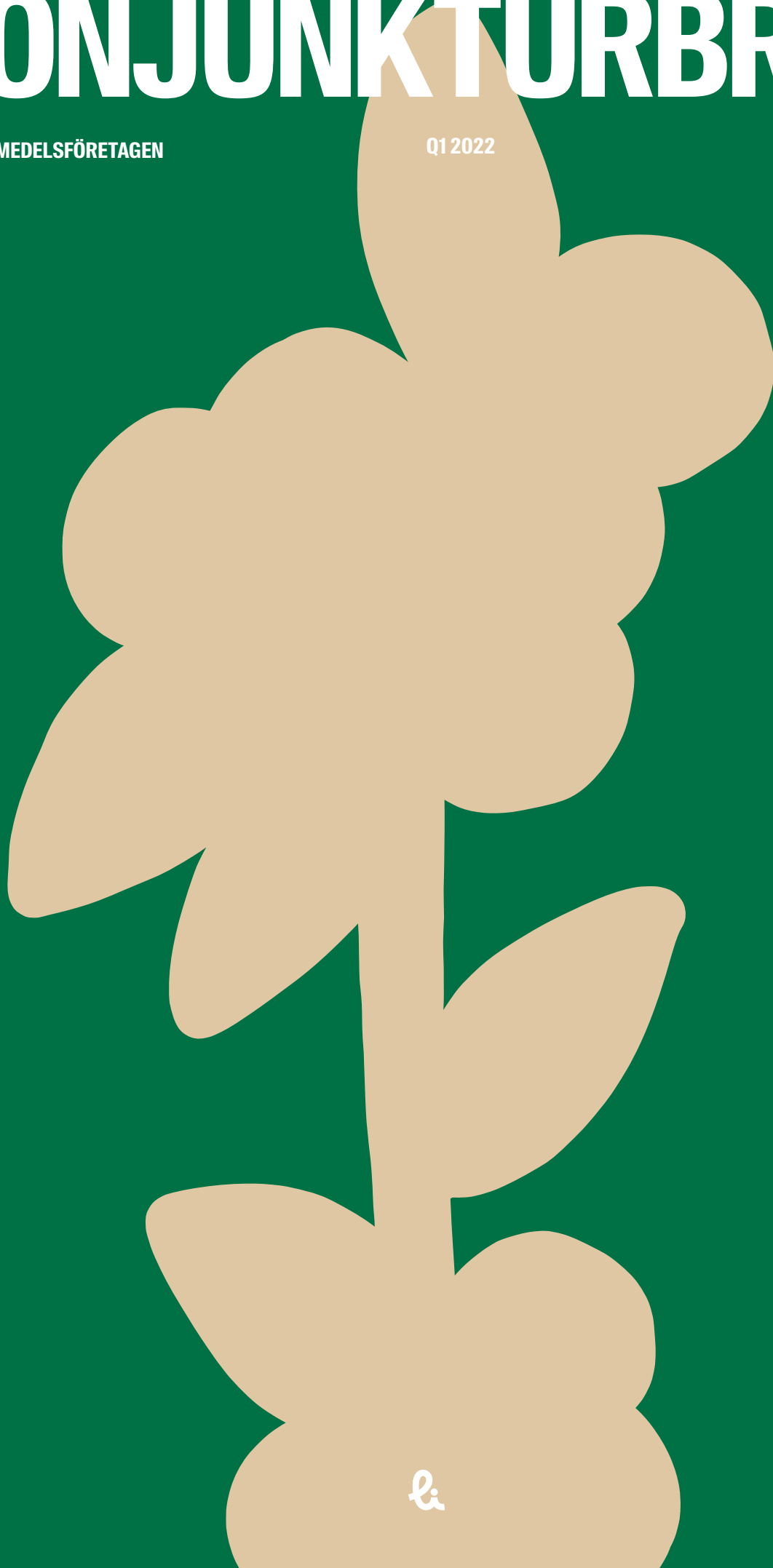


KONJUNKTURBREV

FRÅN LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Q1 2022



KOSTNADSKRISEN: 7 AV 10 LIVSMEDELSFÖRETAG FÅR INTE GEHÖR FÖR AKUTA BEHOVET AV KORTARE AVISERINGSTIDER

Den svenska livsmedelsindustrins lönsamhet sjönk rekordsnabbt under årets första kvartal. Behovet av kortade aviserings- tider och högre leveranspriser är akut, men 7 av 10 leverantörer har ännu inte märkt