



ECOLOGICAL PRODUCT

NEW PRODUCT

CASH

QR CODE

FOR SALE



M-COMMERCE

WE ARE OPEN

WE ARE CLOSED

CUSTOMER SURVEY

RETAIL



BRANSJETALL - HANDEL

NHOSH

oktober 2020

1. Detaljomsetningsindeksen s 3- 6

SSBs detaljomsetningsindeks beskriver verdi- og volumutvikling per bransje i detaljhandelen. Bygger på tall fra et representativt utvalg på 1500 virksomheter i de ulike bransjene. I tillegg hentes det inn tall fra 14 600 butikker fra ulike kjedekontor. Månedlige tall som offentliggjøres i slutten av påfølgende måned.

2. Omsetning i varehandel s 7 - 9

SSBs omsetningstall for varehandel er basert på Skattedirektoratets oppgaveregister (momsregister) og er faktisk innmeldte omsetningstall fra alle virksomheter. Det publiseres tall for to måneder av gangen med ca fire måneders forsinkelse til publisering.

3. Konsumprisindeksen s 10 -12

SSBs prisindeks har som formål å måle den faktiske prisutviklingen for varer og tjenester etterspurt av private husholdninger. For å hente inn månedlige priser på varene og tjenestene brukes det et utvalg av virksomheter (ca 2000), husholdninger og kommuner. Det er definert et utvalg av varer og tjenester på rundt 650 representantvarer og -tjenester. Det publiseres månedlige tall, rundt den 10. påfølgende måned

4. Grensehandel s 13 - 15

Grensehandelsundersøkelsen er basert på et representativt utvalg av 2 000 norske personer i alderen 16 - 79 år. Undersøkelsen er en del av en mer generell undersøkelse knyttet til nordmenns reisevirksomhet. Kvartalsvise tall som publiseres med ca to måneders forsinkelse, omsetning og antall turer.

5. Nielsen kvartalstall for dagligvare s 16 – 18

Kvartalsrapport fra Nielsen bygger på data fra dagligvarekjedene og viser utvikling i totalmarked, varegrupper mm. Kvartalsvise tall som publiseres påfølgende uke .

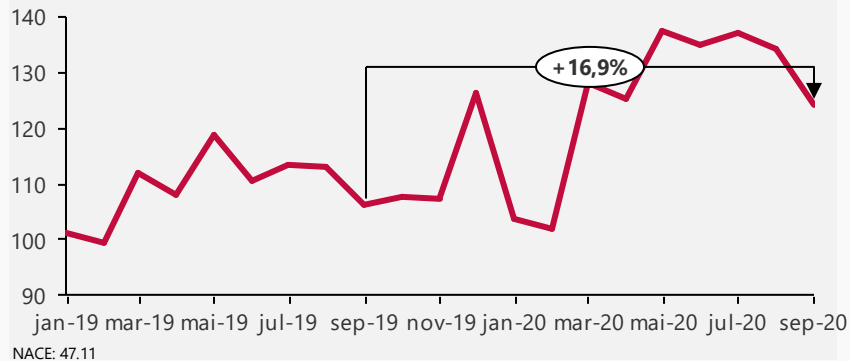
Hovedpunkter detaljomsetningsindeks, verdi s. 4 - 6:

- Totalt økte detaljhandelsindeksen med + 9,2 % i verdi (kalenderjustert) sep 20 mot sep 19. Så på totalnivå er veksten fremdeles høy mot fjoråret. Mot august økte volum +0,3 % på sesongjusterte tall.
- De aller fleste bransjene opplever en vekst i verdi i september 20 mot tilsvarende måned i fjor (utvikling i prosent i grafene), selv om omsetning er lavere enn i august
- Netthandel, dagligvare/kiosk, bredt vareutvalg, hus og hjem, blomster og fôr med høy vekst
- Svakere utvikling for bensinstasjoner, klesbransje og kosmetikk
- Bransjenes/ varegruppenes inndeling er gitt av NACE-koder og nivå SSB rapporterer på
- Målenheten (y-aksen) er en indeksert verdi med 2015 som startår (= 100).

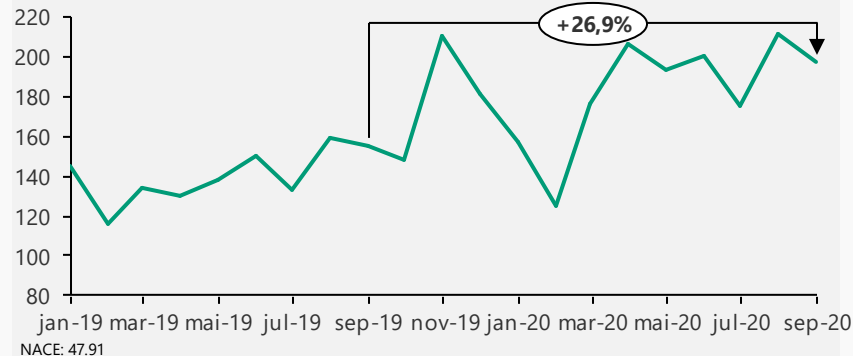
Detaljomsætningsindeksen 1:3 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst. 2015=100)

