

NOTAT

MARGINBILDET I DAGLIGVAREBRANSJEN 2010 – 2021



MENON-PUBLIKASJON NR. 13/2023

Av Erland Skogli, Erika Karttinen og Petter Krogh Nilsen



Forord

På oppdrag fra Virke Dagligvare¹ har Menon Economics undersøkt marginbildet i dagligvarebransjen. Vi vil takke alle som har bidratt med tall og fakta i utredningen. Menon står ansvarlig for alt innhold i notatet.

Januar 2023

Erland Skogli
Prosjektleder
Menon Economics

¹ Coop, Bunnpris og NorgesGruppen er blant medlemmene i Virke Dagligvare.

Innhold

SAMMENDRAG	3
1 INNLEDNING OG BAKGRUNN	4
1.1. Dagligvaremarkedets verdikjede	5
2. DRIFTSMARGINER I DETALJHANDELEN	7
3. DRIFTSMARGINER I DE TRE LEDDENE AV DAGLIGVAREVERDIKJEDEN	9
3.1. Øvrige kilder på lønnsomhet i norsk dagligvare	10
3.2. Mål på effektivitet	12
4. DRIFTSMARGINER FOR STORE AKTØRER GJENNOM DAGLIGVAREVERDIKJEDEN	13
4.1. Leverandør- og produsentleddet	13
4.2. Grossistleddet	14
4.3. Detaljistleddet	14

Sammendrag

Vi har i dette notatet sett på lønnsomheten i de ulike leddene i dagligvareverdikjeden. Dette har vi gjort ved å sammenligne driftsmarginer, altså driftsresultat delt på omsetning, for de ulike leddene i verdikjeden, for næringen totalt og for de største virksomhetene i hvert ledd.

Lønnsomhet *kan* gi en indikasjon på konkurransenivået i et marked, selv om det ikke gir et fullstendig bilde. Hvis lønnsomheten er høy eller stigende sammenlignet med andre bransjer, kan det være et tegn på at konkurransepresset er lavt eller synkende, mens lav eller synkende lønnsomhet over tid kan indikere at konkurransen er god eller i ferd med å bli bedre. Driftsmarginer er én måte å måle lønnsomhet på.

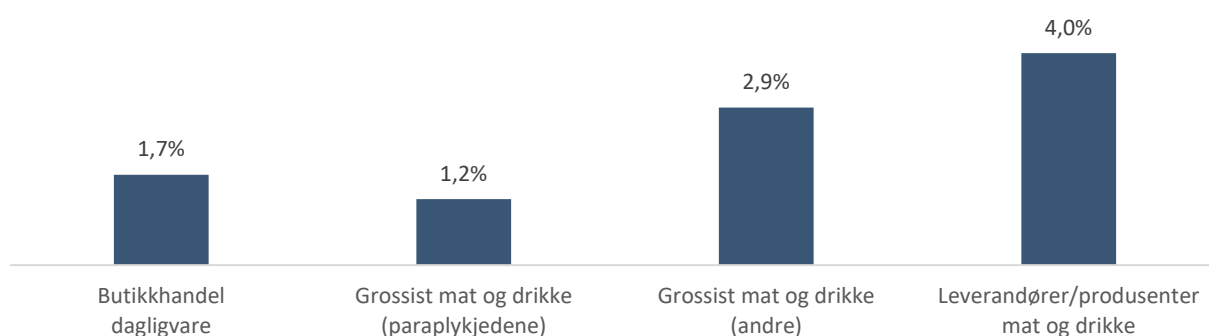
Sammenlignet med andre handelsnæringer er driftsmarginene (heretter omtalt som marginer) i dagligvarebransjen lave, og de har holdt seg nokså stabile det siste tiåret. Marginene økte imidlertid i starten av pandemien, i 2020, når salget innen dagligvare økte voldsomt. Allerede i 2021 falt marginene igjen sammenlignet med 2020. Denne studien inneholder kun data frem til utgangen av 2021 ettersom vi baserer oss på regnskapstall som så langt ikke er publisert for 2022. For en vurdering av utvikling i marginer for 2022, viser vi til Menon-publikasjon nr. 160/2022, *Utvikling i priser og marginer i verdikjeden for mat*.

De tre paraplyaktørene NorgesGruppen, Coop og Rema omsetter årlig for store volumer, som totalt gir høye driftsresultat. De har likevel relativt lave driftsmarginer i både detaljist- og grossistledet, både sammenlignet med dagligvareleverandørenes marginer og marginer i andre handelsbransjer.

De laveste marginene i dagligvareverdikjeden finner vi på detaljistledet. Gjennomsnittlig margin for perioden 2010-2021 er 1,7 prosent for hele dagligvaredetaljistledet, mot 4 prosent for leverandører av mat og drikke. Paraplykjedenes grossistmargin er på 1,2 prosent som er enda lavere enn marginen i detaljistledet, mens øvrige grossister har en noe høyere margin på 2,9 prosent.

For enkelte bedrifter er det stor variasjon i marginer både over tid og innenfor leddene i verdikjeden. Variasjonen ser ut å være høyest innenfor leverandørledet.

Gjennomsnittlige driftsmarginer i dagligvareverdikjeden, 2010-2021. Kilde: Menon



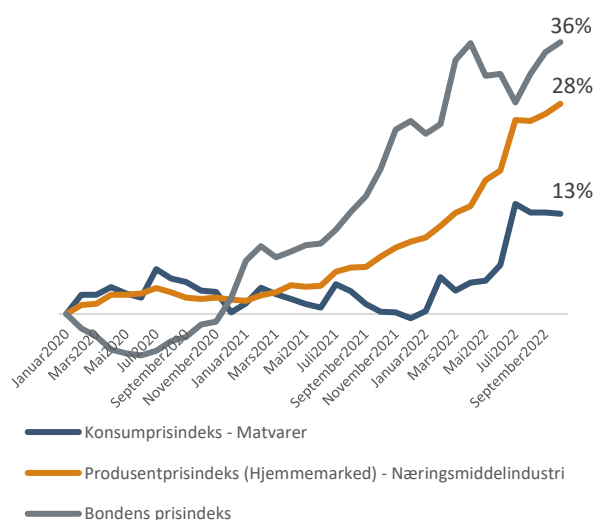
1 Innledning og bakgrunn

Lønnsomhet kan gi en indikasjon på konkurransenivået i et marked. Hvis lønnsomheten er høy sammenlignet med andre bransjer eller stiger over tid, kan det være et tegn på at konkurransen i markedet ikke er velfungerende. Lav eller synkende lønnsomhet over tid kan indikere at konkurransepresset er høyt eller økende. Lav lønnsomhet trenger imidlertid ikke bety god konkurranse; det kan også være et tegn på ineffektivitet.² Samtidig er det andre indikatorer som kan og bør benyttes i en konkurranseøkonomisk vurdering av markeder.

