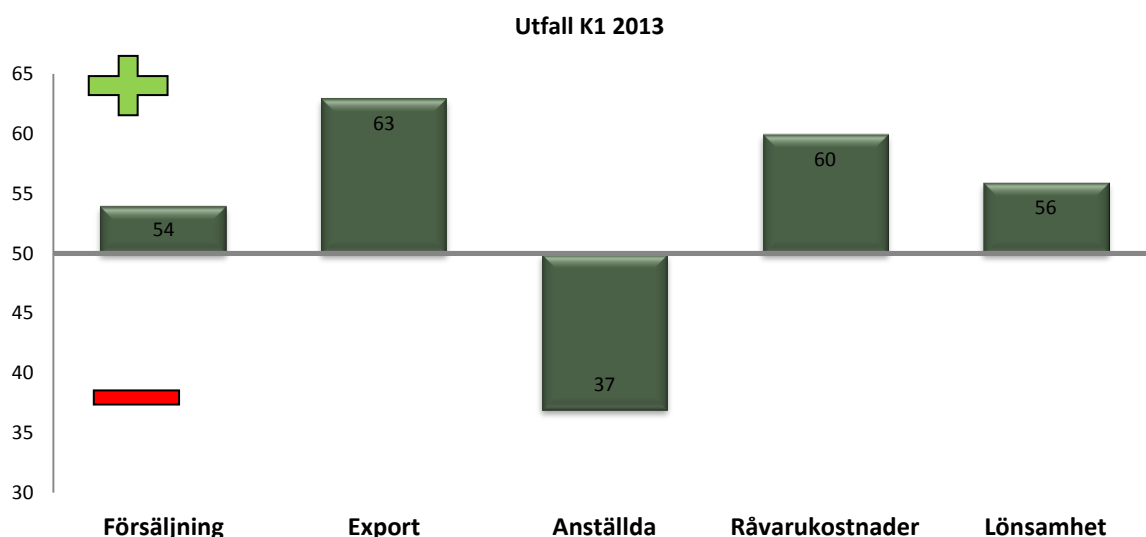


Li:s Konjunkturbrev

Maj 2013



Livsmedelsföretagens konjunkturbarmeter: utfall första kvartalet 2013. Index 50 markerar oförändrad nivå jämfört med motsvarande period året innan. Källa: Livsmedelsföretagen

Stapplande inledning på 2013

Livsmedelsföretagens exporttillväxt var god under årets inledande kvartal. I övrigt innehöll inte kvartalet några avgörande trendbrott i förhållande till de senaste två årens svaga utveckling. Försäljningen på hemmamarknaden utvecklades svagt med en knapp volymuppgång. Takten i personalneddragningarna bland Livsmedelsföretagens medlemsföretag var oförminskad och råvarukostnaderna fortsatte att stiga. I Livsmedelsföretagens återkommande trendrapport ringas egna varumärken in som den klart viktigaste produktionspåverkande faktorn just nu. I "trendbotten" hamnar närodlade och ekologiska produkter.

Årets första kvartal var avvaktande på många punkter för livsmedelsföretagen. Försäljningen på hemmamarknaden vill inte riktigt lossna, utan uppvisar endast en svag volymökning. Försäljningen på exportmarknaden utvecklades bättre.

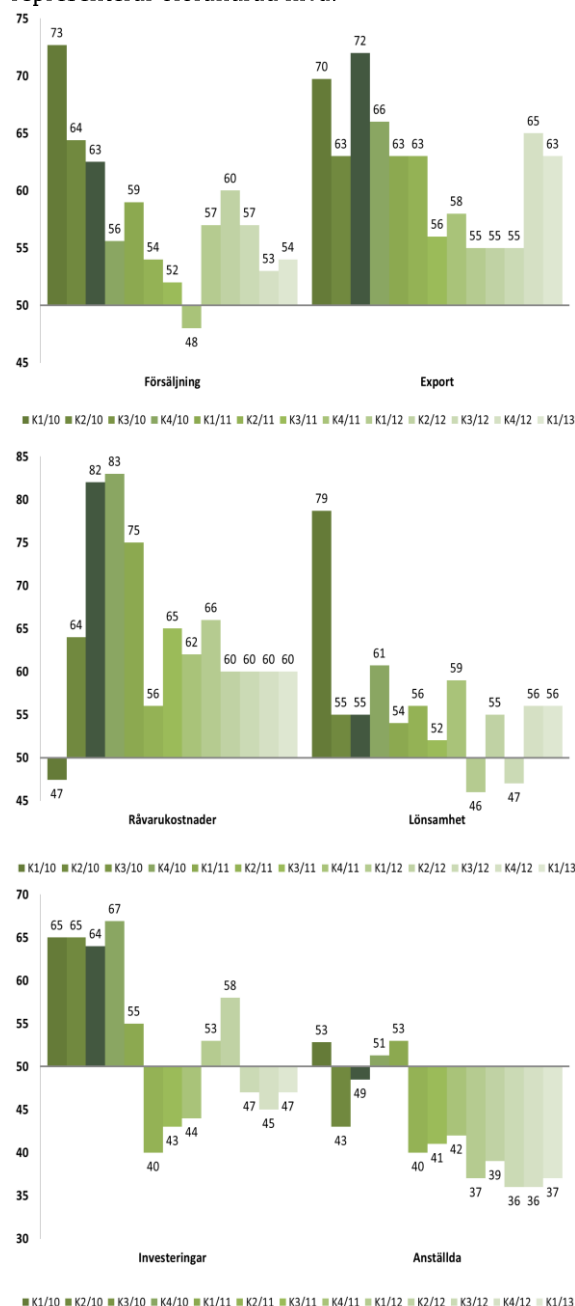
Det är lite av väntans tider i svensk ekonomi. Visserligen ser hushållen något ljusare på framtiden. Samtidigt är de inte beredda att låta