Per september 2020

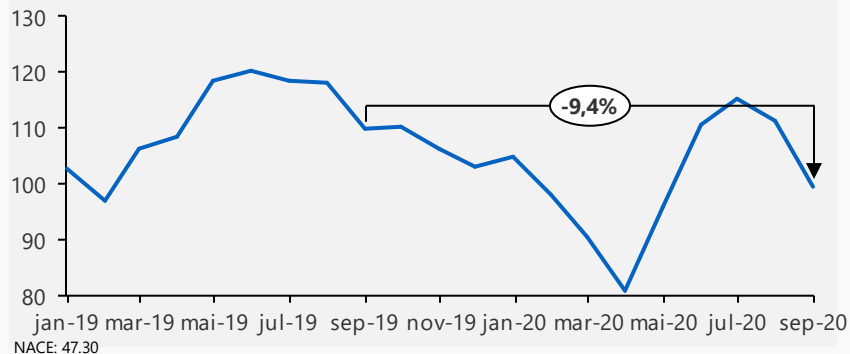
Dagligvare og kiosk



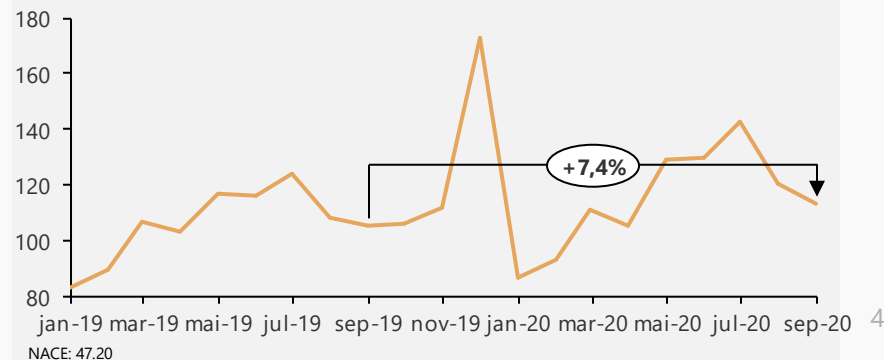
Netthandel



Bensinstasjoner

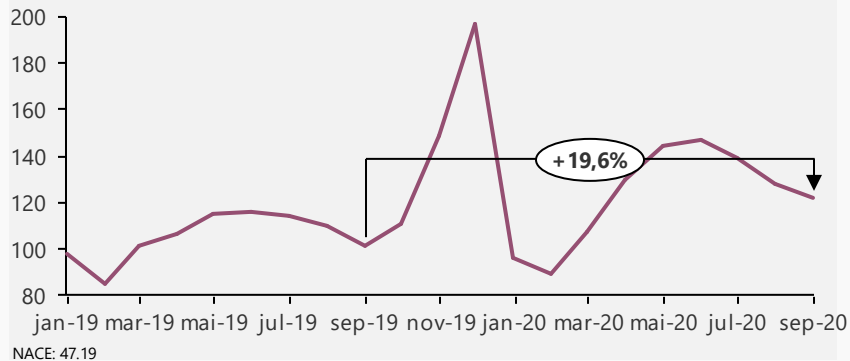


Mat og drikke i spesialbutikker

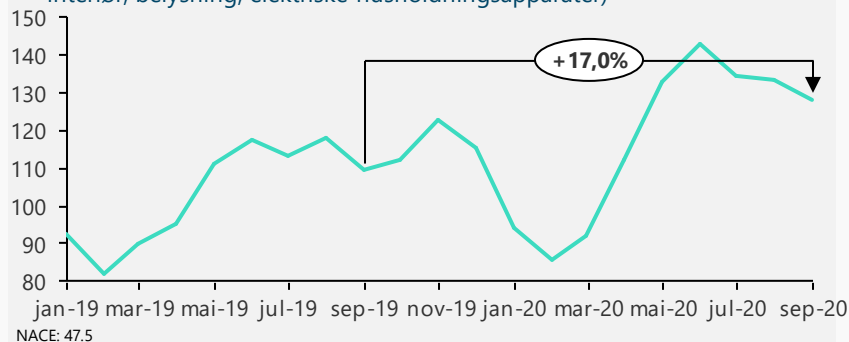


Detaljomsætningsindeksen 2:3 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst. 2015=100) Per september 2020

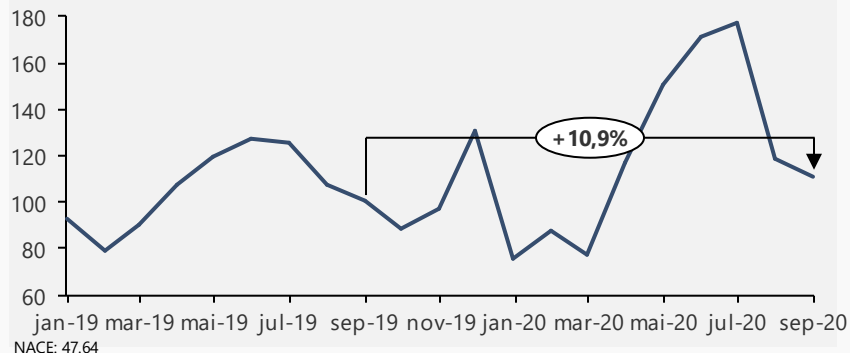
Bredt vareutvalg



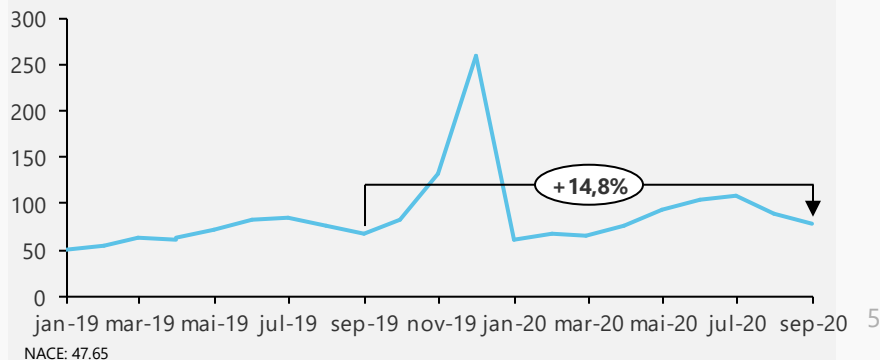
Hus og hjem innk elektronikk (tekstil, jernvare, møbler, interiør, belysning, elektriske husholdningsapparater)



