LIVSMEDELSFÖRETAGEN
The Swedish Food Federation

En framgångsrik svensk livsmedelsindustri – möjligheter och utmaningar
Livsmedelsföretagens inspel till en nationell livsmedelsstrategi

Förord

Under 2015 har det startat ett antal politiska processer i Sverige, till exempel den nationella livsmedelsstrategin och exportstrategin, som alla länkar in i varandra och vars resultat i högsta grad kommer att påverka förutsättningarna för svensk livsmedelsindustris fortsatta utveckling.

Livsmedelsföretagen välkomnar dessa initiativ och vill framhålla att strategierna bör vara en del av den övergripande näringspolitiken. Med denna rapport vill vi lyfta fram de möjligheter som svensk livsmedelsindustri kan skapa i form av ökad export, tillväxt och nya jobb. Utgångspunkten för livsmedelsstrategin måste vara att hantera hinder mot, samt skapa möjligheter för, fortsatt tillväxt för svensk livsmedelsproduktion och i förlängningen fler jobb i hela Sverige. I arbetet måste dock beaktas att livsmedelsbranschen står inför ett antal utmaningar, men rätt hanterade så är detta en bransch som - utöver att skapa fler jobb och ökad ekonomisk tillväxt i hela landet - också kan bidra med lösningar på andra framtidsutmaningar såsom folkhälsa och hållbarhet.

Livsmedelsstrategin bör i första hand vara ett styrdokument för staten som syftar till att förbättra förutsättningarna för svenska livsmedelsföretag att bedriva verksamhet. För att bli effektiv bör strategin fokusera på ett fåtal, konkreta och genomförbara åtgärder. Ett omfattande dokument med långa önskelistor och utopiska målsättningar bör undvikas eftersom ett sådant riskerar att prioriteras ned så snart det är antaget, vilket inte gagnar den svenska livsmedelsbranschen. Livsmedelsstrategin kan, rätt utformad, som en sammanhängande plan med konkreta och genomförbara åtgärder, bli en katalysator för en bransch som ännu inte nått sin fulla potential.

Marie Söderqvist

VD, Livsmedelsföretagen

1. Svensk livsmedelsindustri och startskottet för exporten

Förutsättningarna för svensk livsmedelsindustri ändrades radikalt vid EU-inträdet 1995. Från att ha verkat på en liten och skyddad marknad, öppnades gränserna för import och export av livsmedel över en natt och livsmedelsindustrin blev en del av en mycket större marknad med storskalig livsmedelproduktion. Svenska livsmedelsproducenter vidtog omfattande rationaliseringsåtgärder inför den nya verklighet som väntade efter EU-inträdet, en process som pågår alltsedan dess, och som möjliggjort för svenska producenter att klara tuff global konkurrens. Många företag inom livsmedelsindustrin förvärvades av utländska företag i samband med EU-inträdet, varav ett flertal av multinationella storföretag. I dag är utlandsägandet inom branschen cirka 55 procent, sett till andel av omsättningen.

Före EU-inträdet var den svenska livsmedelsexporten en marginell företeelse, men har sedan dess gjort nya landvinningar och vuxit i en stadig takt. Exportandelen av den totala varuexporten uppgår i dag till drygt 6 procent, vilket indikerar att livsmedelsexporten vuxit betydligt snabbare än övrig varuexport under de senaste 20 åren.

Nyckeltal för svensk livsmedelsindustri 2014
Omsättning: 175 miljarder kronor
Antal sysselsatta: 56 000
Export: 70 miljarder kronor (jämfört med exporten av läkemedel som uppgick till 59 miljarder kronor eller exporten av järn och stål som uppgick till 50 miljarder kronor samma år)
Exporttillväxt 2014: 9,4 procent

Branschens grundförutsättningar:

Stenhård konkurrens

Svenska livsmedelsproducenter verkar på en global marknad som präglas av många olika utmaningar, till exempel kraftiga prisrörelser på råvaror, ett hårt konkurrenstryck från de 307 000 övriga livsmedelsproducenterna i Europa, och en hemmamarknad som till stor del kontrolleras av tre stora dagligvaruaktörer.

Hemmamarknaden står för en betydande del av producenternas totala produktion. Mellan 75 och 80 procent av branschens omsättning går att härleda till hemmamarknaden, och av detta säljs det mesta till de tre stora svenska dagligvaruaktörerna. Dessa arbetar metodiskt och framgångsrikt med att pressa priserna från sina leverantörer, vilket spiller över i lägre vinstmarginaler hos producenterna. Andelen importerade produkter i dagligvaruhandelns sortiment ökar dessutom. Cirka 50 procent av det som säljs i dagligvaruhandeln är i dag importerade produkter. Då den svenska marknaden är relativt mättad är det svårt att växa i volym, framförallt för de större svenska producenterna. Ett ökat exportfokus hos företagen

skulle därför minska producenternas beroende av en snäv kundkrets på hemmamarknaden, samtidigt som de kan växa i volym på marknader där prisfixeringen är något mindre.

