



PÄIVITTÄIS TAVARA KAUPPA

2023

SISÄLLYSLUETTELO

Kriisinkestävä kauppa varmistaa sujuvan arjen	3
Vahva viesti kuluttajilta: viinit ruokakauppaan	3
Vastuullisin toimiala	4
Tehokasta ikärajavaltontaa.....	4
Toimiva elintarvikeketju edellyttää vahvaa päivittäistavarakauppaa	5
Lähes 22 miljardilla eurolla päivittäistavaroiden vähittäiskauppaa.....	6
Päivittäistavarakaupan tehtäviä.....	6
Foodservice – yhteiskunnalle merkityksellistä tukkukauppaa	7
Tilastot	8
Päivittäistavarakauppa ry	15

TEKSTIT

Päivittäistavarakauppa ry

KUVAT

PTY, Viinit ruokakauppaan -kampanjan ulkoasu Duran Creative

ULKOASU JA KUVITUS

Tiina Aaltonen, Gra & Grappo

PAINO

PunaMusta Oy 2023

KRIISINKESTÄVÄ KAUPPA

VARMISTAA SUJUVAN ARJEN



KARI LUOTO • Toimitusjohtaja • PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA RY

Viime vuosien kriisit, pandemia ja Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa, ovat antaneet muistutuksen siitä, että yhteiskunnan toimivuuden kannalta tärkeitä ovat perusasiat: lämpö, vesi ja ravinto.

Elintarvikeketju on selvinnyt poikkeuksellisten aikojen haasteista kokonaisuudessaan varsin hyvin. Rakenteemme kriisitilanteita varten olivat valmiina. Kaupan osalta yritysten, PTY:n ja viranomaisten yhteistyö on toiminut erinomaisesti. Selvää etua on ollut myös siitä, että kaupan yritykset ovat suuria vastuullisia toimijoita, jotka ovat hioneet toimintamallejaan ja kehittäneet jatkuvuudenhallintaansa jo pitkään. Yrityksillä on ollut valmius toimia nopeasti ja johtaa toimintaansa järjestelmällisesti. Vahvat ruokakaupan toimijat takaavat parhaiten sen, että myös kriisitilanteissa elintarvikkeet ja muut päivittäistavarat ovat turvallisesti kuluttajien ja ruokapalveluiden ulottuvilla.

Kauppa on elintarvikeketjun lenkeistä lähimpänä kuluttajaa ja tuntee suomalaisten arjen valinnat. Viimeisin kriisi, nopea inflaatio, näkyy nousseina elinkustannuksina meistä jokaisen elämässä. Kasvanut kauppalasku on vaikuttanut ostokäyttäytymiseen selvästi. Kuluttajat ostavat vähemmän kuin ennen ja valikoivat ostoskoriinsa edullisempia tuotteita kaupan laajoista valikoimista.

Kriisit tuskin loppuvat tähän, vaan maailma on jatkossa entistä epävarmempi. Elintarvikeketjun toimijoilta tämä edellyttää oman toiminnan ja resilienssin tarkkaa arviointia, niin yhdessä kuin jokaisen osalta erikseen.

Päättäjille esitän toiveen, että kaupan yrityksiä arvostettaisiin niiden merkittävästä panoksesta toimivan yhteiskunnan eteen. Jo ennestään runsaan lainsäädännön lisäämisen sijaan elintarvikeketjun toimijoiden tulisi antaa ratkaista haasteet yhdessä, itsesääntelyä kehittämällä ja yhteistyöllä.

VAHVA VIESTI KULUTTAJILTA:

VIINIT RUOKAKAUPPAAN



LÄHES KAKSI KOLMESTA suomalaisesta haluaisi miedot viinit ruokakaupan valikoimiin. Myönteisesti suhtautuvien osuus kasvaa vuosi vuodelta ja uudistus saa kannatusta tasaisesti kaikissa ikäryhmissä.

Alkoholijuomien kokonaiskulutus on vähentynyt Suomessa pitkään ja laskeutunut selvästi myös edellisen alkoholilain uudistuksen jälkeen. Suunta on kohti vähäalkoholisia ja alkoholittomia juomia. Suuri enemmistö käyttää alkoholia kohtuullisesti.

Alkoholilain uudistuksen seuraava askel ohjaisi verotuloja nykyistä enemmän kotimaahan, kun se vähentäisi alkoholin matkustajatuontia ja ostoja ulkomaisista verkkokaupoista. Valtio voisi kohdistaa kasvavia verotuloja valistustyöhön, päihdepalveluihin ja alkoholihaittojen ehkäisyyn.

Vaalikonevastausten perusteella myös kansanedustajien selkeä enemmistö kannattaa uudistusta. Päättäjien on aika vastata kuluttajien toiveeseen ja sallia mietojen viinien myynti ruokakaupassa.

Kaupan
palkkasidonnaiset
VEROT
1mrde€
vuosittain

Päivittäistavarakauppa
INVESTOI
kotimaahan vuosittain
noin 600 milj.€

Elintarvikekauppa
TYÖLLISTÄÄ
vuosittain yli
80000

VASTUULLISIN TOIMIALA

Päivittäistavarakauppa työllistää noin 65 000 henkilöä ja elintarvikekauppa yhteensä, suoraan ja välillisesti, noin 80 000 henkilöä. Alan yritykset ovat merkittäviä veronmaksajia, jotka investoivat kotimaahan joka vuosi satoja miljoonia euroja. Koko kaupan ala on Suomen suurin työllistäjä. Se tarjoaa työtä noin 290 000 henkilölle.

Suomalaiset ovat arvioineet päivittäistavarakaupan elinkeinoelämän toimialoista vastuullisimmaksi jo 11 vuotta peräkkäin. Vuonna 2022 päivittäistavarakauppa oli ykkönen yhteiskuntavastuun kokonaisindeksissä, jonka lisäksi se arvioitiin vastuullisimmaksi verojen

maksussa Suomeen, työllisyysvastuussa sekä vastuussa ympäristöstä ja ilmastosta.

Alan yritykset tekevät aktiivisesti työtä muun muassa ikärajavaltvonnan, elintarviketurvallisuuden, kuluttajapakkausten kierrätyksen ja hankinnan vastuullisuuden edistämiseksi. Poikkeusolojen elintarvikehuoltoa turvataan ja kehitetään huoltovarmuusorganisaation toiminnan kautta. Kattava myymäläverkosto turvaa koko maan asuttavuutta.