Sport (inkl fritidsbåter)

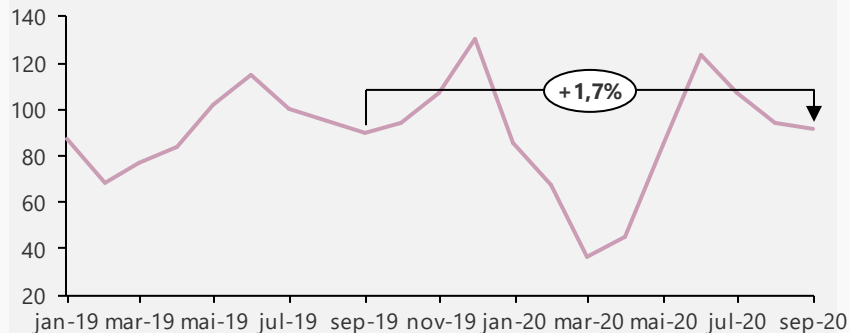


Spill og leker



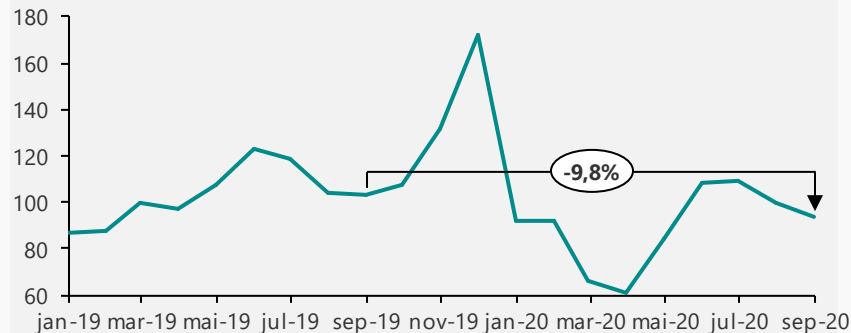
Detaljomsætningsindeksen 3:3 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst. 2015=100) Per september 2020

Klær



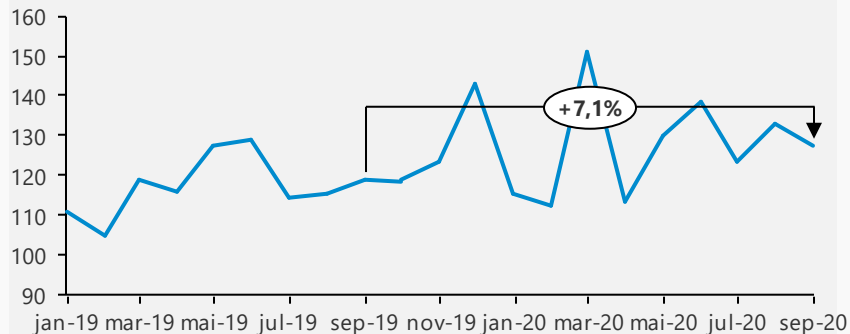
NACE: 47.71

Kosmetikk



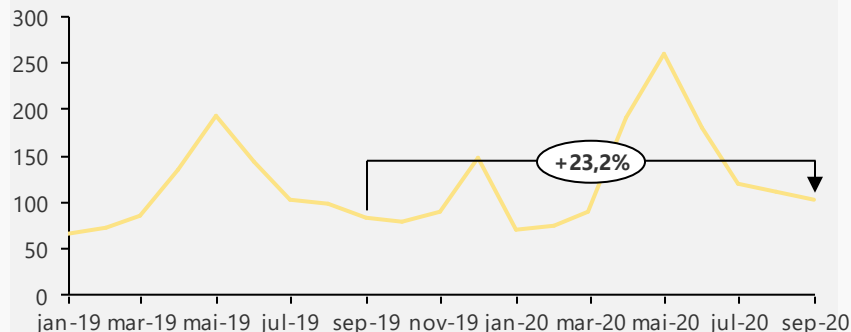
NACE: 47.75

Apotek



NACE: 47.73

Blomster (og fôrvarer til kjæledyr)



