

Skøyen 30. august 2023

KIWIs prisbrems ga solid kundevekst og sterk omsetningsvekst for NorgesGruppen ASA i første halvår

I løpet av første halvår 2023 oppnådde NorgesGruppen en omsetning på 54,3 milliarder kroner, en økning fra 49,4 milliarder kroner i samme periode i fjor. Driftsmarginen svekkes med 0,4 prosentpoeng.

NorgesGruppen ASA, Norges ledende detaljhandelskonsern, kunngjorde i dag sine økonomiske resultater for første halvår 2023. Resultatene viser en krevende periode preget av vedvarende priskutt og økte varekostnader. Investeringen i priskutt i lavpriskjeden KIWI svekket konsernets driftsmargin med 0,4 prosentpoeng, fra 3,4 prosent til 3,0 prosent første halvår 2023. Inntekt fra investeringer i tilknyttede selskaper bidrar positivt til driftsmargin, hvor bl.a. Dagrofa i Danmark løfter lønnsomheten. I tillegg har kundevekst og god kostnadskontroll bidratt til et driftsresultat i kroner på samme nivå som samme periode i fjor. Driftsresultatet for første halvår 2023 var 1.643 millioner kroner, mot 1.668 millioner kroner første halvår 2022.

Resultatmarginen ble 2,4 prosent mot 2,6 prosent i samme periode i fjor. Dette ga et resultat etter skatt på 1.302 millioner kroner, mot 1.280 millioner kroner i fjor.

"Våre investeringer i priskutt har holdt oss konkurransedyktige i et tøft marked, og vi har oppnådd en solid vekst i driftsinntektene, sier konsernsjef Runar Hollevik. Samtidig evner vi å effektivisere driften vår for å håndtere de økte kostnadene, noe som er avgjørende i den tiden vi står oppi der alt koster mer, understreker Hollevik."

Den pågående konkurransen i matvaremarkedet beskrives som intens, og kjøpmennene opplever en betydelig kamp om kundene. Konsernet har samtidig stått overfor utfordringer med økte kostnader på viktige innsatsfaktorer som varer, emballasje og husleie. Energi er fortsatt en vesentlig kostnadspost. Råvareprisene har steget som følge av makroøkonomiske faktorer og utfordrende ekstremvær. Importerte varer som frukt, grønnsaker og kaffe har blitt påvirket av høyere råvarepriser, noe som delvis skyldes kronesvekkelsen og økt inflasjon.

Supermarkedene opplever en krevende situasjon, som følge av tøffere konkurranse og et lavere fokus på utvalg når alt koster mer. De beholder antall kunder, men opplever samtidig at kundene legger færre og rimeligere varer i handlekurven. Etter en krevende start på året ser det ut til at utviklingen for NorgesGruppens supermarkedkjeder MENY og SPAR snur. Satsingen på bredt vareutvalg, ferskvare og lokalmatprodusenter fortsetter med uforminsket styrke.

Servicehandelkonseptene i NorgesGruppen fortsetter den positive utviklingen og ASKO Servering har første halvår gode resultater og fornyet kontrakter med flere nasjonale kundegrupperinger.



NorgesGruppen

Serveringsmarkedet har så langt hatt god utvikling, noe som tyder på at folk er på farten og ønsker å spise ute.

Grossistvirksomheten ASKO øker sin omsetning både innen dagligvare og serveringsmarkedet.

NorgesGruppens arbeid med å redusere klimagassutslippene, og bærekraftsarbeidet generelt fortsetter med full kraft. Absolutt klimagassutslipp i egen drift er redusert med 6 prosent i første halvår 2023, og totalt ned 18 prosent fra baseåret 2019. De viktigste driverne er effekten av energieffektiviseringstiltak, mer fornybar energi og redusert matsvinn.

«Resultatet innen bærekraft første halvår er gode. Vi ser at klimaendringene får større konsekvenser for verdikjeden for mat og det blir viktig å øke tempoet på tiltak som monner», uttaler konsernsjef Runar Hollevik.

For mer informasjon, vennligst kontakt:

Jeanett Søløy

Kommunikasjonssjef konsern, NorgesGruppen ASA

Telefon: 932 53 456

E-post: jeanett.soly@norgesgruppen.no