Marginer påvirkes av mange faktorer. I 2020 og 2021 ble hele dagligvareverdikjeden påvirket av koronapandemien, som økte omsetningen i dagligvarebutikkene samtidig som den påvirket globale forsyningskjeder. I 2022 har store kostnadssjokk truffet hele verdikjeden for dagligvarer i Norge som følge av krig i Europa og høye strømpriser. De internasjonale råvareprisene har steget kraftig, særlig for fôr. I tillegg har økte strømpriser påvirket verdikjeden, da mye av næringsmiddelindustrien er energiintensiv. Også forbrukerprisene på mat har økt, selv om de ikke økte mer enn den generelle prisveksten.³

I dette notatet ser vi på utviklingen i marginer frem til år 2021, ettersom vår analyse er basert på regnskapsdata som inntil videre ikke finnes tilgjengelig for 2022. For en indikasjon på utvikling i marginer for 2022, viser vi til et tidligere Menon-notat.⁴ Analysen i det notatet er basert på utvikling i prisindekser 2020-2022 samt kvartalsrapportering til utvalgte aktører. Utvikling i konsumprisindeks for matvarer, produsentprisindeks for næringsmiddelindustrien og bondens prisindeks er presentert i Figur 1-1. Både produsentprisene og bondens prisindeks har økt mer enn matvareprisene 2020-2022. I det forrige notatet konkluderte vi med at det, basert på de overordnede tallene, virker lite sannsynlig at marginene innenfor dagligvare har økt mer i detaljistleddet, målt gjennom forbrukerprisene, enn i produsentleddene i løpet av 2020-2022.

Figur 1-1 Utvikling i konsumprisindeks for matvarer, produsentprisindeksen for næringsmiddelindustrien og bondens prisindeks 2020-2022



I Stortingsmelding 27 (2019-2020)⁵ står det om mål på lønnsomhet at:

«I daglegvaremarknaden vil det vere misvisande å sjå på marginar på enkeltprodukt, fordi kundane etterspør ei varekorg med fleire produkt. Det vil seie at det er summen av pris på varekorga som er avgjerande, ikkje pris på enkeltprodukt. Profilkjedene kan ynskje å lokke kundar inn i butikkane sine med låge marginar (eventuelt tap) på nokre produkt (lokkevarer) for så å ta igjen tapet ved å ha høge marginar på andre produkt (hyllevarer). [...] Dermed vil den totale lønnsmda til kjedene i staden for marginar på enkeltprodukt kunne seie noko om konkurransegraden i daglegvaremarknaden. Ein kan forvente at ved hard konkurranse vil daglegvaregrupperingane konkurrere bort størstedelen av fortenesta på detaljistleddet.»

² For å måle effektivitet har vi i denne rapporten sett på driftskostnader som en del av omsetning. En høy andel driftskostnader (eksklusive vare- og lønnskostnader) er en indikator på lav effektivitet.

³ Se Menon-publikasjon nr. 160/2022 Utvikling i priser og marginer i verdikjeden for mat

⁴ Se Menon-publikasjon nr. 160/2022 Utvikling i priser og marginer i verdikjeden for mat

⁵ Meld. St. 27 (2019-2020) Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-27-20192020/id2714670/>

Vi vil derfor se på marginene for paraplykjedene og de store leverandørbedriftene bakover i verdikjeden på aktørnivå, selv om vi også tenker at produktmarginer kan være viktige for å vurdere forskjeller i konkurransen mellom ulike produktkategorier.

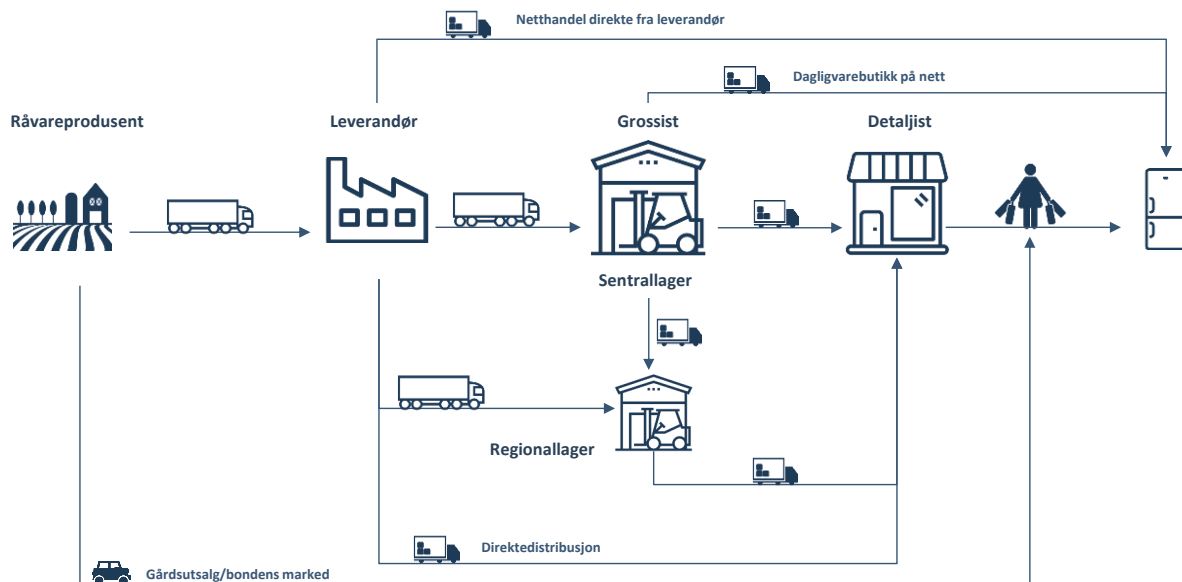
I dette notatet benytter vi oss av driftsmarginer, altså driftsresultat som andel av omsetning, som mål på lønnsomhet. Dette er ett av flere mulige mål på lønnsomhet, som for eksempel dekningsgrad, bruttofortjeneste eller kapitalrentabilitet.⁶ Driftsmarginen er det vanligste og enkleste målet på lønnsomhet, og kan anvendes på tvers av virksomheter i ulike bransjer (som matproduksjon og handel).