Lue lisää:
[pty.fi](#) → Kaupan toiminta / Vastuullisuus

30 TEHOKASTA IKÄRAJAVALTONTAA

Päivittäistavarakaupan valikoimiin kuuluu lukuisia tuotteita, joiden myyntiä alaikäisille on rajoitettu tai joiden myynti on kielletty lakisääteisesti. Tällaisia ovat muun muassa alkoholijuomat ja yli 2,8 % kiinteät alkoholivalmisteet, tupakka, tupakan vastikkeet, sähkösavukkeet, nikotiininesteet ja tupakointivälineet, nikotiinivalmisteet, ilotulitteet, rahapelit sekä ikärajamerkityt tietokonepelit, elokuvat ja aikuisviihdelehdet. Kauppa

on velvollinen varmistamaan, että näitä tuotteita ei myydä alaikäiselle.

Lisäksi kaupalla on omia suosituksia, joiden mukaan näitä tuotteita myydään. Ikärajavaltvontaan on panostettu merkittävästi yli vuosikymmenen ajan. Otimme ensimmäisenä toimialana käyttöön vapaaehtoisen 30 vuoden viiteikärajan alkoholin ja tupakan ostoissa jo vuonna 2013. Nykyään myös rahapelien myynnin-

sä kysytään henkilöllisyystodistus kaikilta alle 30-vuotiaalta vaikuttavilta. Seuraamme ikärajavaltvontan tasoa säännöllisesti ostokokeilla.

Kauppa on kouluttanut noin 300 000 kasvatyöntekijää ikärajavaltvontaan ja viestinyt ikärajavaltvonnasta vuodesta 2014 lähtien kampanjoilla myymälöissä ja sosiaalisen median kanavissa.

TOIMIVA ELINTARVIKKEKETJU EDELLYTTÄÄ VAHVAA PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPAA



Ruoan matka pelloilta kaupan kautta kuluttajan pöytään edellyttää tuotantopanoksia, joita ovat muun muassa lannoitteet, polttonesteet ja energia, rehu, varaosat sekä pakkausmateriaalit. Tuotantopanosmarkkinat ovat varsin keskittyneitä ja elintarvikealan riippuvuus tuotantopanoksista näkyy erityisesti kriisitilanteissa. Vuonna 2022 ruoan tuotantopanosten hinnat nousivat merkittävästi. Syynä oli kaksi samanaikaista merkittävää markkinahäiriötä, koronapandemia ja Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa.

Kohonneiden tuotantopanosten hintojen takia ruoan kuluttajahinnat nousivat enemmän kuin lähes 50 vuoteen. Hintojen nousu kiihdytti keskustelua tuottojen ja kustannusten siirtymisestä ja jakautumisesta elintarvikeketjussa alkutuotannon, elintarviketeollisuuden ja kaupan kesken.

Kuluttajahintojen lisäksi nousivat myös kaupan yritysten kustannukset ja tuotteista valmistajille maksetut hinnat. Kaupan yritykset reagoivat

poikkeustilanteeseen nopeasti ja neuvottelivat sopimuksia uusiksi omien kumppaniensa kanssa kesken sopimuskauden. Alkukesästä 2022 tuottajahinnat nousivat jo tuotantopanosten kustannuksia nopeammin. Markkinat pyrkivät aina korjaamaan itseään, joskin korjausliikkeet näkyvät viiveellä.

Hintojen nousu on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä. Kun hinnat nousevat merkittävästi, kuluttajat reagoivat ostamalla vähemmän tai valitsemalla edullisempia tuotteita. Vuonna 2022 päivittäistavarakaupan myynnin määrä laski selvästi edelliseen vuoteen verrattuna. Myymälöiden laajat valikoimat eri hintaluokkineen mahdollistavat sen, että kuluttaja voi itse päättää minkä hintaisia tuotteita valitsee. Hinta on monelle tärkeä ostopäätöksiä ohjaava tekijä. Kaupan on tarjottava jokaiselle lompakolle sopivia tuotteita.

Lue lisää:

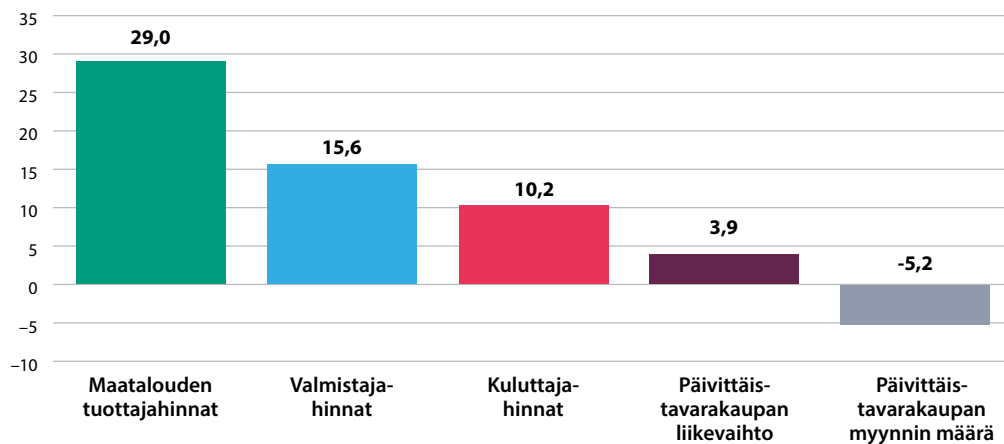
[pty.fi](https://www.pty.fi)

→ Kaupan toiminta / Kauppa osana elintarvikeketjua



Hinta on monelle tärkeä ostopäätöksiä ohjaava tekijä.”

Elintarvikehintojen ja päivittäistavarakaupan myynnin muutokset, % 2021 vs 2022



Lähde: Tilastokeskus, ©KTT Heikki Eerola Medec Oy

LÄHES 22 MILJARDILLA EUROLLA PÄIVITTÄISTAVAROIDEN VÄHITTÄISKAUPPAA

Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan arvo Suomessa vuonna 2022 oli 21 636 miljoonaa euroa. Tähän lasketaan yksityiset ja osuustoiminnalliset elintarvikkeita myyvät myymälät, liikenneasemien ketjulliset myymälät ja halpahintamyymälät. Mukana ovat myös elintarvikealan erikoismyymälät, huoltoasemamyymälät ja kauppahallimyyymälät. Kioskit ja torikauppa eivät sisälly lukuun.

Päivittäistavaroita ovat elintarvikkeet ja päivittäin käytettävät kulutustavarat, joita hankitaan ruokaostosten yhteydessä. Näitä ovat teknokemian tuotteet, kodin paperit, lehdet, päivittäiskosmetiikka ja tupakkatuotteet. Elintarvikkeiden ja juomien osuus päivittäistavaramyymälöiden myynnistä on noin 80 prosenttia.