NACE: 47.76

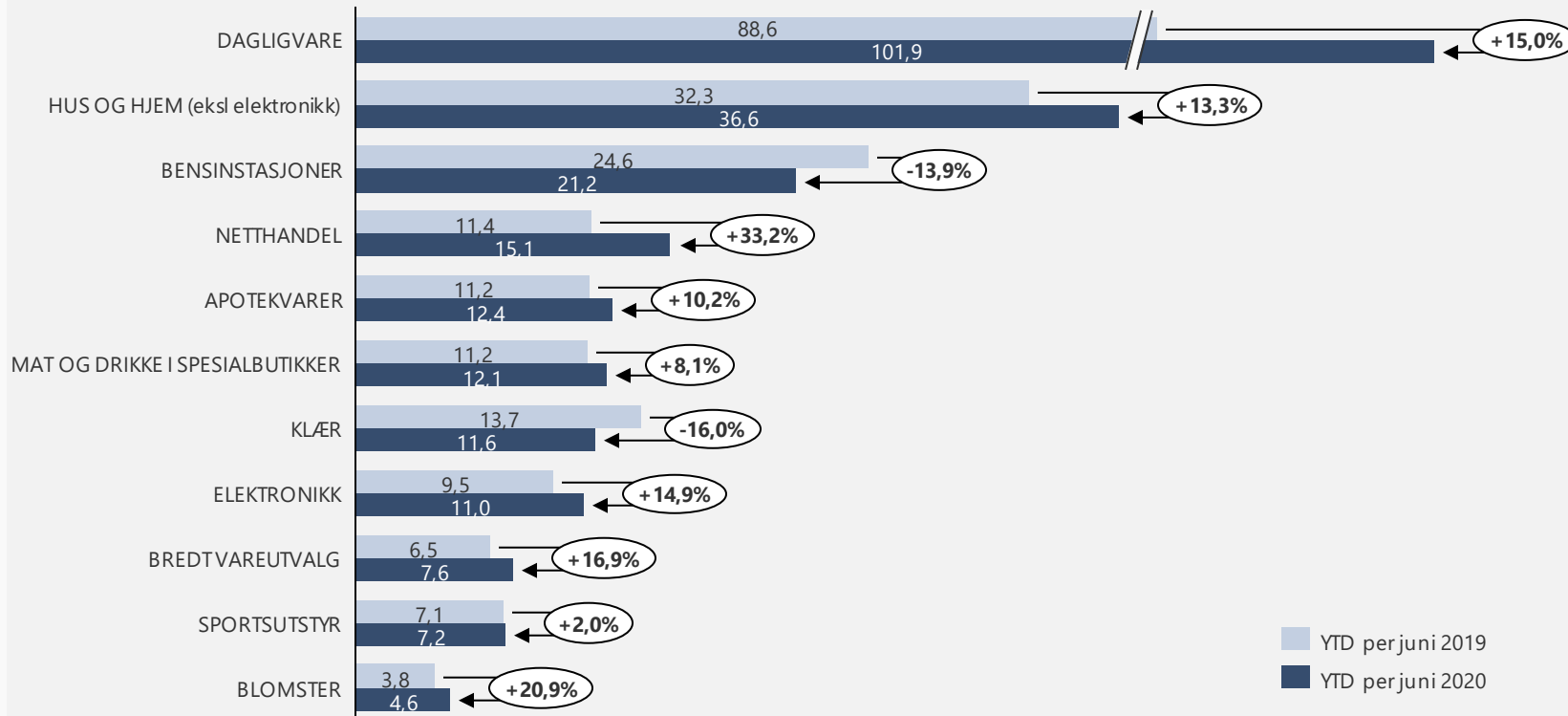
Hovedpunkter omsetning i varehandel, verdi s. 8 - 9:

- Omsetning i varehandel rapporterer tall direkte fra mva-registeret og er faktisk omsetning i varehandelen
- Samlet sett sterk vekst i varehandel i perioden YTD juni 2020 mot YTD 2019, med + 8,3 prosent mot fjoråret
- Tallene per juni viser stor forskjell i utvikling for bransjene, tilsvarende som detaljomsetningsindeksen viser.
- Noen utvalgte bransjer:
 - Sterk vekst: Netthandel, dagligvare, hus og hjem blomster, apotekvarer, elektronikk, fritidsbåter
 - Svak utvikling: Kiosk, kosmetikk, bensinstasjon, klær, sko, optikk, gull, sølv, ur,

Omsetning i varehandel 1:2 (verdi hittil i år, utvikling mot året før)

Per juni 2020 (oppdatert i oktober 2020)

