg endrer dagligvarekjedene prisene sine for å sørge for at de er konkurransedyktige. De kjører også tilbudskampanjer med egne priser. Inn mot høytider blir det ofte priskrig på de mest populære sesongproduktene.

### Bruker nordmenn mer penger på mat enn svensker og dansker?

Nordmenn bruker litt over 11 prosent av inntekten sin på mat- og drikkevarer. Det plasserer Norge blant landene med de laveste matvareprisene i Europa målt mot inntekt (Kilde: Euromonitor/USDA).

### KILDER

Bruk av strekkodedata i matvareindeksen, SSB, Økonomiske analyser 6/2012

03014: Konsumprisindeks, etter konsumgruppe, statistikkvariabel og år, SSB

Tabell 05335: KPI-JA og KPI-JAE etter konsumgruppe, SSB

Tabell 07219: Lønnsindekser etter næring, SSB

Tabell 11652: Lønnstakere, arbeidsforhold og lønn, etter region, kjønn, alder, statistikkvariabel og kvartal, SSB

Percent of consumer expenditures spent on food, alcoholic beverages, and tobacco that were consumed at home, USDA, basert på tall fra Euromonitor

## Dette mener NorgesGruppen

- NorgesGruppens kjeder skal alltid være konkurransedyktige på pris. Det har betydning for husholdningenes økonomi og er samtidig avgjørende for kundenes valg av butikk og vår lønnsomhet i et konkurransepreget marked.
- Samtidig vil NorgesGruppen bidra til å opprettholde bredde i sortimentet og tilby kundene varer av annen kvalitet og større verdi, til høyere pris.
- Matvareprisene svinger mye fra måned til måned. Derfor er det viktig å se på prisutviklingen av mat og drikkevarer over tid.

