

## GOD TILLVÄXT I TREDJE KVARTALET, MEN DET GROVA VÅLDET OROAR

Q3 2019 präglades av god tillväxt på hemmamarknaden, ökande export och stigande råvarukostnader. De hänsynslösa skjutningarna och bombdåden oroar företagen och 39 procent uppger att deras anställda känner en ökad otrygghet.

### STARKT KVARTAL PÅ FLERA FRONTER

Svenska livsmedelsproducenter ökade sina leveranser på den dominerande hemmamarknaden (cirka 68 procent av produktionen) under årets tredje kvartal (årstakt). Även andra kvartalet visade en tydlig volymökning på hemmamarknaden och därmed kan vi summera ett halvår med god tillväxt för svensk livsmedelsproduktion. Sedan Livsmedelsföretagen började mäta utvecklingen för 10 år sedan har det bara hänt vid tre tidigare tillfällen att index överträffat värdet 60 minst två kvartal i följd.

Uppenbarligen har svenskproducerade livsmedel fortsatt vind i seglen. Det återstår att se om också årets avslutande och viktigaste kvartal kan stänga lika starkt som Q2 och Q3. Den försäljningsprognos som företagen lämnat, uttryckt i index 56, talar dessvärre inte för att så blir fallet. Prognosen görs dock för ett halvår framåt. Skulle Q4 utmärka sig och öka mer än halvårsprognosen kan det ses som ett kvitto på att branschen lyckas hävda sig i en extremt konkurrensintensiv sektor, där importandelen sedan Sveriges EU-inträde 1995 ökat från 20 procent till 50 procent.

### BETYDELSEN AV ÖKAD EXPORT KAN INTE UNDERSKATTAS

I själva verket har svensk livsmedelsproduktion alltsedan EU-inträdet haft stora svårigheter att hänga med övrig tillverkningsindustris tillväxt av produktionsvolym och förädlingsvärde. Fördelarna som EU-medlemskapet har inneburit för stora delar av svensk industri har inte varit lika uppenbara för livsmedelsindustrin.

I första hand har det berott på ett tapp i försäljnings-

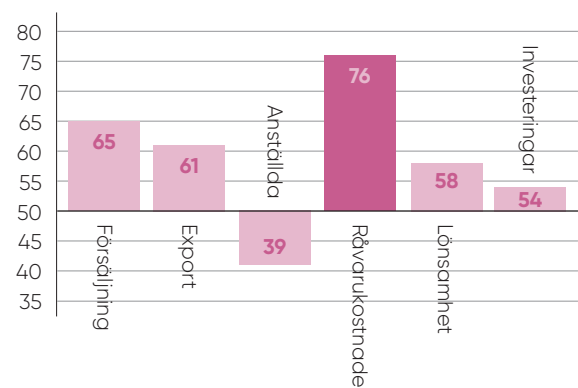
andelarna på den svenska hemmamarknaden sedan den öppnades upp för hundratusentalet EU-producenter. Trots att exporten av svenskproducerade livsmedel, alltsedan EU-inträdet, vuxit snabbare än övrig varuexport har det volymmässigt inte förmått kompensera för vikande andelar på hemmamarknaden. Livsmedelsexporten har visserligen vuxit snabbt men från mycket låga nivåer initialt.

En optimistisk prognos för de kommande åren är att den svenska marknadsandelen på hemmamarknaden kan försvaras och utgöra en stabil "bottenplatta" samtidigt

### BILD 1. LIVSMEDELSFÖRETAGENS KONJUNKTURBAROMETER.

UTFALL TREDJE KVARTALET 2019. Index 50 markerar oförändrad nivå jämfört med motsvarande period året innan.

Källa: Livsmedelsföretagen



som exporten kan fortsätta växa. Det borde i så fall borga för att livsmedelsindustrins förädlingsvärde kan öka som andel i ett svenskt industriperspektiv.