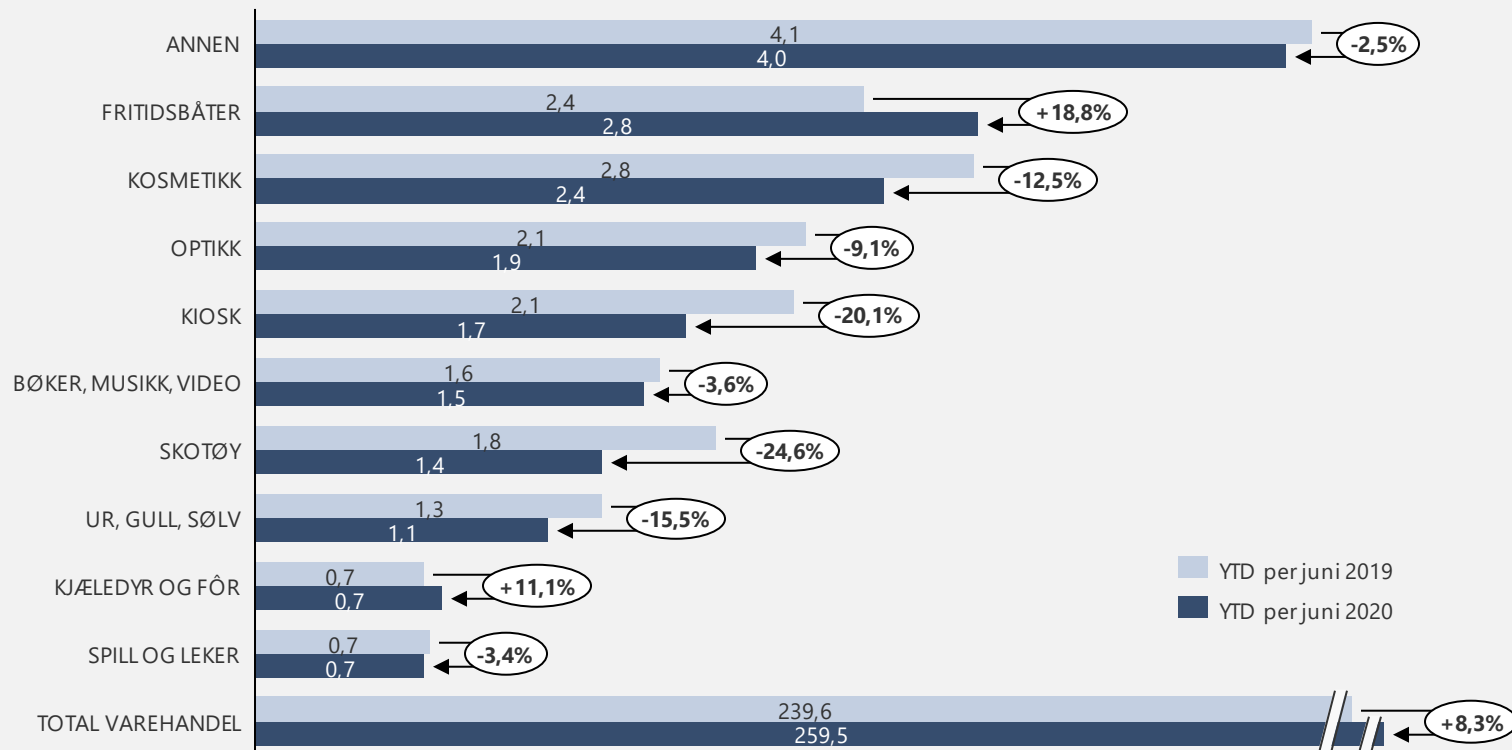
MRD NOK, YTD juni



Omsetning i varehandel 2:2 (verdi hittil i år, utvikling mot året før)

Per juni 2020 (oppdatert i oktober 2020)

MRD NOK, YTD juni



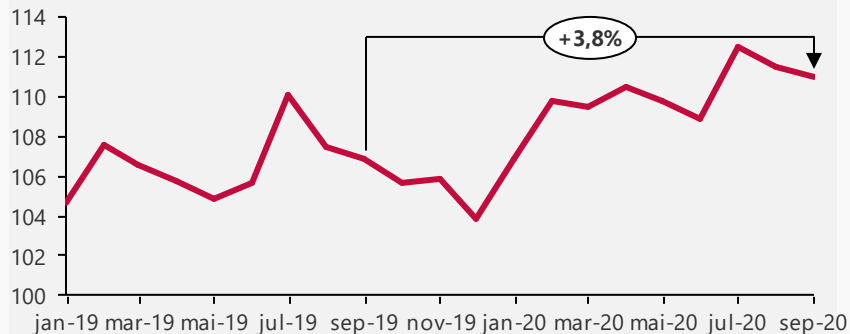
Hovedpunkter konsumprisindeksen s. 11 - 12:

- Totalvekst for KPI i perioden (september 20 vs september 19) var +1,6 %
- Konsumprisindeksen totalt blir trukket ned av fallende strøm- og energipriser og fallende priser på klær og sko siste år
- Svekket krone fører til dyrere importvarer og bransjer med høy andel import vil dermed ha et økt behov for å øke prisene
- Møbler, husholdningsartikler, mat og drikke, samt post- og teletjenester har hatt høyest prisutvikling siste år

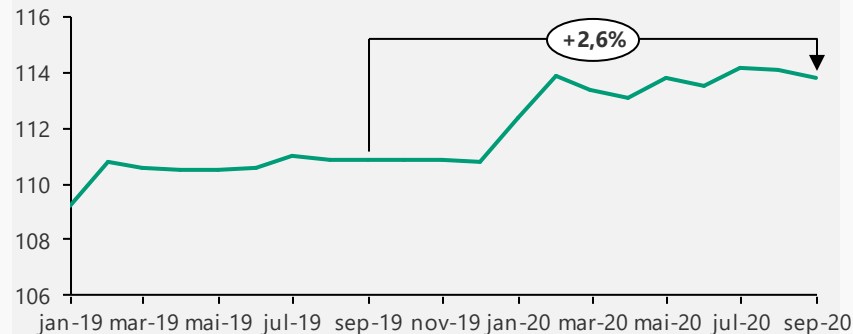
Konsumprisindeksen 1:2 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst)