Verksamhet utanför storstadsområdena

En vital och fortsatt växande svensk livsmedelsindustri är viktig för arbetsmarknaden i hela landet eftersom de flesta företag i livsmedelsindustrin är verksamma utanför storstäderna. Det finns flera kommuner där ett livsmedelsföretag är den viktigaste privata arbetsgivaren, t.ex. Guldfågeln i Mörbylånga på Öland, Lantmännen Doggy i Vårgårda eller Norrmejerier i Burträsk. Ytterligare exempel på kommuner och arbetsmarknadsregioner som domineras helt av flera livsmedelsföretag är Kristianstad med bland annat företag som The Absolut Company, Lyckeby Culinar, HK Scan och Skånemejerier.

En stark livsmedelsindustri i Sverige är också mycket betydelsefullt för den svenska primärproduktionen. Över 70 procent av de råvaror som bönderna i Sverige producerar köps upp och förädlas av livsmedelsindustrin i Sverige.

Svensk livsmedelsindustri bidrar inte enbart till att det skapas arbeten i hela landet, den spelar också en viktig roll för att både unga och utrikes födda får sitt första jobb. Andelen unga och utrikes födda är högre inom livsmedelsindustrin än inom industrin som helhet. Enligt SCB:s sysselsättningsstatistik för 2013 är andelen utrikes födda 19,8 procent inom livsmedelsindustrin. Det kan jämföras med genomsnittet inom hela ekonomin som är 14,6 procent, eller med genomsnittet för hela industrin som är13,7 procent. Dessutom är andelen kvinnliga chefer högre än inom andra delar av industrin. Om svensk livsmedelsindustri ges förutsättningar att fortsätta växa och utvecklas skulle det kunna bidra till en bättre integration, att fler unga får sitt första jobb samt en mer jämställd arbetsmarknad vad gäller kvinnliga chefer.

2. Svensk livsmedelsindustri – en framtidsbransch

Potentialen i exporten

Exportsatsningarna från svensk livsmedelsindustris sida är viktiga av flera skäl, men framförallt är att det är en överlevnadsfråga. En fortsatt svensk livsmedelsproduktion förutsätter att försäljningen av svenska produkter kan fortsätta växa utanför Sveriges gränser.

Glädjande nog visar de svenska producenter som tagit steget ut på exportmarknaden att satsningarna burit frukt. Tillväxten har varit imponerande och i dag exporteras svenska livsmedelsprodukter till inte mindre än 164 länder runt om i världen. Värdet av den förädlade exporten (exklusive fisk, spannmål samt levande djur) uppgick till 41 miljarder kronor 2014. Sedan 1998 har den totala livsmedelsexporten vuxit med knappt 9 procent årligen.

Samtidigt som exporttillväxten varit imponerande kan vi konstatera att de exporterande företagen bara har skrapat på ytan när det handlar om marknadsnärvaro i ett globalt perspektiv. Med rätt produkter, kvalitet, marknadsföring, kapital och timing är möjligheterna till tillväxt på exportmarknaden nästan obegränsade.

I jämförelse med svensk industri i stort är exportandelen av svensk livsmedelsproduktion låg. Av den totala produktionen exporteras i dag endast omkring 20 procent. För övrig industri uppgår exporten till cirka två tredjedelar av den totala produktionen. Det finns all anledning för livsmedelsindustrin att låta sig inspireras av den övriga industrins export. Med de globala trender som verkar koppla greppet bland konsumenterna, ökar efterfrågan på värden som hållbarhet, renlighet, bra råvaror, funktion och kvalitet - områden där svenska leverantörer ses som själva garanten för att värdena finns inbakade i produkten.

Exempel - exportpotentialen på den kinesiska marknaden

Möjligheten för svenska livsmedelsproducenter på den kinesiska marknaden kan illustreras med följande tankeexempel. Exportvärdet av svensk livsmedelsexport till Frankrike uppgår till omkring 83 kronor per capita (2014). Om svenska leverantörer sålde lika mycket till den kinesiska medelklassen (cirka 300 miljoner människor) som till franska konsumenter så skulle exporten till Kina växa från dagens 500 miljoner kronor (2014) till 25 *miljarder* kronor.

Den danska livsmedelsindustrin visar att det går att växa på den svårtillgängliga kinesiska marknaden. Danska livsmedelsföretag exporterar mat till Kina till ett värde av 5,5 miljarder SEK (2014), vilket är mer än 10 gånger värdet av den svenska livsmedelsexporten till Kina. Svensk livsmedelsexport kan med andra ord knappast ha nått sin fulla potential.

Lösningar på globala utmaningar

En av de stora globala trenderna är att mat, hälsa och hållbarhet blir allt viktigare för världens växande medelklass. För producenter som är lyhörda för dessa strömningar finns mycket att vinna. Redan i dag uppfattas svenska leverantörer som trovärdiga avsändare av värden som renhet, funktion, hållbarhet och kvalitet. Svenska leverantörer har med andra ord ett förhållandevis bra utgångsläge, men de behöver nå ut betydligt bredare än i dag. Livsmedelssektorn är central i flera av de stora globala utmaningarna vi står inför; klimatförändringar, folkhälsa och en åldrande befolkning samt global livsmedelsförsörjning.