av några åtgärder från dagligvaruhandeln. Inte ett enda av de företag som levererar till Systembolaget har märkt av några åtgärder. Det är några av resultaten i Livsmedels- företagens konjunkturbrev för Q1 2022.

Inhemsk försäljning

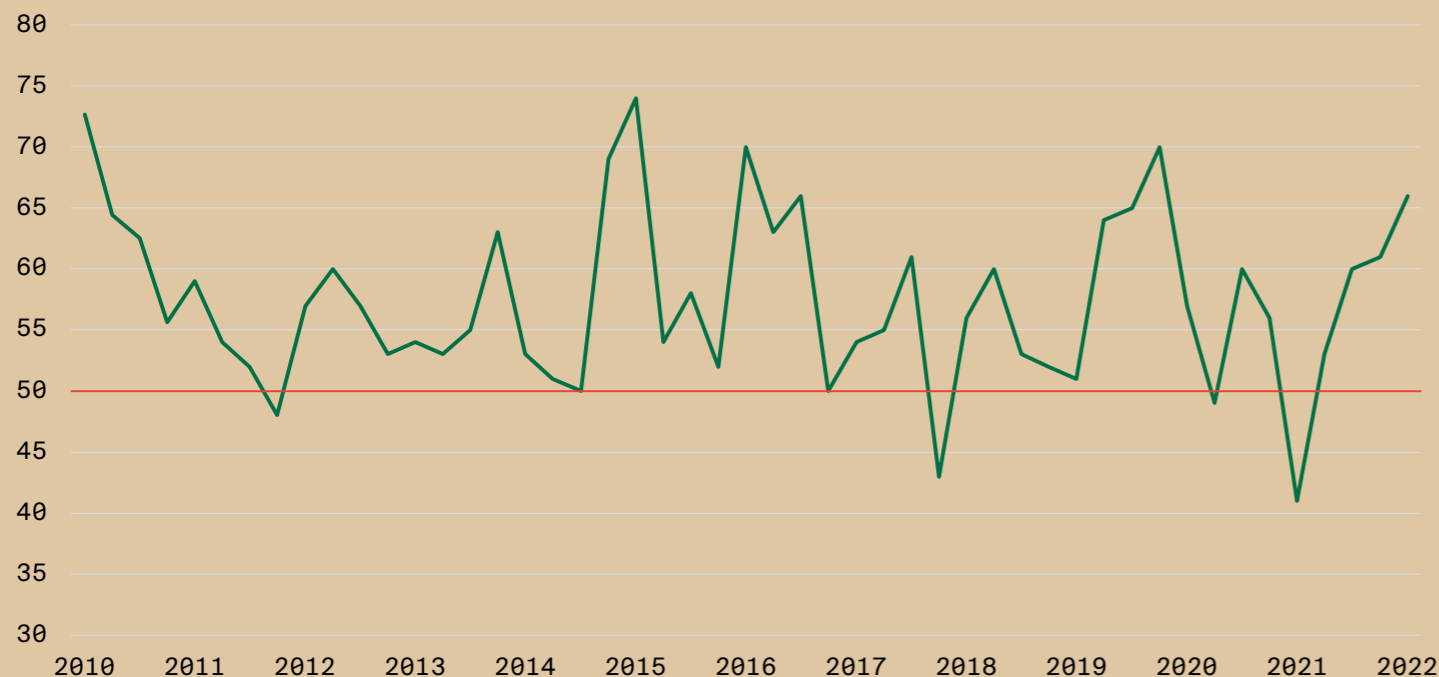


BILD 1. Livsmedelsföretagens konjunkturbarometer. Utfall första kvartalet 2022. Index 50 markerar oförändrad utveckling jämfört med motsvarande period året innan.