Metoden vi bruker for å beregne lønnsomhet i dette notatet, inntekter og kostnader over driftsregnskapet, gir ikke nødvendigvis et fullstendig bilde av en virksomhets lønnsomhet, eller eiernes avkastning. Samtlige ledd i verdikjeden er også avhengige av å investere i innovative løsninger for å møte kundenes behov, vedlikeholde merkevaren(e) de har bygget opp og effektivisere drift. Videre er dagligvaremarkedet karakterisert med høy, stabil omsetning og høy omløpshastighet, hvilket gjør at lav driftsmargin fortsatt kan gi høy avkastning på anvendt kapital. Alternative lønnsomhetsmål som egenkapitalrentabilitet og totalkapitalrentabilitet fanger i større grad opp denne typen forhold.

1.1. Dagligvaremarkedets verdikjede

Ofte opererer man med følgende fire ledd når man ser på verdikjeden i dagligvarebransjen: primærproduksjon, industriproduksjon, grossistvirksomhet og detaljistvirksomhet. Vi har også illustrert logistikken knyttet til distribusjon av varene. Dagligvarene må pakkes og lagres på riktig måte gjennom hele verdikjeden.

Figur 1-2 Illustrasjon av leddene i dagligvareverdikjeden. Kilde: Menon



⁶Dekningsgrad beregner hvor mye av salgsinntektene som er igjen for å dekke de faste kostnadene samt et eventuelt overskudd, bruttofortjenesten er salgspris minus varekostnad, og sier da hvor mye man tjener på en vare. Kapitalrentabilitet sier noe om avkastningen på kapitalen som er investert i virksomheten, altså lønnsomhet fra et aksjonærperspektiv.

Vi har valgt å utelate primærnæringen i denne analysen fordi den består av et stort antall små aktører med spesielle rammebetingelser. Det blir derfor ikke meningsfullt å vurdere primærnæringen basert på de regnskapsbaserte driftsmarginene som vi bruker for de resterende tre leddene.

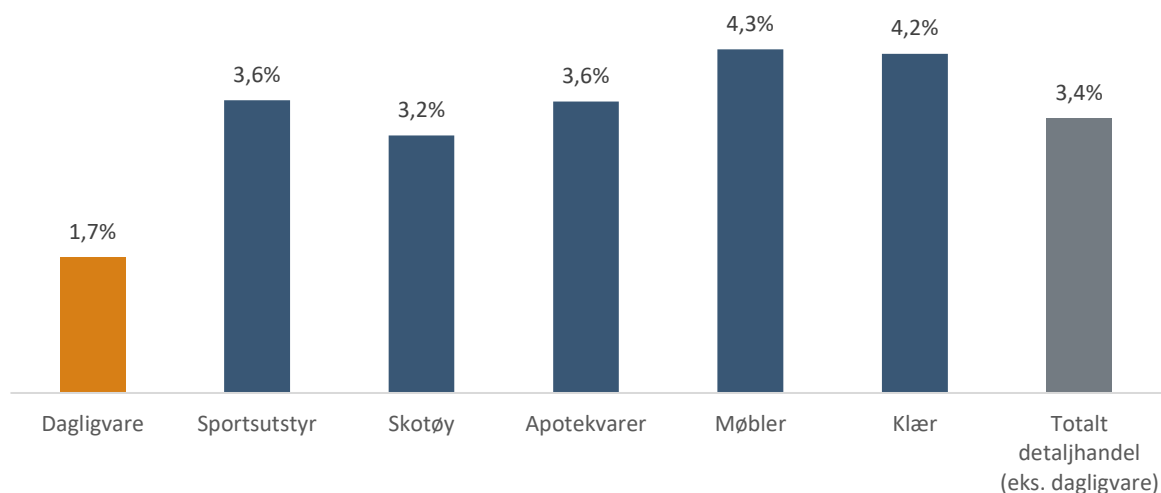
Det første leddet i vår analyse består av leverandører, som for eksempel Orkla, Tine og Nortura, som i sin tur ofte er tett koblet opp mot råvareprodusentene gjennom blant annet samvirkeselskaper. I det andre leddet har vi grossistene/distributørene, som i dagligvaremarkedet primært er integrert i paraplykjedene gjennom selskapene Coop Norge, Asko og REMA Distribusjon. I siste leddet har vi dagligvarebutikkene. De tre største paraplyaktørene, NorgesGruppen, Coop og Rema 1000, har vertikalt eierskap til et antall leverandører/produsenter, og har derfor virksomhet i alle ledd i verdikjeden innenfor noen varekategorier. I tillegg har dagligvarekjedene eksklusivitetsavtaler om produksjon av egne merkevarer (EMV). Menon har i 2022 skrevet tre notat om EMV innenfor dagligvare og blant annet kartlagt hvem som produserer EMV i Norge.⁷

⁷ Menon-publikasjon nr. 67/2022 [Hvem produserer dagligvarekjedenes egne merkevarer?](#) Menon-publikasjon nr.68/2022 [Egne merkevarer \(EMV\) og innovasjon i dagligvare](#). Menon-publikasjon nr.69/2022 [EMV i norsk dagligvare sammenliknet med andre retailbransjer](#).

2. Driftsmarginer i detaljhandelen

Dersom det er svak konkurranse mellom dagligvareaktørene på detaljistleddet, vil aktørene ha incentiver til å holde prisene ut til forbrukeren relativt høye. I slik tilfelle vil vi forvente å se at detaljistenes marginer er relativt høye. Vi har derfor sammenlignet gjennomsnittlige driftsmarginer i dagligvarebutikkene med øvrig detaljhandel i perioden 2010-2021. Resultatet er gjengitt i Figur 2-1.

Figur 2-1: Driftsmarginer⁸ i dagligvarebutikker og øvrig detaljhandel, gjennomsnitt 2010-2021. Kilde: Menon⁹



Som figuren over viser er dagligvarebutikkens gjennomsnittlige driftsmargin beregnet til 1,7 prosent i perioden 2010-2021. Dette er lavt sammenlignet med alle de øvrige kategoriene av detaljhandel. Alle de andre kategoriene ligger over tre prosent, mens klær og møbler ligger i overkant av 4 prosent. For all detaljhandel samlet, ekskludert dagligvare, har snittet i perioden vært 3,4 prosent.

