

KONJUNKTURBREV

FRÅN LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Q2 2022



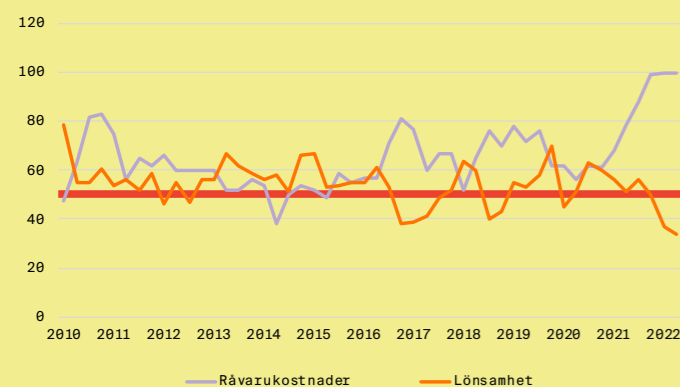
KOSTNADSÖKNINGAR, LÖNSAMHETSTAPP OCH ELPRIS SLÅR NYA REKORD

Svenska livsmedelsproducenters kostnader fortsätter skena, lönsamheten sjunker till den lägsta nivå som Livsmedelsföretagen har uppmätt och det redan rekordhög elpriset väntas stiga ännu mer i vinter. Svenskproducerat håller ställningen bland konsumenterna och fler producenter får gehör för behovet av kortare aviseringstider. Det är några av resultaten i Livsmedelsföretagens konjunkturbrev för Q2 2022.

För svenska livsmedelsproducenter innebar årets andra kvartal ingen ljusning. Besvärligheterna från Q1 i form av skenande kostnader, sjunkande lönsamhet, flaskhalsar och utbudsbrister fortsatte under Q2. En av få ljuspunkter i det annars kompakta mörkret var att volymerna ökade något på den svenska hemmamarknaden, dock tappade de något på exportmarknaden. För 62 procent av företagen utvecklades volymerna enligt företagets prognoser från Q1. En femtedel blev positivt överraskade och för 18 procent gick Q2 sämre eller mycket sämre än förväntat.

Bild 1. Livsmedelsföretagens index över råvarukostnader och lönsamhet. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling/nivå jämfört med motsvarande period ett år tidigare.

Källa: Livsmedelsföretagen



Tabell 1. I förhållande till företagets produktionsprognoser från första kvartalet, hur slutade andra kvartalet?

Källa: Livsmedelsföretagen

Mycket bättre	7%
Bättre	13%
I linje med prognos	62%
Sämre	17%
Mycket sämre	1%

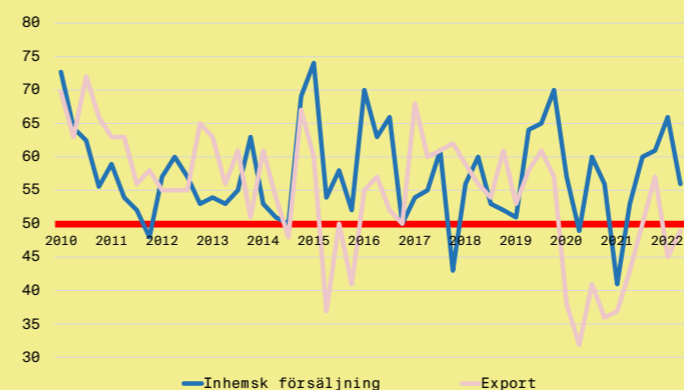
SVENSKPRODUCERAT HETT TROTS STORA PRISÖKNINGAR

Givet den uppsjö av produktionsstörande faktorer som råder i branschen just nu kan en volymökning kännas trösterikt. Det svenskproducerade har en framskjuten position på konsumenternas preferenslista även när lågprisalternativen ökar i attraktionskraft. Utmaningen blir att upprätthålla den preferensordningen under det kommande halvåret, när prisökningarna i butik med stor sannolikhet kommer att fortsätta i hög takt.

Producenterna är väl medvetna om den här utmaningen och under andra halvåret 2022 förutspår de vikande svenska produktionsvolymerna. Det är ett rimligt antagande givet den svåra vintern som väntar konsumenterna. Kraftigt ökande levnadskostnader kommer gröpa ur hushållens plånböcker i en takt vi inte har upplevt sedan tidigt 80-tal, om ens då. Svenska producenter och leverantörer erbjuder i huvudsak produkter i de övre prissegmenten och riskerar därmed att i allt högre utsträckning väljas bort. De rekordstora prisökningarna på livsmedel gör kronbesparingarna på lågprisalternativen allt större, även om procentpåslagen är desamma mellan lågpris- och premiumprodukt.

