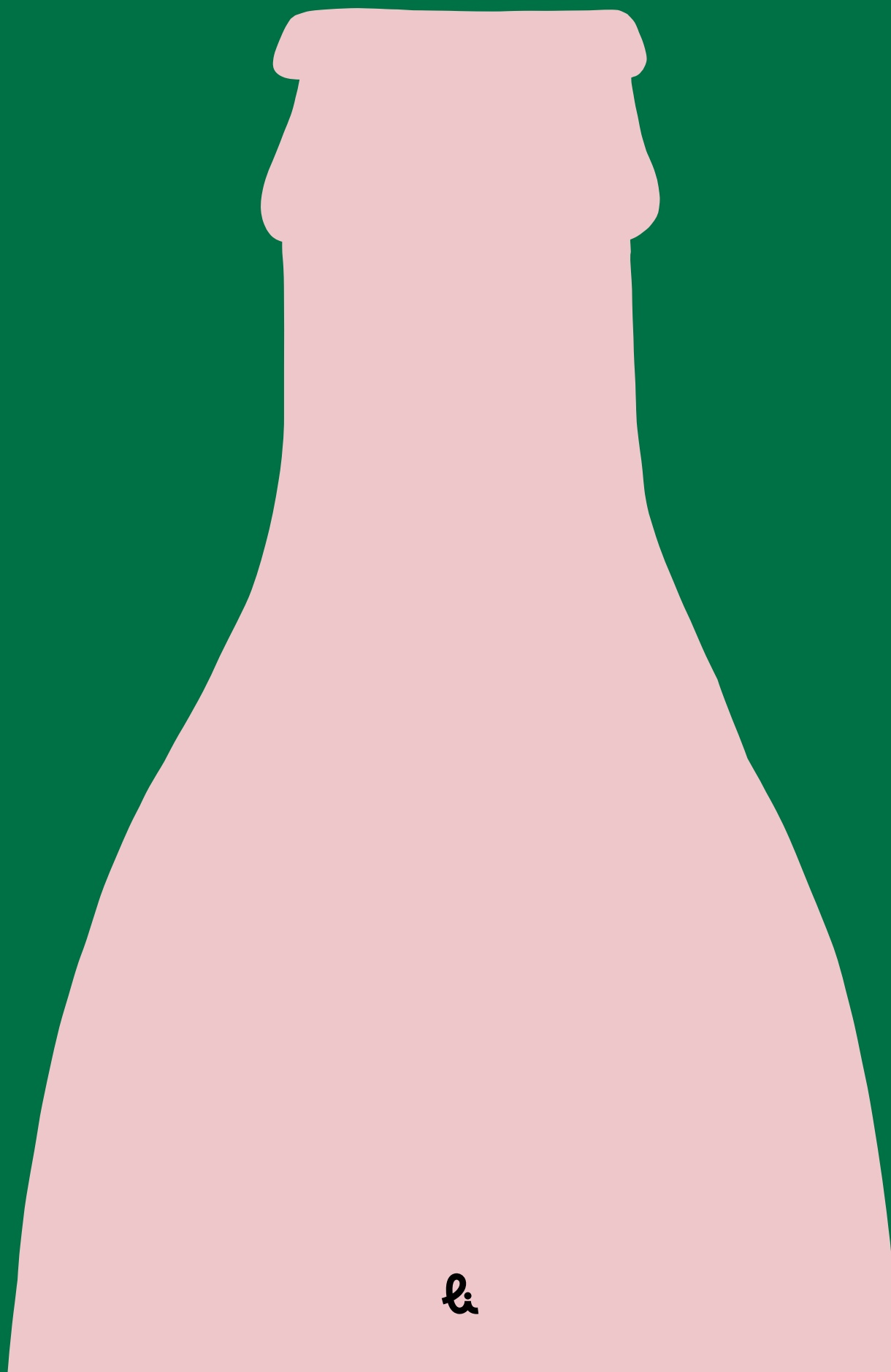


# KONJUNKTURBREV


FRÅN LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Q2 2024





# MARKNADEN LJUSNAR FÖR HÅRT PRÖVADE SVENSKA LIVSMEDELS- PRODUCENTER



De svenska livsmedelsproducenternas försäljning ökar svagt samtidigt som lönsamheten är oroväckande låg. Goda skördar ger hopp om oförändrade inköpskostnader framöver. Regeringens livsmedelspolitik får knappt godkänt av företagen som har stora förväntningar på den kommande uppdateringen av livsmedelsstrategin. Det är några av nyheterna i Livsmedelsföretagens konjunkturbrev för Q2 2024.