## NÅR VI EXPORT- MÅLET TILL 2025?

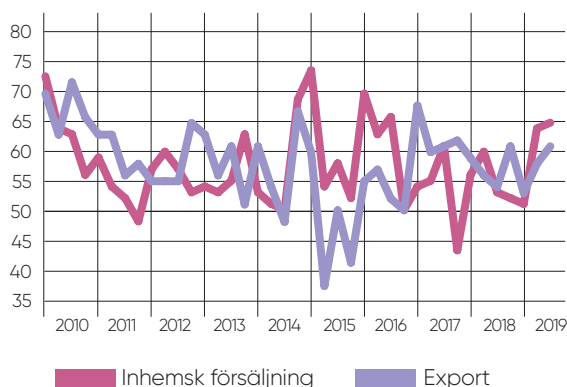
Enligt index ovan, uppvisade exporten (volym) en uppryckning under tredje kvartalet. Årets inledande kvartal började dock mer trevande på exportsidan och det sätter fortfarande spår i statistiken. Värdemässigt märks en tydligare uppgång av svensk livsmedelsexport, vilket hänger samman med en allt svagare krona.

**”Vägen mot en 50-procentig exportandel, vilket är ytterligare ett mål för Livsmedelsföretagen, är fortfarande lång. Men trenden pekar tydligt i rätt riktning.”**

Så här långt under året (januari-augusti) visar SCB i sin exportstatistik en uppgång för livsmedel på cirka 6,2 procent (exklusive huvuddelen av fisken). Om vi antar att tillväxten fortsätter i samma takt resten av året skulle det innebära att det totala exportvärdet för svenska livsmedel 2019 uppgår till ca 53 miljarder SEK. För att nå målet om 100 miljarder SEK i exportvärde till år 2025 måste tillväxttakten öka till ca 11 procent per år. Det vore onekligen en bedrift men långtifrån omöjligt. Från mitten av 90-talet och sex år framåt låg den genomsnittliga exporttillväxten på just 11 procent per år.

**BILD 2. LIVSMEDELSFÖRETAGENS INDEX ÖVER FÖRSÄLJNING PÅ HEMMARKNADEN SAMT EXPORTUTVECKLINGEN. VOLYM. VÄRDE 50 MOTSVARAR OFÖRÄNDRAD UTVECKLING I ÅRSTAKT. VÄRDE ÖVER 50 MOTSVARAR TILLVÄXT.**

Källa: Livsmedelsföretagen



## EXPORTANDELENS VÄG MOT 50 PROCENT

Viktigare än rena exportvärdeökningar är dock att branschens exportandel ökar. Dvs att hemmamarknadens relativa betydelse minskar över tid. Under de senaste åren har exportandelen (exportvärde/produktionsvärde) ökat från cirka 27 procent 2011 till 32 procent 2017, vilket är den senaste noteringen som finns att tillgå.

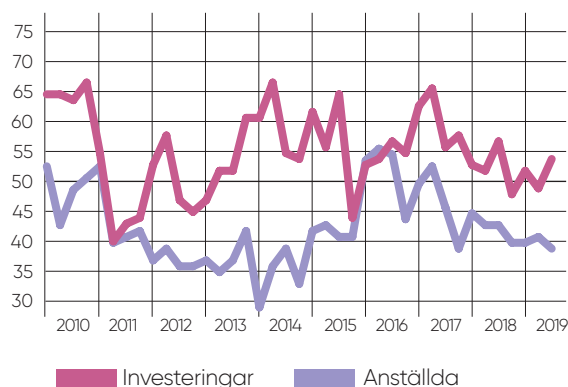
Med draghjälpp av en svag krona kommer förmodligen 2019 att bidra med ytterligare andelsökningar för exporten. Vägen mot en 50-procentig exportandel, vilket är ytterligare ett mål för Livsmedelsföretagen, är fortfarande lång. Men trenden pekar tydligt i rätt riktning. En högre exportandel innebär en större riskspridning för svenska leverantörer och kan också bidra till att stärka den besvärande låga lönsamhet som många svenska livsmedelsföretag lider av.

## EN SVAG KRONA GER ÖKADE KOSTNADER

Det är värt att notera att råvarukostnaderna för livsmedelsproducenterna fortsätter att öka i snabb takt, till stor del en effekt av den mycket svaga SEK-utvecklingen under tredje kvartalet. Samtidigt lyckas branschen i sin helhet uppvisa en något bättre lönsamhet under Q3, mätt

**BILD 3. LIVSMEDELSFÖRETAGENS INDEX ÖVER INVESTERINGAR (FAST PRIS) SAMT ANTAL ANSTÄLLDA. VÄRDE 50 MOTSVARAR OFÖRÄNDRAD UTVECKLING I ÅRSTAKT. VÄRDE ÖVER 50 MOTSVARAR TILLVÄXT.**

Källa: Livsmedelsföretagen



i årstakt. Det är ett styrkebesked från producenternas sida att de lyckas parera för breda kostnadsökningar av rå/insatsvara. I vanlig ordning finns en rad företag som inte känner igen sig i branschsnittet. Inte minst gäller det för kött- och charkföretag som haft stora till mycket stora kostnadsökningar på köttråvara och där det har uppstått en bristsituation.