⁸ Driftsmargin=Driftsresultat/Omsetning

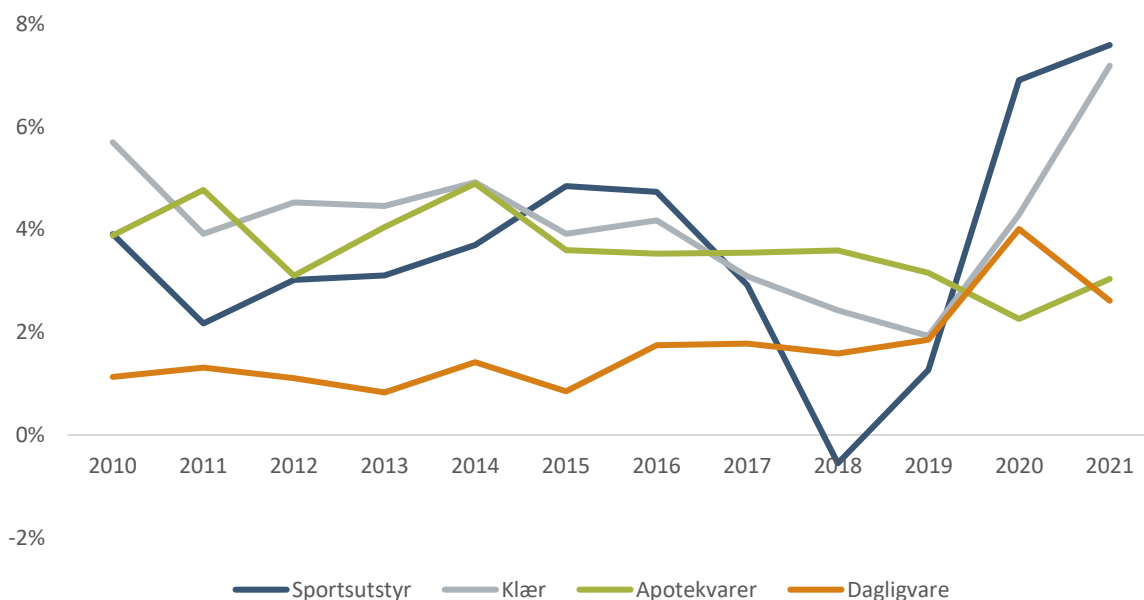
⁹ Definisjoner basert på næringskoder. Butikkhandel dagligvare, 47111. Butikkhandel sportsutstyr, 47641. Butikkhandel skotøy, 47721. Butikkhandel møbler, 47591. Butikkhandel apotekvarer, 47730. Butikkhandel klær, 47710. Detaljhandel totalt, 47 (ekskludert 47111).

Figur 2-2 under viser utviklingen i driftsmarginer i ulike deler av detaljhandelen fra 2010-2021. Driftsmarginene innen dagligvare har i hovedsak ligget mellom 1 og 2 prosent i hele perioden, men øker betydelig i 2020, for så å falle ned mot 2 prosent igjen i 2021. Med unntak av apotek ser vi at alle marginene steg i 2020, men det er kun for dagligvare at marginene faller i 2021. Dagligvare har gjennomgående hatt lavere driftsmarginer enn øvrig detaljhandel, med unntak av sportsbransjen i 2018 og 2019 og apotekene i 2020.

De observerte endringen i 2020 og 2021 er knyttet til koronapandemien. Dagligvare opplevde en stor omsetningsvekst ettersom restauranter, kantiner og lignende stengte ned, kombinert med endringer i handlemønster. Samtidig var det lite fokus på priskampanjer for å tiltrekke seg kunder, men heller et fokus på å utvide åpningstider for å hindre overfylte butikker. Apotekene opplevde en stagnasjon i sin omsetningsvekst. Reseptpliktige legemidler har makspris som fastsettes av Statens legemiddelverk, noe som reduserer prisvekst i det minste på kort sikt. Samtidig kan kundene ha vegret seg for å besøke apoteker av smittehensyn. Befolkningen kan også ha vært friskere enn ellers.¹⁰

I motsetning til dagligvare og apotek holdt annen (fysisk) detaljhandel stengt i perioder gjennom pandemien, men hadde relativt generøse støtteordninger. Sportsbransjen opplevde et betydelig fall i omsetning år 2019, men omsetningen tok seg kraftig opp i 2020 når etterspørselen etter sports- og treningsutstyr økte kraftig med stengte treningssentre og mer utendørsaktivitet. Sportsbransjen har derfor hatt vesentlig høyere marginer i 2020 og 2021 enn gjennomsnittet årene før pandemien, selv hvis vi ikke sammenligner med årene 2018 og 2019 med veldig lave marginer. Også klesbransjen hadde høyere driftsmarginer i 2020 og 2021 enn før pandemien, da de hadde en nedadgående trend.

Figur 2-2: Driftsmarginer i dagligvarebutikker og øvrig detaljhandel for perioden 2010-2021. Kilde: Menon

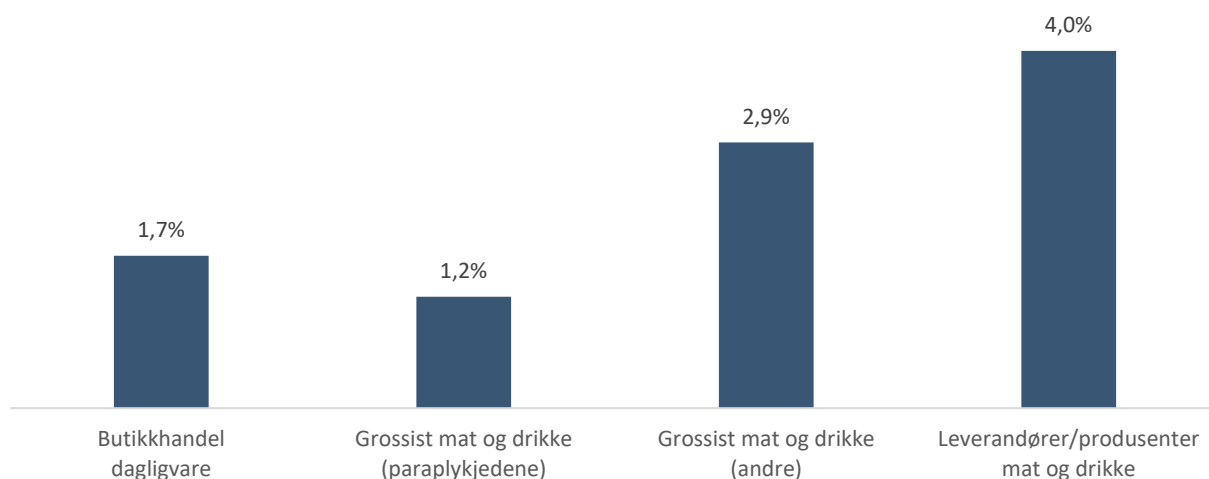


¹⁰ <https://sykepleien.no/2020/08/okning-i-smittsomme-sykdommer>

3. Driftsmarginer i de tre leddene av dagligvareverdikjeden

I denne delen av notatet presenterer vi driftsmarginene i de ulike leddene i dagligvareverdikjeden. I figuren under er gjennomsnittlig driftsmargin i perioden 2010 til 2021 for selskapene i de ulike leddene i verdikjeden gjengitt.