# Försäljningstrenden går åt rätt håll

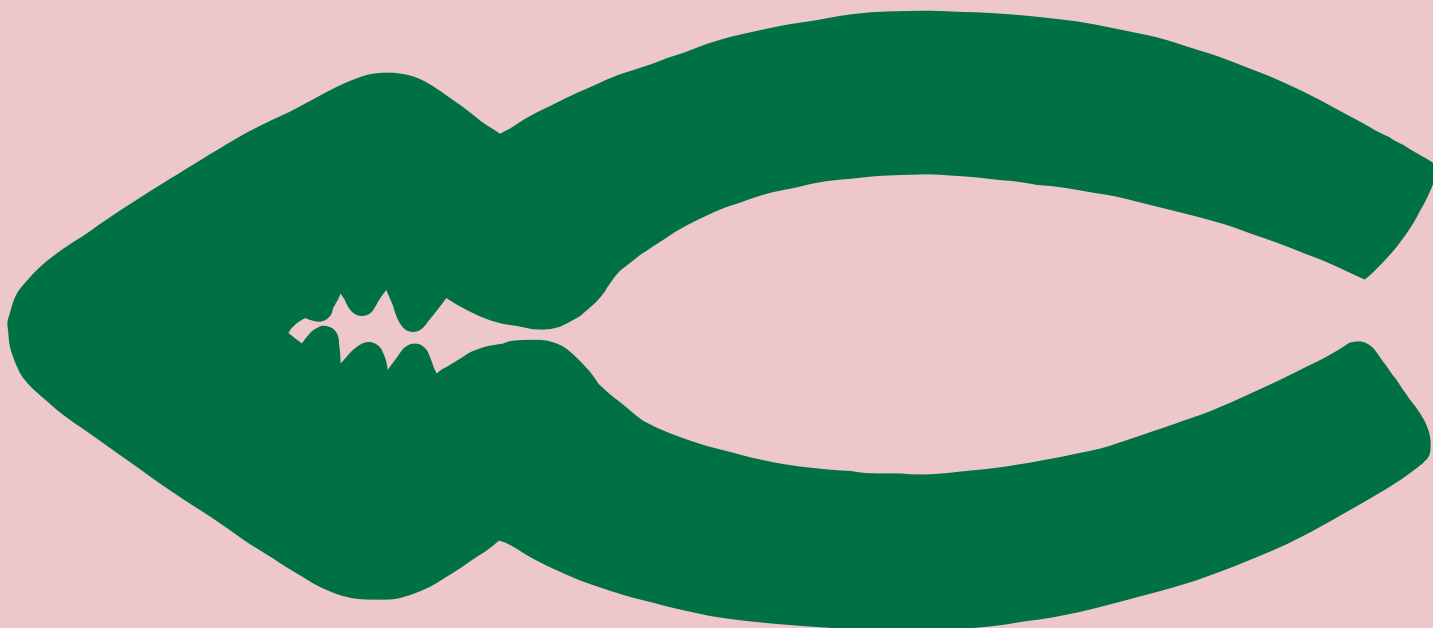
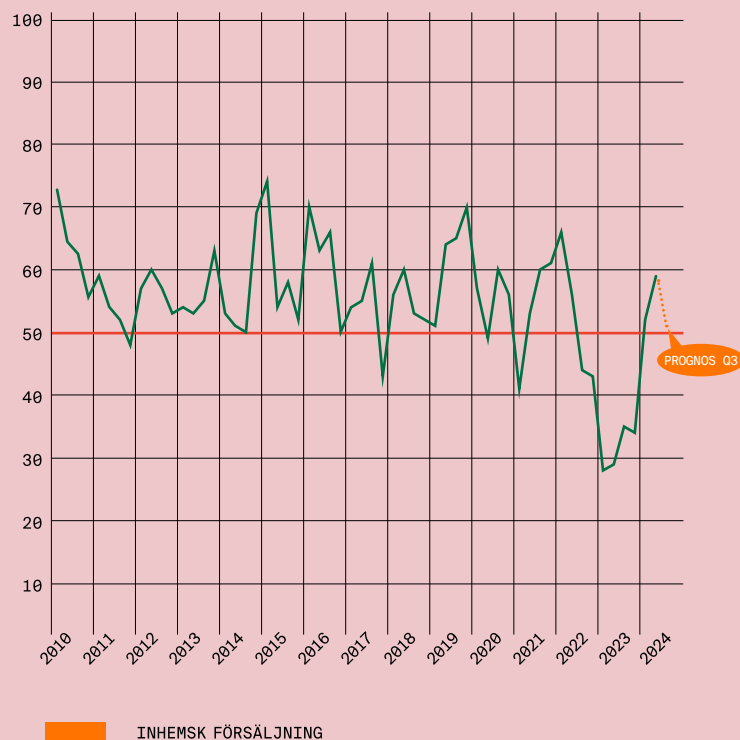
Årets andra kvartal innebar svagt ökade försäljningsvolym (årstakt) på hemmamarknaden för de svenska livsmedelsproducenterna. Jämfört med den oförändrade volymutvecklingen under Q1 fortsatte därmed försäljningstrenden åt rätt håll.