Källa: Livsmedelsföretagen

Börjar man i den positiva ändan vad gäller utfallet för svensk livsmedelsproduktion för årets första kvartal finner man en tydlig volymökning av svenskproducerade livsmedel. Index slutade på 66 vilket med bred marginal ligger över genomsnittet på 55 sedan mätningarna började 2010. I själva verket placerar sig de tre senaste kvartalen över hela tidsseriens genomsnittliga tillväxttakt. Det är en indikator, bland många andra, på att svenska konsumenter väljer svenskproducerat i en ökande omfattning. För 75 procent av företagen slutade produktionsvolymerna i Q1 på eller över prognosen från årsskiftet, för en fjärdedel blev de sämre.

ALDRIG MÖTT EN MER SVÄRNAVIGERAD OCH KOMPLEX VERKLIGHET

Tyvär tar de positiva signalerna slut där. Aldrig i modern tid, här definierad som tiden efter Sveriges EU-medlemskap 1995, har svenska livsmedelsproducenter mött en mer svårnavigerad och komplex verklighet än under Q1 2022. Livsmedelsföretagen

har under ett års tid beskrivit en accelererande utbuds- och kostnadsproblematik i branschen, och läget fortsätter att förvärras. Under Q1 rör sig alla kostnadspilar brant upp och utbudsproblematiken är i tilltagande (se sida 8, bild 2).

På kostnadssidan noteras under Q1 det högsta uppmätta värdet (100) av kostnadsökningarna på råvaruinköpen. 100 är maxvärdet och har aldrig tidigare uppmätts (i Q4 noterades index 99). Utan tvekan finns en krigseffekt med i denna siffra, men det ska påpekas att det var först i slutet av Q1 som Ryssland invaderade Ukraina. Råvarukostnaderna ökade kraftigt redan innan kriget inträffade den 24 februari, men sedan krigsstarten har ökningarna fått extra fart.

I en vanlig konjunkturcykel – när det råder balans på den globala tillgångsmarknaden – är kostnad och tillgång på transporter, el och emballage till stor del ickefrågor för svenska livsmedelsproducenter. I rådande flaskhalsdominerande ordning har de i

stället blivit högst ovälkomna jokrar i branschens produktionsförutsättningar, i Sverige liksom i resten av världen. När det gäller kostnad och tillgång råder det full storm och det finns inga trygga hamnar i sikte. Under Q1 rapporterar företagen om kostnadsindex på 100 för både förpackningsmaterial och transporter och 99 för elförbrukningen. Maxnoteringar över hela linjen med andra ord. De fyra utgiftsposterna utgör tillsammans 80 procent av företagens omsättning.

”NÄR DET GÄLLER KOSTNAD OCH TILLGÅNG RÅDER DET FULL STORM OCH DET FINNS INGA TRYGGA HAMNAR I SIKTE”

PANDEMIEFFEKTER OCH KRIGET I UKRAINA FÖRÖDANDE KOMBINATION

Vilka är orsakerna till denna nattsvarta kostnadsutveckling? Det korta svaret är förstas kvardröjande pandemieffekter som i kombination med de nyligen adderade krigseffekterna haft utbuds begränsande effekter på tillgångssidan. Under Q1 rapporterade ett av tre företag om stora eller mycket stora brister på rå/insatsvara. Det är en bred palett av rå- och insatsvaror som det råder brist på för närvarande, varav matolja (raps- och solrosolja), nötkött, potatis, bär, råkor, fröer och emballage (plast och wellpapp) nämns av flertalet medlemsföretag. Ett av fyra företag sa sig dessutom uppleva stora eller mycket stora brister på transporter, och knappt sju av tio företag angav att de hade stora eller mycket stora brister på förpackningsmaterial.