Flera av våra vanliga folksjukdomar (hjärtkärlsjukdomar, diabetes och cancer) kan förebyggas med bra matvanor. Vår relativt starka internationella forskningsposition inom områdena livsmedelsvetenskap och nutrition – som är resultatet av forskningssatsningar i början av 1990-talet – har gett oss goda möjligheter att utveckla produkter inom segmentet hälsa och life science, vilket kan leda till nya exportmöjligheter. Redan i dag finns framgångsrika företag med produkter inom t ex specialkost för bl.a. glutenfritt och laktosfritt samt probiotika som sett nya marknader öppna sig. Probio Biogaia, Oatly och Swedish Oat Fibre är exempel som kan lyftas fram.

Forskning och innovation kring energieffektiv tillverkning, nya förpackningar, life science och hälsosamma livsmedel samt utvecklingen av råvaror genom till exempel växtförädling kan bidra till nya lösningar kring de stora utmaningarna, på samma gång som de svarar på den kraftigt ökade konsumentefterfrågan som finns globalt på dessa produkter. Findus gröna ärtor är ett exempel.

Genom forskning och innovation kan svenska företag förse marknaden med livsmedel som konsumenterna har stort förtroende för, som är nyskapande och som kommer från hållbar och etiskt godtagbar produktion. Förutom att ge förutsättningar för hälsa och välmående kan de bidra till bättre lösningar för att möta klimat- och miljöutmaningar. Den typen av produkter kräver ofta omfattande forsknings- och utvecklingsarbete. För att vi ska kunna ha en långsiktigt konkurrenskraftig svensk livsmedelsindustri som skapar ökade exportintäkter och fler arbetstillfällen är det avgörande att vi satsar på forskning och innovation inom livsmedelsområdet.

Konkurrenskraftiga företag som skapar jobb i hela landet

Svenska företag har hög trovärdighet som pålitliga handelspartners som levererar högkvalitativa och säkra produkter på utlovad tid. Ytterligare en fördel är att svensk offentlig förvaltning, med de myndigheter som är satta att utföra regel- och kvalitetskontroller av livsmedelsproduktionen, har ett gott internationellt rykte.

Andra komparativa fördelar som svensk livsmedelsproduktion uppvisar är den goda tillgången till högkvalitativa råvaror, rent vatten och energi. Svenskt hållbarhetsarbete ligger i framkant och svarar mot en växande global medelklass ökande efterfrågan på ekologiska produkter, låg antibiotikaanvändning och god djurhållning. Insikterna om betydelsen av hållbar livsmedelsproduktion har ökat med ökat fokus på matsvinn, hur företag arbetar med sina inköp och oönskade ämnen i maten. Att framhäva en produkts fördelar ur hållbarhetssynpunkt är konkurrensmässigt fördelaktigt, samtidigt som det leder bort från en ensidig prisfixering.

3. Utmaningar för branschen

Livsmedelsbranschens stora möjlighet - tillgången till den internationella marknaden - är samtidigt dess största utmaning, eftersom livsmedelsmarknaden globalt kännetecknas av mycket hård konkurrens, inte minst från aktörer med betydligt större hemmamarknader än den svenska. På samma gång som konkurrensen sporrar till nya initiativ och satsningar bland svenska företag, finns det en hel del utmaningar som företagen inte kan kontrollera själva, t.ex. grundläggande förutsättningar att bedriva livsmedelsproduktion i Sverige. Dessa bör därför ses som angelägna samhällsintressen att lösa eller utveckla. Endast då kommer svensk livsmedelsindustri att kunna växa långsiktigt.

Några av de viktigaste utmaningarna för branschen som kommenteras nedan är följande: den globala konkurrensen och höga svenska arbetskraftskostnader, automation och kompetensbehov, skatter och avgifter, låga FoU-satsningar, kompetensförsörjning samt onödig byråkrati. (måste kollas så att det stämmer med nya dispositionen)

3.1 Hinder mot exportpotential

Svensk livsmedelsexport har utvecklats mycket starkt de senast 20 åren, och detta bör tas tillvara och utvecklas på ett effektivt sätt. Samtidigt visar jämförelsen med övrig industri att andelen av den totala produktionen som går på export är väsentligt mindre, vilket talar för att vi enbart skrapat på ytan när det gäller de möjligheter som finns. Det ständigt ökande importtrycket gör det också nödvändigt med ökad försäljning på marknader utanför Sverige. För ett företag som vill exportera sina produkter krävs dock mycket, både tid och resurser.

När det gäller exportmarknader med 1) hög potential för fortsatt tillväxt och 2) byråkratiska hinder som hindrar den tillväxten utkristalliserar sig framför allt USA, Kina och Norge, som bör stå i fokus för statens fortsatta arbete med handelsunderlättande åtgärder.

