



Hvorfor mat var, er og
blir viktig på IKEA





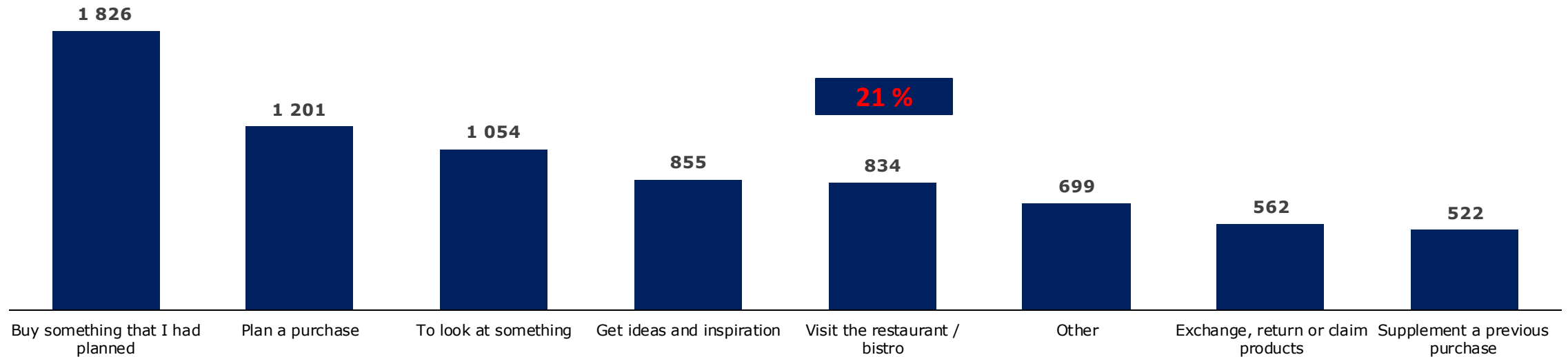
IKEA Norge

Syv varehus i Norge

- Restaurant
- SFM (Matbutikk)
- Bistro
- Kantine
- Ca 5,4 millioner besøkende per år*
- Ca 4,6 millioner besøkende til Food*

*før covid

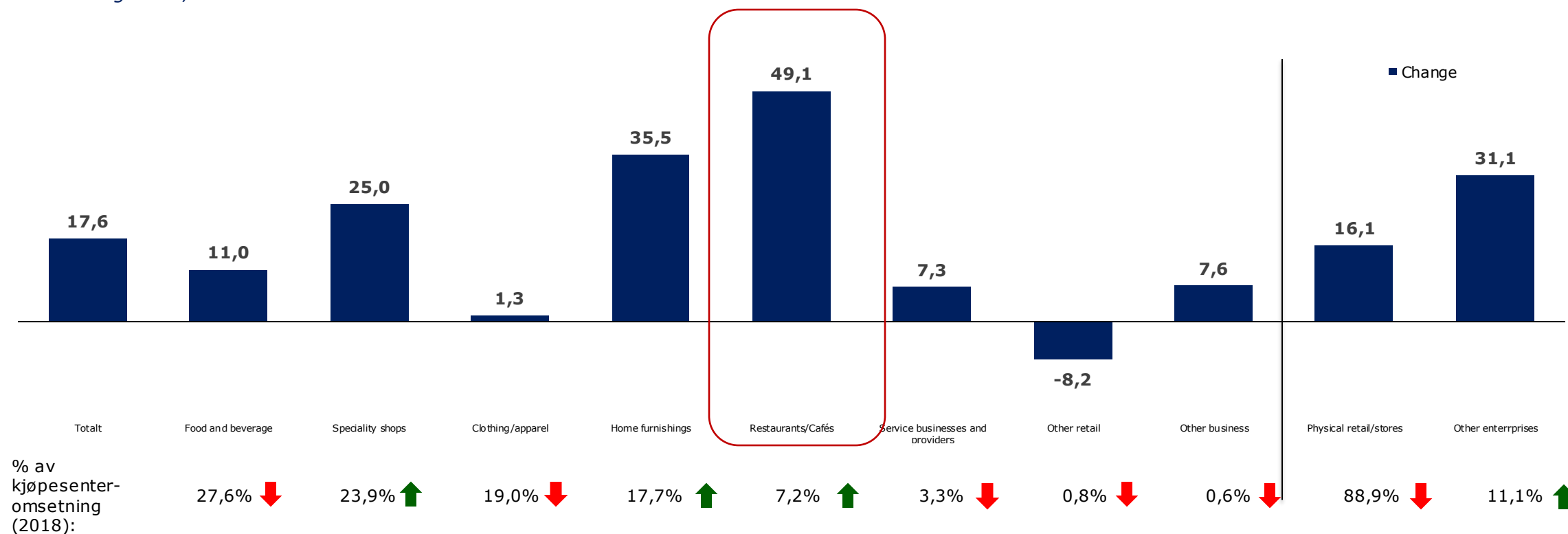
En av fem sier de besøkte varehuset på grunn av maten



