



RUOKAKAUPASSA HYVÄ Q1-TULOS

Ari Akseli

Päivittäistavarakaupan toimialajohtaja

5.5.2023

VAHVA JALANSIJA SUOMEN RUOKAKAUPASSA

KCITYMARKET

KSupermarket

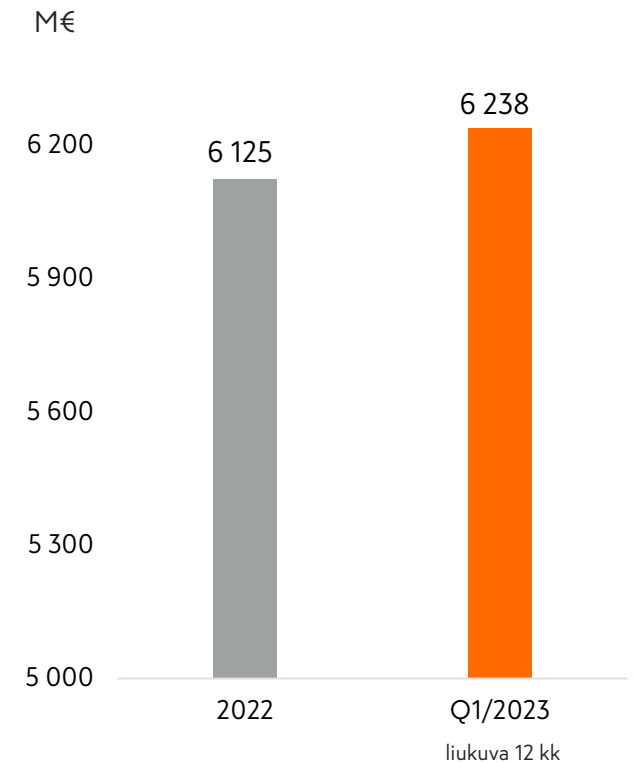
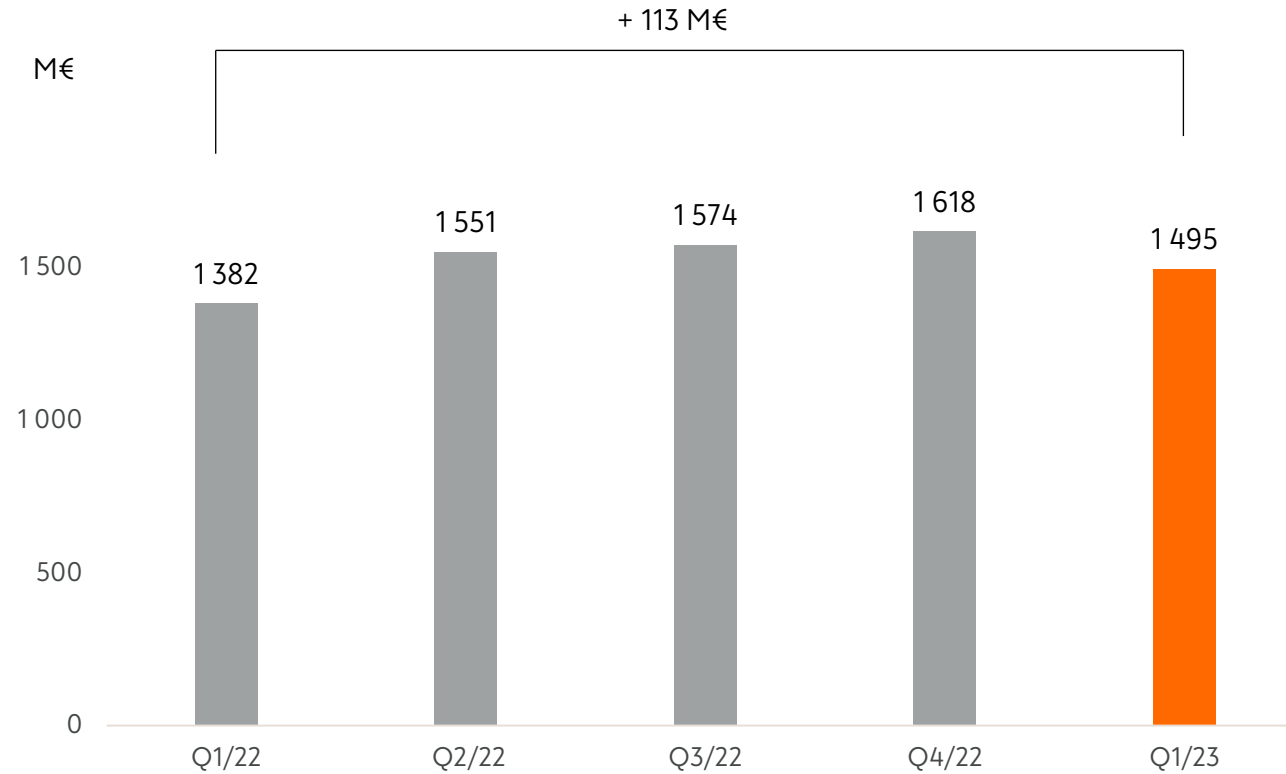
KMarket