Att ha tillgång till många exportmarknader är en central del för att kunna bedriva lönsamt livsmedelsföretagande. Att ha landsgodkännanden för export av olika köttslag är en grundläggande förutsättning. Marknadspriserna och efterfrågan på olika delar av en slaktad gris, nöt eller matfågel varierar stort över olika marknader. Delar av djuret som knappt är efterfrågade i Sverige så som kyckling- eller grisfötter betingar till exempel relativt höga priser på den kinesiska marknaden, men för att kunna exportera dem till Kina krävs ett landsgodkännande och ett exportavtal med Kina. Tack vare den goda djurhållningen är svenska djur friska och behovet av antibiotika är därmed litet. Antibiotikaanvändningen i svensk köttproduktion hör till världens lägsta. Sverige har också en mycket låg förekomst av salmonella. Detta är goda försäljningsargument på exempelvis den växande amerikanska premiummarknaden, som Sverige hittills inte har lyckats nå. Detta kan jämföras med Danmark som, med sin långa tradition av handel och export av livsmedel, under lång tid har prioriterat arbetet med landsgodkännanden högt. Detta gör att en dansk producent av kött eller matfågel har betydligt fler marknader till sitt förfogande jämfört med svenska köttproducenter.

Det måste beaktas att svensk livsmedelsindustri präglas av många små och medelstora företag som inte har vare sig tid, ekonomiska eller personella resurser att göra exportsatsningar och som kanske i stället avstår från att exportera helt. En sammanhållen statlig satsning på ökad svensk livsmedelsexport till befintliga och nya marknader skulle därför vara ett effektivt sätt att både ta tillvara den potential som finns hos de svenska företag som redan i dag exporterar och samtidigt bidra till att både bibehålla och skapa nya jobb och tillväxt på den svenska landsbygden.

Det här behöver branschen

Landsgodkännanden och frihandelsavtal: Sverige bör arbeta vidare på att få till stånd frihandelsavtal med stora marknader, till exempel driva på för det frihandelsavtal mellan EU och USA (TTIP) som just nu förhandlas.

Tillsättande av livsmedelsattachéer på ambassader på strategiskt viktiga marknader med uppgift att främja export av svensk mat, t.ex. genom att arbeta för landsgodkännanden och marknadstillträde

Riktade resurser till SLV och SJV för att arbeta med att underlätta för anläggningsgodkännanden och exporttillstånd

Reformering av Business Sweden med syftet att få en bättre fungerande struktur för främjande verksamhet och stöd till företag som vill marknadsföra sig på nya marknader.

Business Sweden bör tydligare än i dag skilja mellan sina dubbla roller som främjare och leverantör av konsulttjänster till företag som vill exportera.

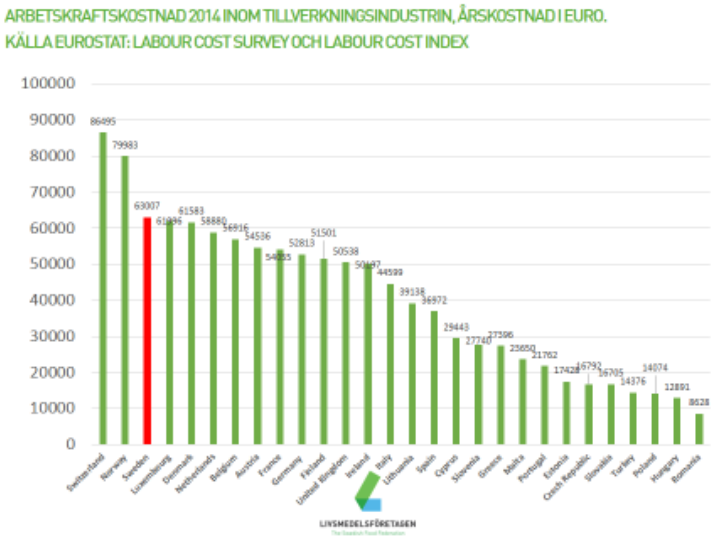
Ett upphävande av exportförbudet av snus inom EU: Det svenska snuset håller hög kvalitet och har en mycket hög produktsäkerhet jämfört med motsvarande rökfria produkter som kan säljas lagligt inom EU. Av folkhälsoskäl bör regeringen verka för ett upphävande av exportförbudet av snus inom EU