Spisesteder er det som øker mest på kjøpesentre

Growth by category in shopping centres

% turnover growth, 2013-2018



Vi ser kjøpesentre vri seg mot en kombinasjon av mat og opplevelser

2018-2019

Thon Eiendom har de siste årene jobbet med en ny strategi for kjøpesenterdivisjonen. Det blir satset mer på opplevelser og underholdning, samt flere spisesteder.



OPPLEVELSER: Kino og andre opplevelser

Kjøpesentre øker satsningen på opplevelser

Publisert: 08.03.2018 / Tekst: THON EIENDOM

Det store underholdnings- og opplevelsestilbudet gjør senteret populært også utenfor nærområdet. Senteret tilbyr mange opplevelser som trekker kunder, også fra andre bydelar.

– En undersøkelse vi har utført viser faktisk at åtte av ti av de som benytter aktivitetene våre også handler på senteret. Det er jo fasiten på hvordan å lykkes med å drive kjøpesenter, legger Tvedte til.

Fordeler ved å ha mat-, underholdnings- og opplevelseskonsepter på kjøpesentre:

1. Kunden vil ha alt under ett tak, og kombinerer gjerne shoppingen med andre aktiviteter.
2. En god sammensatt miks av butikker og opplevelser tiltrekker et bredt spekter av kunder.
3. Et godt underholdnings- og opplevelsestilbud gjør sentrene populære også utenfor nærområdet.

Source: Thon Eiendom/Retailmagasinet.no

2020-2021



O'Learys inn på to Citycon-sentre

Citycon vil styrke sine sentre på mat og drikke. O'Learys etablerer seg på Kolbotn Torg og Storbyen i Sarpsborg.

