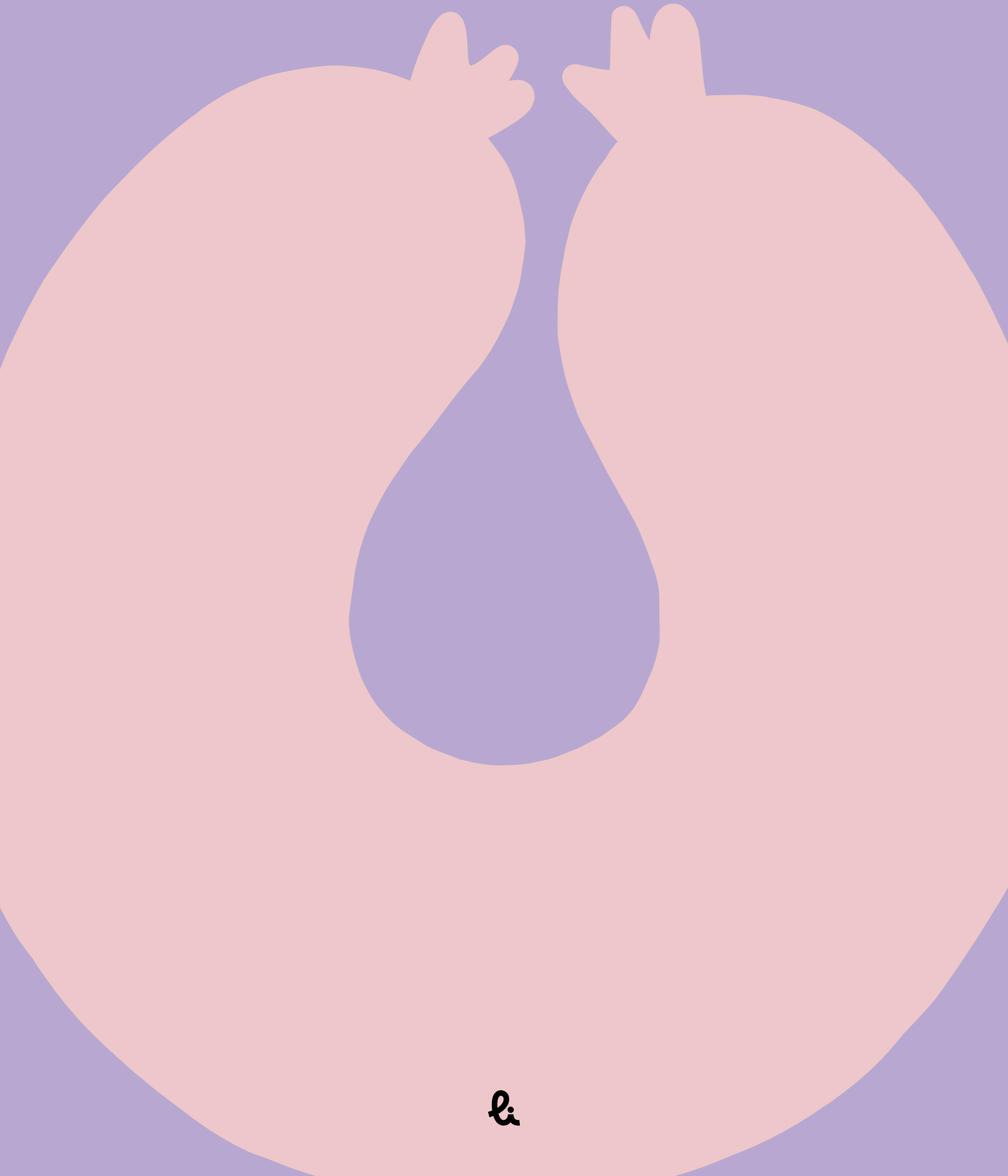


KONJUNKTURBREV

FRÅN LIVSMEDELSFÖRETAGEN

Q2 2026



The background features several light pink, stylized illustrations of food items on a solid purple background. In the top left is a tomato. In the top right is a leafy vegetable. In the center is a round vegetable, possibly an onion. To its right is a bottle, likely for dressing or oil. At the bottom is a large, stylized fish skeleton. In the bottom right corner is a piece of bread with a serrated edge.