SUURET MYYMÄLÄT OVAT KUSTANNUSTEHOKKAITA

Isoilla myymälöillä on Suomessa vankka asema. Päivittäistavara kaupalle

ominaista on myös ketjumainen toiminta sekä hankinnan ja logistiikan keskittyminen. Tilanne on samankaltainen myös muissa Pohjoismaissa. Ilman suureksi koottuja volyyjeja ei laajassa ja harvaan asutussa maassa päästä riittävään logistiseen tehokkuuteen. Heikompi kustannustehokkuus merkitsisi korkeampia hintoja, suppeampia valikoimia sekä heikompaa palvelua ja saavutettavuutta.

PIENET MYYMÄLÄT TURVAAVAT TÄRKEITÄ LÄHIPALVELUITA

Pienemmillä myymälöillä on myyntivolyymiaan suurempi merkitys koko maan elintarvikehuollon varmistamisessa ja asuttavuuden säilymisessä. Noin puolet myymäläverkostosta muodostuu pienistä kaupoista, jotka sijaitsevat tyypillisesti lähiöissä, taajamissa ja haja-asutusalueilla. Ne turvaavat alueidensa elinvoimaa ja huoltovarmuutta ja tarjoavat usein myös muita tärkeitä lähipalveluita, joita ovat esi-

merkiksi paketti- ja käteispalvelut, apteekin palvelupiste, Veikkauksen pelit sekä liikennepolttoaineiden myynti. Pienten myymälöiden kilpailukyvyistä ja kattavan myymäläverkoston säilymisestä on tärkeää huolehtia myös tulevaisuudessa.

LÄHTÖKOHTANA KULUTTAJIEN TARPEET

Valikoimien lähtökohtana ovat kuluttajien muuttuvat tarpeet ja kasvavat odotukset. Myymälän kokonaisvalikoima muodostuu ketjun perusvalikoimasta ja myymäläkohtaisesta tuotevalikoimasta. Päivittäistavara kauppojen valikoimien koko vaihtelee pienten myymälöiden noin 2 000 tuotteesta suurimpien hypermarkettien jopa 30 000 tuotteeseen. Vuonna 2022 päivittäistavaroiden koko valikoimaa myyvien marketmyymälöiden lukumäärä oli 2 755.



PÄIVITTÄISTAVARA KAUPAN TEHTÄVIÄ

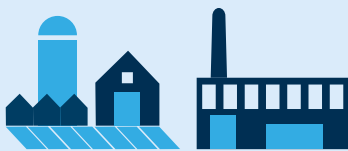
- Kuluttajien haluamien kattavien valikoimien luominen
- Kaupan palveluverkoston ylläpitäminen koko maassa
- Elintarvikeketjun tehokkuuden ja tuottavuuden kehittäminen
- Elintarviketurvallisuudesta huolehtiminen
- Ikärajavalittavien tuotteiden myynnin valvominen
- Elintarvikehuollon ja -jakelun varmistaminen myös poikkeusoloissa
- Vapaan kilpailun ja monien hankintakanavien turvaaminen
- Työllisyyden turvaaminen ja merkittävät investoinnit kotimaahan
- Ympäristönäkökulmien huomioiminen toiminnassa

TUKKUKAUPPA

tarjoaa

- asiakkaiden tarpeisiin mukautettuja tuotteita ja palveluita
- markkinoinnin ja myynnin palveluita
- oikea-aikaisia kuljetuksia
- rahoitusratkaisuja
- räätälöityjä palveluita
- tietoa ja koulutusta uusista tuotteista ja palveluista
- tietotaitoa
- työpaikkoja
- varastoja ja logistiikkaa

pitää yhteiskunnan pyörät pyörimässä



TAVARANTOIMITTAJAT



FOODSERVICE-TUKKUKAUPPA



ASIAKKAAT

Esim. kahvilat, ravintolat, hotellit, julkishallinto, vähittäismyynti

FOODSERVICE

– yhteiskunnalle merkityksellistä tukkukauppaa



Foodservice-tukkukauppa vastaa vähittäiskaupan ulkopuolisesta tavaravälityksestä. Alasta käytetään myös nimitystä HoReCa-tukkukauppa. Päivittäin joka toinen suomalainen käyttää foodservice-tukkukaupan yritysten palveluita ruokaillessaan ravintoloissa, kahviloissa tai työpaikka- ja kouluruokaloissa. Hotellit, ravintolat, kahvilat ja julkishallinnon laitokset ovatkin alan yritysten suurimmat asiakasryhmät. Foodservice-tukkukaupan yritykset ovat mukana myös erilaisten suurten yleisötapahtumien taustajoukoissa varmistamassa toimivaa ruoka- ja juomahuoltoa.

Suomen 16 143 (2020) ammattikeittiötä valmistavat asiakkailleen noin 749 miljoonaa ateriaa vuodessa. Niiden raaka-aineista suurin osa hankitaan foodservice-tukkukaupoista.

Foodservice-tukkukaupan välittämien tuotteiden sekä tavarantoimitusten turvallisuuden ja toimitusvarmuuden takaaminen on erityisen tärkeää, sillä ala palvelee yhteiskunnallisesti välttämätöntä ruokahuoltoa esimerkiksi päiväkodeissa, vanhustenhuollossa ja sairaaloissa. Toimialalla on tärkeä asema myös maamme huoltovarmuuden varmistamisessa. Kattavilla valikoimilla ja tavaravirtoja yhdistämällä luodaan vastuullista tehokkuutta logistiikkaan, mistä hyötyy myös ympäristö.

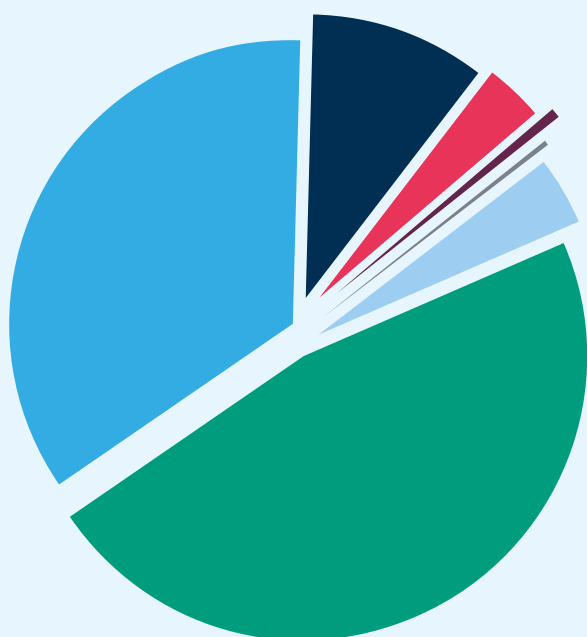
Tuoretuotteet, pakasteet ja teolliset elintarvikkeet ovat foodservice-tukkukaupan suurimpia tuoteryhmiä. Valikoimia kehitetään jatkuvasti ja alan yritykset tuovatkin Suomeen myös uusia trendejä ja tuotteita maailmalta. Moni foodservice-tukkukaupan yritys tarjoaa asiakkailleen lisäksi laadukkaita omia merkkejä.