Figur 3-1: Gjennomsnittlige driftsmarginer i dagligvareverdikjeden, 2010-2021¹¹. Kilde: Menon



Ettersom paraplyaktørene REMA 1000, NorgesGruppen og Coop selv står for egen grossistvirksomhet, har vi fordelt selskapene innen grossistleddet med mat og drikke i to grupper: en gruppe for selskapene som inngår i paraplyaktørenes konserner, og en gruppe for øvrige grossistvirksomheter innen mat og drikke.

Av figuren ser vi at leverandørleddet i gjennomsnitt har den høyeste driftsmarginen, mens den er lavest for dagligvarebutikkene. Våre beregninger gir heller ingen indikasjon på at de store dagligvareaktørene henter ut overskuddet i grossistleddet. Driftsmarginen i grossistleddet blant selskapene med tilknytning til paraplyaktørene har i gjennomsnitt ligget på 1,2 prosent i perioden. Driftsmarginene i annen grossistvirksomhet av mat og drikke har i gjennomsnitt ligget på 2,9 prosent. Annen grossistvirksomhet skiller seg likevel noe fra dagligvareaktørenes grossistvirksomhet ettersom denne gruppen også inkluderer aktører som primært driver med videresalg av merkevarer. Disse håndterer ikke nødvendigvis logistikk selv da dette håndteres av dagligvareaktørene selv eller av andre aktører, som Servicegrossistene, i HORECA-markedet. Slike grossistvirksomheter fungerer da i hovedsak som merkevareselskaper sammenlignet med dagligvareaktørenes grossistselskaper som i hovedsak er logistikselskaper.

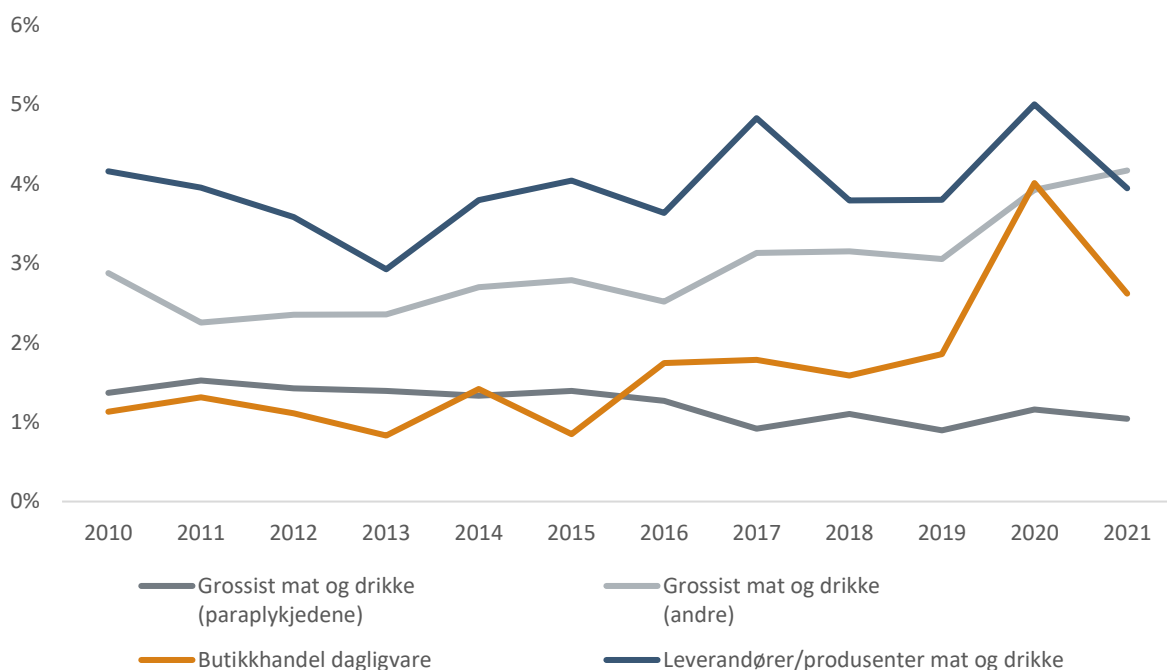
Driftsmarginene for både detaljist- og grossistleddet til dagligvarekjedene har konsekvent ligget lavere enn driftsmarginene både i det uavhengige grossistleddet og produsentleddet. Ved starten av pandemien økte likevel marginene i dagligvareverdikjeden. Spesielt økte de i detaljistleddet og produsentleddet. Marginene i detaljistleddet har likevel vært lavere enn marginene i leverandørleddet også gjennom pandemien. Denne

¹¹ Butikkhandel dagligvare, næringskode 47111 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler. Grossist mat og drikke, hele næringskode 463, men ekskluderer 46341 Engroshandel med brennevin og 46350 Engroshandel med tobakksvarer. Leverandører/produsenter mat og drikke, næringskoder 10 og 11. Grossist mat og drikke (dagligvare) inkluderer også Bama sin engrosvirksomhet.

Økningen ser ut å ha vært temporær, og marginene var vesentlig lavere i 2021 enn i 2020 for både detaljist- og produsentleddet. For detaljistene var nivået i 2021 likevel noe høyere enn gjennomsnittet de siste årene. De uavhengige grossistene hadde også en økning i 2020 og en fortsatt økning i 2021, mens marginene i for de integrerte grossistene var nærmest uforandret.

Store kostnadssjokk har truffet hele verdikjeden for dagligvarer i Norge i 2022. De internasjonale råvareprisene har steget kraftig, særlig for fôr. I tillegg har økte strømpriser påvirket verdikjeden, da mye av næringsmiddelindustrien er energiintensiv. I tillegg har prisene på mat økt. Basert på tilgjengelig regnskapsdata kan vi imidlertid ikke vurdere hvordan marginene i bransjen har blitt påvirket av disse endringene. Det varierer når selskap publiserer endelig regnskapsdata, men største delen av regnskapsinformasjonen for 2022 vil mest sannsynlig foreligge i oktober 2023 slik at analysen kan oppdateres for 2022.

