

NorgesGruppens prispress svekket lønnsomheten første halvår

NorgesGruppens kjeder investerte i priskutt og gode tilbud i tøff konkurranse om kundene. Det bidro til å dempe prisveksten på mat og drikke i første halvår og svekket konsernets lønnsomhet.

Gjenåpningen av samfunnet har ført til to prosent reduserte driftsinntekter mot pandemiåret 2021, men sammenlignet med normalåret 2019 er første halvår likevel opp 12,7 prosent. Omsetningen i tradisjonell dagligvare går tilbake som følge av at samfunnet gjenåpnes. Andre salgskanaler, som grensehandel og servering, tar tilbake tapt omsetning. Likevel faller NorgesGruppens driftsinntekter kun to prosent første halvår. Driftsinntektene ble 49,4 mrd. kroner sammenlignet med 50,4 mrd. kroner i fjor (ekskl. IFRS 16). Inntektene våre fra serveringsmarkedet er tilbake, og forbrukerne fortsetter å velge NorgesGruppens butikker.

- Vi er fornøyd med omsetningsutviklingen, sier konsernsjef Runar Hollevik. Den viser at kjedene våre beholder en god del av den «lånte» omsetningen, blant annet ved å investere i priskutt og gode tilbud.

Driftsresultatet ble 1,7 mrd. kroner, ned fra 2,5 mrd. kroner. Det gir en driftsmargin på 3,4 prosent sammenlignet med 4,9 prosent året før. Resultat etter skatt endte på 1,3 mrd. kroner (alle tall ekskl. IFRS 16).

- Vi valgte å investere i priskutt, og bidro dermed til å dempe prisveksten på mat og drikke her til lands, uttaler Hollevik. Prisveksten på mat i Norge fra juni 2021 til 2022 var 5,0 prosent, mens i land det er naturlig å sammenligne seg med, som Sverige og Danmark, var prisveksten hhv. 11,2 og 13,0 prosent i samme periode.

Et landbruksoppgjør, der kostnadsøkningene i hovedsak ble kompensert via statens budsjettmidler, bidro også positivt til dempet prisvekst på mat i Norge.

Krevende makrosituasjon

Første halvår 2022 har vært preget av en ubalanse i markedene som følge av krigen i Ukraina og i kjølvannet av pandemien. Dette skaper utfordringer for vareflyten i verdikjeden for varehandel, både med hensyn på varetilgang og inflasjon. NorgesGruppen opplever situasjonen som håndterbar, men har måttet sette inn ulike tiltak som alternative transportruter samt utskiftning av visse ingredienser basert på tilgjengelighet. I tillegg har dette medført økte råvarekostnader og en reell kostnadsvekst for våre leverandører.

- Jeg er godt fornøyd med at vi ikke lar oss distrahere av faktorer som er utenfor vår kontroll. Vi har fortsatt god vareflyt, vi reduserer de kostnadene vi kan påvirke selv samtidig som effektiviteten øker. Selvsagt er situasjonen krevende for hele verdikjeden, ikke bare oss, men vi skal komme oss sterkt gjennom den pågående situasjonen, poengterer Runar Hollevik.

Konsernet treffes av kostnadsøkninger på viktige innsatsfaktorer som energi, drivstoff og varer i første halvår. Mange kjøpmenn, og spesielt nærbutikkene og supermarkedene med store ferskvareavdelinger, påvirkes av økte strømpriser. Betydelige investeringer i ENØK-tiltak og egenproduksjon av fornybar energi de siste årene, gir redusert negativ påvirkning av økte strømpriser. I tillegg var sykefraværet høyt som følge av pandemien i starten av året.

Betydelige investeringer

NorgesGruppen investerer 1,5 mrd. kroner i første halvår, som er mer enn resultatet etter skatt på 1,3 mrd. i samme periode. Sentrale aktiviteter første halvår har vært miljøtiltak, digitale handleopplevelser, økt kapasitet, netthandel av mat og helt nye konsepter.

Det nye lageret ASKO Oslofjord i Sande startet nylig drift. Med høy grad av automasjon, fornybar energi og innovativ teknologi og er dette det høyest miljøsertifiserte industribygget i Norden. Det vil føre til økt kapasitet og mer effektiv vareflyt på Østlandet. Videre satser NorgesGruppen i helse- og velværessegmentet, på måltidsløsninger innen convenience, på storhandel, samt i lavpris non-food gjennom eierskapet i kjeden Dollarstore.

Når NorgesGruppen oppnår klimanøytralitet og nullutslipp, vil det føre til mindre belastning på strømkapasiteten i hele landet, samtidig som selskapet vil være mindre sårbart for svingninger i energiprisene. Derfor har NorgesGruppen en stor investeringsvilje i fornybar energi og ser etter aktuelle prosjekter både innen vindkraft og vannkraft.

Store investeringer i fornybar energi og transport over tid har gitt NorgesGruppen et konkurransefortrinn innen fornybart. Aldri før har investeringene innen vindkraft og solceller vært mer lønnsomme. Målet er hundre prosent fornybart, og konsernet legger til rette for at enda flere kjøpmenn kan gjøre investeringer innen ENØK-tiltak.

Fremtidsutsikter

NorgesGruppen forventer at inflasjonsbølgen og urolighetene i verden, vil fortsette å treffe oss. Det vil trolig ikke medføre kritiske situasjoner for matforsyningen, men de urolige råvare-, frakt- og energimarkedene er fortsatt en utfordring som treffer hele verdikjeden for mat.

NorgesGruppens strategi mot 2025 tar høyde for et marked i endring der kampen om kundene øker i et digitalisert samfunn. NorgesGruppen forventer at økte priser og oppmerksomhet rundt kostnadsøkninger for husholdningene vil påvirke handlemønstret fremover. NorgesGruppens kjeder forbereder seg på å møte handlevaner i rask endring.

Kontaktinformasjon

Stein Rømmerud, Konserndirektør, Kommunikasjon og samfunnskontakt, tlf.: 90 11 99 85
Ingrid Solberg Gundersen, Kommunikasjonssjef Bærekraft, Finans og Konsern, tlf. 97 51 44 95