KESPRO

- Numero 2 Suomen päivittäistavarakaupassa noin 36 % markkinaosuudella
 - Suomen laajin kauppaverkosto, yli 1 200 K-kauppiaiden pyörittämää kauppaa
 - Paras asiakaskokemus ruoan verkkokaupassa
 - Noin 1,6 miljoonaa päivittäistä asiakaskäyntiä
- Numero 1 Suomen foodservice-markkinoilla noin 46 % markkinaosuudella
 - Laajin ja monipuolisin foodservice-toimija Suomessa, noin 70 % myynnistä digitaalisten kanavien kautta
 - Vahvat omat merkit, omien merkkien myynti yli 50 % myynnistä
- Tehokkaat yhteiset toiminnot: hankinta, logistiikka ja IT

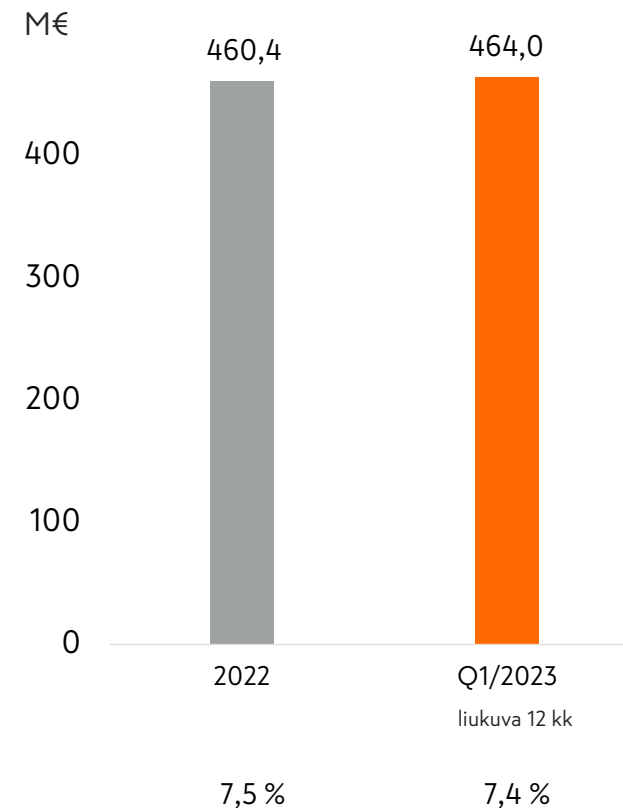
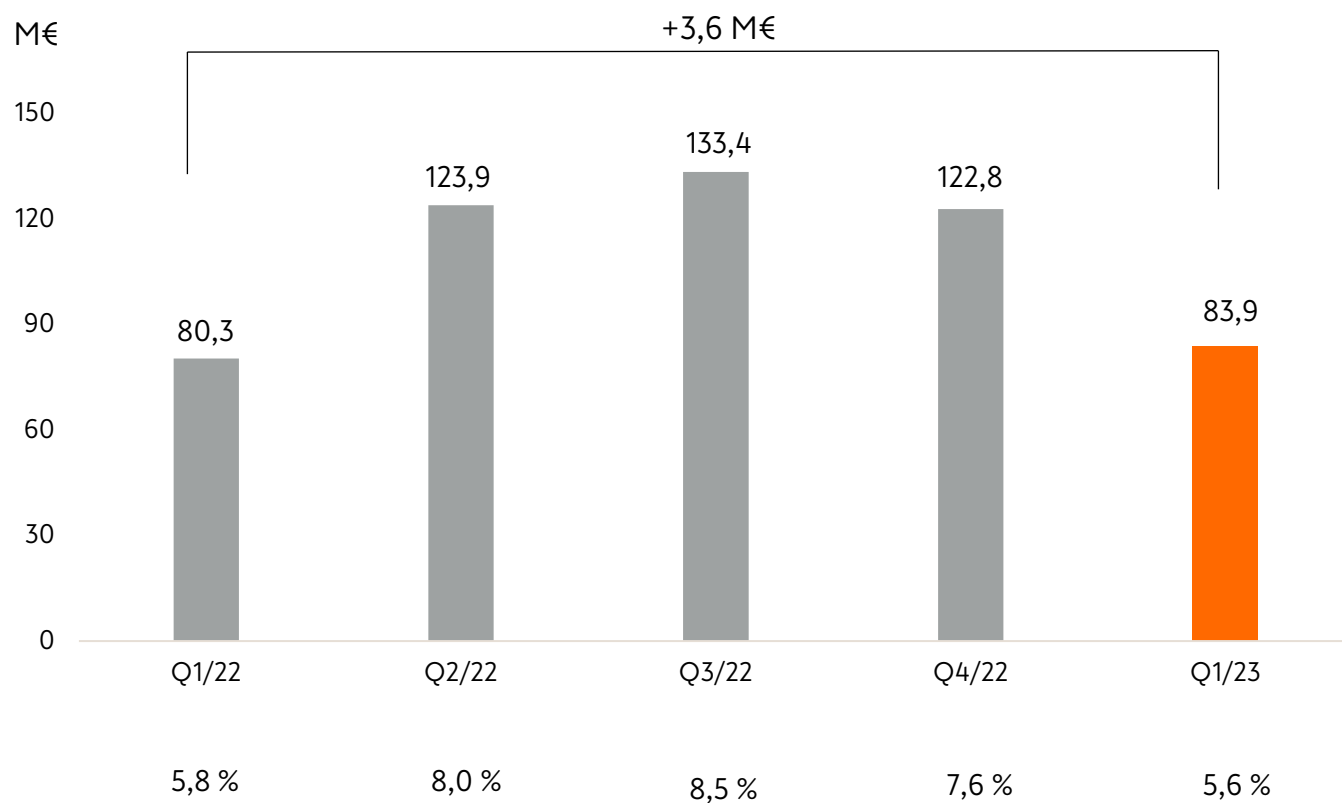
PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA

LIKEVAIHTO KASVOI 8,2 %



PÄIVITÄISTAVARAKAUPPA

LIIKEVOITTO 83,9 M€



Liikevoitto-%

KESKEISTÄ PÄIVITTÄISTAVARAKAUPASSA Q1

- K-ruokakauppojen päivittäistavaramyynti kasvoi 2,1 %, myynti K-ruokakaupoille kasvoi 4,6 %
- Asiakaskäynnit K-ruokakaupoissa kasvoivat
- K-Citymarketin käyttötavaramyynti kasvoi 3,8 %
- Kespron myynti kehittyi hyvin, kasvua 28,0 %
- Päivittäistavaroiden vähittäishintojen nousu oli 14,7 %