**MATPRISERNA SJUNKER
MER ÄN MOMSSÄNKNINGEN –
HANDELN STÄRKER SIN
FÖRHANDLINGSMAKT**

The background is a solid light purple color. It is decorated with several stylized, flat pink shapes. At the top, there is a large, wavy, cloud-like shape. Below it, on the left, is a large, elongated, bean-like shape. To the right of the text is a tall, thin stem with several rounded, flower-like shapes at the top. At the bottom, there is a large, oval shape and a smaller, pointed shape on the left.

Från april till juli föll matpriserna mer än momssänkningen, samtidigt som de svenska livsmedelsproducenternas kostnader ökade i allt snabbare takt. Dagligvaruhandeln fortsätter att hänvisa till momssänkningen som anledning till att inte släppa igenom nödvändiga prisökningar, det är några av nyheterna i Livsmedelsföretagens konjunkturbrev för Q2 2026.

ÖKAD FÖRSÄLJNING MEN MINSKAD EXPORT

Svenska livsmedelsproducenter fortsatte sin volymmässiga återhämtningsresa under årets andra kvartal. Det ger tre raka kvartal av tillväxt, efter lika många kvartal av volymtapp dessförinnan. Det var försäljningen på hemmamarknaden som växte medan exporten tappade fart. Den inhemska försäljningen slutade på index 61 (volym i årstakt där 50 motsvarar oförändrad utveckling), samma tillväxtnivå som under årets första tre månader. Exportindex föll dock från 52 under första kvartalet till 47 under det andra. Den internationella efterfrågan är således fortsatt svag och exportutvecklingen är ett av de tydligaste svaghetstecknen i konjunkturbilden.

STARKARE LÖNSAMHET TROTS HÖGRE KOSTNADER

Producenternas lönsamhet förbättrades något under Q2, sannolikt ett resultat av de senaste årens stabilare utveckling av företagens produktionskostnader i kombination med tidigare nämnda volymtillväxt. Lönsamhetsindex landade på 64, vilket är den högsta noteringen sedan 2019. Här ska man dock vara medveten om att ökningen i lönsamhet sker från en låg nivå, och att lönsamheten i livsmedelsindustrin fortfarande ligger klart under genomsnittet för svensk tillverkningsindustri och näringslivet i stort.

”Producenternas lönsamhet förbättrades något under Q2, sannolikt ett resultat av de senaste årens stabilare utveckling av företagens produktionskostnader i kombination med tidigare nämnda volymtillväxt.”

Bild 1. Försäljningen på den svenska hemmamarknaden för svensk livsmedelsindustri. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling, mätt i årstakt.

Källa: Livsmedelsföretagen

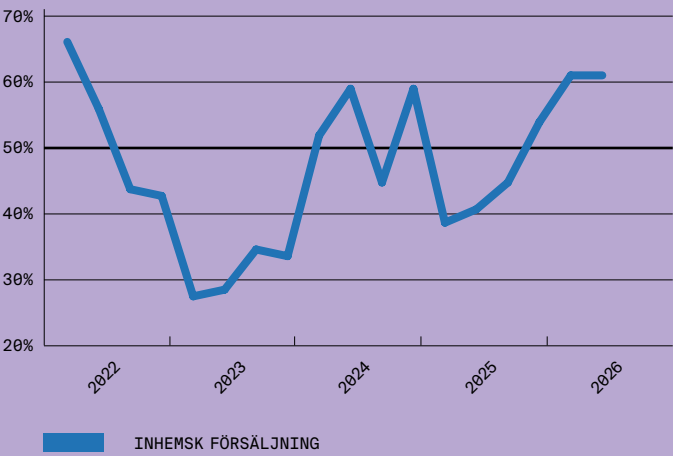


Bild 2. Utvecklingen under Q2 2026. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling/nivå, årstakt.

