

Oslo, 21. mars 2024

Kundevekst og sterk kostnadskontroll forbedret NorgesGruppens årsresultat

Flere kunder i butikkene, god kostnadskontroll og store investeringer som har gitt en mer effektiv og bærekraftig drift, styrket NorgesGruppens konkurransekraft gjennom 2023.

En betydelig kundevekst bidro til 9,3 prosent økning av driftsinntektene, som dermed endte på 112,2 mrd. kroner (ekskl. IFRS 16). Til tross for redusert varefortjeneste som følge av KIWIs prispress, styrket konsernet resultatet til et nivå som er på nivå med årene før pandemien. Samlet har konsernet tatt ut kostnadsreduksjoner på 1,2 mrd. kroner sammenlignet med 2022, hvorav halvparten er reduserte strømkostnader. Årsresultatet endte på 3,4 mrd. kroner og resultatmarginen ble dermed 3,1 prosent for 2023, mot 2,8 prosent året før. Samtidig ble klimagassutslippene redusert med nær sju prosent i 2023.

2023 ble et utfordrende år for varehandelen i Norge, med høy kostnadsvekst i samfunnet og redusert kjøpekraft for kundene. KIWIs prisgrep 1. februar 2023 førte til en solid vekst blant prisbevisste kunder og styrket kjedens posisjon. Ved utgangen av året var KIWI Norges største kjede, med over 700 butikker, og for første gang passerte den grønne lavpriskjeden milepælen 50 mrd. kroner i omsetning.

Fornøyde kunder er det viktigste for en handelsaktør som NorgesGruppen, sier konsernsjef Runar Hollevik:

- I et marked i endring er vi veldig fornøyd med å styrke vår markedsposisjon i matmarkedet. Vi opplever fantastisk kundevekst som følge av flere viktige grep fra våre kjeder, og butikkene fremstår som tilpasningsdyktige når våre kunder opplever at alt koster mer. Det gir oss fortsatt gode forutsetninger for langsiktig god utvikling av alle våre virksomheter.

Hollevik er godt fornøyd med året, men legger ikke skjul på at 2023 ble et spesielt år:

- Tøff priskonkurranse kombinert med kraftig prisøkning på varene vi kjøper inn satte press på marginene våre i året som gikk. Til tross for redusert varefortjeneste styrkes årsresultatet, som følge av økt produktivitet og sterk underliggende drift.

NorgesGruppens konkurransearena er et totalt matmarked som omsetter for omtrent 360 milliarder kroner, en økning på om lag seks prosent i 2023. I dette totalmarkedet har NorgesGruppen en markedsandel på 27 prosent. Matprisene fortsatte å øke i 2023 som følge av økte innkjøpspriser, svekket valuta og den krevende internasjonale makrosituasjonen. Tall fra SSB viser at prisveksten på mat og drikke i Norge de siste 24 månedene har vært lavere enn i Sverige og på nivå med Danmark.

- Vi har en god bredde med sterke kjedekonsepter i flere deler av matmarkedet. Flere er ledende i sine respektive deler av markedet. Motiverte medarbeidere og fornøyde selvstendige kjøpmenn gjør at NorgesGruppen er godt posisjonert for videre vekst, poengterer Runar Hollevik. Han understreker samtidig at resultatene i 2023 først og fremst er takket være innsatsen fra mer enn 45.000 dedikerte medarbeidere i NorgesGruppens mange virksomheter.

Sterke bærekraftsresultater i 2023

NorgesGruppens systematiske bærekraftarbeid ga solide resultater i 2023. Konsernets klimagassutslipp fra egen virksomhet er redusert med nær syv prosent siste år. Siden 2019 er reduksjonen på over 18 prosent.

Den positive reduksjonen i klimagassutslipp skyldes først og fremst betydelig reduksjon i matsvinn, lavere strømforbruk og investeringer i overgangen fra fossil til fornybar energi. Dette er faktiske kutt i utslippene, uten kjøp av klimakvoter eller annen kompensasjon. Matkastingen er redusert med syv prosent i 2023 og 40 prosent siden 2015. En viktig årsak til dette er mer presis varebeholdning, samt nedprising av varer som nærmer seg utløpsdato, i alle store varegrupper.

Store investeringer i fornybar energi og fossilfrie transportløsninger over tid har gitt NorgesGruppen et konkurransefortrinn når energiprisene svinger. I 2023 hadde NorgesGruppen 130 GWh egenproduksjon av energi fra vind, vann og sol. Dette er en vekst på 14 prosent fra 2022. Med over 190 000 kvadratmeter med solceller på tak er NorgesGruppen den største produsenten av solenergi i Norge, til eget bruk. Samtidig reduserte konsernet forbruket av energi med syv prosent, tilsvarende 47 GWh sammenlignet med 2022.

ASKO har sannsynligvis kjøpt sin siste fossile lastebil, og hadde ved utgangen av året hele 136 fossilfrie lastebiler, en økning på 24 mot året før.

For flere finansielle nøkkeltall, se års- og bærekraftsrapporten side 13 (tilgjengelig på norgesgruppen.no).

Kontaktinformasjon

Jeanett Søly, Kommunikasjonssjef bærekraft, finans og konsern, tlf. 93 25 34 56

E-post: jeanett.soly@norgesgruppen.no