**HALVIMMAT
OSTOSKORIT
OMISSA KÄSISSÄSI!**

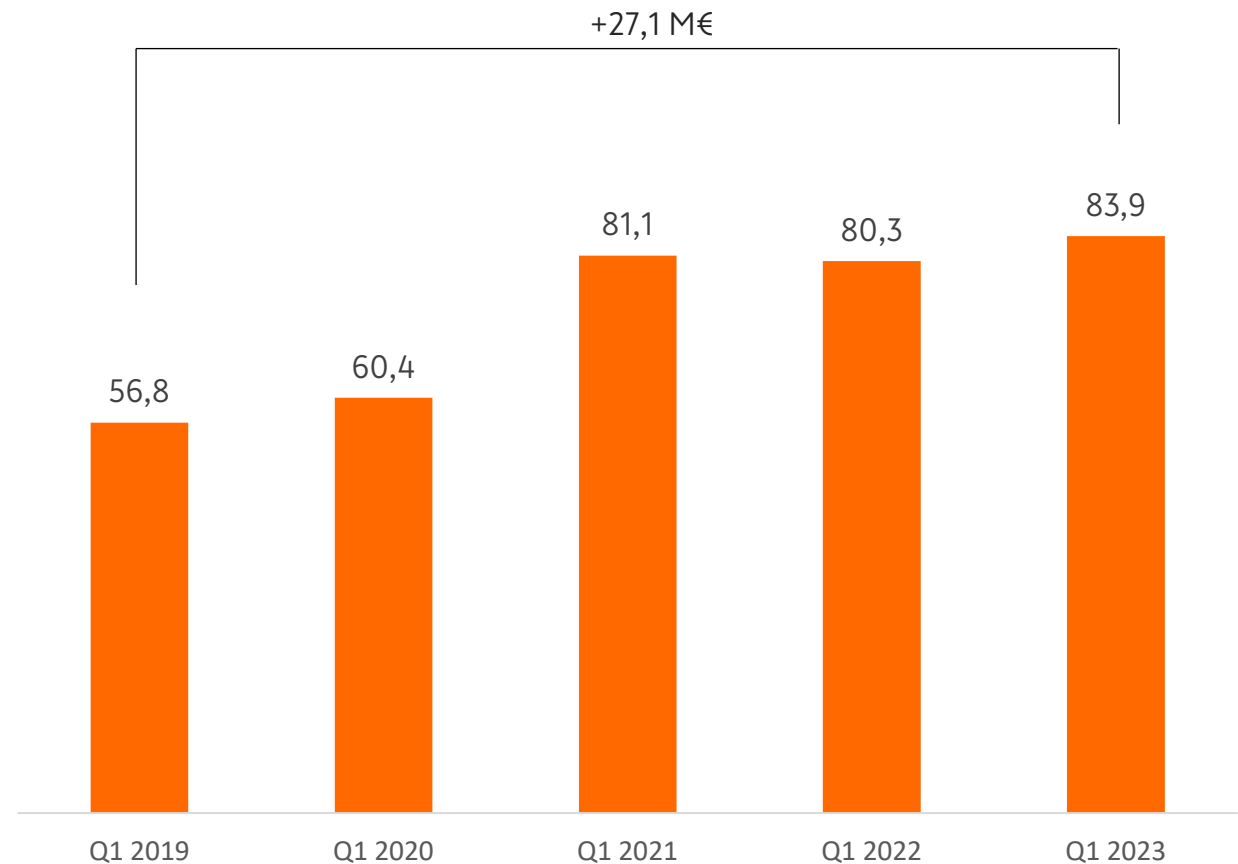
K-Citymarket.fi/hintakori

K MENU OSTOSKORI	PIRKKKA OSTOSKORI	HERKKU- OSTOSKORI
13⁴⁷	20⁶⁶	30³⁹

K CITYMARKET HERKKU-KAUPPA HALPA KAUPPA

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPASSA Q1-TULOS NOUSSUT UUDELLE TASOLLE

- Päivittäistavarakaupan Q1-tulos parantunut lähes 50 % vuodesta 2019
- Vuonna 2019 kuluttajien ostovoima oli hyvä ja ulkona syöminen oli kasvussa
- Vuodesta 2022 kuluttajien ostovoima on merkittävästi heikentynyt korkojen nousun ja inflaation seurauksena: edullisten hintojen ja tarjousten merkitys kasvanut
- Ostokäyttäytyminen on pandemian jälkeen normalisoitunut: asiointin hajauttaminen useisiin eri kauppoihin, verkkokaupan myynti laskenut, ulkona syöminen palautunut kasvu-uralle