Källa: Livsmedelsföretagen

Inhemska försäljning (volym)	61
Export	47
Lönsamhet (EBIT)	64
Antalet anställda	45
Investeringar	65
Kostnaden för rå/insatsvaror	60
Förpackningskostnader	72
Transportkostnader	80
Förpackningsavgifter	79

Bild 3. Hur skulle ni beskriva en total utveckling av företagets produktionskostnader under första halvåret 2026 (årstakt)?

Källa: Livsmedelsföretagen

De har ökat mycket (>5)	16%
De har ökat (<5%)	44%
De har varit oförändrade	22%
De har minskat (<5%)	18%
De har minskat mycket (>5%)	0%
Vet ej	0%



Om det ljusnar något på lönsamhetssidan så mörknar det samtidigt på kostnadsfronten. Efter några år av gradvis lättnad vände företagens produktionskostnader upp på bred front i Q2, allra tydligast inom energi och transporter. Under första halvåret 2026 uppger 60 procent av företagen att de samlade produktionskostnaderna har ökat, mätt i årstakt. För 16 procent har kostnaderna stigit med mer än 5 procent, medan 44 procent angav en ökning på upp till 5 procent. Knappt en femtedel rapporterade om något minskande produktionskostnader. Det innebär att kostnadsuppgången hittills i år varit relativt bred, dock inte alls lika dramatisk som under 2022–23.

Under kostnadskrisen 2022 steg i princip alla större kostnadsslag samtidigt, såsom illustreras av bild 5. Råvaror, förpackningar, el och transporter låg då på indexnivåer mellan 90 och 100. Under 2023 skedde en snabb normalisering, som skapade utrymme för en gradvis återhämtning av lönsamheten.

Nu håller bilden på att förändras till det sämre igen. Råvarukostnadsindex steg från 54 under första kvartalet till 60 under det andra, och förpackningskostnaderna har samtidigt stigit från 65 till 72. Mest iögonfallande är utvecklingen för transporter, där index steg till 80 under andra kvartalet.

Utvecklingen framåt vad gäller möjligheterna till en lönsamhetsförbättring blir mot denna bakgrund skakigare. Som visades i konjunkturbrevet för Q1 2026 är rejält ökad lönsamhet helt avgörande för svensk livsmedelsindustris möjligheter att investera framåt. Av Sveriges större industrigrenar finns det ingen annan som är lika underinvesterad som livsmedelsindustrin, och en av de främsta orsakerna är just den historiskt låga genomsnittliga lönsamheten i branschen.

Bild 4. Utvecklingen av råvarukostnaderna samt företagens lönsamhet. Index 50 motsvarar oförändrad utveckling, årstakt.

Källa: Livsmedelsföretagen

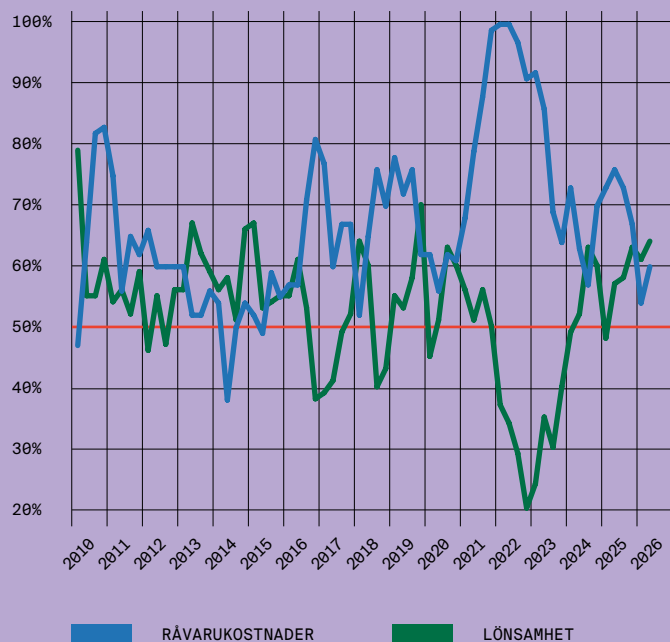
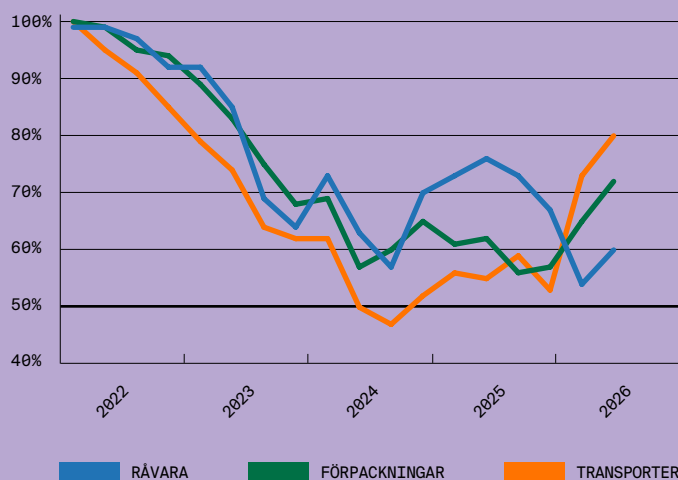