## TIO KVARTAL MED NEDDRAGNINGAR

Alltsedan andra kvartalet 2017 har varje kvartal inneburit neddragningar av antalet anställda, enligt Livsmedelsföretagens indexserie. Den trendmässigt negativa utvecklingen märks också i varselstatistiken för livsmedelsindustrin, som fortlöpande presenteras av Arbetsförmedlingen. Antalet varslade januari till oktober i år var knappt 1100 personer, vilket var en relativt hög andel (14 procent) av det totala antalet varslade inom svensk industri. Livsmedelsföretagens prognos över det kommande halvåret är att antalet anställda fortsätter att minska, uttryckt i index 42. Det behöver dock inte alltid innebära att företagen säger upp personal, det kan också ske genom naturliga avgångar. För att vända en negativ sysselsättningsutveckling inom svensk livsmedelsproduktion måste produktionsvolymerna öka tydligt över tid.

**”Det är ett styrkebesked från producenternas sida att de lyckas parera för breda kostnadsökningar av rå/insatsvara.”**

## DEN GROVA BROTTSLIGHETEN OROAR OCH PÅVERKAR FÖRETAGEN

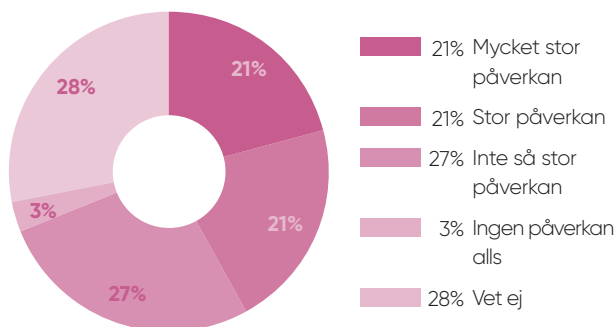
Sverige har under de senaste åren upplevt en tydlig upptrappning av antalet skjutningar och bombdåd i en omfattning som saknar motstycke i länder som inte befinner sig i krig. Det som tidigare möjligen kunde betraktas som uppgörelser mellan rivaliserande gäng, utan någon större påverkan på resten av samhället, har på kort tid eskalerat till skjutningar och mord på öppen gata och bombdåd mot flerfamiljshus i tätorter runt om i landet. Flera oskyldiga har fått sätta livet till eller skadats, och långt fler har fått sina hem söndersprängda.

Det här är en utveckling som inte lämnar någon oberörd. Inte heller landets hundratusentals näringsidkare, och allra minst de som är verksamma i de mest utsatta områdena, såsom butiks- och restauranginnehavare. De har i många fall fått ge upp och stänga då samhällets rättsvårdande myndigheter inte har förmått garantera deras säkerhet.

Den svenska livsmedelsindustrin består av små, mellan- och stora företag som verkar över precis hela landet, i centrala lägen liksom i tätorternas utkanter. Av den anledningen har vi bitt våra medlemsföretag svara på om, och hur, de har påverkats av upptrappningen inom den grova brottsligheten.

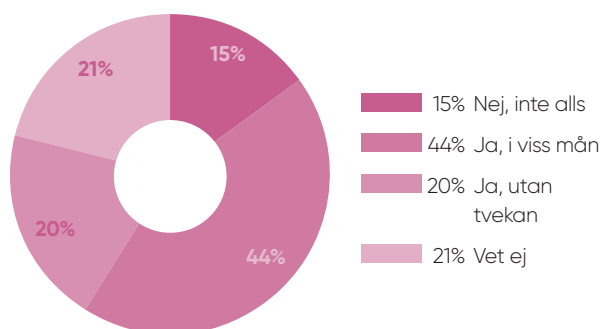
**BILD 4. HUR STOR PÅVERKAN TROR NI ATT DEN GROVA/ ORGANISERADE BROTTSLIGHETEN I SVERIGE HAR PÅ DET LOKALA NÄRINGSLIVET?**