Bild 2. Livsmedelsföretagens index över försäljningen på hemma- och exportmarknaden. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling/nivå jämfört med motsvarande period ett år tidigare.

Källa: Livsmedelsföretagen



Hela 8 av 10 företag räknar med att konkurrensen från EMV kommer att öka. Svenska producenter som utöver sitt eget sortiment också levererar EMV-produkter, är därmed bättre rustade mot volymtapp i höst och vinter.

Konkurrensen från billigare import, exklusive EMV, antas också öka framöver, men inte i lika stor omfattning. En tydligt försvagad svensk krona (SEK) ger ett visst skydd mot lågprisimporten, men gör samtidigt insatsvarorna till svensk livsmedelsindustri dyrare. Därför är nettoeffekten av en svagare SEK för svenska livsmedelsproducenter inte alltid helt uppenbar.

Tabell 2. I tider av snabbt stigande priser, hur bedömer ni att konkurrensen från billigare alternativ (EMV och import) utvecklas framöver utifrån ert perspektiv?

Källa: Livsmedelsföretagen

Konkurrensen:		
	EMV	Import
Ökar mycket	39%	2%
Ökar	39%	32%
Är oförändrad	23%	51%
Minskar	0%	15%

Tabell 3. Har företagets Q2-produktion påverkats av trögheter i de globala värdekedjorna till följd av logistikproblem, handelssanktioner och/eller utbudsbrister? Prognos Q3.

Källa: Livsmedelsföretagen

	Q2	Q3 (prognos)
Ja, mycket	19%	16%
Ja, en del	45%	40%
Ja, en mindre del	7%	20%
Nej	28%	24%

Tabell 4. Inom vilket område har ni märkt av en utbudsbrist? Andel av totalt antal svarande företag.

Källa: Livsmedelsföretagen

	Rå/insatsvara	Transporter	Förpackningar
Mycket stor brist	3%	4%	8%
Stor brist	10%	7%	13%
Viss brist	52%	50%	45%

SEX MÅNADER MED REKORDÖKNINGAR

Hastigheten i producenternas kostnadsökningar för råvara nådde under Q2 upp i maxvärdet index 100. Samma maxvärde noterades under Q1. Detta är första gången i konjunkturbrevets historia som maxvärdet har uppnåtts två kvartal i rad. Tyvärr vägs de kraftigt ökade råvarukostnaderna inte upp av minskade kostnader någon annanstans. Kostnaderna under Q2 för transporter, förpackningar och el ökade lika snabbt (tabell 4). Kostnadschocken företagen mötte under Q1 fortsatte därmed genom hela Q2. Inte minst gällde detta företag med produktion i södra Sverige och med elavtal som inte är bundna sedan ett år tillbaka.

En viktig faktor bakom de stora kostnadsökningarna är fortsatta flaskhalsar (logistikproblem, handelssanktioner och/eller utbudsbrister) globalt och regionalt. Under Q2 rapporterade 7 av 10 medlemsföretag att de fått hantera effekter av flaskhalsar i varierande utsträckning. Samtidigt verkar effekterna av flaskhalsproblemen bli mindre allvarliga. De allra flesta som rapporterade om problem under Q2 upplevde endast mindre utbudsbrister vad gäller råvara, transporter och förpackningar. Detta är en stor skillnad jämfört med Q1. Då svarade 3 av 10 företag att de upplevde stor eller mycket stor brist på råvara och transporter medan hela 65 procent upplevde stora brister på förpackningsmaterial. Företagen räknar med att problemen med flaskhalsar fortsätter avta under Q3, men lättnadstakten förväntas inte bli lika stor som mellan Q1 och Q2.

Vad är det då för typ av råvara som det i varierande omfattning rådde brist på under Q2? Påtagligt många företag nämner olika typer av köttråvara, matoljor och matfetter och bär. Somliga nämner också räkor, stärkelse och kryddingredienser.