Vertailukelpoinen liikevoitto, M€

TÄRKEÄÄ ASIAKASUSKOLLISUUS JA HYVÄ KANNATTAVUUS

K-RUOKAKAUPPOJEN MARKKINAOSUUS 36,1 %

- Markkinaosuus laski 1,3 %-yksikköä 2022
- 0,8 %-yksikköä laskusta johtui kilpailijoiden uusperustannasta, joita oli poikkeuksellisen paljon vuosina 2021 - 2022
- Tämän lisäksi muita markkinaan liittyviä tekijöitä: edullisten vaihtoehtojen hakeminen, asioinnin hajauttaminen, ulkona syömisen ja matkustamisen kasvu
- Asiakaskäynnit ovat kasvaneet, mutta keskiostos on pienentynyt
- Kilpailijoiden uusperustannan vaikutusta edelleen 2023, mutta viime vuotta vähemmän
- Erilaisuutta korostavan strategian toteutus jatkuu, samalla jatkamme hintamielikuvan parantamista entisestään
- Oman vahvan tekemisen arvioidaan yhdessä ruoan hintainflaation hidastumisen kanssa parantavan menestystä markkinassa

KESPRON MARKKINAOSUUS 46,1 %

- Markkinaosuus nousi 2,0 %-yksikköä 2022
- Monipuolinen asiakaskunta, vahvaa kasvua kaikissa asiakas-segmenteissä: ravintolat (+38,6 %), henkilöstöravintolat (+54,0 %) ja julkishallinto (+20,7 %)
- Kespro on ainoa toimija, joka pystyy palvelemaan kaikkia asiakas-segmenttejä laajasti koko maassa
- Laajat ja monipuoliset digitaaliset palvelut, myynnistä jo 70 % digitaalisten kanavien kautta
- Ulkona syömisen markkina kasvaa trendinomaisesti

FOKUSALUEET HAASTAVASSA MARKKINASSA



**Kauppakohtaiset
liikeideat terävöitetään
vastaamaan muuttunutta
toimintaympäristöä**



**Hintakilpailukyvyn
vahvistaminen ja
hintamielikuvan
parantaminen**



**Parhaan laadun ja
laajimpien
valikoimien**



**Tehokkuuden
edelleen
parantaminen**

SELKEÄT PAINOPISTEET KAUPALLISESSA TEKEMISESSÄ

KORIT

K-CITYMARKET

SINULLE HALVIN KORI* ON OMISSA KÄSISSÄSI!

K-Plussa

*Helsingin Sanomien ostokorivertailussa 26.1.2023 hypermarketeista halvin oli K-Citymarket Easton ja 6.10.2022 kaikista kaupista K-Citymarket Ruoholahti

HALVIMMAT OSTOSKORIT
omissa käsissäsi!