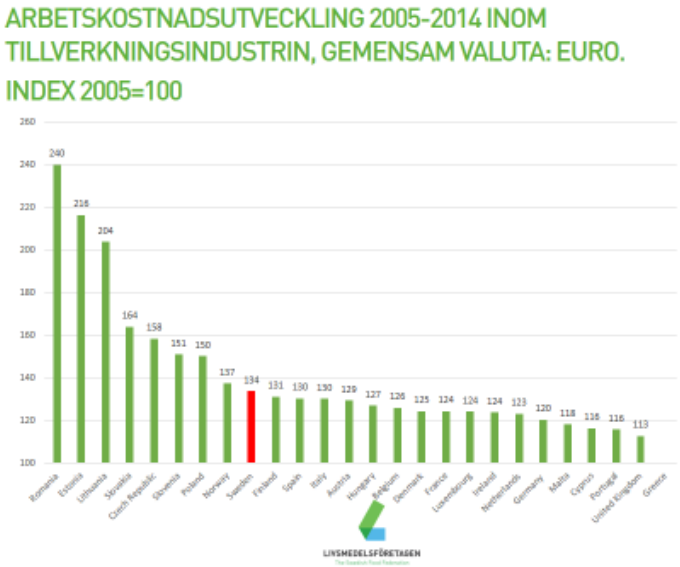
3.2 Minskande konkurrenskraft

För att satsningar för livsmedelsindustrin ska bli framgångsrik måste det beaktas att svenska livsmedelsföretag, precis som övriga industrin, verkar i en stenhård internationell konkurrens. Det finns emellertid ett antal svenska förutsättningar som begränsar deras konkurrenskraft.

Höga arbetskraftskostnader

Livsmedelsföretag är i stor utsträckning internationella, vilket innebär att dess ägare ofta har tillgång till produktionsanläggningar i olika länder, vilket i sin tur innebär att produktionen förhållandevis snabbt kan flyttas mellan olika länder. Ägarna jämför produktionskostnaderna mellan länder kontinuerligt. Det svenska arbetskraftskostnadstrycket måste därför i större utsträckning än tidigare hålla jämna steg med omvärlden. Därför är det bekymmersamt att arbetskraftskostnaderna för livsmedelsindustrin i Sverige är högre än i något annat EU-land. Kostnaderna har också under de senaste tio åren ökat mest i Sverige av de västliga EU-länderna, vilket har försvagat svensk livsmedelsindustris konkurrenskraft





Automation, digitalisering och kompetensbehov

All tillverkningsindustri i den industrialiserade världen har ökat automationsgraden under de senaste decennierna. Det är en viktig anledning till den snabba produktivitetstillväxten som uppvisats under samma period, i såväl Sverige som i våra viktigaste konkurrentländer. Det är också en av förklaringarna till att allt färre sysselsätts inom tillverkningsindustrin, och svensk livsmedelsindustri är inget undantag. Fortsatta investeringar i ökad automation är också helt nödvändiga om vi inte ska bli frånsprungna av omvärlden.

Samtidigt som en ökad automatisering ofta leder till att företagens personalstyrka dras ner leder den också till att företagens kompetensbehov förändras. Anställningsskyddslagens

(LAS) turordningsregler för dock ofta med sig att de personer som har den kompetens som bäst behövs i företaget med de nya produktionsförutsättningarna, inte alltid är de som får vara kvar. Det försvårar för företagen att kunna upprätthålla en effektiv produktion och det försvårar viktig vidareutveckling av verksamheterna.

Hämmande skatter och avgifter

Sverige är dessutom ett land med stora avstånd. Då större delen av livsmedelsproduktionen sker utanför storstäderna kräver det långa och många transporter av varorna. Tillsammans med den höga kostnaden för arbetskraft är därför skatter på handelsgödsel, diesel och avstånd i form av vägslitageavgift två faktorer som kraftigt försämrar svensk konkurrenskraft, i synnerhet företagande på landsbygden. Dessa faktorer måste också beaktas vid bedömningen av svensk konkurrenskraft.

Kostnaden för att anställa unga på deras första jobb måste ligga på en nivå så att unga även i dag får chansen till ett jobb. Denna frågeställning accentueras i livsmedelsindustrin eftersom det är stora generationsavgångar de närmaste åren inom många yrken. Risken är att många företag antingen beslutar att inte ersätta personer som gått i pension, eller, i värsta fall, om det är ett mindre företag, lägger ner verksamheten då det blir för dyrt att anställa en person utan arbetserfarenhet.

Förslag om att införa olika typer av punktskatter på livsmedel har också en negativ inverkan på företagens verksamhet, samtidigt som sådana skatter enligt flera internationella erfarenheter inte påverkar konsumenternas beteende på avsett sätt.

Det här behöver branschen

Ändring av turordningsreglerna: För att kunna bibehålla och stärka svensk livsmedelsindustri måste de anställdas kompetens bli avgörande för vilka som ska jobba kvar efter en driftsinskränkning. Dagens turordningsregler behöver därför ändras så att det blir möjligt för företagen att behålla de arbetstagare som har den kompetens som bäst motsvarar företagets behov. Det bör vara möjligt att i domstol pröva frågan om vilka personer som har bäst kompetens.

Flexibla arbetstider och visstidsanställningar: Företagen behöver också kunna fylla bemanningsbehoven på ett kostnadseffektivt sätt. Det bör t.ex. vara möjligt att förlägga arbetstider till de perioder då det finns efterfrågan på produkterna som produceras, vilket kräver flexibilitet i arbetstiderna. Visstidsanställningar fyller också en viktig funktion som

komplement till tillsvidareanställningar genom att de möjliggör ökningar av arbetsstyrkan vid behov. Det är viktigt att staten inte begränsar dessa möjligheter i lag.