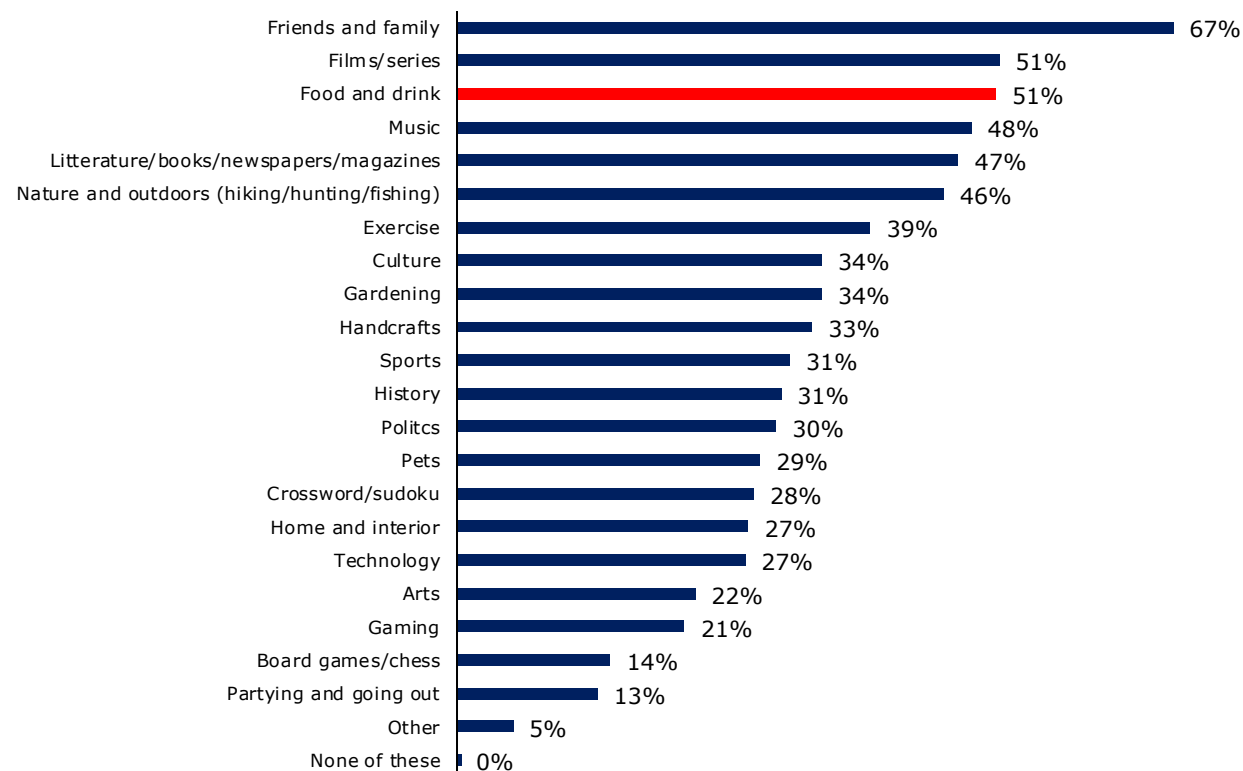
Bygger'n på kjøpesenter for første gang – med nytt konsept

I sommer åpner Bygger'n et nytt konsept i Bergen. Kjeden inntar Åsane Storsenter med en butikk der interiør og trender vil være fremtredende, i tillegg til byggevarer.

Mat er også av økende interesse generelt

General interests among Norwegian people (25yo +)

% stating item as one of their interests



Top 5 interests 2019

% stating item in top 5 (IKEA PMAs)

Interest in top 5 rank	%
Travel	70
TV and movies	67
Socialising	50
Reading books	47
Other hobbies/interests	43
Food and eating out	40
Sport	40
Technological devices	36
Furnishing and decorating	30
Fashion	24
Gaming	23
Cars and bikes	18
None of these	15





Folk vil ha bærekraftig og sunn mat



Plantebasert mat i norske matbutikker var **430 millioner kr** i 2019, en vekst på **26%**.



Av de mellom 30 -39 spiser en av fire vegetarisk eller vegansk minst en gang i uka



Fire av ti bytter kjøtt med grønnsaker når de lager mat uten at hele måltidet blir vegetarisk, men for å minke kjøttforbruk



Seks av ti sier de vil spise mindre kjøtt og bortsett fra svin så har ikke kjøttforbruket vært lavere på seks år.

BISTRO

Kr 10,-



Kr 8,-

Pølse: **1 567 837** stk
Vegetarpølse: **431 986** stk



Softis: **923 418** stk
Vegglis: **65 769** stk

*FY19



Planteboller



Samarbeid med
kjente kokker





Folk vil ha det lettvin

Slik har koronaperioden endret matvanene våre

Da Norge stengte, hamstret vi holdbar mat, begynte å bake og måtte legge om spisemønster og handlevaner. Ferske tall tyder på at ikke alle nye vaner vil vare.

Kundene strømmer til dagligvarebutikkene på nett

Etterspørselen etter hjemlevering av matvarer økte brått under pandemien.