k-supermarket.fi/hintakori

HERKKUJA HERKKU-OSTOSKORI

3060

K-Supermarket

KÄRJET

CITTARI HOITAA

YHDESTÄ KAUPASTA HERKKUJA JA HALPAA

K-CITYMARKET

MAMMUTTI
CITTARI HOITAA TALLATUT HINNAT

9€

15€

9.99€

-30%

KOHDENNUKSET

OMAPLUSSA-EDUILLA SUOSIKKISI HALVEMMALLA

Katso etusi tai lataa 1vellus

K-Plussa

K HERKKU-
KAUPPA

**& HALPA
KAUPPA**

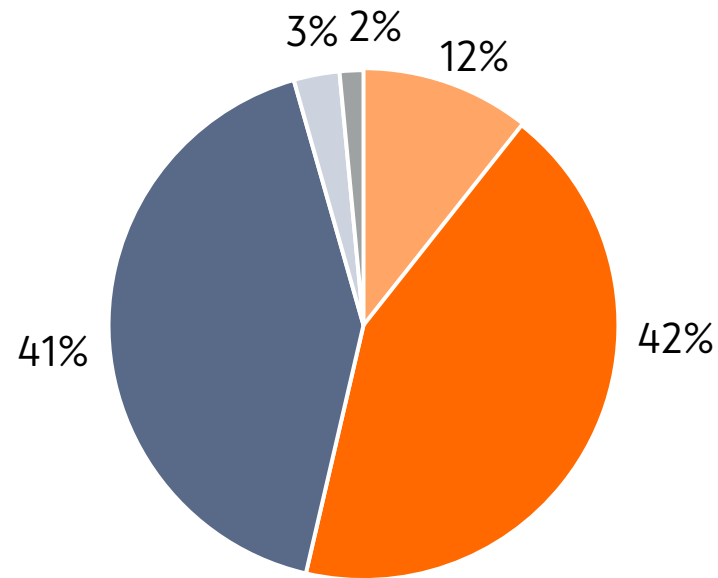


PIRKKA

K MENU

HERKKUJA

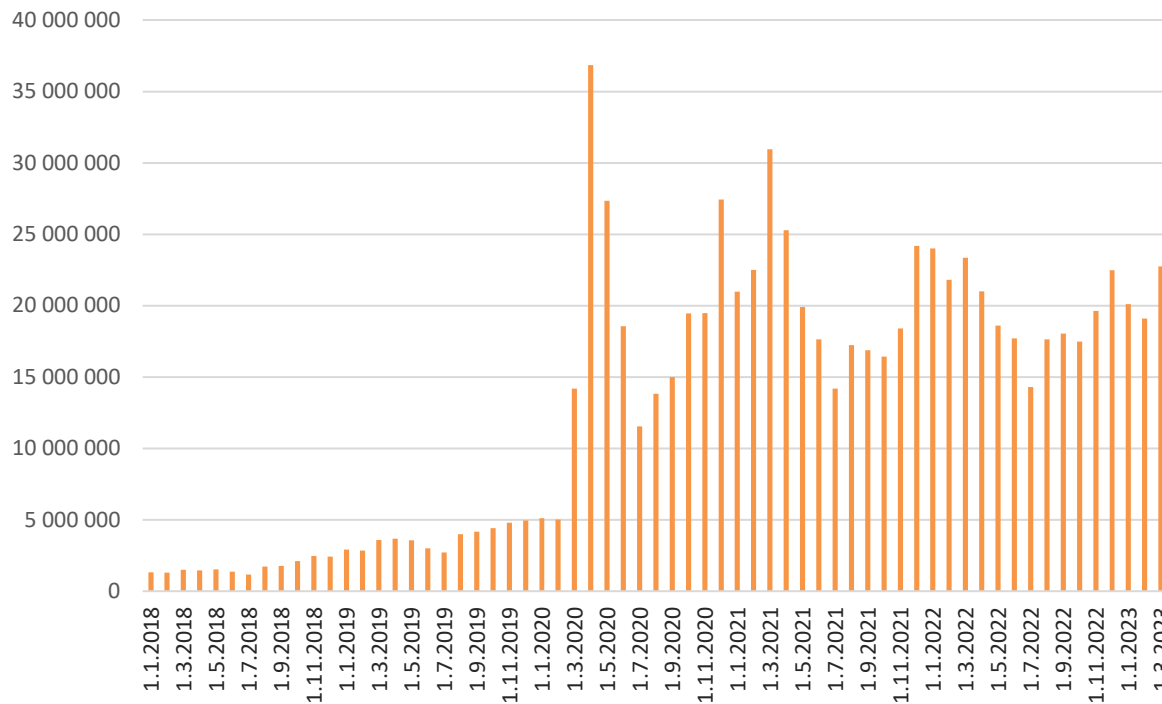
KESKON MYYNTI DIGITAALISTEN KANAVIEN KAUTTA JO LÄHES 1,9 MILJARDIA EUROA



■ K-ruoka.fi ■ Kespro ■ Onninen ■ Rautakauppa ■ Urheilukauppa

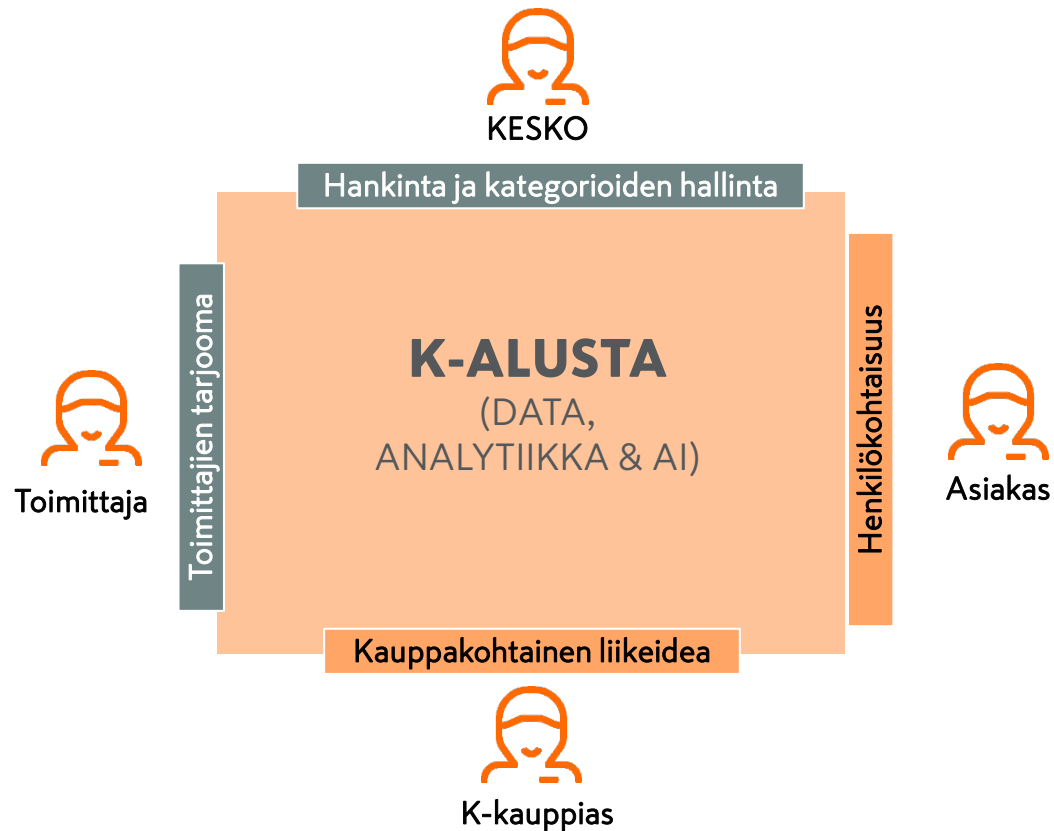
RUUAN VERKKOKAUPPA PYSYVÄSTI KORKEAMMALLA TASOLLA

K-ryhmän verkkokaupan kuukausimyynnit
(sis. ALV ja keräily- ja kuljetusmaksut)



- Ruuan kuluttajaverkkokaupan myynnin osuus K:n päivittäistavarakaupan myynnistä kasvoi 0,3 %:sta 2018 3,0 %:in Q1/2023