Källa: Livsmedelsföretagen



**BILD 5. UPPLIVER NI ATT DEN GROVA/ ORGANISERADE BROTTSLIGHETEN HAR GETT "VARUMÄRKET" SVERIGE EN SÄMRE KLANG I ERA KONTAKTER MED KUNDER OCH KOLLEGOR I ANDRA LÄNDER?**

Källa: Livsmedelsföretagen



Ett stort antal medlemsföretag känner av utvecklingen och upplever att den kommer allt närmare dem, även om de mycket sällan är direkta mål för de kriminella. 4,2 procent av företagen uppger att de antingen redan vidtagit säkerhetshöjande åtgärder för sin personal och sina anläggningar eller att det kan bli aktuellt inom kort. En nästan lika stor andel, 39 procent, säger att deras personal känner en ökad otrygghet på väg till och från arbetsplatsen.

**”64 procent av företagen upplever i sina kontakter med kunder och kollegor i andra länder att Sveriges rykte har försämrats till följd av den upptrappade våldsspiralen.”**

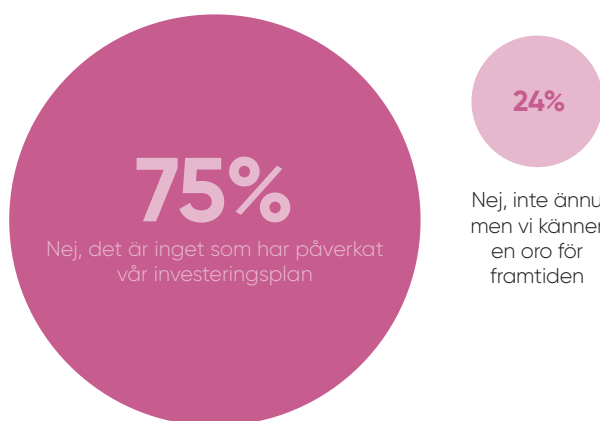
4,2 procent av medlemsföretagen anger att brottsutvecklingen i en vidare mening påverkar det lokala näringslivsklimatet negativt eller till och med mycket negativt. Men som med allt annat idag är det en kort resa från det lokala till det globala. 64 procent av företagen upplever i sina kontakter med kunder och kollegor i andra länder att Sveriges rykte har försämrats till följd av den upptrappade våldsspiralen. Av Sveriges livsmedelsindustri är 55 procent utlandsägd, och det vore naivt att tro att brottsutvecklingen i Sverige inte riskerar att påverka framtida investeringsbeslut, vilket också 24 procent av företagen svarar att de känner oro inför.

Att döma av företagens svar går det att slå fast att den grova brottsligheten inte längre verkar i ett vakuum skiljt från resten av samhället. Budskapet från Sveriges

livsmedelsproducenter är tydligt: statsmakten måste vidta kraftfulla insatser för att få bukt med den allt grövre brottsligheten och göra tillvaron trygg och säker för alla laglydiga medborgare. I annat fall riskerar man att urholka de mest grundläggande förutsättningarna för att bedriva näringsverksamhet, t.ex. att det närområde företagen verkar i skall vara fritt från kriminella gäng som genom våld och hot om våld skapar otrygghet och rädsla. Det här är något som staten inte får eller har råd att misslyckas med.

**BILD 6. HAR ERT FÖRETAG MED ANLEDNING AV DEN GROVA/ORGANISERADE BROTTSLIGHETEN MED SKJUTNINGAR OCH SPRÄNGNINGAR STÄLLT IN ELLER SKJUTIT UPP PLANERADE INVESTERINGAR I SVERIGE?**

Källa: Livsmedelsföretagen



#### LIVSMEDELSFÖRETAGENS KONJUNKTURBREV

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

För frågor om Livsmedelsföretagens konjunkturbrev kontakta:

**CARL ECKERDAL, CHEFEKONOM**

08-762 61 96, [carl.eckerdal@li.se](mailto:carl.eckerdal@li.se)



**LIVSMEDELSFÖRETAGEN**  
The Swedish Food Federation