Per september 2020

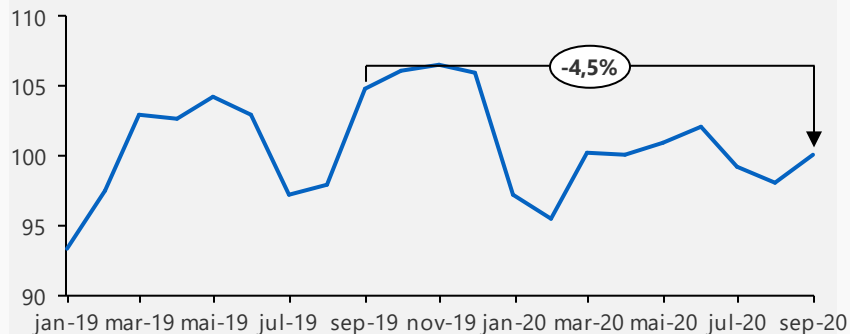
Mat og alkoholfri drikke



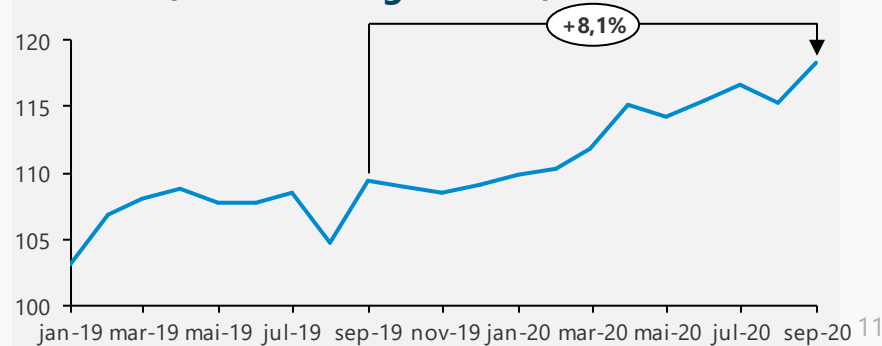
Alkoholholdig drikke og tobakk



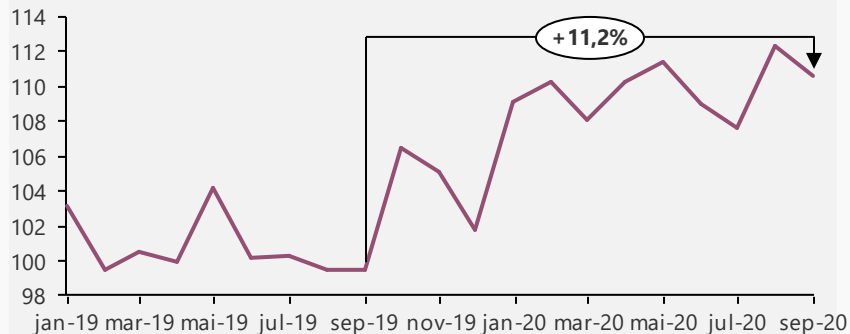
Klær og sko



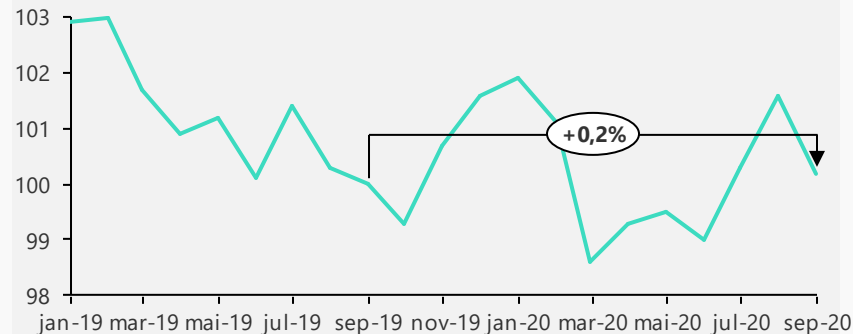
Møbler, husholdningsartikler, innbo



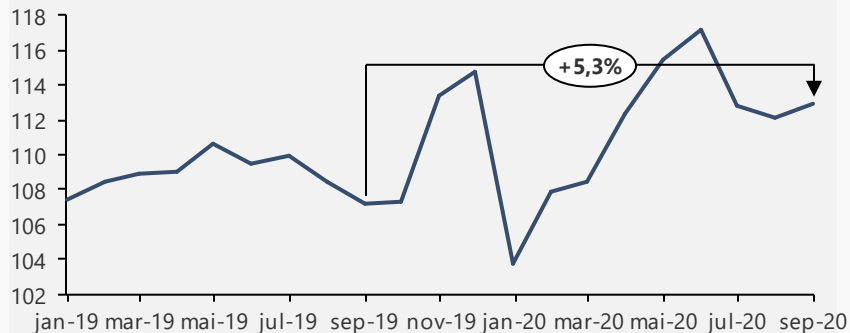
Spill, leker, hobby



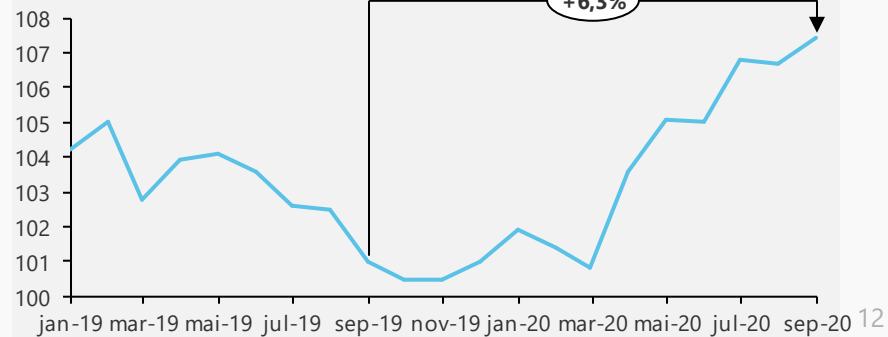
Sport, camping, friluftsliv



Hage, planter, blomster



IT-, audio-, fotoutstyr

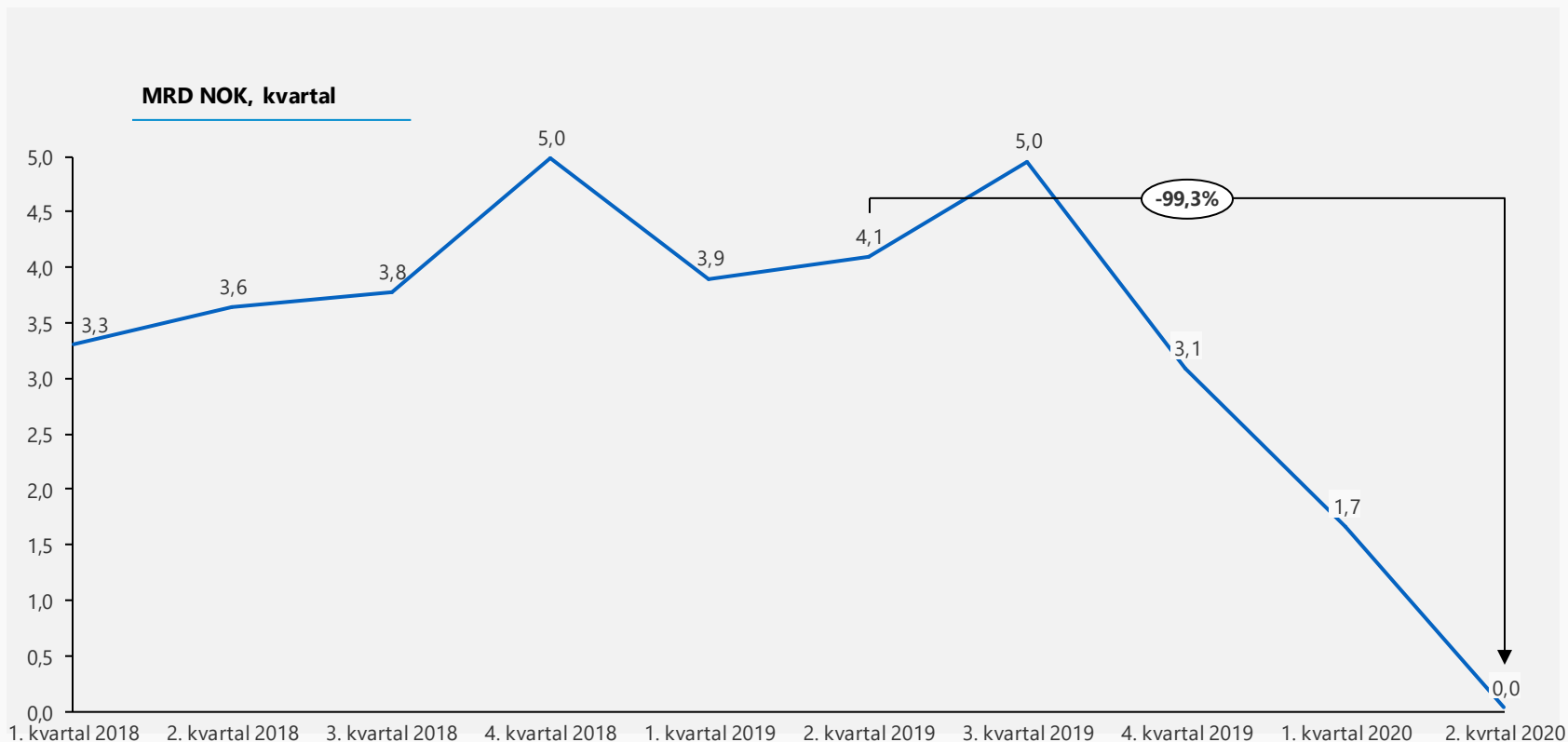


Hovedpunkter grensehandelstall s. 14 - 15:

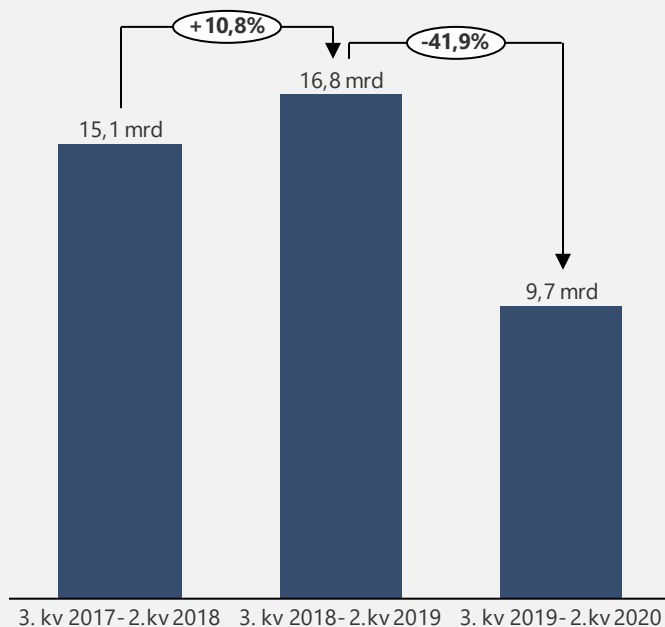
- Som følge av tilnærmet stengt grense mot Sverige, er grensehandelen nærmest ikke-eksisterende fra 2.kvartal 2020. Tallene fra 1. kvartal er også preget av koronakrise og reiserestriksjoner.
- SSB har selv uttrykt at det er noe usikkerhet knyttet til tallene som følge av at de er basert på en utvalgsundersøkelse. De oppfordrer derfor til å se på tall for hele år, da svingninger kvartal for kvartal i visse tilfeller fremstår som (for) høye.
- Frem til restriksjoner for reising til Sverige normaliseres, vil grensehandelsomsetningen være marginal