PROGNOS: FORTSATT KOSTNADSÖKNINGAR

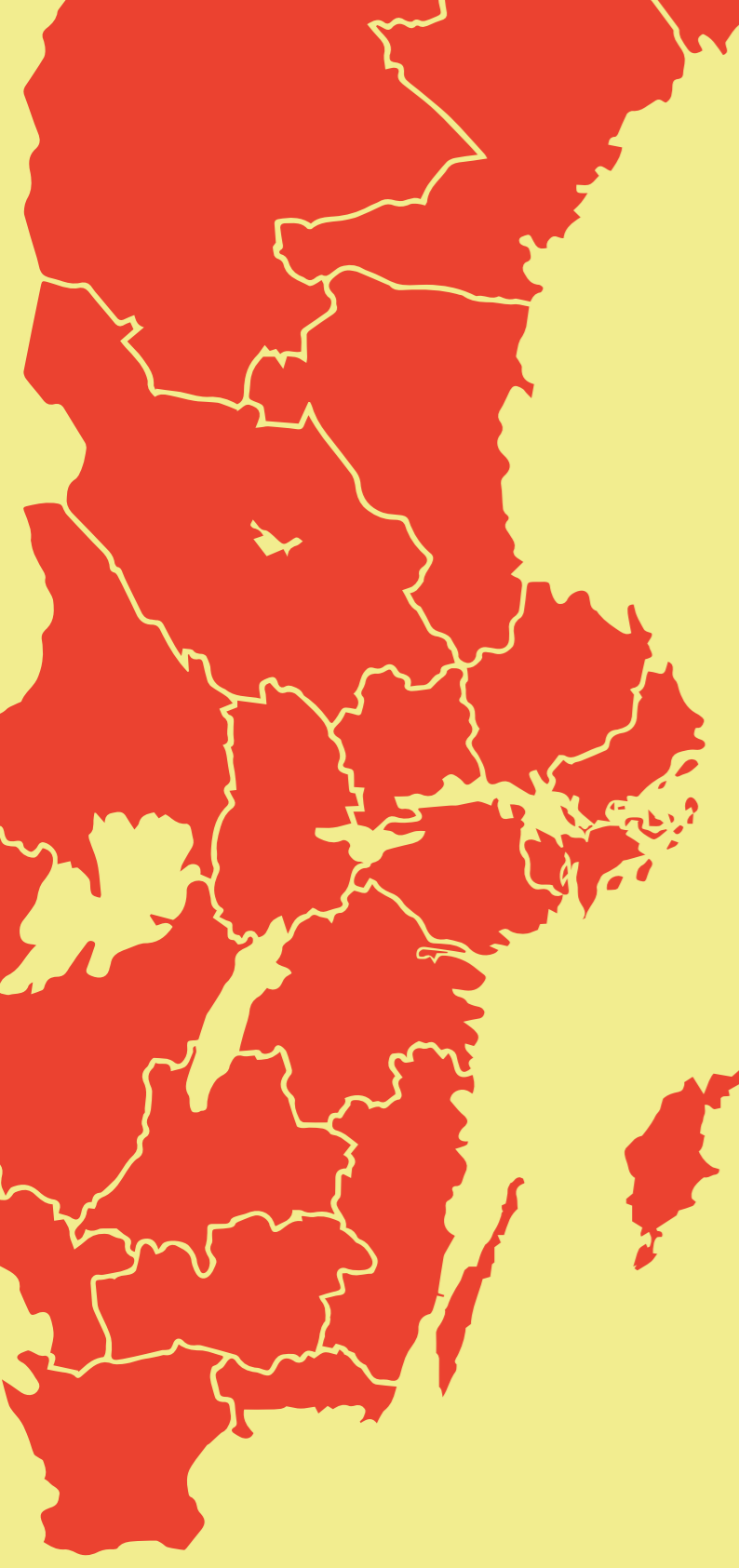
Hela världsekonomin befinner sig nu i en pris/kostnadsspiral påeldad av Rysslands angreppskrig på Ukraina. Mycket av bränslet till inflationsbrasan är de ökade energipriserna. Energi behövs i alla delar av ekonomin varför spridningseffekterna därmed är oundvikliga, något som drabbat inte minst svenska livsmedelsproducenter.

När det gäller Q3 tror de svenska livsmedelsproducenterna på fortsatta kostnadsökningar för i princip allt som krävs för att producera livsmedel. Dock tror de på en betydligt lägre kostnadsökningstakt än under första halvåret. Index över kostnadsutvecklingen för Q3 ligger på runt 65 över hela linjen (råvara, transport, förpackningar och el), vilket är långt under indextalen på runt 100 i Q2.