Sikten framåt är också mycket grumlig, men det finns inget i närtid som talar för några lättnader på tillgångssidan. Livsmedelsproducenterna räknar snarare med att flaskhalsproblemen tilltar under Q2 med fortsatta kostnadsökningar som resultat. Runt vart fjärde företag räknar med att kostnadsökningarna under Q2 överstiger 20 procent på råvara, förpackningar och el. Vart femte företag räknar med att transportkostnaderna ökar mer än 20 procent.

Tabell 1. Utfall/prognos Q1 och Q2. Har företagets produktion påverkats av trögheter i de globala värdekedjorna till följd av logistikproblem, handelssanktioner och/eller utbudsbrister?

Källa: Livsmedelsföretagen

	UTFALL	PROGNOS Q2
Ja, mycket	21%	32%
Ja, en del	60%	47%
Ja, en mindre del	12%	15%
Nej	7%	6%

Tabell 2. Flaskhalsar: Inom vilket område har ni märkt av en utbudsbrist?

Källa: Livsmedelsföretagen

	Rå/insatsvara	Transporter	Förpackningar
Mycket stor brist	20%	10%	28%
Stor brist	12%	17%	37%
Viss brist	52%	53%	26%

7 AV 10 FÖRETAG DRABBADE AV BRUSTNA LEVERANSKEDJOR

Rysslands invasion av Ukraina har förvärrat ett redan mycket ansträngt läge inom de globala leveranskedjorna inom livsmedelsområdet. Även om Sveriges direkta beroende av livsmedelsrelaterade insatsvaror från Ryssland, Belarus och Ukraina är förhållandevis begränsat har de berörda länderna en desto mer framskjuten position på de globala marknaderna för både spannmål och oljeväxter. Detsamma gäller färdig konstgödsel och exporten av insatsråvara till produktionen av konstgödsel i övriga Europa.

De tre ländernas globala betydelse visar sig inte minst i det faktum att nästan sju av tio företag märkt av brustna leveranskedjor som en direkt och/eller indirekt effekt av kriget i Ukraina. En större andel påverkades av indirekta effekter än av direkta. Den globala spindelväven av leveranskedjor visar på samma gång både styrkan och svagheten i länders och företags ömsesidiga beroende av varandra.

Tabell 3. Har företaget påverkats av kriget i Ukraina genom brutna leveranser från Ryssland, Belarus och/eller Ukraina? Flera svar möjligt.

Källa: Livsmedelsföretagen

Ja, vi upplever direkta effekter av brutna leveranser	Ja, vi upplever indirekta effekter av brutna leveranser	Nej, vi har inte påverkats
25%	47%	34%

SVÅRT OCH DYRT FÖR INDUSTRIEN UTAN RYSKA INSATSVAROR

Det är inte enbart storleken på ett lands totala export som gör skillnad vid handelshindrande situationer. Huruvida aktuella länder/företag sitter på en oproportionerlig stor andel av det globala utbudet inom en specifik rå/insatsvara är minst lika viktigt. Ryssland råkar ha oproportionerligt stora fyndigheter inom allt från naturgas till palladium, fosfor och nickel; kritiska komponenter inom en stor del av tillverkningsindustrin. Också livsmedelsindustrierna i Sverige och Europa har ett stort direkt och indirekt beroende av en rad ryska och belarusiska insatsvaror.

Frågan är således hur snabbt medlemsföretagen räknar med att Europa kan klara sig utan de ryska, belarusiska och ukrainska rå/insatsvarorna? Bilden som förmedlas av företagen är att på kort och medellång sikt är det svårt att klara sig utan bidragen från de aktuella länderna. Åtminstone inte med mindre än att det sker till stora kostnadsökningar. På längre sikt, +4 år, räknar en majoritet av företagen med att Europas livsmedelsindustri till stor del lyckats bygga bort sitt beroende av ryska och belarusiska rå/insatsvaror. Samtidigt, om inte politiken både inom EU och Sverige snabbar upp tillståndprocesser inom mineralbrytning samt industriella nyinvesteringar, så förefaller fyra år vara en väl optimistisk prognos.

Tabell 4. Enligt er mening, kan livsmedelssektorn inom EU klara sig utan rå- och insatsvaror från Ryssland, Belarus och Ukraina?

