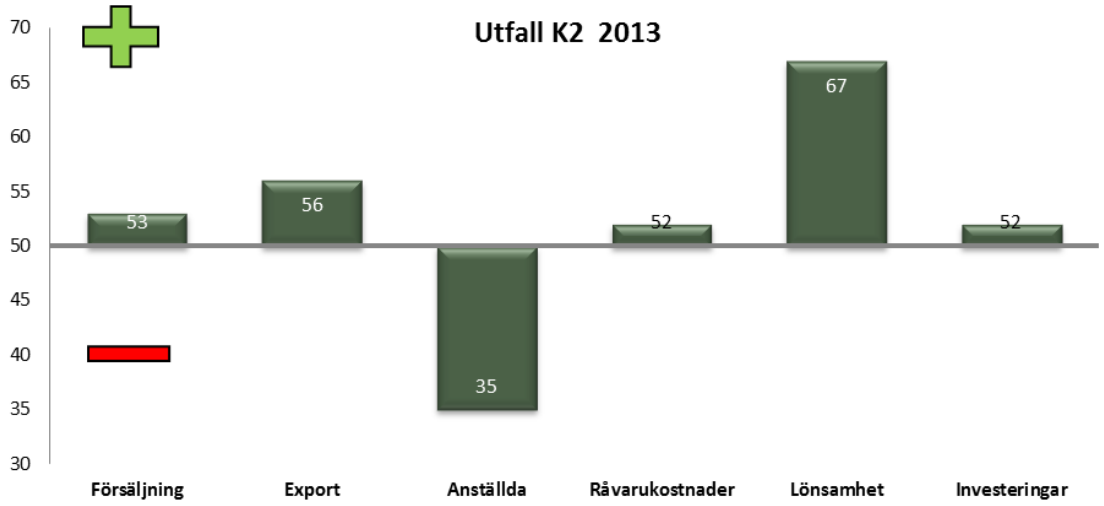
Li:s Konjunkturbrev

Augusti 2013



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

Ljusglimtar inom livsmedelsindustrin

Efter en lång serie svaga kvartalsutfall kan vi äntligen skymta tecken på en vändning för livsmedelsföretagen i Sverige. Konjunkturbarometern för andra kvartalet visar på en tydlig förbättring av företagens lönsamhet, mycket tack vare stabilare råvarupriser. De senaste årens rationaliseringsåtgärder börjar också ge utslag. Förhoppningsvis kommer detta i förlängningen leda till en positivare utveckling även för sysselsättningen och investeringsviljan inom livsmedelsindustrin. Ökade försäljningsvolymer skulle underlätta en sådan utveckling. Något tydligt trendbrott när det gäller försäljningen går ännu inte att se.

Efter en snart treårig serie av nedgående trend går det att i årets andra kvartal se tecken på stabilare produktionsförutsättningar för svensk livsmedelsindustri. Försäljningsvolymerna är i sig inte något större glädjeämne, då de endast ökar knappt både på den inhemska marknaden och på exportmarknaden (index 53 och 56).

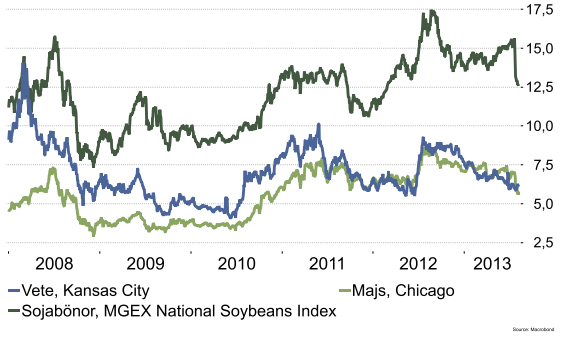
En stabilisering av råvarupriserna ger däremot, tillsammans med effekterna av rationaliseringsåtgärder bland annat i form av personalneddragningar, en önskvärd förbättring av företagens lönsamhet.

Under senare år har lönsamheten varit ryckig, bland annat kopplat till råvarukostnader som dragit iväg (bild 1 och 2). Under andra kvartalet i år ser läget dock ljusare ut med oförändrade råvarukostnader (index 52), mätt i årstakt. På spotprismarknaden (bild 3) för centrala insatsråvaror är trenden i fallande, och skördeprognoser från nyckelodlingsdistrikt i

världen ser goda ut, varför spotpriserna förmodligen kan fortsätta ner ytterligare under hösten. Mer hanterbara råvarukostnader ger genom en stabilare lönsamhet den indirekta effekten att företagens vilja och/eller möjlighet att investera i verksamheten ökar.

Bild 1-2. Konjunkturtrenden inom svensk livsmedelsindustri. Kvartal 1 2010 t o m kvartal 2 2013. Index 50 representerar oförändrad nivå. Källa:Livsmedelsföretagen

Bild 3. Spotprisutvecklingen på vete, majs och soja. Källa: Macrobond



Nyckfulla råvarupriser kastar om spelplanen
Under de senaste fem åren har råvarupriserna oförutsägbara utveckling förändrat spelplanen för livsmedelsföretag i Sverige, liksom i vår omvärld. Den osedvanliga ryckigheten har gjort företagens kostnadsbudgetar obsoleta snabbare än excelarken hunnit lämna skrivaren.