Päivittäistavarakauppa ry:hyn kuuluvat foodservice-tukkukaupat ovat Kesko Oyj / Kespro, Meira Nova Oy, Suomen Palvelutukkurit Oy, Valio Oy / Valio Aimo® ja Wihuri Metro-tukku. Näiden valtakunnallisesti toimivien laajan valikoiman yleistukkujen liikevaihto vuonna 2022 oli noin 2,3 miljardia euroa.

KESKEISIÄ TUNNUSLUKUJA 2022

Suomen päivittäistavarakaupan ryhmittymien markkinaosuudet 2022

21 636 milj. €



	MARKKINA- OSUUS, %	PT-MYYNTI, MILJ. €
S-RYHMÄ	47,0	10 163
K-RYHMÄ	35,2	7 613
LIDL	9,8	2 123
TOKMANNI*	3,3	712
MINIMANI*	0,6	130
M-KETJU*	0,3	65,6**
MUUT YKSITYISET*	3,8	829

Päivittäistavaramyynti sis. alv.

Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

*-merkityt, lähde: PTY

** M-ketjun myynti sisältää käyttötavaramyyntiä, lähde: PTY

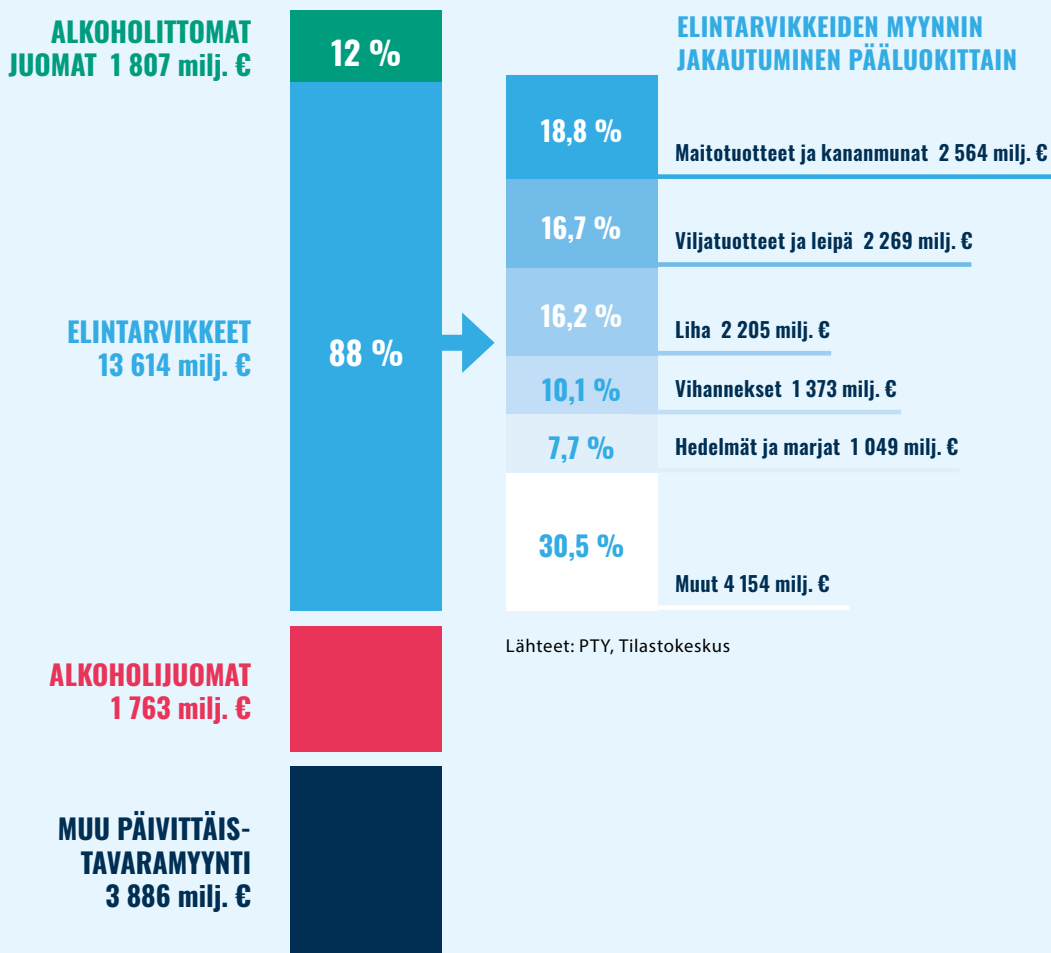
Päivittäistavaroiden vähittäismyynti 2022 • 21 636 milj. €

Myyntin arvon kehitys	3,7 %
Myyntin volyymin kehitys	-5,2 %
Myynti asukasta kohti	3 900 €
Päivittäistavaroiden vähittäismyynti €/kotitalous (kotitalouksien määrä v. 2021*)	7 489 €
Myyntimäärä (marketit)	2 755
Lisäksi pt-erikoismyymälät / kauppahallit / suoramyynnihallit / pt-verkkokauppatoimijat (vain verkkomyyntiä harjoittavat)	745
sekä halpahinta- ja huoltoasemamyymälät (osa päivittäistavara-alikoimaa)	927
Pt-kaupan päivittäistavaramyynnpinta-ala (pl. erikoismarkkinat)	2,4 milj. m ²
Keskimääräinen neliömyynti	8 000 €/m ²
Asukkaita/pt-myymälä	1 253