Bild 5. Utvecklingen av företagens produktionskostnader Q1 2022 till Q2 2026. Index 50 markerar oförändrad utveckling, årstakt.

Källa: Livsmedelsföretagen





KRIGET I MELLANÖSTERN MÄRKS FRAMFÖR ALLT I ENERGI OCH TRANSPORTER

Kriget i Mellanöstern har bidragit till ökade kostnader och allmänt osäkrare produktionsvillkor. 84 procent av företagen uppger att deras energikostnader har påverkats mycket eller en del. För transportkostnaderna är motsvarande andel 82 procent, medan 76 procent uppger en stor eller viss effekt på kostnaderna för rå- och insatsvaror.

Direkta utbudsbrister i spåret av kriget i Mellanöstern är än så länge mindre vanliga. Av företagen uppger 27 procent att kriget har orsakat vissa eller stora brister på rå- och insatsvaror, medan den resterande andelen inte har märkt några sådana problem. Företagen får alltså fortfarande tag på de insatsvaror de behöver, men ofta till högre kostnad.

Bild 6. Har kriget i Mellanöstern påverkat ert företag under Q2?

Källa: Livsmedelsföretagen

	Ja, mycket	Ja, en del	Nej	Vet ej
Utbudsbrister på rå/insatsvara	14%	13%	73%	1%
Ökade energikostnader	23%	61%	16%	0%
Ökade transportkostnader	40%	42%	18%	0%
Ökade kostnader för rå/insatsvaror	23%	53%	23%	1%



TORKAN I EUROPA FÖRSTÄRKER KOSTNADSRISKERNA

På livsmedelsområdet innebar den europeiska torkan 2026 främst en negativ utbudsschock. Skördarna av flera jordbruksgrödor minskar samtidigt som vattenbrist och låga flodnivåer försvårar transporter och energiförsörjning. Resultatet blir högre priser på flera jordbruksråvaror och ökade produktionskostnader.

För svensk del ser årets skördar ut att hamna nära ett historiskt genomsnitt, men utvecklingen i Europa spiller ändå över på svensk livsmedelsekonomi. Exempelvis har majsskördarna i Frankrike drabbats hårt av torkan, vilket kan smitta av sig på foderpriserna och därmed ökade kostnader för produktionen av mjölk, kött och ägg, också i Sverige.

Klimatrelaterade väderextremer blir allt vanligare och ökar osäkerheten kring den globala livsmedelsproduktionen. Att rusta produktionen för sådana störningar kommer att kräva betydande investeringar under lång tid framöver.

Med den data vi förfogar över så här långt in i 2026 kan vi samtidigt konstatera att kostnadsinflationen inte är i närheten av de nivåer som präglade 2022–2023. Dagens kostnadsuppgång är försiktigare, men utvecklingen i Mellanöstern och årets extrema väderhändelser visar hur snabbt förutsättningarna kan förändras.

”Klimatrelaterade väderextremer blir allt vanligare och ökar osäkerheten kring den globala livsmedelsproduktionen. Att rusta produktionen för sådana störningar kommer att kräva betydande investeringar under lång tid framöver.”