Möjlighet att anlita bemanningsföretag: Givet de höga arbetskraftskostnaderna i Sverige måste företagen kunna bemanna organisationerna på ett effektivt sätt. I vissa situationer behöver industrin därför kunna anlita bemanningsföretag.

Statligt stöd till automationssatsning som förbättrar miljön: Det finns en tydlig konkurrensfördel för svenska livsmedelsföretag genom de miljömässiga och sociala fördelar som finns i den svenska livsmedelsproduktionen. Företagen kan dock behöva finansiellt stöd för att stärka och utveckla detta givet det höga kostnadsläget för produktionen. Ett sätt skulle kunna vara att inrätta ett finansieringsprogram genom vilket företagen får hjälp i omställningen mot exempelvis en mer energieffektiv maskinpark, men även finansiell hjälp i omställningen mot en hållbar produktion.

- Inrätta ett finansieringsprogram för grön omställning och gröna investeringar
- Stöd för omställning till mer energieffektiv produktion

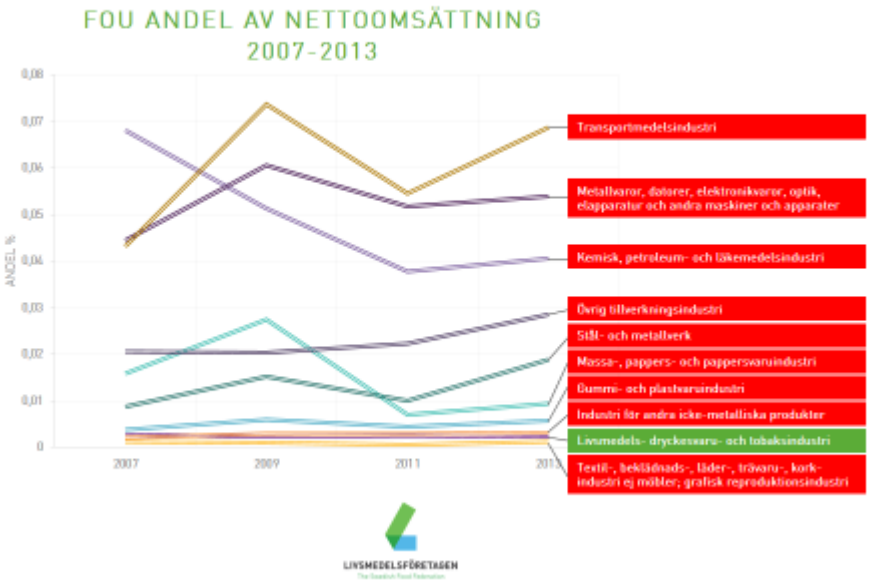
Lägre skatter och avgifter

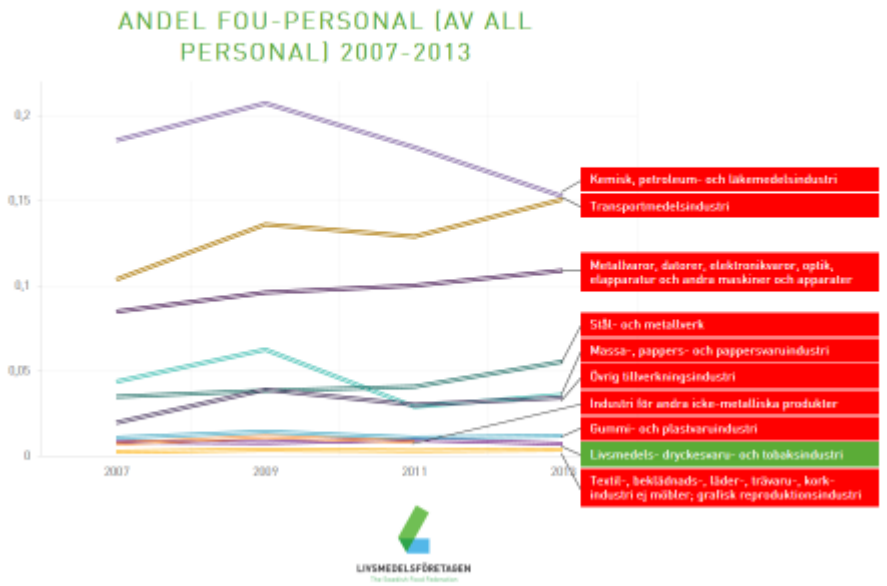
- Vägslitageavgiften, diesel- och handelsgödselskatterna måste ses över med syftet att stärka de svenska livsmedelsföretagens konkurrenskraft.
- Den höjda arbetsgivaravgiften för personer under 26 år bör åter sänkas.
- Undvik punktskatter på livsmedel. Underlätta för företagen att ta fram nya, hälsosamma alternativ och låt konsumentefterfrågan styra.