Figur 3-2: Driftsmarginer i dagligvareverdikjeden, 2010-2021. Kilde: Menon



3.1. Øvrige kilder på lønnsomhet i norsk dagligvare

Tidligere undersøkelser av lønnsomheten i dagligvaremarkedet støtter våre funn av at lønnsomheten er relativt lav i det norske dagligvaremarkedet. Lønnsomheten i det norske detaljistleddet er basert på flere studier lavere enn i detaljistleddet i andre land. Også andre analyser finner at marginene er lavere i detaljistleddet enn i de andre leddene i dagligvareverdikjeden i Norge.

Konkurransetilsynet har i 2011 beregnet paraplyaktørenes vektete driftsmargin til 1,8 prosent i 2008 og viste videre til en økning til 2,4 prosent i 2010.¹² Videre oppgav de at gjennomsnittlig driftsmargin i Sverige lå på noe over 4 prosent, og i Storbritannia over 4,5 prosent. I en artikkelsamling fra NILF har Vagstad (2011) blant annet sammenlignet driftsmarginen i dagligvarehandel i Norge med andre land.¹³ Her beregnes driftsmarginen i

¹² Konkurransetilsynet (2011), Konkurransetilsynets høringsvar til Matkjedeutvalgets rapport (NOU 2011:4)

¹³ NILF (2011), Dagligvarehandel og mat – Perspektiver på verdikjedene for matvarer, artikkelsamling. Vagstad (2011), Lønnsomhet i leveringskjeden for matvarer

dagligvarehandel i Norge til 3,2 prosent i 2007, mot 4,47 prosent i EU og 2,7 prosent i Sverige. Analysen av driftsmarginer, totalkapitalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet i dagligvaremarkedet, varehandel, industri og næringsmiddelindustri er oppdatert i Gabrielsen et al. (2013)¹⁴. Her finner de en lavere driftsmargin i dagligvarehandel sammenlignet med de øvrige næringene for perioden 2001 til 2010. Deres analyser av rentabilitetsutviklingen viser at dagligvarehandel i gjennomsnitt har hatt en lavere totalkapitalrentabilitet (7,3 prosent) enn varehandel (8,7 prosent) og næringsmiddelindustrien (8,3 prosent) i perioden 1999-2010. Når det gjelder egenkapitalrentabiliteten var gjennomsnittet for dagligvarer (13,2 prosent) fortsatt lavere enn varehandel (15,6 prosent).

Samfunnsøkonomisk analyse¹⁵ gjennomførte i tillegg i 2019 en analyse av lønnsomheten i dagligvarebransjen som tok for seg driftsmarginene i de ulike leddene i dagligvarebransjen. De fant at driftsmarginene i 2017 var på 2,5 prosent for detaljister, 4 prosent for grossister og 5 prosent for næringsmiddelindustrien¹⁶. Driftsmarginene for alle leddene ligger dermed i overkant av ett prosentpoeng høyere enn det vi finner i våre analyser.

Boken «Mot bedre vitende i norsk matsektor»¹⁷ sammenligner den norske matsektoren med den svenske og den danske, og forfatterne finner at marginene i detaljistleddet er lavere i Norge enn i Sverige og Danmark. Marginene i grossistleddet er likevel noe høyere i Norge. Samlet sett er marginene noe lavere i Norge, også når grossist- og detaljistleddet hos paraplykjedene legges sammen, mens marginene for leverandørleddet er høyere i Norge enn de er i Sverige og Danmark. Forfatterne finner også at det har vært en reduksjon i forskjellen mellom norsk og svensk/dansk prisnivå innenfor dagligvare over de siste syv årene, og konkluderer med at de ikke finner støtte for at ineffektivitet eller høye marginer i den norske dagligvarehandelen skulle bidra til høye norske matvarepriser.

Det kan være flere årsaker til at de estimerte driftsmarginene i norsk dagligvare varierer mellom studiene som er gjort. For det første er analysene basert på data fra forskjellige år. Samfunnsøkonomisk analyse viste i sin rapport at driftsmarginene er relativt volatile over tid, og dette kan være med på å forklare variasjonen i driftsmarginene mellom rapporter. For det andre kan kriteriene som legges til grunn for å inkludere/ekskludere virksomheter i analysen være av betydning, da mange av selskapene har kompliserte selskapsstrukturer og klassifiseringen kan føre til forskjellige resultat for marginer i de ulike leddene.

¹⁴ Analysen ser på perioden mellom 1999 og 2010.

¹⁵ Rapporten kan leses her: <http://www.samfunnsokonomisk-analyse.no/nye-prosjekter/2019/4/11/Innsomhet-i-varehandelen-2003-2017>

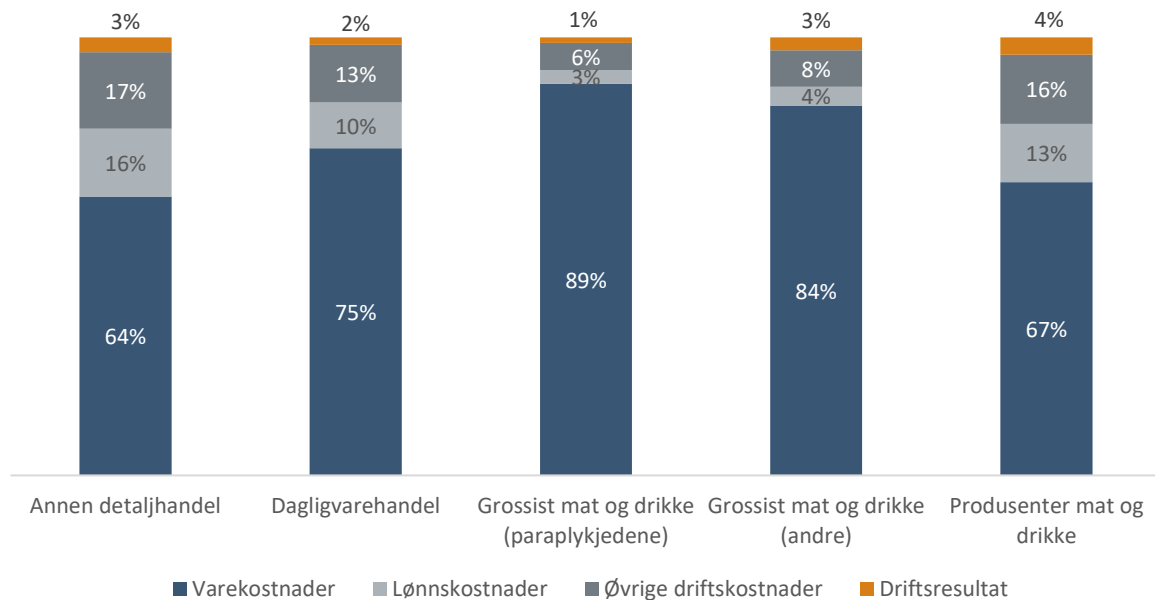
¹⁶ Tallene er omtrentlige og lest av en figur. Tallgrunnlaget for figuren var ikke tilgjengelig.