SVAG FÖRSÄLJNINGSEFFEKT AV MOMSSÄNKNINGEN

Momssänkningen har hittills inte haft någon större direkt betydelse för företagens försäljning, något som rimligtvis måste betraktas som ett misslyckande. Två tredjedelar av producenterna, 65 procent, beskriver den samlade "momseffekten" under april-juni som neutral. För 34 procent har påverkan varit positiv, medan endast 1 procent uppger en negativ effekt.

Det är såklart omöjligt att leda i bevis hur efterfrågan på svenskproducerad mat och dryck hade utvecklats utan en momssänkning. Svensk ekonomi rör sig i en tydligt positiv riktning och de flesta svenskar i jobb har fått uppleva en snabb köpkraftsförstärkning de senaste två åren. Det är därför fullt rimligt att tänka sig att volymökningarna hade varit desamma också med en oförändrad momssats. Det förefaller också vara den tolkning som en stor andel av medlemsföretagen gör.

MOMSSÄNKNINGEN HAR STÄRKT DAGLIGVARUHANDELNS FÖRHANDLINGSMAKT

Såsom beskrivits i våra tidigare konjunkturbrev har momssänkningen – i kombination med en populistiskt färgad matprisdebatt – skapat förväntningar bland allmänheten om att priserna på livsmedel inte kommer att öka, åtminstone inte under resten av 2026. En majoritet (83 procent) av livsmedelsföretagen anser att momssänkningen har skapat sådana förväntningar. Facit så här långt är också att enligt SCB har priserna på livsmedel, om man räknar bort momseffekten, inte rört sig uppåt sedan i februari månad. Tvärtom har priserna minskat mer än vad momssänkningen ensamt kan förklara. Historiskt sett har matpriserna ökat i ungefär samma takt som den allmänna inflationen, cirka 1,5–2 procent per år. Att de minskar är ovanligt.

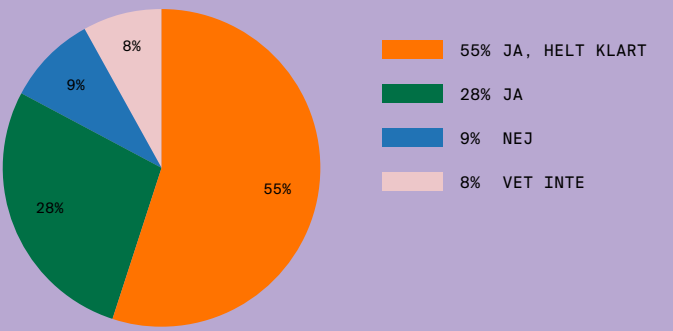
Bild 7. Så här långt in i momssänkningen (april-juni), hur har den i sin helhet påverkat ert företag?

Källa: Livsmedelsföretagen

Mycket positivt	0%
Positivt	34%
Neutral inverkan	65%
Negativt	1%
Mycket negativt	0%
Vet ej	0%

Bild 8. Uppfattar ni att momssänkningen skapat förväntningar om att matpriserna inte skall öka under 2026?

Källa: Livsmedelsföretagen



Under april till juli föll livsmedelspriserna i butik med 5,7-7,2 procent jämfört med motsvarande period året före. Justerat för den direkta effekten av momssänkningen från 12 till 6 procent (motsvarande 5,4 procent) innebär det att livsmedelspriserna sjönk med mellan 0,4 och 1,9 procent under april till juli. Prispressen i kedjan har därmed varit större än vad momssänkningen isolerat motiverar.

Det är en utveckling som går på tvärs med producenternas produktionskostnader, som ju för sex av tio företag ökat under samma tid. Stora delar av dagligvaruhandeln fortsätter att hänvisa till momssänkningen som en anledning att inte släppa igenom leverantörernas önskade leveransprisjusteringar. 67 procent av Livsmedelsföretagens medlemmar uppger att minst en av de tre stora dagligvaruhandelsaktörerna har hänvisat till detta. Nästan hälften, 49 procent, har mött argumentet från samtliga tre stora aktörer. Än en gång ser det ut som att det är producentledet som får betala priset för de politiska kraven på billigare mat.

Bild 9. Prisutvecklingen januari-juli 2026 enligt KPI på livsmedel och alkoholfria drycker. Årstakt.