Foodora doblet omsetningen i Norge: "Enorm økning i etterspørselen"

NORGE | ØKONOMI | 8 SEP 2021, 10:28

Men går med underskudd.

Bestillinger for 250 millioner – Just Eat mangedobler arbeidsstokken

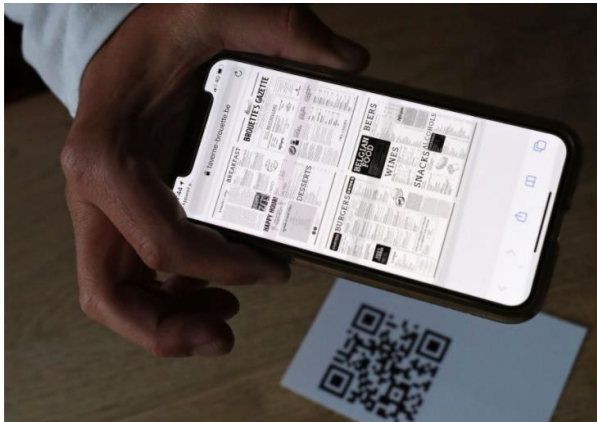
INTERNASJONALT | NORGE | 8 APR 2021, 15:06



I Norge har kontaktløse betalinger økt fra 75 prosent i fjor til 83 prosent i første halvdel i år. Jonas Leupe, Unsplash

Fire av fem betalinger i Norge skjer kontaktløst

Tall fra betalingsplattformen Adyen viser stabil vekst av kontaktløse betalinger.



Meny på telefonen er i ferd med å bli den nye normalen. Foto: Reuters/NTB

Kontaktløs betaling er det nye, store begrepet. Eksplosjonen i netthandelen bekrefter dette. At folk handler mat uten kontakt med mennesker, er altså ikke bare et utelivsfenomen. Pandemien har også ført til gode tider for selskaper som Morgenlevering.

Lenge før noen hadde hørt om covid-19 var Norge kjent som ett av verdens mest kontantfrie samfunn. Selvbetjeningskasser i butikkene, stor kortutbredelse, vippsing, apple pay og annen mobilbetaling har tatt over. De under 50 vet knapt hva et sjekkhefte er, selv om sjekker fortsatt er vanlig aksepterte betalingsmidler i land som Frankrike og USA. (NTB)

BESTILLINGSAPPER PÅ UTESTEDENE

Vi kjøper mer når vi bestiller fra bordet med app

Gjestene kjøper mer når mat og drikke kan bestilles på mobilen. Restaurantsjef vil fortsette med bestillingsappene når pandemien er over.



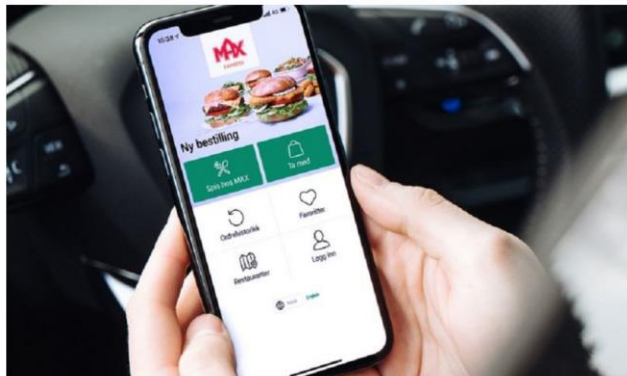
«– Fra tilbakemeldinger siste året, ser vi at 98 prosent av gjestene våre liker å bestille med mobil, så dette er noe vi definitivt vil fortsette med, sier Alexander Rosé ved restauranten San Sebastian i Trondheim»