- Verkkokaupan myynnit ovat normalisoituneet pandemian jälkeen, myynnin arvioidaan asettuvan pandemiaa edeltävää tasoa korkeammalle tasolle
- Kannattavaa liiketoimintaa
- Ruuan verkkokaupan ennakoidaan kasvavan Suomessa tulevan vuosikymmenen aikana selvästi – kilpailu kiristyy

LISÄARVOA DIGITALISAATION AVULLA



KANNATTAVAN KASVUN KAAVA



**ASIAKASTYYTYVÄISYYS:
VALKOIMAT ASIAKKAAN TARPEISIIN**



**VÄHITTÄISMYYNNIN KASVU 2,4 MILJARDIA:
KIINTEÄT KULUT ISOMMALLA MYYNNILLÄ**



**LIIKETOIMINTAMALLI MAHDOLLISTAA KASVUN JA
KETTERYYDEN**



**KAUPPAVERKOSTON OPTIMOINTI JA NELIÖTEHON
KASVATTAMINEN EDELLEEN**



HANKINNAN JA LOGISTIIKAN TEHOKKAAT PROSESSIT



DATAN HYÖDYNTÄMINEN



UUSIEN ANSAINTAMAHDOLLISUUKSIEN LÖYTÄMINEN

KASVUSTRATEGIAN TOTEUTUS JATKUU

KASVUSTRATEGIA

FOKUSOITUMINEN:



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA



RAKENTAMISEN JA
TALOTEKNIIKAN KAUPPA



AUTOKAUPPA

YKSI YHTENÄINEN



ASIAKASKOKEMUS

DIGITALISAATIO

VASTUULLISUUS

