



# Livsmedelsföretagens julkaramell

## Li:s konjunkturbrev, december 2010

Decemberförsäljningen är skillnaden mellan fram- eller motgång i helårsbokslutet för de flesta livsmedelsföretag. Om den uppskattade försäljningstillväxten i Li:s konjunkturenkät på dryga två procent (volym) blir verklighet är det därför en välkommen karamell. Årets tredje kvartal innebar en stabil produktionstillväxt medan kostnaden för råvara ökade, vilket framtvingat tidigarelagda prisförhandlingar för hälften av livsmedelsföretagen. Framåtblickande förväntar sig företagen en stabil tillväxttakt men med en i stort sett oförändrad lönsamhet.

Livsmedelsföretagen stängde tredje kvartalet med en stabil tillväxt, i stora delar en upprepning av andra kvartalets utfall uttryckt i index 63 vs 64 (omsättningsviktad). Återigen noteras en ökad försäljningsvolym trots att den svenska dagligvaruhandeln uppvisat en knapp volymtillväxt under kvartalet (bild 1).

Förväntningarna på försäljningen kommande halvår har kommit ner något jämfört med förra kvartalets redovisning. Index ligger nu på 63 (73) vilket således är en tillväxttakt i nivå med tredje kvartalet.

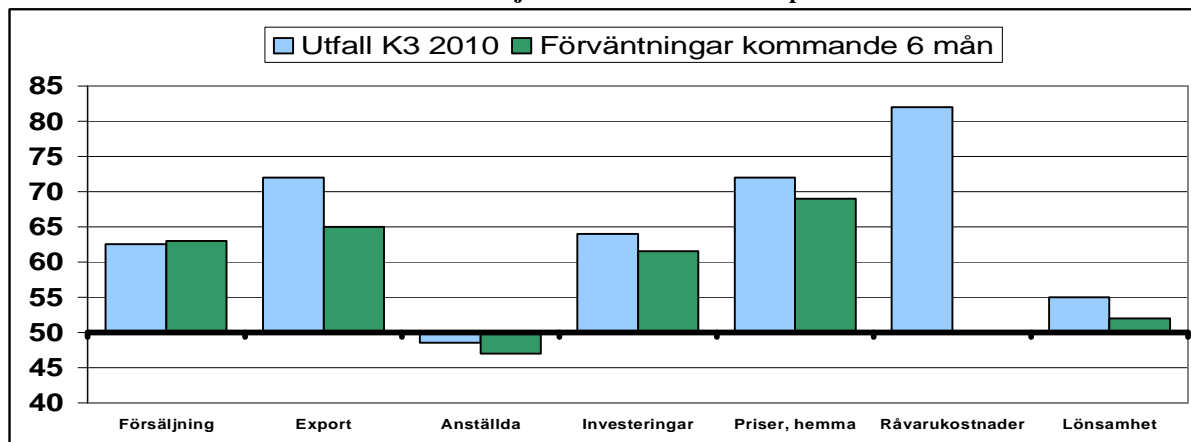
Färsk siffra över livsmedelsindustrins förädlingsvärde under tredje kvartalet, publicerade av Nationalräkenskaperna, NR, visade en ökning av förädlingsvärdet på 3,9 procent i årstakt, se bild två. Det är

ett utfall långt över det historiska årsgenomsnittet (2000-2009) på 1,1 procent. Tillsammans med första halvåret ligger förädlingsvärdet två procent högre. Kvartalsstatistiken från NR revideras ofta, men även en nerskrivning av förädlingsvärdet lämnar utrymme för en uppgång över genomsnittet.