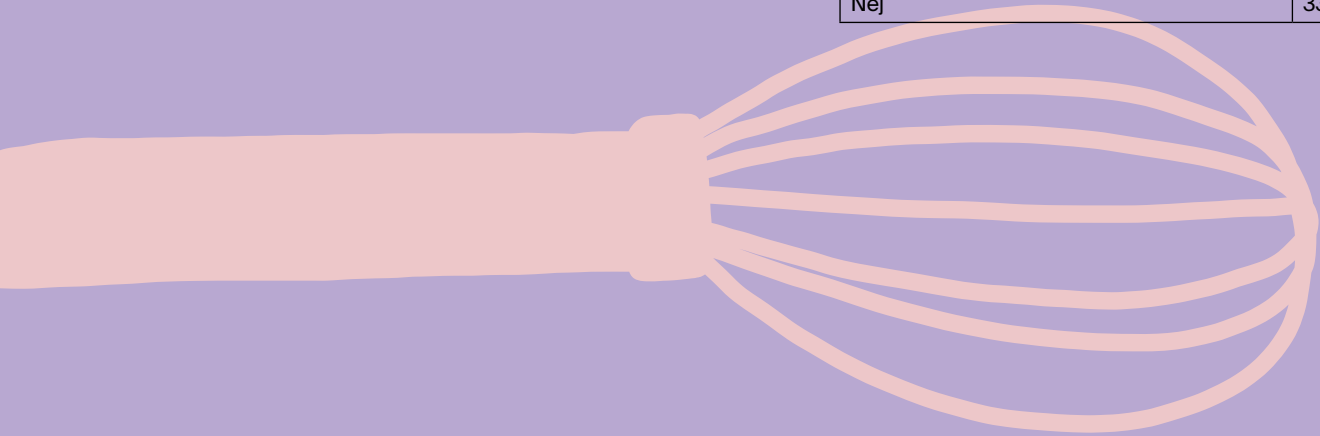
Källa: SCB

	Inklusive moms	Momseffekt borträknad
Januari	3,2	
Februari	1,8	
Mars	0,0	
April	-5,7	-0,4
Maj	-6,2	-0,9
Juni	-6,8	-1,5
Juli	-7,2	-2

Bild 10. Har dagligvaruhandelsaktörerna i era förhandlingar under Q2 hänvisat till momssänkningen som en anledning till att inte acceptera ökade leveranspriser? Endast företag med leveranser till DVH ingår.

Källa: Livsmedelsföretagen

Ja, av samtliga tre stora	49%
Ja, bland två av de största	11%
Ja, från en av de största	7%
Nej	33%



”Stora delar av dagligvaruhandeln fortsätter att hänvisa till momssänkningen som en anledning att inte släppa igenom leverantörernas önskade leveransprisjusteringar. 67 procent av Livsmedelsföretagens medlemmar uppger att minst en av de tre stora dagligvaruhandelsaktörerna har hänvisat till detta.”



EN STARKARE INDUSTRI, MEN OROSMOLNEN TORNAR UPP SIG

Den samlade bilden efter årets andra kvartal är en industri i återhämtning. Försäljningen på hemmamarknaden utvecklas positivt och lönsamheten har stärkts något. Samtidigt har exporten försvagats och produktionskostnaderna ökar för en majoritet av företagen.

För svensk livsmedelsindustri är den fortsatta lönsamhetsutvecklingen avgörande. Branschen är sedan lång tid tillbaka en av landets mest underinvesterade industrigrenar, och utan uthålligt förbättrad lönsamhet riskerar nödvändiga investeringar i produktion, effektivisering och beredskap att skjutas på framtiden. Livsmedelsindustrin är en av de mest konkurrensutsatta branscherna i Europa. Uteblivna investeringar försämrar företagets konkurrenskraft, något som förr eller senare kommer att resultera i uppsägningar och i värsta fall konkurser.

I skrivande stund präglas hösten 2026 mer av risker än möjligheter. Återhämtningen fortsätter förhoppningsvis, men företagets förmåga att få upp lönsamheten blir avgörande i ett läge där kostnadstrycket åter ökar och osäkerheten i omvärlden består.



**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