3.3. Låg satsning på FoU och innovation

Livsmedelskedjan har potential att kunna bidra till att hitta nya lösningar på flera av de stora samhällsutmaningarna, vilket i förlängningen också kan leda till ökad export. En förutsättning är dock att svenska livsmedelsföretag kan utveckla och ta fram nya produkter, processer och tjänster - inte minst för att möta konsumenternas växande hälsomedvetenhet återspeglas, men också på områden som har anknytning till life science och förebyggande hälsoinsatser. Sådant arbete kräver ofta många års forsknings- och utvecklingsarbete. Tyvärr är livsmedelsforskningen i Sverige eftersatt. Trots sin storlek och ökade betydelse för både hälsa och samhällsekonomi finns det på livsmedelsområdet i dag få möjligheter att söka forskningsmedel. I flera analyser och sammanställningar av läget för svensk livsmedelsforskning har ett antal brister identifierats, bl.a. följande:

- Svag satsning från det offentliga. T.ex. har endast 7,6 miljoner kronor av totalt 11,4 miljarder kronor som Vinnova betalat ut under perioden 2010-2014 gått till livsmedelsföretag, d.v.s. 0,067 %.
- Bristande samordning mellan de aktörer som bedriver forskning
- Få studenter som söker sig till livsmedelsrelaterad utbildning och av dem är det få som söker sig vidare till forskning
- Låg satsning på FoU hos företagen där mindre än en procent av företagens nettoomsättning satsat på FoU (i en jämförelse med andra industrigrenar satsar livsmedelsindustrin i princip minst pengar på FoU, källa SCB)
- Få anställda som arbetar med FoU och få som är forskarutbildade. Mindre än en procent av de anställda inom livsmedelsindustrin jobbar med FoU, att jämföra med pappersindustrin där närmare fem procent jobbar med FoU. (källa SCB)
- Utlandsägda företag som har flyttat FoU-verksamheten utomlands.





- Forskningsinstitut med låg basfinansiering, vilket försvårar långsiktig kunskapsuppbyggnad.

- Forskningsinstitut som behöver bli mer anpassade till företagens behov och utveckla sin roll som brygga mellan akademi och industri.

Vetenskapsrådet har konstaterat att Sverige är relativt starkt inom livsmedelstekniksforskning i ett internationellt perspektiv, men att forskningen endast sker inom ett fåtal forskningsgrupper och att det saknas större miljöer med stark infrastruktur.[1]

Forskning kring folkhälsa och dess koppling till mat samt forskning kring hållbarhet skulle behöva en sammanhållande funktion eftersom den typen av forskning till sin natur är tvärvetenskaplig.

Det här behöver branschen:

En samlad forskningssatsning: Det bör tas initiativ till en kraftfull och samlad svensk forskningssatsning för att skapa en infrastruktur som underlättar företagens innovations- och forskningsarbetet. En samlad satsning måste också vara internationellt

[1] Ämnesöversikt kemiteknik, VR:s ämnesråd för naturvetenskap och teknikvetenskap, 20 augusti 2014.

konkurrenskraftig för att bidra till att vända trenden från utflyttning av livsmedelsföretagens FoU-resurser från landet. Det skapar en bas för industrins tillväxt och medverkar samtidigt till att Sverige blir en attraktiv marknad för forskning, innovation och produktutveckling.

Ett lättillgängligt forskningsprogram (med utgångspunkt i erfarenheterna från TvärLivs 2.0 och SIP-ansökan Food for Health) skulle underlätta för en bransch med små marginaler.

Utöver ett samlat forskningsprogram är de viktigaste åtgärderna att:

- Skapa ett koordinerande råd för livsmedelsforskning där branschen och representanter för de offentliga forskningsfinansiärerna ingår.
- Ge Food Science Sweden i uppdrag att ta fram ett program för industridoktorander med LiFT forskarskola som utgångspunkt och med målet att inkludera hela livsmedelskedjan och bli än mer företagsinriktad.
- Utveckla SP Food and Biosciences arbetssätt och organisation till att bli mer företagsanpassat. Ett första åtgärd bör vara att ge SP Food and Bioscience i uppdrag att stärka samverkan med övriga institut för att främja tvärvetenskaplig forskning och stärka sin koordinerande roll.
- Samla information om olika forskningsprogram och verktyg under en särskild web-portal.

3.4 Kompetensförsörjning

En grundläggande förutsättning för att livsmedelsföretagen ska kunna växa och stärka sin konkurrenskraft är att de kan behålla och rekrytera medarbetare med rätt kunskaper och färdigheter på gymnasie-, eftergymnasial-, högskole- och forskarutbildningsnivå. Ett av företagens största orosmoln inför framtiden är den låga utbildningsnivån i branschen. Samtidigt uppger över hälften av livsmedelsföretagen att de har svårt att rekrytera personer med rätt utbildning. Trots livsmedelsföretagens betydelse för jobb och välfärd i Sverige är utbudet av utbildningar anpassade för deras behov mycket begränsat. Dessutom sjunker antalet studenter som läser livsmedelsrelaterade utbildningar på universitet och högskolor.

Ökad kompetens- och utbildningsnivå i företagen är viktigt även för att nödvändig och innovativ produktutveckling och produktionseffektivisering ska kunna bli reell. Utebliven rekrytering under de senaste åren har fått negativa konsekvenser för många företag. Vi har sett flera exempel på där man tvingats banta produktionen eller där expansionsplaner har fått skrinläggas.