### God julhandel

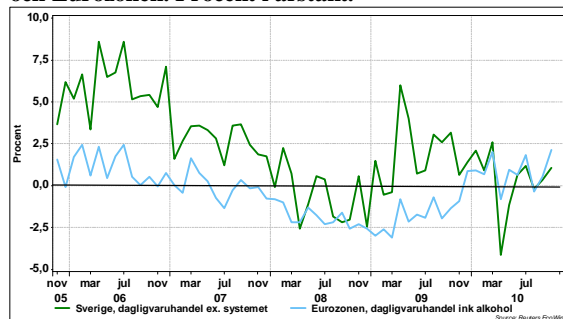
Livsmedelsföretagen räknar med ett starkt avslut på innevarande år. Försäljningsvolymen i december uppskattas öka med dryga två procent. Nominellt torde det innebära en tillväxt på 3,5-4 procent. En god tillväxt i december är extra välkommen då det är årets absoluta försäljningshöjdpunkt för livsmedelsföretagen. För de flesta företag ligger den över 30 procent högre i december, jämfört

Livsmedelsföretagens konjunkturbarometer: utfall tredje kvartalet 2010 och förväntningar kommande sex månader. Index 50 markerar oförändrad nivå jämfört med motsvarande period året innan. Källa: Li

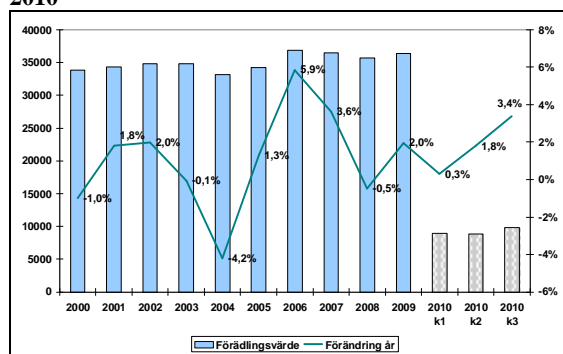


med genomsnittsmånaden, 11 vs 8 procent av årsvolymer.

**Bild 1. Dagligvaruhandels volymutveckling i Sverige och Eurozonen. Procent i årstakt.**



**Bild 2. Livsmedelsindustrins förädlingsvärde 2000-2010**



För vissa delbranscher är betydelsen av decemberförsäljningen långt större. Inte minst märks många kött- & charkföretag, bryggerier och bagerier bland de företag som pekar på decemberhandels stora försäljningsandel. Lika kritisk som decemberhandeln är för försäljningen är det för företagens resultat. Resultatandelen är i stort sett en reflex av försäljningsvolymen under månaden.

### Råvarupriser och terminer

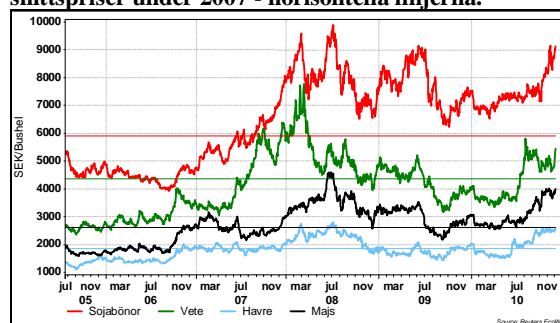
Sedan i våras har priserna på insatsråvara inom livsmedelsindustrin ökat. Index i *Li:s* konjunkturbarometer över kostnaden för inköp av råvara ökade till 82 under det tredje kvartalet från redan höga index 80 under andra kvartalet. Spotpriserna på bland annat soja och havre är inte långt från de toppnivåer som noterades rekordåret 2008, andra som vete och majs har ökat tvåsiffrigt sedan i våras (bild 3 och 4).

För stora delar av livsmedelsindustrin är det en svår uppgift att leva med de mycket snabba och stora prisförändringarna på råvaror. Inköp av livsmedelsråvara står för cirka 50 procent av omsättningen för genomsnittsföretaget. Samtidigt kan det i det här sammanhanget nämnas att vissa delbranscher under nuvarande spannsmålspriser inte drabbats alls. Exempelvis har inte fiskförädlingsindustrin träffats av ökade priser på spannmål och annan jordbruksråvara. För andra delbranscher har det däremot varit desto tuffare.