Källa: Livsmedelsföretagen

	På kort sikt	På medellång sikt (>1 år)	På lång sikt (>4 år)
Ja	47%	24%	62%
Nej	40%	61%	20%
Vet ej	13%	15%	18%

LÖNSAMHETEN VÄNDER NED REKORDSNABBT UNDER Q1

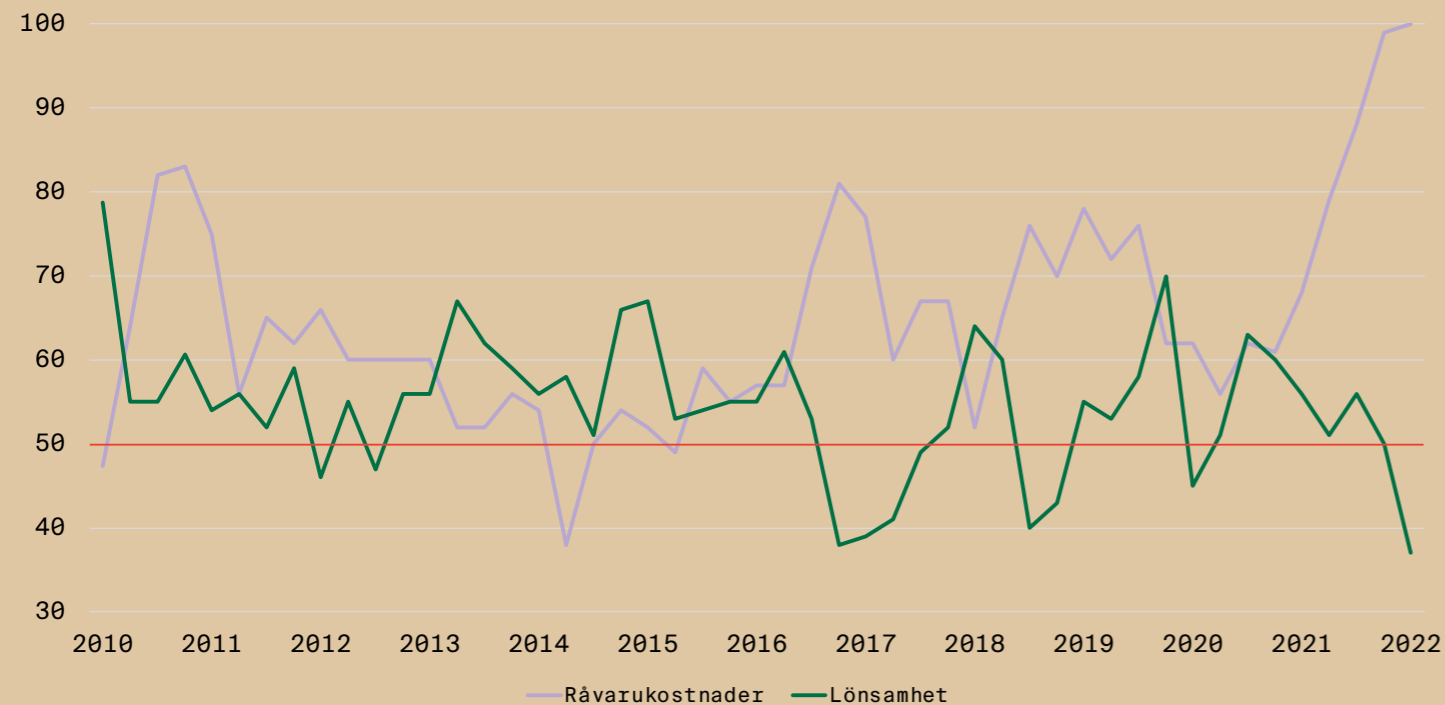


Bild 2. Index över företagens lönsamhet samt kostnadsutvecklingen för inköp av råvara. Årstakt. Index 50 representerar oförändrad utveckling. Maxvärde 100.