Grensehandel 1:2

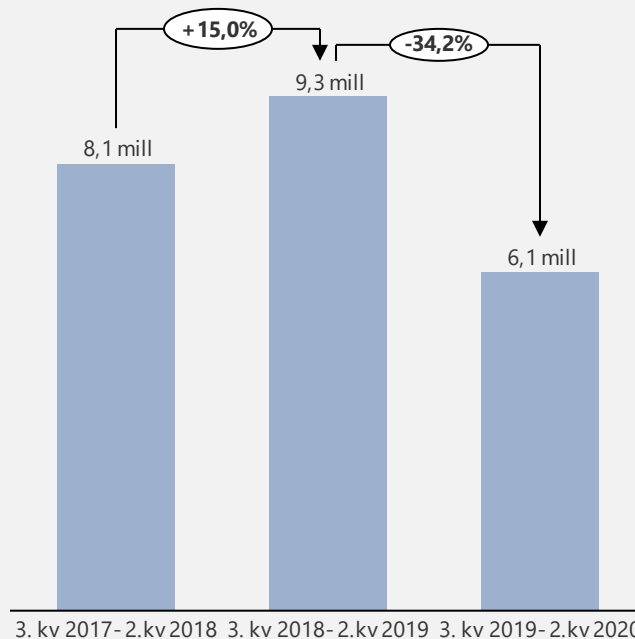
Per 2. kvartal (oppdatert i august 2020)



MRD NOK, rullerende år

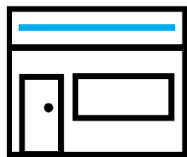


Antall turer, rullerende år



Hovedpunkter Nielsen kvartalstall per 3. kvartal (s 17 – 18)

- Svært høy dagligvarevekst på + 16,1 prosent hittil i år mot fjoråret, med over 20 prosent vekst 3. kvartal isolert.
- Drikkevarer, tobakk og dypfrost mat er varegruppene som vokste mest i prosent
- Private Label (PL/ Egne Merkevarer/ EMV) vokste mer enn totalveksten i markedet og har per 3.kvartal en verdiandel på 19 prosent av markedet
- Lavpris har en verdiandel på 69,3 prosent av markedet
- Kiosk – og bensinmarkedet har svak utvikling og faller med -6,7 prosent (eks servering)



VEKST I DAGLIGVARE-
MARKEDET YTD 2020

+16,1%

Organisk vekst + 15,0 %
Vekst Q3 isolert: + 20,2 %

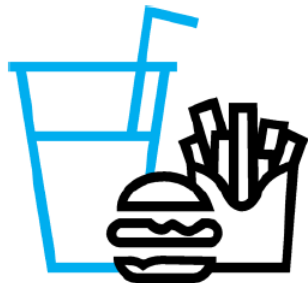
**50 % AV NORGES
BEFOLKNING SIER DE HAR
HANDLET DAGLIGVARER I
SVERIGE MINST 2 GANGER I
ÅRET FØR KORONAKRISEN**

UTVIKLING PER KATEGORI DAGLIGVARE, YTD

HOVEDVAREGRUPPE	VERDIANDEL	VERDIVEKST
TOTAL DVH	100 %	16,1 %
FERSK MAT	29 %	12,8 %
DRIKKEVARER	17 %	21,9 %
PAKKET MAT	14 %	16,1 %
KJØLEVARER OG OLJER	13 %	11,3 %
TOBAKK	8 %	40,3 %
DYPFRYST MAT	6 %	17,4 %
SJOKOLADE OG SUKKERVARER	5 %	16,0 %
VASKE OG HUSHOLDNINGSPRODUKTER	3 %	7,8 %
HELSE OG SKJØNNHET	3 %	8,4 %
SPESIALPRODUKTER	1 %	9,1 %
DYREMAT/DYREARTIKLER	0 %	5,1 %

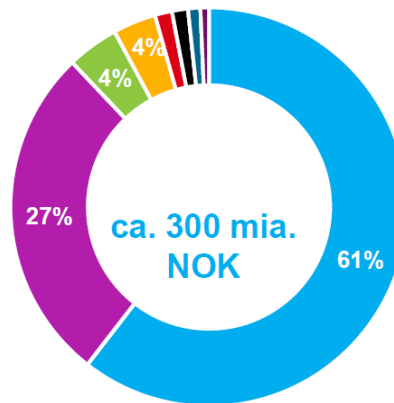
LEVERANDØRER VERDIANDEL VERDIVEKST

TOTAL DVH	100 %	16,1 %
TOPP 1-5	23 %	12,4 %
TOPP 6-10	11 %	25,7 %
TOPP 11-30	24 %	19,5 %
TOPP 31-100	12 %	14,3 %
100+	13 %	10,5 %
PRIVATE LABEL	18 %	18,4 %



OMSETNING Kiosk bensin (KBS)
- 6,7 % (eks servering) YTD

DAGLIGVARE- OG SERVERINGSMARKEDET



- Dagligvare
- Serveringssteder
- Kiosk- og Serveringssteder
- Grensehandelsbutikker
- Spesialforretninger mat og drikke
- Faghandelsbutikker
- Nettbutikker
- Taxfree-butikker