Förväntningarna på Q2 var dock lågt ställda, vilket gjorde att andelen företag som blev positivt överraskade av kvartalets försäljningsutveckling var 40 procent medan endast 17 procent fick en sämre utveckling än prognosticerat.

Det är uppenbart att den svenska livsmedelsindustrin har börjat röra sig i en mer positiv riktning i takt med att ekonomin sakta men säkert lämnar den långa perioden av hög inflation och penningpolitisk åtstramning bakom sig. Men den positiva utvecklingen sker från ett i ekonomiska hänseenden mycket tufft utgångsläge. Både försäljningsvolym och lönsamhet bland svenska mat- och dryckesproducenter har tagit stor skada av flera års kostnadsinflation i kombination med köpkraftssvaga svenska hushåll som i hög utsträckning börjat välja lågprisalternativ.

**Bild 1.** Livsmedelsföretagens index över försäljningsutvecklingen på den inhemska marknaden. I volym och mätt i årstakt (där index 50 är oförändrad). Prognos för Q3 (rödmarkerad).

Källa: Livsmedelsföretagen



# Riskabelt låga rörelsemarginaler

När delfacit i form av årsboksluten för 2023 nu ligger på bordet (motsvarande cirka 40 procent av branschens årsbokslut är inrapporterade i vår databas) bekräftas bilden av en försvagad lönsamhet 2023 jämfört med den redan stukade nivån från 2022. Livsmedelsindustrins samlade rörelsemarginal för 2022 hamnade på cirka 2,5 procent (exklusive sprit och snus); mycket tyder på att den samlade rörelsemarginalen för 2023 kommer att bli ännu lägre. Detta är nivåer som inte är i närheten av att ge svenska producenter en avkastning som står i proportion till den risk de tar.

Att marknadsvillkoren nu ser ut att vända uppåt är därför efterlängtat. Men vägen mot förkrisnivåer i försäljning och lönsamhet kommer med all sannolikhet att bli lång. Vad som behöver hända för att verkligen lyfta svenska livsmedelsproducenter är volymökningar i kombination med kostnadslättnader. Detta skulle ge en hävstångseffekt på lönsamheten, som åtminstone behöver komma tillbaka till något slags historiskt genomsnitt i branschen. Avseende volymökningar räknar tyvärr inte företagen med att den positiva utvecklingen från Q2 håller i sig under Q3. Deras prognoser pekar snarare på oförändrade produktionsvolymerna under årets tredje kvartal.

**Bild 2.** I förhållande till företagets produktionsprognoser från det första kvartalet, hur slutade årets andra kvartal?