McDonald's åpner for mobilbestilling og -betaling i appen



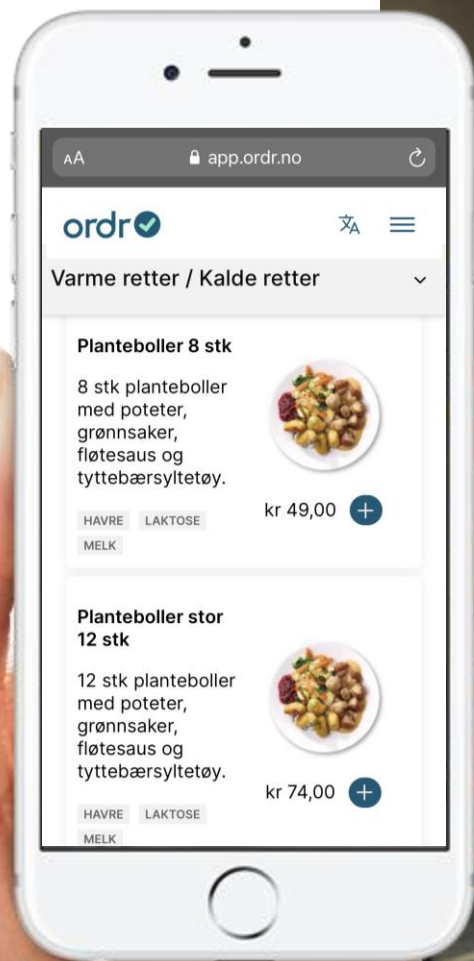
APP: Slik ser den ut, appen som gjør at man heretter kan bestille og betale burgermåltidet på sin egen mobil. Foto: Burger King Norge



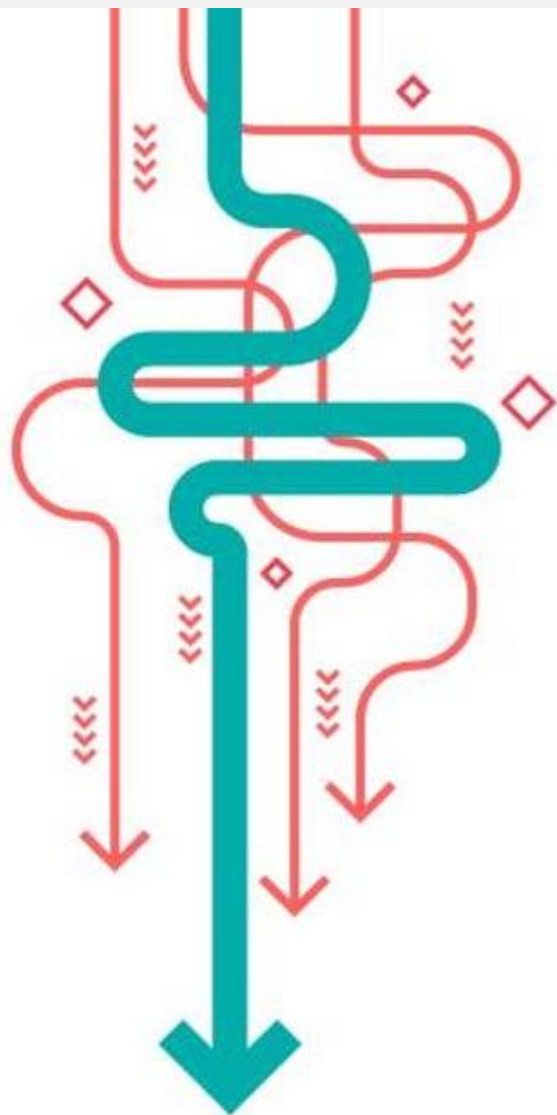
MAT PÅ FARTEN

Max mobilapp lanseres i Norge

Nå kan alle burgerglade gjester i Norge bestille, betale og finne den nærmeste Max-restaurant direkte via Max-appen. Bestillingsløsningen har i lang tid vært tilgjengelig i Sverige, og nå lanseres den for take away her til lands.



ordr 



Grab & Go

- Vi er representerert gjennom hele kundereisen, mao økt tilgjengelighet

URBAN FARMING



Matsvinn



Takk!



Tor Morten Myrseth, IKEA Food sjef Norge