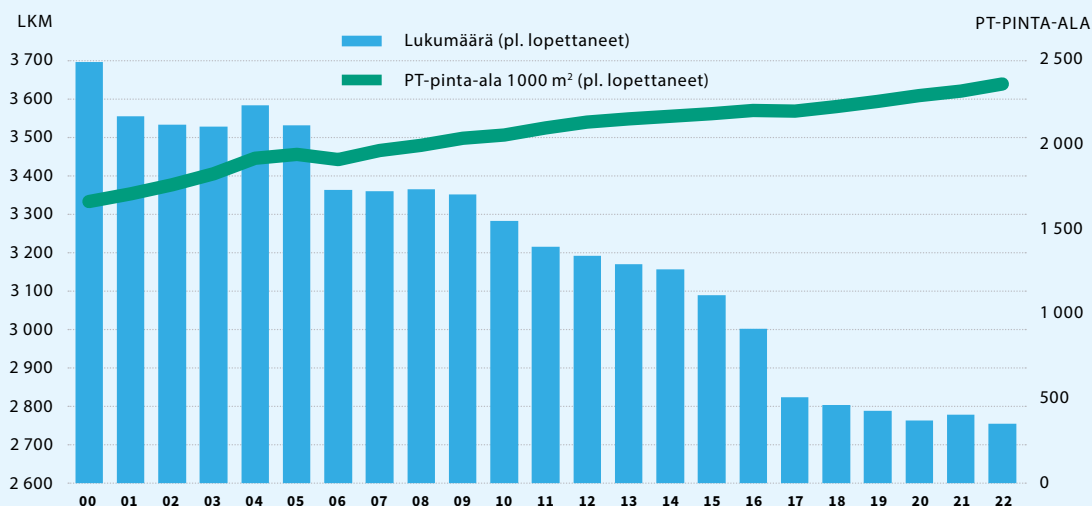
Lähteet: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri, *Tilastokeskus

Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien myynti vähittäiskaupassa 2022

15 421 milj. €



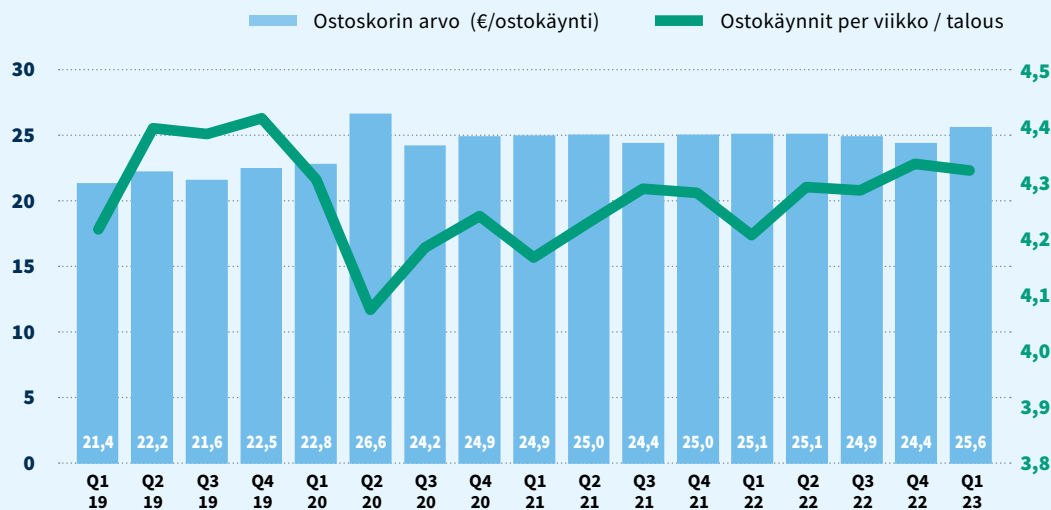
Päivittäistavaramyymälöiden lukumäärä ja pinta-ala (pl. erikoismarkkinat)



Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

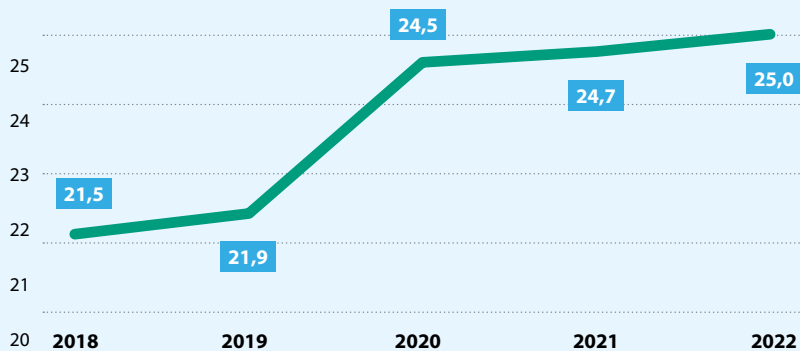
Päivittäistavaroiden ostomenot

Ostoskorin arvo (€) ja ostokäynnit per viikko / talous, kvartaalijaksot



Lähde: NielsenIQ Homescan

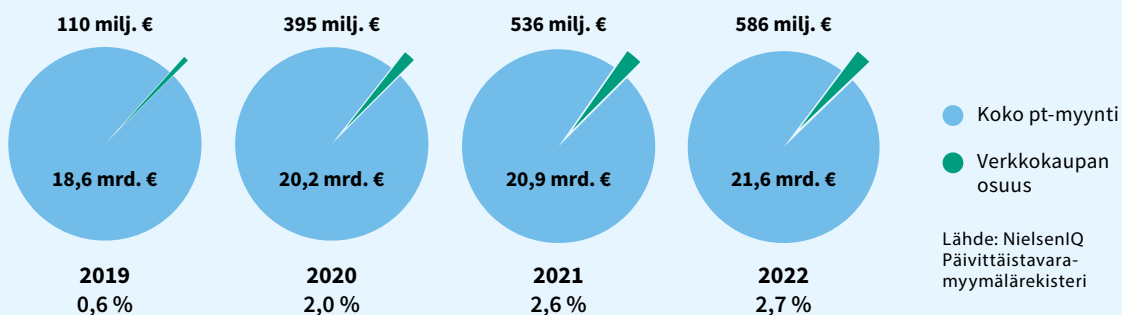
Ostoskorin arvon (€) kehitys 2018–2022



Lähde: NielsenIQ Homescan

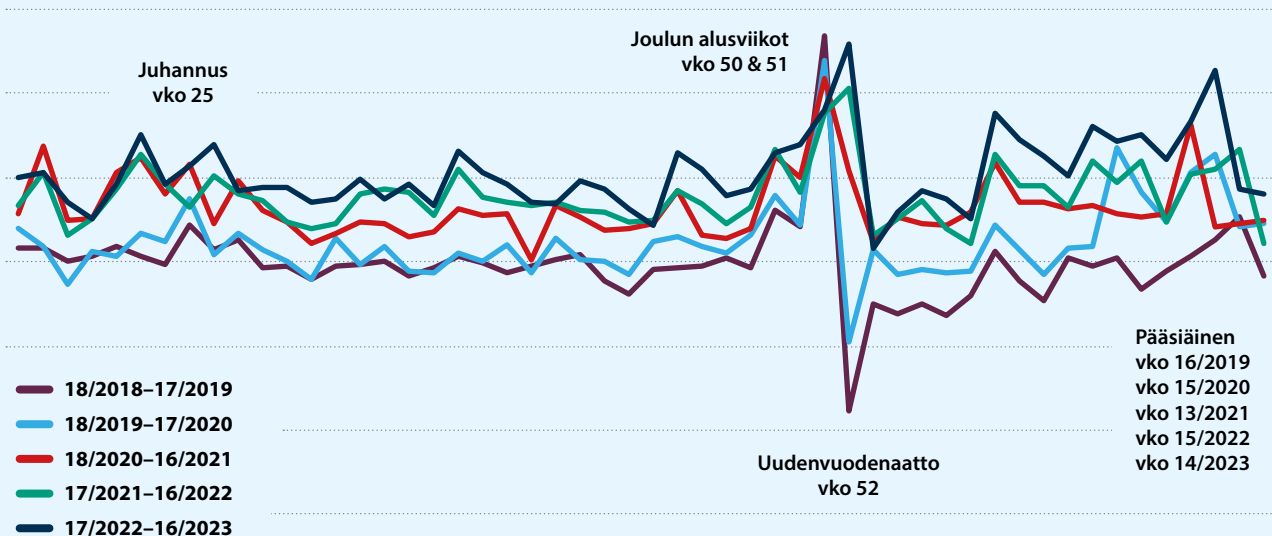
Päivittäistavaroiden verkkokaupan arvo

Osuus koko päivittäistavaramyynnistä



Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

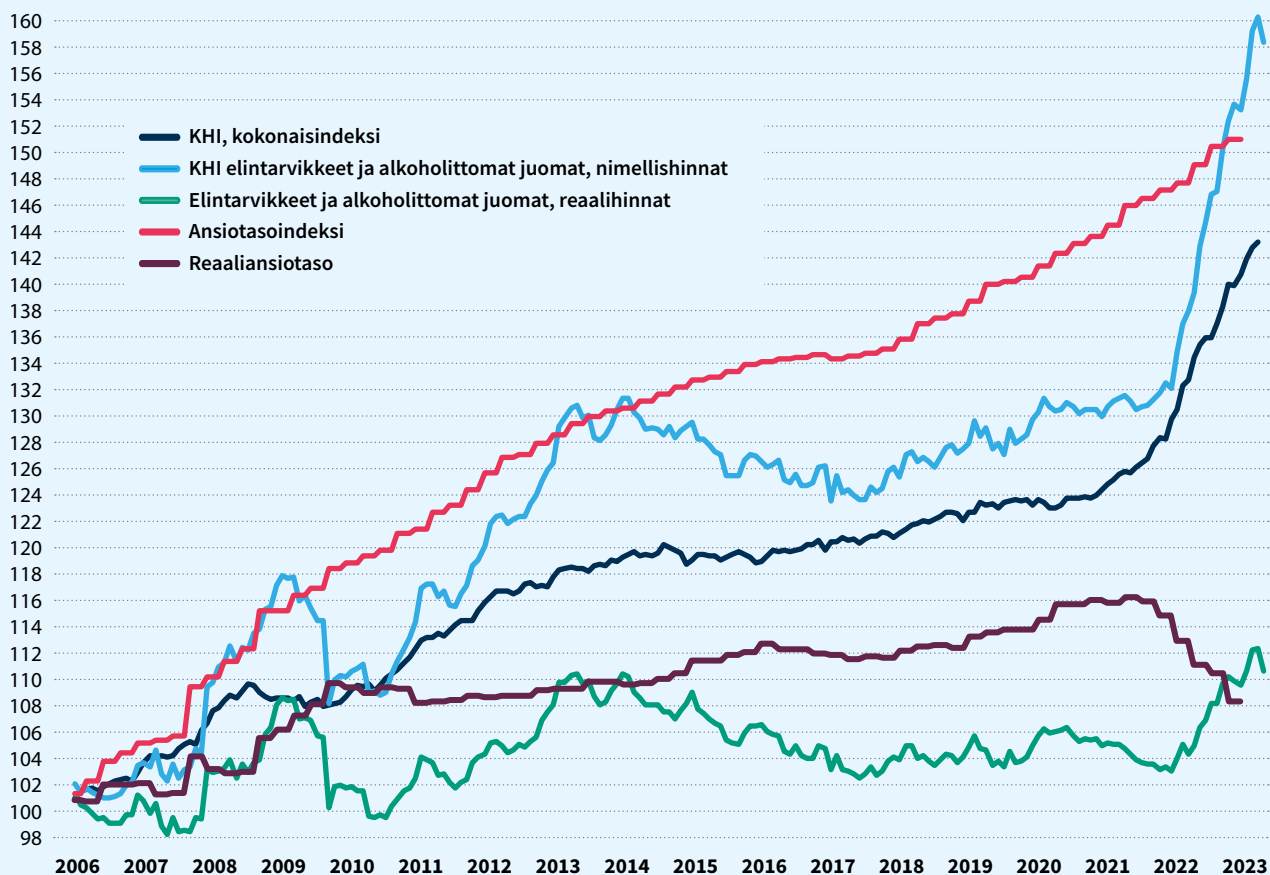
Pt-ostomenojen viikoittainen trendi | vko 18/2018-16/2023



17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

Lähde: NielsenIQ Homescan

Elintarvikkeiden hinnankehitys inflaatioon ja ansiotason muutokseen verrattuna (2005 = 100)



Lähde: Tilastokeskus

Päivittäistavarakauppojen lukumäärä, arvon muutos ja volyymin muutos 2017–2022

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Lukumäärä marketit (pl. erikoismarkkinat)	2 824	2 804	2 789	2 763	2 779	2 755
Lukumäärä kaikki (ml. erikoismarkkinat)	4 624	4 550	4 507	4 461	4 476	4 427
Arvon muutos %	1,0 %	3,4 %	2,5 %	8,4 %	3,1 %	3,7 %
Volyymin muutos %	1,0 %	0,3 %	0,6 %	6,6 %	0,7 %	-5,2 %

Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

2020, 2021 ja 2022 lukuihin sisällytetty pt-verkkokauppatoimijat (vain verkkomyyntiä harjoittavat).

Market-myymlöiden lukumäärät 2000–2022; ks. sivu 9.