Källa: Livsmedelsföretagen

1%

MYCKET BÄTTRE

39%

BÄTTRE

43%

I LINJE MED PROGNOSEN

15%

SÄMRE

2%

MYCKET SÄMRE

”Vad som behöver hända för att verkligen lyfta svenska livsmedelsproducenter är volymökningar i kombination med kostnadslättnader.”

# Försiktigt positivt om kostnadsutvecklingen

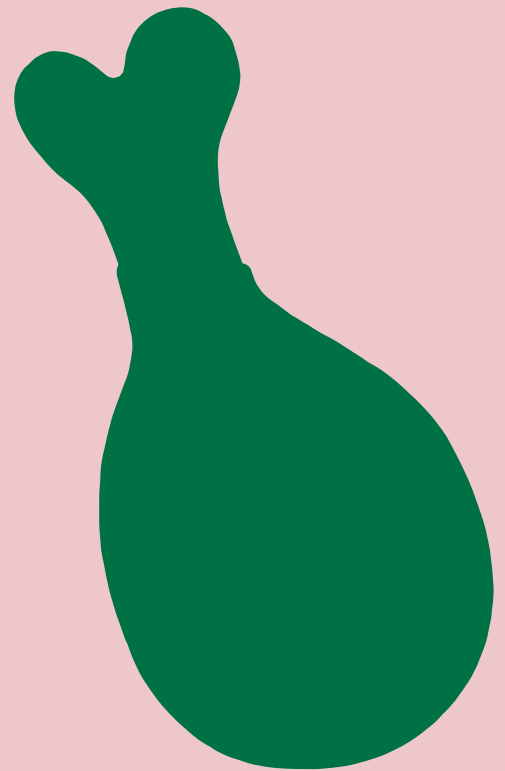
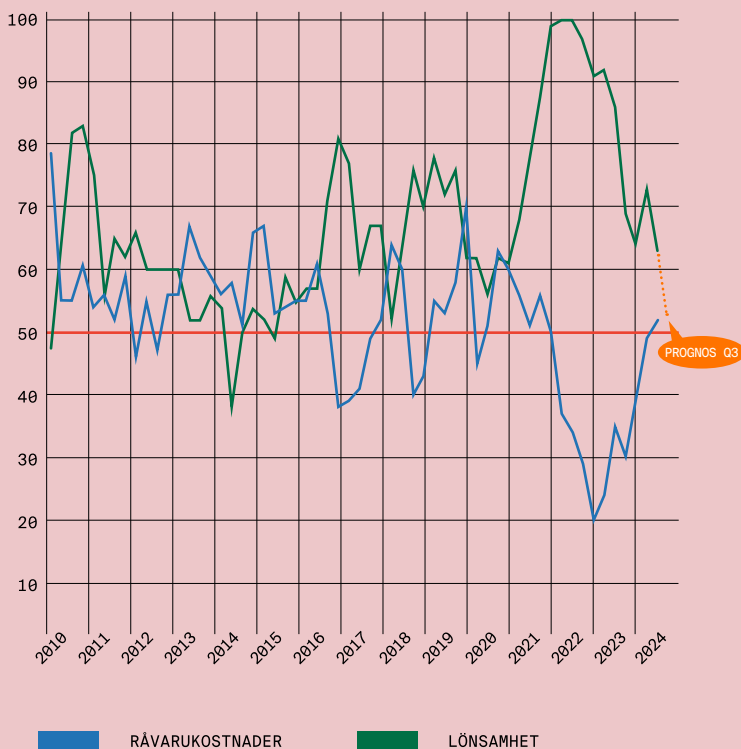
Syns det några lättnader i företagens produktionskostnader? Under Q2 fortsatte kostnaderna för inköp av rå/insatsvara svagt uppåt för de flesta svenska producenter. Andra viktiga produktionskostnadsposter såsom transporter och förpackningsmaterial rörde sig sidledes under Q2, dvs de varken ökade eller minskade.