Tabell 5. Hur utvecklades kostnaderna för följande produktionsfaktorer under Q2? Prognos Q3. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling, årstakt. Index 100 markerar maxvärdet för kostnadsökning.

Källa: Livsmedelsföretagen

	Råvara/insatsvara	El	Transport	Förpackningar
Q2	100	99	97	95
Prognos Q3	63	64	63	66



ELCHOCK

Tyvär finns det mycket som tyder på att producenternas prognoser för elkostnaderna är alldeles för optimistiska. Prisutvecklingen för el är extremt dramatisk, i synnerhet i södra Sverige. Under sensommaren har elpriserna i elområde 3 och 4 nästan slagit dagliga rekord. Den 30 augusti meddelade Ringhals att Ringhals 4 kommer tas ur drift i tre månader. Ringhals 3 och 4 står för mellan 13–15 procent av Sveriges elproduktion varje år. Driftstoppet kommer enligt analytiker få en markant påverkan på elpriset som redan innan nyheten om driftstoppet beräknades öka kraftigt under hösten och vintern.

Vinterhalvåret 2021 kostade en kilowattimme el i snitt 122 öre. Den kommande vintern beräknas en kilowattimme i snitt kosta 509 öre*. Även för en mindre livsmedelsproducent kan detta räknat i kronor innebära sex- och sju-siffriga ökning av elkostnaden. Det finns flera exempel på livsmedelsproducenter som drabbats av tiofaldigade elkostnader.

Konsekvenserna för svensk livsmedelsproduktion av kostnadsökningar i den här storleksordningen är svåra att förutse. Ett antal producenter har redan antingen lagt ner verksamheten eller stoppat sina expansionsplaner, ofta med hänvisning till elpriset. Den stora frågan är hur länge framför allt små- och medelstora producenter kan hålla ut. Regeringens aviserade högkostnadsskydd för elpriset kan möjligtvis hjälpa de hårdast drabbade företagen att ta sig igenom vinterhalvåret, förutsatt att skyddet snart kommer på plats och att stödet snabbt betalas ut. Skyddet löser dock inga av de fundamentala brister som präglar det svenska elsystemet.

*Elområde 4, snittpriser för vinterhalvåret, oktober-mars, räknat utifrån terminspriserna på Nasdaq den 24 augusti 2022. OBS! Detta är inte slutpris till kund. Som användare tillkommer elleverantörens påslag, kostnad för elcertifikat, elhandlarens övriga rörliga kostnader, eventuellt en års- eller månadsavgift samt moms.

LÖNSAMHETEN: BOTTEN INTE NÅDD

Redan under Q1 störtök de svenska livsmedelsföretagens lönsamhet (årstakt). Vi kan nu konstatera att botten inte var nådd. De fortsatt breda kostnadsökningarna under Q2 ledde till en aldrig skådad lönsamhetsförsämring. Index 34 (där 50 är oförändrat) är det hittills lägsta uppmätta värdet över svenska livsmedelsproducenters lönsamhetsutveckling (årstakt) och två enheter sämre än värdet i Q1.

Som vi har påpekat vid flera tillfällen i konjunkturbrevet beror dessa snabba lönsamhetstapp på att dagligvaruhandelns affärsmodeller inte är riggade för en miljö med kostnadsinflation för leverantörerna på tvåsiffriga nivåer över tid. Modellerna är snarare utformade för nivåer på runt 2 procent. Det gör att många leverantörer måste vänta 3–5 månader innan man får täckning för sina kostnader, i bästa fall. Under väntetiden fortsätter produktionskostnaderna att öka, och även ett nytecknat leveransavtal blir därmed snabbt "daterat".

Glädjande nog verkar dagligvaruhandeln ha rört sig i rätt riktning den senaste tiden. Över hälften av medlemsföretagen svarar att handelns aktörer processar prisaviseringar snabbare än vad som är brukligt. Motsvarande siffra i Q1 var 33 procent. Samtidigt ska man notera att nästan hälften av medlemsföretagen (47 procent) fortfarande upplever att aviseringstiderna är för långa givet det snabbväxande kostnadsläget. Förhoppningsvis har andelen företag som märker av minskade aviseringstider ökat under juli och augusti.

Tabell 6. Har DVH och/eller Systembolaget minskat aviseringstiden med anledning av producentledets stora kostnadsökningar under Q2?

Källa: Livsmedelsföretagen

Nej, inte alls	31%
Nej, men de uppger att de planerar för det	16%
Ja, de har minskat aviseringstiden	53%



**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