Ett sätt att försöka minska osäkerheten för livsmedelsföretagen om kostnaden för inköp av livsmedelsråvara är att handla på termin, dvs. att man i förväg gör upp om priset för framtida inköp av råvara. Cirka 50 procent av livsmedelsföretagen i *Li:s* konjunkturenkät handlar på termin. Men mycket få företag gör i förväg upp om priset för hela den förväntade förbrukningen av råvara. I genomsnitt valde de "terminshandlande" företagen att

*Li:s* konjunkturbrev utkommer fyra gånger per år, varav två utgåvor med en mer omfattande utblick, däremellan med en mer kortfattad uppdatering, liksom denna utgåva.

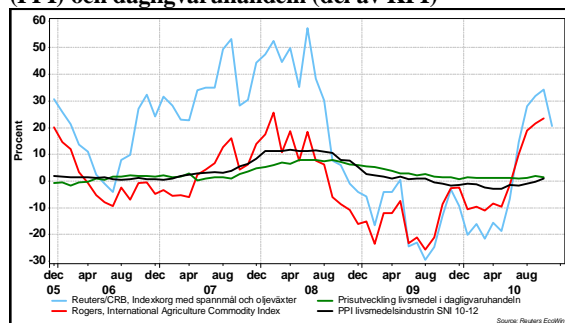
**Bild 3. Prisutvecklingen på insatsråvara inom livsmedelsindustrin. Spotpriser i SEK. Genomsnittspriser under 2007 - horisontella linjerna.**



säkra kostnaderna för cirka 50 procent av de totala insatsvolymerna. Terminer handlas också med olika löptid. Allt från

en månad till flera år förekommer. Bland de företag som ingår i *Li:s* barometer var den genomsnittliga löptiden på terminerna 6-7 månader.

**Bild 4. Procentuell prisförändring på två råvarukorgar (årstakt) samt inom livsmedelsindustrin (PPI) och dagligvaruhandeln (del av KPI)**



Att handla på termin innebär de facto inte att företag alltid minimerar kostnaden för inköp av råvara utan snarare att utgifterna för dessa blir stabilare och enklare att prognostisera. Flyktiga prisuppgångar på en given råvara kan företaget slippa drabbas av, men omvänt kan företaget missa att få ta del av tillfälliga snabba prisnedgångar. Ett företag som är inlåst med höga terminspriser medan spotpriset trendmässigt dyker riskerar att hamna i en besvärlig förhandlingssituation om kunderna vill ta del av fallande råvarupriser, utan hänsyn till det unika livsmedelsföretagets inlåsta kostnads-situation.

### Tidigarelagda prisförhandlingar

När det gäller prisförhandlingar har rådande situation med en längre tids råvaruprisökningar inneburit att knappt 50 procent av företagen i konjunkturenkäten tidigarelagt sina prisförhandlingar med dagligvaruhandeln. Marginalerna för livsmedelsproducenterna att svälja hela kostnadsökningen avtar i samma takt som råvarupriserna fortsätter upp. Prisförhandlingar är dock ofta, inte minst tidigarelagda, en utdragen process.

### Häng på trenderna

Som livsmedelsproducent är man en del i en tydligt trendkänslig verksamhet. Konsumenttrender rör sig i alla riktningar, mer eller mindre tydligt, och med varierande uthållighet. För livsmedelsföretagen gäller det att vara så lyhörda som möjligt för att vinna framgång på den kräsna konsumentmarknaden. De trender som för närvarande pekas ut som extra tydliga av *Li:s* medlemsföretag är i nämnd ordning (andelar i procent som pekat ut som viktigast just nu):

- Produkter med hög kvalitet, 26
- Närproducerat, 24
- Produkter med få tillsatser, 15
- Lågprisprodukter, 14
- "Bekväma" livsmedel, 7
- Ekologiska livsmedel, 5
- Hälsosamma alternativ, 5
- Annat, 4

Även om lågprisprodukter finns kvar bland de tongivande trenderna har den fått lämna plats åt trenden där kvalitét uppraderats, något som inte alltid så lätt går att kombinera med lågpris. Men det handlar förstas om hur man värderar smak och upplevelse. Produkter med hög kvalitét kan ju, allt annat lika, vara mycket prisvärda, givet alternativen.