Myymlöiden lukumäärä myymälätyypeittäin 2022

MYYMÄLÄTYYPPI	MYYNTIPINTA-ALA/MÄÄRITELMÄ	YHTEENSÄ 1.1.2023
Hypermarketit	Citymarket, Prisma ja Minimani	162
Tavaratalot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3)	89
Supermarketit, isot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3)	725
Supermarketit, pienet	400–999 m ²	527
Valintamyymälät, isot	200–399 m ²	779
Valintamyymälät, pienet	100–199 m ²	269
Pienmyymälät	< 100 m ²	204
Erikoismyymälät / kauppahallit / pt-verkkokauppatoimijat (vain verkkomyyntiä harjoittavat)		745
Halpahintamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		421
Huoltoasemamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		506
Yhteensä 1.1.2023		4 427
Myymläautot ja -veneet		5
Lopettaneet		227

Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

Päivittäistavaroiden myynti myymälätyypeittäin 2022, milj. €

MYYMÄLÄTYYPPI	MYYNTIPINTA-ALA/MÄÄRITELMÄ	YHTEENSÄ 1.1.2023
Hypermarketit	Citymarket, Prisma ja Minimani	6 469
Tavaratalot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3)	431
Supermarketit, isot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3)	8 279
Supermarketit, pienet	400–999 m ²	2 631
Valintamyymälät, isot	200–399 m ²	2 145
Valintamyymälät, pienet	100–199 m ²	377
Pienmyymälät	< 100 m ²	153
Erikoismyymälät / kauppahallit / pt-verkkokauppatoimijat (vain verkkomyyntiä harjoittavat)		345
Halpahintamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		568
Huoltoasemamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		135
Yhteensä		21 533
Myymläautot ja -veneet		2
Lopettaneet		101
Yhteensä 1.1.2023		21 636

Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

Päivittäistavaramyynti ketjuittain vuonna 2022

21 636 milj. euroa (sis. alv, sis. lopettaneet), myymälöitä 4 427 (pl. lopettaneet)

Ryhmittymä	Ketju	Myymälöiden lukumäärä	Pt-myynti %-osuus	Pt-myynti milj. €	Keskimyynti/myymälä, milj. €
S-ryhmä	Prisma	74	17,2 %	3 724	50,3
	S-market	452	22,2 %	4 800	10,6
	Alepa + Sale	457	6,8 %	1 468	3,2
	Food Market Herkku	3	0,3 %	56	18,7
	Muut	87	0,5 %	114	1,3
	S-ryhmä yhteensä		1 073	* 47,0 %	* 10 163
K-ryhmä	K-Citymarket	81	12,1 %	2 615	32,3
	K-Supermarket	248	12,0 %	2 591	10,4
	K-Market	756	10,7 %	2 310	3,1
	Muut	130	0,5 %	97	0,7
	K-ryhmä yhteensä		1 215	* 35,2 %	* 7 613
Lidl		200	* 9,8 %	* 2 123	10,6
Tokmanni	Tokmanni-myymälä	198	-	-	-
	Miny-myymälä	4	-	-	-
	Tokmanni yhteensä	202	3,3 %	712	3,5
Minimani		7	0,6 %	** 130,2	18,6
M-ketju		55	0,3 %	*** 65,6	1,2
Muut		1 675	3,8 %	829	0,5
YHTEENSÄ		* 4 427	100 %	* 21 636	* 4,9
Ryhmittymä	Ketju	Myymälöiden lukumäärä	Pt-myynti milj. €	Keskimyynti/myymälä, milj. €	
R-kioski Oy	R-kioskit	451	295	0,6	

Myymälämäärät vuoden 2022 lopussa.

Lähteet: *-merkityt NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri, muut PTY.

** Tampereen Lielahden Minimani mukana luvuissa 11/2022 alkaen.

*** M-ketjun myynti sisältää käyttötavaramyyntiä.

Erot summaluvuissa johtuvat desimaalipyöristyksestä.

PTY:n jäsenyritysten tavaratalojen kokonaismyynti (milj. euroa, alv 0 %), lukumäärä ja myynnin muutos 2021 ja 2022

	Lukumäärä 2021	Lukumäärä 2022	Myynti 2021	Myynti 2022	Myynnin muutos, %
S-RYHMÄ					
Sokos	20	20	342,3	367,7	7,4 %
Prisma	71	74	3 736,8	3 966,5	6,1 %
K-RYHMÄ					
K-Citymarket	81	81	2 613,2	2 584,5	-1,1 %
TOKMANNI	196	* 202	1 141,8	* 1 168,0	2,3 %
MINIMANI	6	7	146,4	** 147,5	0,7 %
YHTEENSÄ	374	384	7 980,5	8 234,2	3,2 %

Lähde: PTY

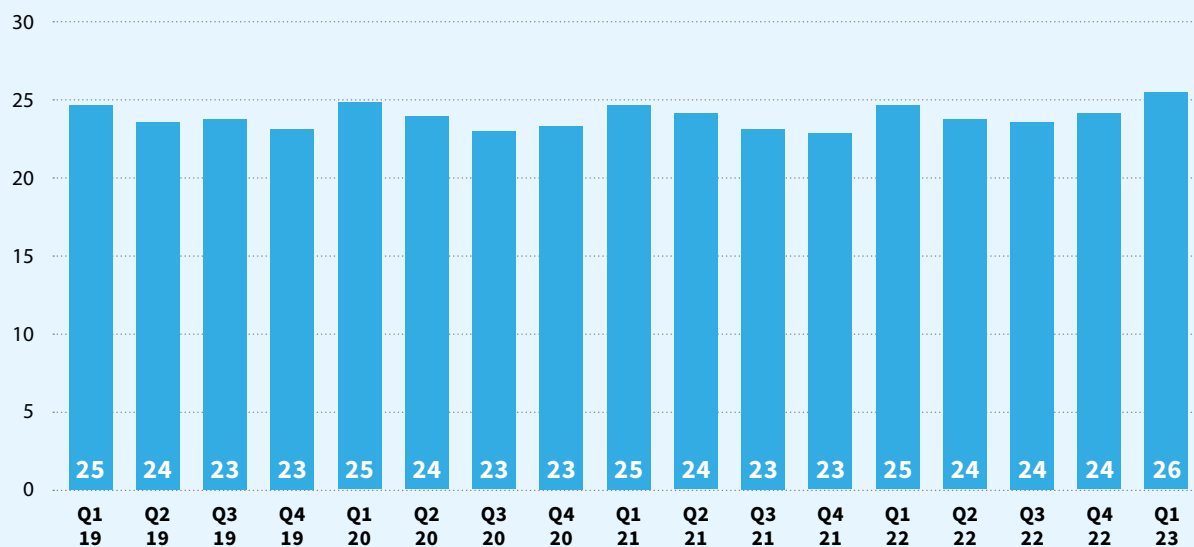
Verkkokauppa sisältyy tilastoon, jos yrityksellä on verkkokauppa.