Det här behöver branschen

Säkra kompetensförsörjningen: För att svensk livsmedelsindustri ska bli den framtidsbransch den har potential att bli måste företagen vara attraktiva arbetsplatser för

unga talanger så att företagen kan fortsätta utveckla kvalitativa och efterfrågade produkter av hög kvalitet. Branschens attraktivitet bland unga måste öka, bland annat genom att:

- **Utveckla gymnasieskolans program** för ökad anställningsbarhet i livsmedelsföretag
- **Öka antalet utbildningsplatser** för Yrkesvux och Yrkeshögskolan
- **Gör Yrkesvux till egen utbildningsform** med egen förordning
- **Öka samverkan med livsmedelsföretag** i utbildningar inom högskolor och universitet

3.6 Byråkrati och regelkrångel

En hämmande faktor för många livsmedelsföretag att satsa på export är svårigheter att få nödvändiga tillstånd, t ex anläggningsgodkännanden. Även annat regelkrångel och brister i livsmedelskontrollen försvårar för företagen i deras dagliga verksamhet, exempelvis svårigheter att använda sig av symboler som Nyckelhålet eller andra närings- och hälsopåståenden.

Den globala hälsotrenden och konsumenternas ökade efterfrågan på hälsosamma produkter samt samhällets krav på livsmedelsindustrin att ta ansvar för folkhälsan ger chansen till nya marknader för företagen. Det förutsätter dock att företagen kan marknadsföra sina produkter. Företagens möjligheter att kommunicera hälsosamma budskap regleras av gemensamma EU-regler. Dessa är dock så restriktivt utformade att de kraftigt försvårar den typen av marknadsföring.

Reglerna för närings- och hälsopåståenden är så pass strängt utformad att de haft en dämpande effekt på både möjligheter och vilja att satsa på forskning och innovation inom området hälsa eftersom reglerna ger ytterst begränsade möjligheter att marknadsföra livsmedel med hjälp av hälsosamma budskap. Ett exempel är att företagen inte får nämna något om den positiva effekten av att äta fullkorn trots att ett av Livsmedelsverkets kostråd är att äta mer fullkorn. Ett annat exempel är de krav som ställs på saltreduktion. För att ett företag ska kunna informera konsumenterna om att de minskat saltinnehållet i en produkt måste minskningen vara minst 25 procent, vilket är en reduktion som är så stor att den ger smakförändringar som inte accepteras av konsumenten.

Ett tredje exempel är mycket stränga tolkningar av EU-regler som blir än mer långtgående än vad som var avsett (s.k. goldplating eller överreglering). Ett exempel är en vägledning från EU-kommissionen om tillåtna avvikelser för näringsvärden i livsmedel och SLV:s uttalande om att man avser följa den, vilket skulle innebära att man i så fall övergår från att använda sig av medelvärden vid närings- och hälsopåståenden till att använda max./min.värden, vilket leder till en de facto-skärpning av bl.a. Nyckelhålskriterierna och i förlängningen färre produkter som kan märkas med symbolen utan att deras näringsinnehåll har ändrats.

Utöver detta riskerar brister i livsmedelskontrollen att urholka trovärdigheten i det som utländska konsumenter och företag förknippar med svenska varor som hög kvalitet och hög produktsäkerhet. Problemen med den svenska offentliga livsmedelskontrollen har uppmärksammats en längre tid av bland andra Livsmedelsverket, Riksrevisionen och Statskontoret. Kontrollen varierar i kvalitet och utförande beroende på kommun. Detta är olyckligt då hög kvalitet och säkerhet är något som både svenska och utländska konsumenter förknippar med svenska livsmedel. En väl fungerande och högkvalitativ livsmedelskontroll bidrar till att säkerställa detta. Omvänt riskerar en illa fungerande livsmedelskontroll att undergräva det som är absoluta mervärden i livsmedelsexporten.

Det här behöver branschen

Förenkla för företagen att informera om hälsosamma produkter: En viktig del i en livsmedelsstrategi är att underlätta för försäljningen, och därmed ökad produktion, av hälsosamma produkter där det finns stor potential för svenska producenter både i Sverige och internationellt. En första förutsättning är att företagen kan informera konsumenterna om dessa produkter.

- Verka för att den s.k. Claims-förordningen (förordning 1924/2002/EG om närings- och hälsopåståenden) som reglerar förutsättningarna för att kommunicera om produkters hälsoeffekter ses över.

Undvik goldplating/överreglering

Effektivisera och stärk livsmedelskontrollen så att den blir mer enhetlig och får tydligare statlig styrning. Till exempel skulle kommunsamverkan underlättas och uppmuntras för att ge inspektörerna möjlighet att nå en kritisk massa av verksamheter att kontrollera. Detta kan till exempel ske genom samarbeten mellan angränsande kommuner, Finland är ett exempel som man kan hämta inspiration ifrån.