den ökade framtidsoptimismen spilla över i en högre konsumtionsväxel. Detta trots att konsumtionsutrymmet, för hushåll i arbete, har växt snabbt under det senaste året efter stabila reala inkomstökningar.

Även under 2013 förväntas hushållens disponibla inkomster öka med bred marginal, mycket beroende på ett mer eller mindre obefintligt inflationstryck i den svenska ekonomin.

Inom dagligvaruhandeln har årets första kvartal utvecklats något starkare än fjolåret, med en tillväxt på runt 1,6 procent (volym). Det är en tillväxt som Livsmedelsföretagens medlemsföretag inte riktigt når upp till, då indexnivån på 54 endast motsvaras av en mycket svag volymökning. Det skulle i så fall tala för att importkonkurrensen, med understöd av en ihållande stark svensk krona, ökat under årets inledande kvartal.

Bild 1-3. Konjunkturtrenden inom svensk livsmedelsindustri. Kvartal 1 2010 till kvartal 1 2013. Källa: Livsmedelsföretagen. Index 50 representerar oförändrad nivå.



Någon lättnad vad avser importkonkurrensen är inte att vänta eftersom kronan spås försvara sitt värde mot euron och US-dollar under prognoshorisonten, d.v.s. kommande halvår. Ändå räknar livsmedelsföretagen med en något bättre försäljning på hemmamarknaden framöver, uttryckt i index 58 (bild 4).

Fortsatta rationaliseringsbehov

Rationaliseringsåtgärder bland Livsmedelsföretagens medlemmar ligger högt upp på dagordningen. Inte minst som en effekt av att importkonkurrensen tilltagit under senare år. I jämförelse med utvecklingen under fjolåret fortsätter personalneddragningarna i oförminskad takt under årets första kvartal. Totalt under 2012 var personalneddragningen 2,5 procent. Index (37) över första kvartalet i år tillsammans med prognosen kommande halvår (index 39) pekar således inte mot något trendbrott på denna punkt (bild 3).

Inte heller vad avser företagens investeringar märks något tecken på trendbrott. De senaste åren har investeringarna, mätt i årstakt, minskat. Enstaka kvartal kan det vara rena tillfälligheter som gör att ett kvartal framstår som ett svagt investeringskvartal. Men när kvartal läggs till kvartal, blir det svårare att peka på tillfälligheter som förklaring. Under de senaste två åren har investeringstakten minskat 6 av 8 kvartal. Det handlar således om en förhållandevis långvarig neddragning i investeringstakten.

Såsom tidigare påpekats anför en dryg fjärdedel av företagen den svaga marknaden som orsak till den vikande investeringstakten. De känner helt enkelt inte fast mark under fötterna för att våga satsa på offensiva investeringar. Samtidigt är det just det som kommer att krävas för att klara konkurrensen både inhemskt och internationellt. En generellt högre automationsnivå inom livsmedelsindustrin är nödvändig för att förbättra konkurrenskraften. Inte minst inom det stora antalet små till medelstora företag finns en potential att öka produktiviteten genom strategiska investeringar. Kortsiktigt är det svårt att se några enskilda tecken på en förstärkt inhemsk marknad, vilket är illavarslande för investeringsviljan i närtid. Prognosen talar också för ett svagt investeringsstapp kommande halvår.