Företagens förutsägelser för Q3 vad gäller den största kostnadsposten – rå- och insatsvaror – är att den upphör att öka. Att döma av skördeprognoser från Sverige och Europa ser det i skrivande stund bra ut vad gäller mycket av

bulkråvaran till livsmedelsindustrin, såsom spannmål, majs och oljevaxter. Normala till goda skördar sätter en minskad press på råvarupriserna och allt eftersom producenternas terminskontrakt löper ut och skall omförhandlas kan minskade världsmarknadspriser komma dem till del. Detta förutsätter dock att den svenska kronan inte tappar mot USD och EUR framöver. Om de gynnsamma villkoren håller i sig kan företagets prognos om oförändrade inköpspriser i Q3 möjligen omkullkastas, dvs i bästa fall kan inköspriserna bli lägre än de var för ett år sedan.

**Bild 3.** Utveckling i årstakt av råvarukostnaderna samt av företagens lönsamhet (rörelsemarginal). Oförändrad utveckling motsvaras av index 50. Max indexvärde 100.

Källa: Livsmedelsföretagen



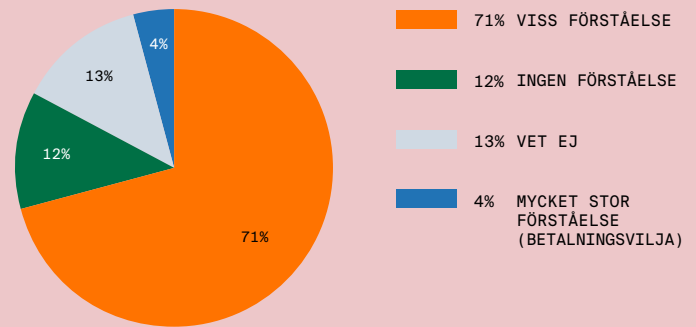
# Ökad förståelse från handeln för ökade förpackningskostnader

Relaterat till förpackningskostnader belyste vi i Q1-brevet det faktum att avgifterna för förpackningsinsamlingen (de sk REPA-avgifterna) ökat kraftigt under inledningen av året och dessutom spås öka tydligt de kommande åren. Detta som ett resultat av ett EU-direktiv som syftar till att reducera mängden förpackningsmaterial inom livsmedelsproduktionen samt öka hushållens återvinningsandel.

Viställde frågan i Q1-brevet om svenska livsmedelsproducenter mötte förståelse i sina leverantörsförhandlingar med dagligvarukedjornas inköpare vad gällde behovet att föra högre förpackningsavgifter vidare mot konsument. Knappt hälften av företagen upplevde att dagligvaruhandelns inköpare gjorde det. Ett kvartal senare har uppenbarligen kunskapen om de nya högre REPA-avgifterna nått ut bredare också inom svensk dagligvaruhandel. För när samma fråga ställdes i Q2-enkäten svarar 73 procent av medlemsföretagen att de upplever förståelse i dagligvaruledet vad gäller leverantörernas ökade förpackningsavgifter. Nu är det bara den sista fjärdedelen inköpare som behöver upplysas om REPA, och det snabbt.

**Bild 4.** I era förhandlingar med dagligvaruhandeln under Q2, hur uppfattar ni handelns inställning till att vara med och betala för ökade förpackningsavgifter (REPA)? Handeln har visat:

Källa: Livsmedelsföretagen



”Ett kvartal senare har uppenbarligen kunskapen om de nya högre REPA-avgifterna nått ut bredare också inom svensk dagligvaruhandel.”

# Godkänt – men inte mer – för regeringens livsmedelspolitik

Betydelsen av en robust svensk livsmedelsindustri har i en osäker omvärld, med krig i vår absoluta närhet, diskuterats både högt och lågt i det svenska samhället. Politiken spelar en central roll i att se till att förutsättningarna för att bedriva och investera i svensk livsmedelsproduktion är goda och internationellt konkurrenskraftiga. Få eller inga andra industrigrenar är lika regeltung och myndighetsstyrd som just svensk livsmedelsindustri.

Både den nuvarande och föregående regeringens livsmedelspolitik innehåller formuleringar om hur den svenska livsmedelskedjan bör utvecklas. Halvvägs in i mandatperioden är det därmed klart relevant att fråga vad svenska livsmedelsproducenter tycker om den sittande regeringens arbete med bland annat den nationella livsmedelsstrategin. Betygsskalan är tiogradig där 1 betyder "underkänt" och 10 betyder "mycket väl godkänt". Svenska livsmedelsproducenter ger regeringens livsmedelspolitiska arbete godkänt, men på behörigt avstånd från "mycket väl godkänt" (bortsett från de 2 procent av företagen som faktiskt ger fullt betyg).