Källa: Livsmedelsföretagen

Efter fyra kvartal i följd med accelererande kostnadsökningar inom svensk livsmedelsproduktion har företagens lönsamhet vikt ner dramatiskt. Under Q1 2022 noteras den snabbaste lönsamhetsförsämringen (index 37) som har uppmätts under Livsmedelsföretagens 12-åriga tidsserie. Den dramatiska utvecklingen blyxtbelyser förädlingsledets omedelbara behov av att få snabbt gehör och genomslag för ökade leveranspriser. Dagligvaruhandelns affärsmodeller – med aviseringstider på minst tre månader och ibland upp till sex månader – är framtagna efter en konjunkturcykel med ett inflationstryck runt två procent. Den allvarliga kostnadskris som drabbat förädlingsledet kräver drastiskt förkortade aviseringstider.

Under vårvintern 2022 har en del dagligvarukedjor i media meddelat att man är redo att släppa igenom prisförändringar snabbare än vanligt, men bara under förutsättning att varorna har en koppling till det svenska lantbruket. Det är ett svårbegripligt förbehåll som tyder på en bristande insikt i hur den svenska livsmedelskedjan fungerar.

Alla svenska livsmedelsproducerande företag förädlar livsmedelsråvaror från svenska eller europeiska bönder. Det är så livsmedelskedjan ser ut. Jordbruksråvara måste förädlas och förpackas innan den når ut till konsumenterna. Mycket litet av butikskedjornas utbud kommer direkt från lantbruket. Den huvudsakliga andelen av den livsmedelsråvara som förädlas i Sverige prissätts på

en världsmarknad. Svenska uppköpare är endast pristagare, dvs med ytterst begränsade möjligheter att påverka inköpspriset.

Ökade priser på livsmedelsråvara tillfaller jordbruksledet, och förädlingsledet är jordbruksledets kunder. Handelns villkor för att betala ökade priser till leverantörerna är med andra ord redan uppfyllt. Men för att förädlingsledet varaktigt skall kunna betala de ökade priserna för livsmedelsråvara, liksom alla andra insatsvaror, måste de så klart få gehör för sina egna behov av ökade leveranspriser. Annars bryts livsmedelskedjan.

OROVÄCKANDE BUDSKAP FRÅN HANDELN

Det är uppenbart att Sveriges livsmedelsproducenter befinner sig i en extrem situation. Men dagligvaruhandeln verkar än så länge till stor del oemottaglig för de tydliga signalerna från producentledet, trots åtskilliga uttalanden i media om att man kommer agera. Av Livsmedelsföretagens samtal med medlemsföretagen framgår det att prisförhandlingar med dagligvaruhandeln präglas av både okunskap och rena felaktigheter.

Ett medlemsföretag fick under en prisökningsdiskussion med handeln höra ”Ni är ensamma om att höja priserna”. Andra vanligt förekommande budskap från handeln är ”Vi kan väl dela på kostnaden?” och olika varianter av ”Aviseringsfönstret var i april, ni får vänta till nästa fönster i februari 2023”. Budskap och argument som vittnar om en djupt bristande förståelse för det minimala ekonomiska handlingsutrymme som finns i producentledet/primärproduktionen. Ett av de mer anmärkningsvärda argumenten från en dagligvaruaktör var att leverantören i fråga ”bör ta sitt samhällsansvar”. Det vill säga, leverantören bör svälja och hantera kostnadsökningarna på egen hand i stället för att skicka dem vidare i livsmedelskedjan.

CITAT FRÅN MEDLEMSFÖRETAG:

”Det tar alldeles för lång tid mellan att vi drabbas av kostnaden och i sin tur får föra den vidare till nästa led. Handeln kan genomföra en prisändring i butiker på mindre än 2 veckor. Att kräva aviseringstider om 16 veckor upp till 6 månader i den här situationen känns verklighetsfrämmande. Alla måste förstå och agera utifrån att läget är akut och kräver åtgärder nu.”

”Jag tror att det är många kategorichefer och inköpare som inte mår speciellt bra av att ha de här diskussionerna då man vet hur läget är och får möta frustrerade producenter varje dag, men inte har mandat från den centrala förhandlings-organisationen att släppa igenom de reella kostnaderna.”