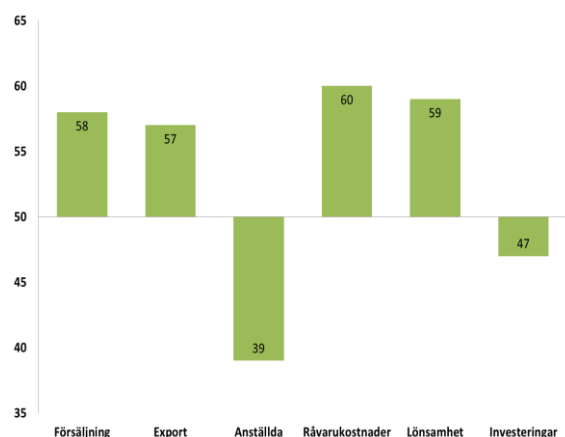
Råvaror billigare på spotmarknaden

Råvarukostnaderna fortsätter för tredje raka året i följd att öka för ett genomsnitt av Livsmedelsföretagens medlemsföretag (bild 2). Visserligen har ökningstakten avtagit under senare kvartal då indextalen snarare verkar röra sig sidledes på nivå 60, vilket är en svag kostnadsökning, mätt i årstakt. Signalerna från spotmarknaden, på centrala insatsråvaror till livsmedelsindustrin, är lite blandade, men på exempelvis vete och majs noteras en vikande pristrend. Priset på sojabönor har under det senaste halvåret inte rört sig nämnvärt. Priset på palmolja har kommit ner radikalt sedan våren 2012. Att företagen fortfarande haft svagt ökade kostnader för sina råvaror visar på den eftersläpning som råder mellan spotmarknaden och förädlingsindustrin. En anledning till detta är att en stor del av inköpen sker i terminer med olika långa löptider.

God exporttillväxt

Svensk livsmedelsexport har börjat bra 2013. Företagen rapporterar om volymökningar i konjunkturenkäten. Enligt offentlig statistik började året (jan-feb) starkt med en exporttillväxt på 17 procent. Uppgången var bred, d.v.s. många betydande produktgrupper ökade starkt såsom alkoholhaltiga drycker, chokladvaror, matfetter, sockerkonfektyr och varor av spannmål. Det återstår att se om den breda uppgången håller i sig. Att döma av företagens prognos på index 57 (bild 4) avtar styrkan i uppgången något under det kommande halvåret.

Bild 4. Prognos för närmaste halvåret. Index 50 indikerar oförändrad nivå jämfört med samma period föregående år. (Källa: Livsmedelsföretagen)



EMV och hälsosamt – heta trender

I Livsmedelsföretagens återkommande trendfråga har företagen denna gång fått ringa in de tre viktigaste trenderna just nu. Tidigare gavs endast ett svarsalternativ.

Genom företagens rangordning av de tre hetaste trenderna framgår det ännu tydligare än tidigare vad som verkligen styr företagens produktion. Handelns egna varumärken (EMV) är något som en klar majoritet av företagen påverkas av, vare sig de är EMV-leverantörer idag eller inte. Hela 49 procent av företagen ringar in EMV som den enskilt viktigaste trenden just nu och totalt 74 procent anger det som en av topp tre trender.

Den hälsosamma trenden håller i sig från hösten 2012, då Livsmedelsföretagen senast ställde frågan. Totalt 47 procent av företagen pekar på konsumenternas ökade intresse för hälsosamma alternativ bland topp tre trenderna. LCHF-trenden är intressant nog i hasorna av hälsosamma alternativ, som ett separat "hälsospår". Hela 18 procent av företagen menar att det här är den näst starkaste konsumenttrenden just nu. Det är därmed tydligt att förbättrad hälsa genom ändrad livsmedelskonsumtion är lika mycket på tapeten i butiken som i tidningarnas rubriker.

I botten av dagens mest aktuella trender återfinns närproducerat och ekologiskt. Även i tidigare undersökningar har dessa två sammanhängande inriktningar placerat sig i botten av trendspaningarna. Efterfrågan har planat ut på dessa produkter bland svenska konsumenterna.

Vilken konsumenttrend påverkar företagets produktion mest just nu? Ange de tre viktigaste trenderna där 1 representerar den viktigaste. Källa: Livsmedelsföretagen

	1	2	3	Summa 1-3
EMV (Private Label)	49%	15%	10%	74%
Hälsosammare alternativ	6%	16%	25%	47%
LCHF-trenden	4%	18%	14%	37%
Lågprisprodukter	6%	25%	5%	36%
"Bekväma" livsmedel	11%	5%	14%	30%
Få eller inga tillsatser	12%	11%	6%	28%
Produkter med högre kvalitet	3%	1%	19%	22%
Närproducerat	2%	4%	7%	12%
Ekologiska livsmedel	6%	4%	1%	11%
Annat	2%	1%	0%	3%

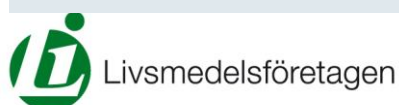


Livsmedelsföretagen **I SIFFROR**

- Sveriges fjärde största industrigren
- Drygt 2 200 verksamma företag
- Förädlar 70 procent av de svenska jordbruksråvarorna
- Omsätter 170 miljarder kr.
- Exporterar för 58 miljarder kr.
- Sysselsätter 55 000 personer
- Mycket stor andel SME:s

Li:s konjunkturbrev utkommer fyra gånger per år. Medverkande företag står för cirka 50 procent av branschens omsättning. Alla svar är viktade efter företagets omsättningsstorlek.

Har du frågor om Li:s konjunkturbrev kontakta Carl Eckerdal, chefekonom Li.
08-762 61 96
carl.eckerdal@li.se



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