Många företag kommenterar regeringens arbete som positivt och lovligt, men konstaterar samtidigt att det är för lite leverans i slutändan. De vackra orden i bland annat livsmedelsstrategin måste i ökad utsträckning översättas i konkreta reformer menar medlemsföretagen. Annars blir livsmedelsstrategin enbart en pappersprodukt och sådana finns det redan gott om. Det brådskar därmed om regeringen skall kunna gå från godkänd till mycket väl godkänd när slutbetyget sätts om två år.

**Bild 5.** Nu har ungefär halva mandatperioden gått. Vad skulle du ge regeringens livsmedelspolitik för betyg?

Källa: Livsmedelsföretagen

Underkänt	3%
2	0%
3	6%
4	17%
5	20%
6	26%
7	11%
8	7%
9	0%
Mycket väl godkänt	2%
Vet ej	8%

”Det brådskar därmed om regeringen skall kunna gå från godkänd till mycket väl godkänd när slutbetyget sätts om två år.”



## KOMPETENSFÖRSÖRJNING OCH REGELFÖRENKLING I TOPP

Som en liten vägledning om vad landsbygdsminister Peter Kullgren bör fokusera på i den utlovade livsmedelsstrategin 2.0, har företagen fått peka ut de tre viktigaste åtgärderna som bör presenteras. Rangordningen av de tio olika alternativen presenteras i bild 6 nedan. På delad första plats kommer en kompetensförsörjningsstrategi och regelförenklingsåtgärder; två frågor som har varit på svenska livsmedelsproducenters önskelista under mycket lång tid. Detta gäller inte minst önskemålet om regelförenklingsstrategi. Regering efter regering har stolt proklamerat att de skall ta tag i regelförenklingsarbetet. De stora löftena leder oftast till att företagen i det dagliga arbetet visserligen blir av med en och annan regel, men i slutändan tar regelefterlevnad och myndighetskontakter ändå en lika stor andel av företagens tid och energi i anspråk som tidigare.

**Bild 6.** Vad är viktigast att livsmedelsstrategin 2.0 innehåller? Välj ut de tre viktigaste åtgärderna.

Källa: Livsmedelsföretagen

1	En kompetensförsörjningsstrategi	22%
2	Regelförenklingsåtgärder	22%
3	Satsningar på primärproduktionen	14%
4	Livsmedelsindustrins roll i totalförsvaret	14%
5	Satsningar på Fol	8%
6	Krafttag mot otillbörliga handelsmetoder inom livsmedelskedjan	8%
7	Siffersatta målsättningar	6%
8	En exportstrategi	4%
9	Annat	2%
10	Satsningar på SME-företag	1%

Kompetensförsörjningsbristen inom svensk livsmedelsindustri har ökat de senaste åren och är idag ett av de största hindren för företagets utveckling och konkurrenskraft, något som man kan läsa mer om i Livsmedelsföretagens rapport "Var ska livsmedelsindustrin hitta 20 000 nya medarbetare?" (2023). Att bristen på kompetens delar förstaplatsen i företagets prioritetsordning för regeringens uppdatering av livsmedelsstrategin understryker allvaret i frågan. Det nya lagkravet, att dimensionera och planera gymnasial utbildning för unga och vuxna även efter företagets behov, kan dock verka i rätt riktning. Men då krävs även en tydlighet i livsmedelsstrategin kring denna fråga.

På delad andraplats kommer önskemål om "satsningar på primärproducenterna" och "livsmedelsindustrins roll i totalförsvaret". Svensk livsmedelsindustri är till stor del beroende av rå- och insatsvara från det svenska jordbruket. Faller eller stukas det svenska jordbruket får detta svåra konsekvenser för ett stort antal aktörer i förädlingsledet. Signalen från svensk livsmedelsindustri till regeringen är tydlig: ge svenska lantbrukare samma eller bättre produktionsförutsättningar som det övriga europeiska jordbruket.