”Vi har extrema prishöjningar på alla insatsvaror och priserna höjs direkt med ingen eller kort avisering och så måste även vi agera gentemot våra kunder. Ingen produktion kommer vara uthållig och hållbar om den inte får kostnadstäckning och på sikt genererar en vinstmarginal.”

”Alla större råvaruproducenter och fraktbolag hävdar ’force majeure’ och höjer sina priser med omedelbar verkan och trycker allt vidare mot oss. Vi i vår tur är fast i en struktur med aviseringsfönster som är tänkta att hantera normala, förutsägbara prisjusteringar. En katastrof för oss som tvingas köpa dyrt och på egen hand hantera råvaruprishöjningarna tills handeln accepterar.”

”För många av oss små och mellanstora producenter handlar det nu om liv eller död. Att finnas kvar eller inte.”

7 AV 10 FÖRETAG HAR INTE MÄRKT AV KORTARE AVISERINGSTIDER

När det gäller att ta sin del av ansvaret för att möta den största kostnadskrisen som svensk livsmedelsproduktion upplevt i modern tid har handeln en rejäl hemläxa att göra. Detta framgår tydligt av leverantörernas svar på frågan om dagligvaruhandeln minskat aviseringstiden, eller på andra sätt underlättat för prisjusteringar, med hänvisning till de stora kostnadsökningarna? Sju av tio företag har inte konkret märkt av kortare aviseringstider eller andra åtgärder för att underlätta prisjusteringar från dagligvaruhandelns sida. Tre av tio företag har märkt av det, vilket definitivt är ett steg framåt. Men det räcker inte. Nu måste dagligvaruhandeln skyndsamt tillmötesgå de övriga 70 procentens behov av kortare aviseringstider.

Det statliga monopolet Systembolaget är i en klass för sig när det gäller bristande lyhördhet. Inget av de svarande företagen anger att Systembolaget hittills öppnat upp för kortare aviseringstider. Tyvärr verkar även offentlig sektor ha väldigt lite förståelse för det akuta läget. Så här skriver ett medlemsföretag: "Ett stort problem är den offentliga sektorn och offentliga upphandlingar. Där hänvisar man till prisavtal och prisperioder och säger sig inte acceptera prishöjningar eller ändrade aviseringsperioder. Vi pratar alltså om kommuner och landsting, hur kan det vara de som motarbetar svensk livsmedelsproduktion?"

Om inte dagligvaruhandeln, Systembolaget och offentlig sektor skyndsamt agerar på den här extrema situationen riskerar den svenska livsmedelskedjan att bli kraftigt decimerad. Detta skulle vara en stor och kännbar förlust i en tid när den svenska försörjningsförmågan så uppenbart behöver stärkas.

Tabell 5. Har DVH och/eller Systembolaget minskat aviseringstiden eller på andra sätt underlättat för prisjusteringar med hänvisning till era/branschens stora kostnadsökningar? Endast andelar av företag som har leverans till aktuell mottagare.

Källa: Livsmedelsföretagen

	DVH	Systembolaget
Nej, inte alls	21%	100%
Nej, men de uppger att de planerar för det	46%	0%
Ja, de har minskat aviseringstiden/underlättat för prisjusteringar	33%	0%

**LIVSMEDELSFÖRETAGENS KONJUNKTURBREV
UTKOMMER FYRA GÅNGER PER ÅR. MEDVERKANDE
FÖRETAG STÅR FÖR CIRKA 50 PROCENT AV BRANSCHENS
OMSÄTTNING. ALLA SVAR ÄR VIKTADE EFTER
FÖRETAGETS OMSÄTTNINGSTORLEK.**



**FÖR FRÅGOR OM LIVSMEDELSFÖRETAGENS
KONJUNKTURBREV KONTAKTA:**

**CARL ECKERDAL, CHEFEKONOM
08-762 61 96, CARL.ECKERDAL@LI.SE**



LIVSMEDELSFÖRETAGEN