Sedan en överenskommelse väl är undertecknad tar det också en tid innan de nya priserna kan verkställas. I genomsnitt tre månader tar det innan livsmedelstillverkarna får ut det omförhandlade priset för sina produkter. Det krävs med andra ord uthållighet för att överleva som livsmedelsproducent i tider med snabba kostnadsökningar.

Intressant att notera i det här sammanhanget är att knappt hälften av företagen anger att dagligvaruhandeln, jämfört med förhållandet 2008, under denna råvaruprisboom visat en större förståelse för livsmedelsproducenternas behov av kompenserande prisökningar. Det lämnar dock fortfarande 50 procent av företagen som inte känner av någon ökad förståelse.

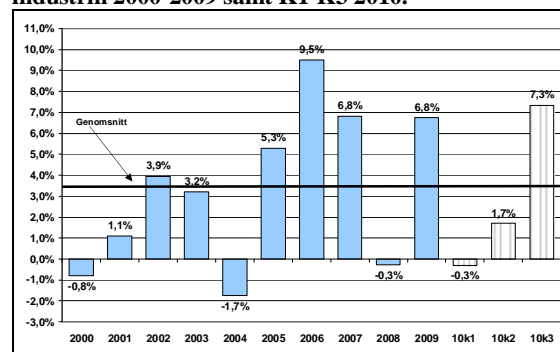
Vad gäller resultaten av prisförhandlingarna är det, trots att många företag ändå pekar på dagligvaruhandels ökade förståelse, få som tror sig få igenom begärda pris rakt av (endast 7 procent). En betydligt större andel om 66 procent tror dock att man kan få igenom stora delar av begärda priser. Återstående 27 procent av företagen tror att de drar det korta strået i prisförhandlingarna, med resultatet små eller inga prisökningar alls.

### Investeringar och produktivitet

Livsmedelsföretagens investeringar i verksamheten pekar i två riktningar. Fortsatt märks en svag minskning av antalet sysselsatta under tredje kvartalet, liksom även prognosen för det kommande halvåret visar (index 48 respektive 47, se bild första sidan). Samtidigt ökade investeringarna i maskiner och företagen räknar med en fortsatt ökning framöver (index 64 respektive 62).

Nationalräkenskaperna redovisade en minskning av antalet arbetade timmar under tredje kvartalet med dryga tre procent vilket tillsammans med det ökade förädlingsvärdet om knappa fyra procent gav en ökad produktivitet på 7,3 procent

**Bild 5. Produktivitetsutvecklingen inom livsmedelsindustrin 2000-2009 samt K1-K3 2010.**



(bild 5). Det är en ökning som ligger långt över det historiska genomsnittet för livsmedelsföretagen. Eftersom de två första kvartalets produktivitetstal skrivits ned av NR ser det tillsammans ändå ut som helåret 2010 hamnar någonstans kring årsgenomsnittet 2000-2009 på 3,4 procent produktivitetstillväxt.

### Exporten upp med 6 procent

Försäljningen (volym) på exportmarknaden under tredje kvartalet ökade något starkare än vad tidigare *Li*-prognoser signalerat. Indexvärdet slutade på 72. SCB:s exportstatistik visar en total exporttillväxt hittills under året (tom sep) på drygt sex procent nominellt.

För frågor avseende  
Li:s konjunkturbrev:  
Carl Eckerdal, chefekonom *Li*  
08-762 61 96  
[carl.eckerdal@li.se](mailto:carl.eckerdal@li.se)



Livsmedelsföretagen, *Li* Service AB  
Besöksadress: Storgatan 19, Stockholm  
Postadress: Box 556 80, 102 15 Stockholm  
Telefon: 08-762 65 00