* Sisältää 198 Tokmanni-myymälää ja 4 Miny-myymälää.

** Tampereen Lielahden Minimani mukana luvuissa 11/2022 alkaen.

Kaupan merkkien osuus päivittäistavaraostoista, %

Kvartaalijaksot 2019–2023



Samantyyppisten omaavien pylväiden kokoerot johtuvat desimaalipyöristyksestä.

Lähde: NielsenIQ Homescan

Kyläkaupat 2022, pl. lopettaneet

MAAKUNTA	LUKUMÄÄRÄ	PT-MYYNTI, MILJ. €	%-OSUUS KYLÄKAUPPOJEN PT-MYYNNISTÄ
Uusimaa	11	4,9	5,4 %
Varsinais-Suomi	20	8,2	9,1 %
Satakunta	6	0,8	0,9 %
Kanta-Häme	3	0,7	0,7 %
Pirkanmaa	10	5,8	6,4 %
Päijät-Häme	5	2,9	3,2 %
Kymenlaakso	6	2,9	3,2 %
Etelä-Karjala	5	1,6	1,7 %
Etelä-Savo	8	4,1	4,6 %
Pohjois-Savo	11	6,4	7,0 %
Pohjois-Karjala	7	3,3	3,7 %
Keski-Suomi	3	0,9	1,0 %
Etelä-Pohjanmaa	10	3,2	3,5 %
Pohjanmaa	14	8,0	8,8 %
Keski-Pohjanmaa	5	5,8	6,4 %
Pohjois-Pohjanmaa	15	9,8	10,8 %
Kainuu	6	1,3	1,4 %
Lappi	18	10,5	11,5 %
Ahvenanmaa	14	9,8	10,8 %
Yhteensä	177	90,8	100 %

Lähde: NielsenIQ Päivittäistavaramyymälärekisteri

PTY:n organisaatio 2023

Päivittäistavarakauppa ry:n hallitus (31.5.2023)

Puheenjohtaja	Kenttäjohtaja Arttu Laine , SOK
Varapuheenjohtajat	Päivittäistavarakaupan toimialajohtaja Ari Akseli , Kesko Oyj Toimitusjohtaja Nicholas Pennanen , Lidl Suomi Ky
Jäsenet	Kauppias Pauli Jaakola , K-kauppiasliitto ry Toimitusjohtaja Vesa Laineenkare , Wihuri Oy Tavaravirta- ja analytiikkajohtaja Jaakko Mäkinen , R-kioski Oy Toimitusjohtaja Jussi Nummelin , Minimani Yhtiöt Oy Toimitusjohtaja Mika Rautiainen , Tokmanni Group Oyj Toimitusjohtaja Juha Riikola , Etelä-Karjalan Osuuskauppa
Sihteeri	Toimitusjohtaja Kari Luoto , Päivittäistavarakauppa ry

Työryhmät

Vähittäiskaupparyhmä
Foodservice-tukkukaupparyhmä
Kauppan lähipalvelut -ryhmä
Resurssitehokkuusryhmä
Tuoteturvallisuusryhmä
Omavalvontaryhmä
Viestintäryhmä
GS1-asioiden ohjausryhmä

Toimisto

Elinkeinopolitiikka – toimitusjohtaja **Kari Luoto**
Elintarvikkeiden ja käyttötavaroiden sääntely – asiantuntija **Merja Söderström**
Elintarvikkeiden toimitusketju, ympäristöasiat – johtaja **Ilkka Nieminen**
Hallinto ja talous – hallinnon assistentti **Terhi Karunka**
Kauppa- ja jakelupooli – valmiuspäällikkö **Erica Sauvala** (7.8. alkaen)
Lakiasiat ja kilpailulainsäädäntö, foodservice-tukkukauppa – lakimies **Tea Taivalkoski**
Omavalvonta ja elintarviketurvallisuus – elintarvikeasiantuntija **Anna Salminen**
Tukipalvelut ja kokousjärjestelyt – toimistoassistentti **Heidi Nylund**
Viestintä ja tilastot – viestintäpäällikkö **Mari Mattila**

Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenet

Kesko Oyj | K-kauppiasliitto ry | Lidl Suomi Ky | Minimani Yhtiöt Oy | M Itsenäiset Kauppiat Oy
R-kioski Oy | Seulo Palvelut Oy | Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta SOK
Suomen Palvelutukkurit Oy | Tokmanni Group Oyj | Valio Oy / Valio Aimo® | Wihuri Oy

PTY:N STRATEGIA 2023

VISIO

Päivittäistavarakauppa toimii vapaassa kilpailuympäristössä ja tunnetaan vastuullisena toimialana sekä kuluttajan edun huomioivana toimijana elintarvikeketjussa.

TOIMINTA-AJATUS

Yhdistys kehittää päivittäistavarakaupan ja jäsenyritystensä toimintaedellytyksiä ennakoivalla ja tietoon perustuvalla edunvalvonnalla sekä vahvistaa ja kehittää kaupan yhteistä edunvalvontaa.

STRATEGISET PAINOPISTEALUEET

Kilpailun ja kasvun edellytykset

Tehokkaat
ratkaisut

Kestävyys ja
jatkuvuus

Tieto ja
tunnettuus

ARVOT

Avoimuus

Vastuullisuus

Yhteistyökykyisyys

Tuloksellisuus

Päivittäistavarakauppa ry on päivittäistavaroiden vähittäiskaupan ja foodservice-tukkukaupan edunvalvoja elinkeino- ja yhteiskuntapoliittisessa päätöksenteossa. Tavoitteena on, että päivittäistavarakauppa toimii Suomessa vapaassa kilpailuympäristössä ja tunnetaan vastuullisena toimialana sekä kuluttajan edun huomioivana toimijana.

Kauppa on Suomessa merkittävä työllistäjä ja investoija ja sen näkökulmien huomioiminen yhteiskunnallisessa päätöksenteossa on tärkeää. PTY tekee aktiivista yhteistyötä edunvalvonnassa myös Kaupan liiton kanssa.

Elinkeinopoliittisen edunvalvonnan lisäksi PTY kehittää toimialan yhteisiä, tehokkuutta ja yhteiskuntavastuun toteutumista edistäviä ei-kilpailullisia toimintamalleja sekä yhteistyötä koko arvoketjussa. Esimerkiksi tuoteturvallisuus- ja omavalvontatyöllä turvataan korkea elintarvike- ja tuoteturvallisuuden taso kuluttajan luottamuksen varmistamiseksi.

Päivittäistavarakauppa ry  PTY

PL 340, 00131 Helsinki 09 172 860
pty.fi @PTYfi