## ”Regeringens agerande när det gäller den för livsmedelsindustrin viktiga arbetskraftsinvandringsfrågan går tyvärr i motsatt riktning”

Regeringens agerande när det gäller den för livsmedelsindustrin viktiga arbetskraftsinvandringsfrågan går tyvärr i motsatt riktning och skapar stora svårigheter för bland annat den svenska bärnäringen. Det kraftigt höjda lönegolvet har i praktiken gjort det omöjligt för de allra flesta bärföretag att anlita thailändska bärplockare. Som en konsekvens av detta ruttar nu en hög andel av de svenska bären bort i skogen och flera företag inom bärbranschen har redan tvingats varsla och skär ner. Ett ännu större hot är utredningsförslaget om att helt stoppa bärplockarna från att komma hit. Om Tidöpartierna inte svänger i den här frågan riskerar bärbranschen att utraderas, hundratals arbetstillfällen gå förlorade och svensk sylt och saft bli ett minne blott.

Frågor kring "livsmedelsindustrins roll i totalförsvaret" började på allvar diskuteras i samband med coronapandemin. Det har kommit ett flertal statliga utredningar sedan dess, men många frågor återstår att lösa ut, inte minst kring företagets ansvar för och finansiering av olika beredskapsåtgärder. I och med Rysslands invasion av Ukraina har beredskapsfrågorna – inte minst tillgången till grundläggande produktionsförutsättningar som energi, vatten och transporter – blivit ännu mer aktuella.

# Gör lagen om otillbörliga handelsmetoder någon nytta?

Längre ner på listan över vad företagen hoppas att livsmedelsstrategi 2.0 ska innehålla hittar vi till exempel krafttag mot otillbörliga handelsmetoder. Den 1 november 2021 trädde lagen om förbud mot otillbörliga handelsmetoder i livsmedelskedjan, LOH, i kraft (tidigare kallad UTP-lagen eller UTP-direktivet). Att den hamnar en bit ner är möjligen en effekt av att lagstiftningen är på plats, men också av att såväl lagstiftarna som livsmedelsbranschen fortfarande utvärderar dess effekter

Vi har även explicit ställt frågan om hur producenterna betygsätter lagen vars syfte är att skapa tydligare regelverk i affärsrelationerna i den svenska livsmedelskedjan. Har LOH haft någon påverkan på det egna företagets verksamhet så här långt? Av de 88 procent av företagen som hade en uppfattning i frågan menade hälften att LOH-lagstiftningen påverkat deras verksamhet i positiv riktning. Den andra halvan däremot menade att den inte gjort någon skillnad, vare sig åt det positiva eller negativa hållet. Inga företag svarade att lagstiftningen påverkat deras verksamhet i negativ riktning.

Den slutliga utvärderingen av LOH kommer att presenteras av Konkurrensverket under 2025. Med denna som underlag kan regeringen och riksdagen förhoppningsvis göra de justeringar i lagen och dess efterlevnad som behövs för att fler producenter ska se de positiva effekterna av LOH. De tre största dagligvaruaktörernas dominans av den svenska livsmedelsmarknaden är idag välkänd både inom- och utanför branschen. De hårt pressade svenska producenterna behöver en potent lagstiftning som skyddar dem mot ensidiga, orättvisa affärsvillkor. Det gäller lika mycket nu som när lagstiftningen trädde ikraft.

**Bild 7.** Lagen om otillbörliga affärsmetoder (UTP eller numera LOH) i livsmedelskedjan har varit i kraft 2,5 år. Hur anser ni att lagen har påverkat ert företags verksamhet? Den har påverkat verksamheten:

Källa: Livsmedelsföretagen

I tydligt positiv riktning	9%
I positiv riktning	40%
I varken positiv eller negativ riktning	51%
I negativ riktning	0%
I kraftigt negativ riktning	0%
Vet ej	12%

**LIVSMEDELSFÖRETAGENS KONJUNKTURBREV  
UTKOMMER FYRA GÅNGER PER ÅR. MEDVERKANDE  
FÖRETAG STÅR FÖR CIRKA 60 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**