¹⁷ Ivar Pettersen, *Mot bedre vitende i norsk matsektor (2020)*, Kapittel 4, Priser og marginer i verdikjeden for matvarer. <https://press.nordicopenaccess.no/index.php/noasp/catalog/book/93>

3.2. Mål på effektivitet

En nærmere titt på selskapenes driftsregnskap viser at varekostnaden er den desidert største kostnadsdriveren i alle leddene, som gjengitt i figuren under.

Figur 3-3: Driftskostnader som andel av omsetning (gjennomsnitt for perioden 2010-2021). Kilde: Menon



I gjennomsnitt utgjør varekostnadene i dagligvarebutikkene 75 prosent av omsetningen. Denne andelen er høyere for dagligvarehandelen sammenlignet med annen detaljhandel. Grossistleddet har den høyeste andelen varekostnader av omsetningen. Varekostnadens andel av både dagligvarebutikkens og grossistleddets omsetning indikerer at de ikke har en svakere effektivitet enn annen detaljhandel eller leverandørleddet. Resultatene indikerer også at innkjøpsbetingelser påvirker utsalgsprisene til forbruker. Hvis kjedene kan forhandle gode betingelser, kan dette komme forbrukeren til gode gjennom lavere priser eller kjedene til gode gjennom økte marginer. Hvis varekostnadene øker, som gjennom kostnadssjokkene i løpet av år 2022, kommer dette å føre til økte priser hvis det ikke tas ut i et redusert driftsresultat.

4. Driftsmarginer for store aktører gjennom dagligvareverdikjeden

I dette kapittelet presenterer vi marginene for de største aktørene innenfor hvert ledd i dagligvareverdikjeden.

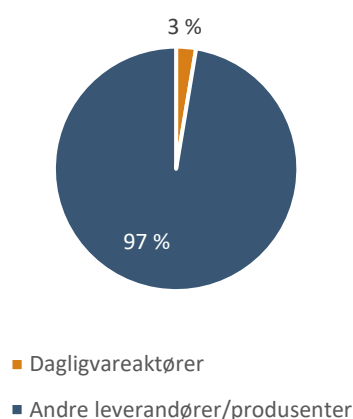
4.1. Leverandør- og produsentleddet

En svært liten andel av leverandørene og produsentene knyttet til de store dagligvareaktørene (se Figur 4-1) og derfor ser vi her i detalj kun på andre leverandører og produsenter av mat- og drikkevarer.

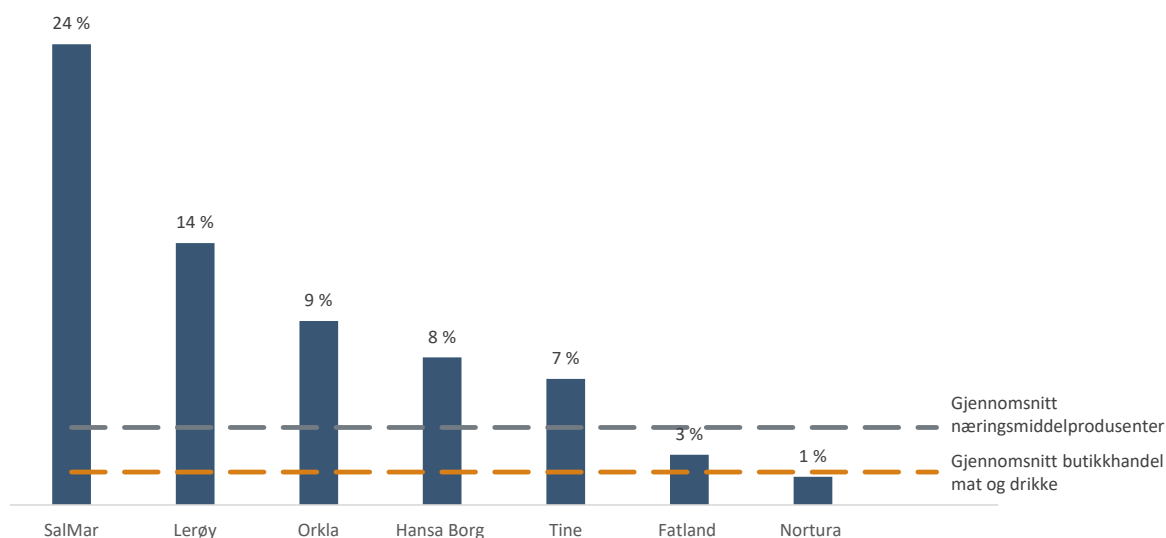
Vi har valgt å se på hele konsernets driftsmarginer for store leverandører. Mange av leverandørene er, i likhet med paraplykjedene, store aktører med kompliserte selskapsstrukturer, og det er vanskelig å skille på hva som er primærproduksjon, foredling og leverandørvirksomhet. Derfor har vi beregnet en samlet margin for hele konsernet uten å differensiere mellom ulike ledd.

I gjennomsnitt har leverandørene høyere driftsmarginer enn grossister og detaljister. Som vi ser i Figur 4-2, er det stor variasjon i driftsmarginer mellom de største leverandørene. Av de leverandørene vi har sett på, har SalMar klart høyest marginer over tid med ca. 24 prosent, etterfulgt av Lerøy med ca. 14 prosent. Sjømatnæringen er likevel spesiell, da det er en høy andel eksport og mye av verdiene skapes i selve primærproduksjonen. Vi ser likevel at store norske foredlere av næringsmidler som Orkla, Hansa Borg og Tine har driftsmarginer mellom 7 og 9 prosent. Flere leverandører har derimot relativt lave marginer, som Fatland og Nortura med henholdsvis ca. 3 og ca. 1 prosent.