Det har i sin tur naturligtvis inneburit att leveranspriserna till dagligvaruhandeln behövt justeras innan kontraktstidens utgång. Det är dock en tidsödande process att omförhandla leveranspriser under bindande kontrakt och verkar därmed på så vis avskräckande för många företag. Samtidigt har den nya slagiga råvarumarknaden under senare år gjort det omöjligt att hålla fast vid leveranspriser som inte täckt egna produktionskostnader.

50 procent av företagen svarar att de ändrat utformningen på leverantörsavtalen med dagligvaruhandeln så att förändrade råvarukostnader snabbare får genomslag i leverantörspriserna.

Följaktligen har ett stort antal av Livsmedelsföretagens medlemmar alltsedan 2008 ändrat på utformningen av leverantörsavtalen med dagligvaruhandeln. En andel om 50 procent av företagen svarar att de ändrat utformningen på leverantörsavtalen med dagligvaruhandeln så att förändrade råvarukostnader snabbare får genomslag i leverantörspriserna. Det gäller då självklart i båda riktningar, upp som ner.

För de företag som lyckats få till stånd avtalsvillkor som bättre tar hänsyn till råvarukostnadernas snabba rörelser, kan fortsättningsvis större energi tillägnas affärs- och produktutveckling, vilket spelar en avgörande betydelse för fortsatta framgångar.

Trög inhemsk marknad
Den inhemska försäljningen, mätt i volym, visade inte prov på några större ökningstal under andra kvartalet, index 53 (bild 1). Dagligvaruhandeln rapporteras endast ha ökat knappa en volymprocent under kvartalet. Första halvåret var ökningen endast svagt bättre (1,2 procent). Det går fortsatt trögt i dagligvaruhandeln med andra ord. Framförallt i ljuset av att det för en majoritet av

svenska hushåll finns utrymme i hushållsbudgeten för en ökad konsumtion.

Exporten upp i motvind

Försäljningen på exportmarknaden för livsmedelsföretagen var inte heller det glädjepiller som företagen varit vana vid från tidigare år. En svagare försäljningstillväxt har dock hållit i sig ett tag (bild 1). SCB:s exportstatistik januari t o m maj månad redovisar visserligen en nominell tillväxt på stabila 8,5 procent. Det är dock en siffra tydligt dopad av norsk fisk-reexport.

Bild 4. Livsmedelsexporten jan-maj 2013, exklusive respektive inklusive fiskprodukter. Nominell tillväxt i årstakt. Källa: SCB

Livsmedelsexportens tillväxt, exkluderat fisken, uppgår till knappt tre procent (bild 4). Det är en siffra som korrelerar bättre med de kvartalsindex (63 och 56) som Livsmedelsföretagen redovisat över första halvåret. Dessa inkluderar inte heller den storskaliga fiskeexporten. Skillnaden är att Livsmedelsföretagens siffor avser exportvolym medan SCB:s siffror avser rena exportintäkter.

Stark krona ger försämrad konkurrenskraft

Den starkare svenska kronan spelar en viss roll som förklaringsfaktor till de lägre tillväxttalen i den svenska livsmedelsexporten. Knappt 60 procent av de exporterande företagen pekar på att en stark svensk krona, SEK, påverkat försäljningsvolymerna negativt under senare år. I tillägg inverkar naturligtvis också en svag dagligvarumarknad i Europa på exportpotentialen.

Intressant nog pekar 40 procent av företagen på att SEK-förstärkningen inte påverkat försäljningsvolymerna negativt. Deras produkter återfinns sannolikt i butikernas premium-sortiment med en låg priskänslighet varför de kan förbli opåverkade av valutasvängningarna.

Knappt 60 procent av de exporterande företagen pekar på att en stark svensk krona påverkat försäljningsvolymerna negativt under senare år.

När det gäller prissättningen på exportmarknaderna låter nämligen en majoritet av exportföretagen förändringar i kronans värde i förhållande den lokala valutan slå igenom på leveranspriserna. Hela 82 procent av företagen svarar att de anpassar leveranspriset efter SEK/lokal valuta, varav 15 procent av företagen låter förändringar i SEK/lokal valuta få fullt genomslag på leveranspriserna. När SEK är stark påverkar det således konkurrenskraften negativt för svenska exportörer, och att volymerna då inte växer lika snabbt som vi varit vana vid alltsedan det svenska EU-inträdet får då sin förklaring.

En del företag tycker sig inte ha råd att låta SEK/lokal valuta försämra konkurrenskraften och låter den lokala konkurrensen vara vägledande för prissättningen. 18 procent av företagen använder sig av denna prissättningsfilosofi. En starkare SEK innebär då med nödvändighet försämrad lönsamhet.

Nya exportmarknader i pipeline

Att exportvolymerna trots allt fortsätter att öka, kvartal efter kvartal, är ett styrkebesked om att svenska livsmedelsföretag har ett starkt erbjudande och leder förhoppningsvis till att fler livsmedelsföretag tar steget ut på exportmarknaden. De exporterande företagen återfinns i genomsnitt på sex utländska marknader. Enstaka företag har dock en betydligt större räckvidd än så, bland annat förekommer företag i Livsmedelsföretagens enkät med upp till 40-45 enskilda exportmarknader.

Under de kommande åren har 40 procent av de exporterande företagen för avsikt att expandera sin exportmarknad.

Under de kommande åren har 40 procent av de exporterande företagen för avsikt att expandera sin exportmarknader med ytterligare 1-2 marknader. Bara ett fåtal företag tänker sig en ännu snabbare utlandsexpansion.

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

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