

Lehdistötiedote

Päivittäistavaramyymälärekisteri 2021

Päivittäistavarakaupan kasvun tasoittuessa verkkokauppa vetää vahvasti

Kun ensimmäisenä pandemiavuonna 2020 päivittäistavaramyynti kehittyi ennätyksellisesti, tasoittui kehitys toisena vuonna 2021 lähelle edellisen vuosikymmenen keskiarvoa. Myynnin arvo kasvoi +3,1% edellisvuodesta ja oli kaikkiaan lähes 20,9 miljardia euroa. Myynnin volyyymi puolestaan kehittyi +0,7%. Tiedot pohjautuvat NielsenIQ:n tuottamaan Päivittäistavaramyymälärekisteriin.

Suurimmista toimijoista S-ryhmä ja Lidl nostivat markkinaosuuksiaan

S-ryhmän päivittäistavaramyynti kasvoi +3,2%, mikä oli hiukan keskimääräistä arvokehitystä enemmän. Sen myötä S-ryhmän parina edellisvuonna hienoisesti laskenut markkinaosuus nousi 46,1%:iin. Prisman myynnin kehitys oli +4,7% ja ketjun markkinaosuus nousi eniten kaikista ketjuista.

Lidlin päivittäistavaramyynti kasvoi vahvasti +4,2% ja sen markkinaosuus palasi vuosien 2018-19 tasolle 9,6%:iin.

K-ryhmän päivittäistavaramyynnin kehitys +2,3% oli keskimääräistä alhaisempi. Näin sen viisi vuotta jatkunut markkinaosuuden nousu taittui, ja osuus laski 36,6%:iin. K-ryhmän ketjuista parhaiten menestyi K-Citymarket, jonka myynti kasvoi +3,9% vuoteen 2020 verrattuna.

Kaupan ryhmien markkinaosuudet päivittäistavaramyynnistä (pl käyttötavara):

Ryhmä	Markkinaosuus päivittäistavaramyynnistä 2021	Markkinaosuus päivittäistavaramyynnistä 2020	Markkinaosuuden muutos 2021 vrt 2020
S-ryhmä	46,1%	46,0%	< +0,1 %-yksikköä
K-ryhmä	36,6%	36,9%	-0,3 %-yksikköä
Lidl Suomi Ky	9,6%	9,5%	+0,1 %-yksikköä
Muut yksityiset	7,7%	7,6%	+0,1 %-yksikköä



Verkkokaupan osuus 2,6% päivittäistavaramyynnistä

Päivittäistavaroiden verkkokauppa jatkaa vahvaa kasvuaan. Erityisen voimakasta kehitys on yksinomaan verkkokauppaa harjoittavien toimijoiden keskuudessa. Niistä suurimpien, kuten Ruokaboksin, myynti on jo verrattavissa isoimpien hypermarkettien verkkokauppamyyntiin.

- Käynnissä oleva vuosi onkin hyvin mielenkiintoinen, kun esimerkiksi Suomessa loppuvuonna 2021 aloittanut norjalainen Oda on saanut toimintansa käyntiin täysipainoisesti, ennakoi kaupallinen johtaja Sanna Kotakorpi NielsenIQ:lta.

Päivittäistavaroiden verkkokaupan arvo Suomessa oli 536 miljoonaa euroa vuonna 2021, missä kasvua +35,8% edellisvuoteen.

Lisätiedot: Kaupallinen johtaja Sanna Kotakorpi, 050-363 1068, sanna.kotakorpi@nielseniq.com

NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri koostuu yksityisistä ja osuustoiminnallisista päivittäistavaroita myyvistä myymälöistä Suomessa (ml yksinomaan verkkokauppaa harjoittavat toimijat: laajan valikoiman myyjät, hävikkiruokatoimijat ja ruokakassitoimijat). Tiedoissa ovat mukana myös suppeampaa pt-valikoimaa myyvät halpahintamyymälät sekä huoltamomyymälät. Myymälärekisterin tiedot kootaan vuosittain yhteistyössä kaupan ryhmien ja yksittäisten toimijoiden kanssa, osin arvioihin pohjautuen. Rekisteriä on tuotettu vuodesta 1978.

ABOUT NIELSENIQ

NielsenIQ is the leader in providing the most complete, unbiased view of consumer behavior, globally. Powered by a ground-breaking consumer data platform and fueled by rich analytic capabilities, NielsenIQ enables bold, confident decision-making for the world's leading consumer goods companies and retailers. Using comprehensive data sets and measuring all transactions equally, NielsenIQ gives clients a forward-looking view into consumer behavior in order to optimize performance across all retail platforms. Our open philosophy on data integration enables the most influential consumer data sets on the planet. NielsenIQ delivers the complete truth. NielsenIQ, an Advent International portfolio company, has operations in nearly 100 markets, covering more than 90% of the world's population. For more information: www.nielseniq.com.