Figur 4-1: Andelen av omsetningen i produsentleddet som er knyttet til de fire paraplyaktørene, 2021. Kilde: Menon



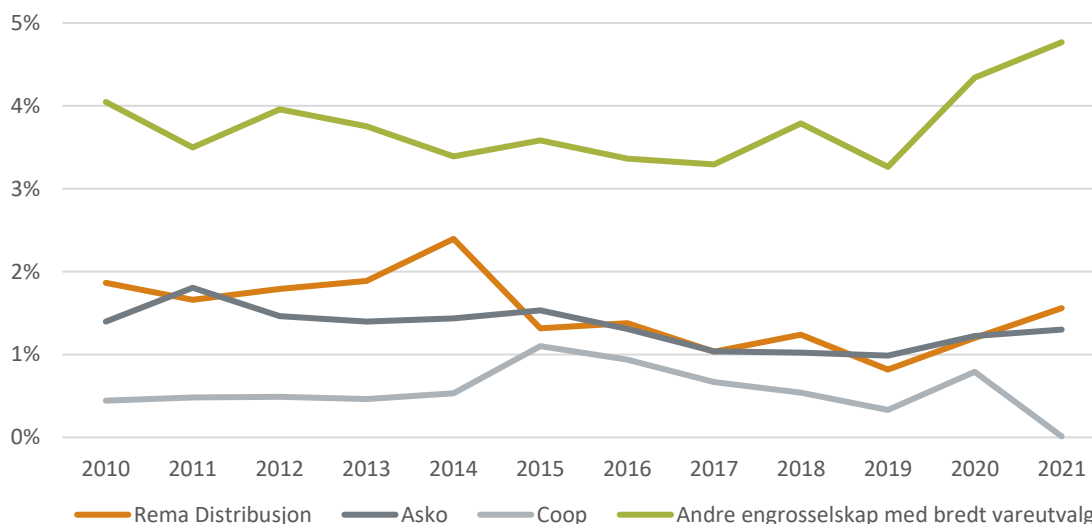
Figur 4-2: Driftsmarginer på konsernnivå for store leverandører, gjennomsnitt 2010-2021. Kilde: Menon



4.2. Grossistledet

Figur 4-3 viser utviklingen i marginer for de store grossistaktørene i dagligvaremarkedet. Vi ser at paraplykjedenes grossistvirksomheter, som leverer til dagligvarebutikkene, opererer med lavere driftsmarginer enn andre grossistselskap med bredt vareutvalg. Blant det største aktørene, med unntak av dagligvareaktørenes egne, finner vi Servicegrossistene¹⁸, Mondelez Norge, Nestlé Norge, og Fjordland.¹⁹ Driftsmarginene til Coop ligger lavest gjennom hele perioden og har, med unntak av 2015, vært under 1 prosent.

Figur 4-3: Marginer for aktører i dagligvaremarkedet, grossistledet, 2010-2021.^{20, 21} Kilde: Menon Economics²²



4.3. Detaljistledet

Figur 4-4 viser gjennomsnittlige driftsmarginer for detaljistledet i perioden 2010-2021. NorgesGruppen har høyest margin med 2,4 % over perioden, etterfulgt av Coop med 1,3 prosent. Både Bunnpris og Rema 1000 har en driftsmargin for sin detaljistvirksomhet på 1 prosent. I NorgesGruppens årsrapport for 2021 oppgis det en driftsmargin på 3,6 prosent for detaljhandel, noe som er lavere enn for 2020 (4,7 prosent) men høyere enn 2019 (3,4 prosent) og 2018 (2,9 prosent).²³ Verken Rema, Bunnpris eller Coop oppgir driftsmarginer i de ulike delene av verdikjeden i sine årsrapporter.

Selv om NorgesGruppen har høyere driftsmarginer enn andre dagligvaredetaljister, er de fortsatt lavere enn marginene i leverandørledet, som har en gjennomsnittlig margin på 4 prosent. NorgesGruppens detaljstmarginer er klart lavere enn den største privateide leverandøren Orklas marginer, som ligger på ca. 9

¹⁸ Servicegrossistene er den eneste uavhengige grossisten som leverer til storhusstandsmarkedet

¹⁹ De tre selskapene Mondelez, Nestlé og Fjordland er registrert som grossister ettersom de primært driver videresalg av varer og lite egen produksjon. Fjordland-produkter produseres av et selskap som heter Fjordkjøkken AS.

²⁰ Næringskode 46390

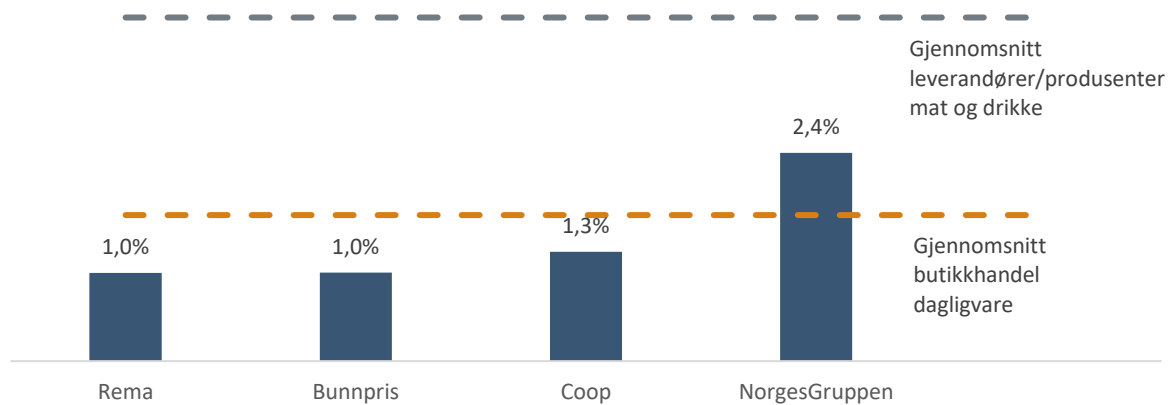
²¹ Coop Norge SA har i 2021 0 i driftsresultat. Ettersom grossistledet av Coop hovedsakelig utgjøres av Coop Norge SA, er dette forklaringen til Coop sin lave margin i 2021. Se også proff <https://www.proff.no/region/coop-norge-sa/oslo/n%C3%A6rings-og-nyttelsesmidler-agentur-og-engros/IFHLQJK10JV/>

²² Grafen inkluderer kun fullsortimentsgrossister i næringskode 46390 Engroshandel med bredt utvalg av nærings- og nytelsesmidler. Rema inkluderer Rema Distribusjon, Rema Distribusjon Import, Rema Sentrallager og Kolonihagen AS. Asko inkluderer kun Asko sine grossister og ikke andre grossister som er tilknyttet NorgesGruppen.

²³ <https://www.norgesgruppen.no/globalassets/ars--og-barekraftsrapport-2021.pdf>

prosent på konsernnivå i Norge. Årsaken til at NorgesGruppen har et noe større resultat enn Orkla, skyldes høy omsetning, og ikke høyere marginer.

Figur 4-4: Driftsmarginer for store dagligvaredetaljister, gjennomsnitt 2010-2021. Kilde: Menon Economics²⁴



²⁴ Franchiseomsetning ikke inkludert.



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter.

Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no