

Livsmedelsindustrin

– tillväxt under marginalpress

Stark avslutning på livsmedelsåret 2008	14
Livsmedelsindustrin står stabil när det blåser kallt 2009	14
Hinder för tillväxt	16
EMV produktion – en femtedel av den totala produktionen	16
Livsmedelsexporten kan dra nytta av en svagare krona	17
Livsmedelsföretagen – utsatta för marginalpress	19

Livsmedelsindustrin – tillväxt under marginalpress

Stark avslutning på livsmedelsåret 2008

Livsmedelsindustrin kan summera ett förhållandevis bra 2008 när det nu görs bokslut över det gångna året. Inte minst december månads exportökning på övertygande 17 procent talar sitt tydliga språk. Detta var glädjebesked mot en annars ganska dyster ekonomisk fond vad gäller

den svenska ekonomins utveckling under fjolårets sista kvartal då BNP krympte med 4,9 procent i årstakt.

I den första fasen av den recession Sverige, tillsammans med stora delar av världsekonomin, är mitt inne i har livsmedelsindustrin till stor del klarat sig helskinnad.

Det känns glädjande att kunna konstatera då livsmedelsindustrin de facto är en betydande del av den svenska industrin. Under 2008 sysselsatte drygt 3.200 verksamma företag i branschen 56.000 personer, vilket placerar industrin som den fjärde största i landet, sett till antal sysselsatta, se diagram 1 och 2. Omsättningen låg under fjolåret på cirka 167 miljarder kronor. Eftersom livsmedelsindustrin dessutom till stor del lever i symbios med det svenska lantbruket som leverantör av råvaror för förädling, växer betydelsen av denna näringsgren ännu mer. Tillsammans med jordbruket, distribution och service sysselsätts totalt cirka 250.000 personer.

Diagram 1. Antal anställda i livsmedelsindustrin 1995–2008.

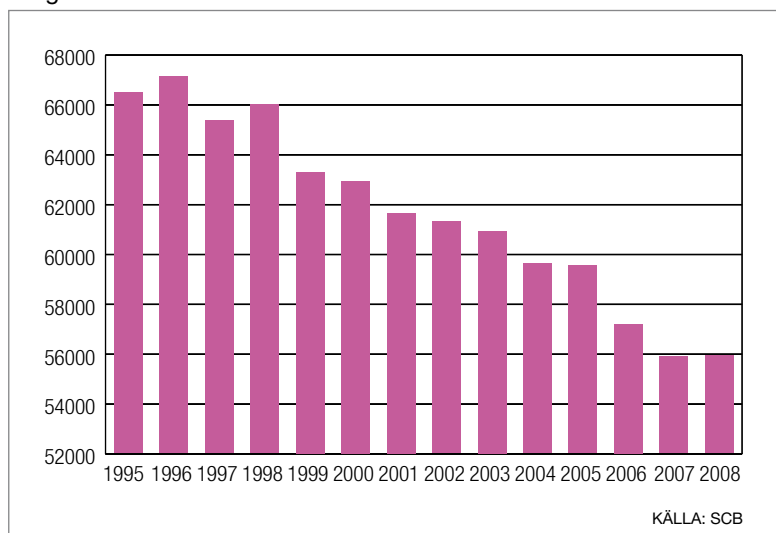
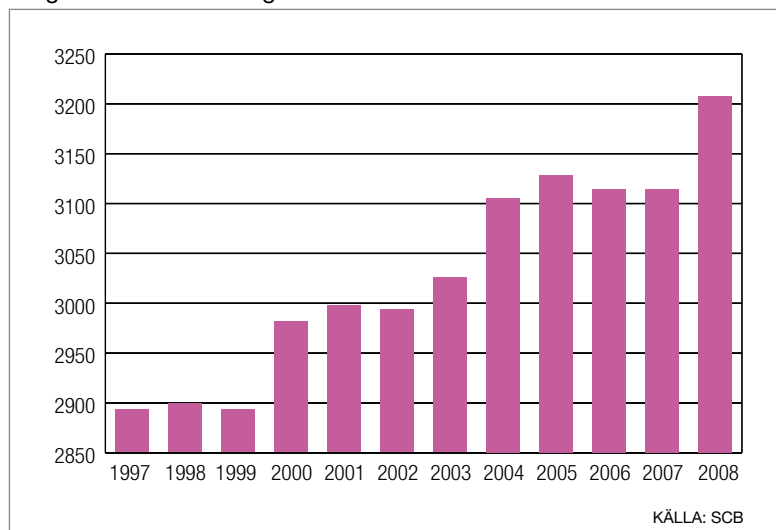


Diagram 2. Antal företag i livsmedelsindustrin 1997–2008.



Livsmedelsindustrin står stabil när det blåser kallt 2009

Första kvartalet 2009 har Sveriges ekonomi kastats in i recessionens andra fas, då varsel omvandlas till uppsägningar. Totalt kommer tiotusentals personer snart att stå utanför den ordinarie arbetsmarknaden. Det kraftiga konjunkturskalv som utlöstes på USA:s finansmarknad under sommaren 2008 åtföljs av frekventa efterskalv med toppnoteringar på richterskalen.

Sveriges BNP förväntas krympa med tre–fyra procent på årsbasis 2009. Magnituden i nuvarande recession matchas endast av den berömda 1930-talsdepressionen. Arbetslösheten i Sverige skrivs sannolikt i tvåsiffriga tal vid slutet av 2009. Denna dystra utveckling till trots kommer verksamheten för livsmedelsföretagen troligtvis att fortsätta växa i samma takt som under 2008.

Helt krasst, hushållen måste fortsätta konsumera mat och kommer att ha utrymme för

det. Som en icke cyklisk bransch är livsmedelsindustrin en stabiliserande faktor i bidraget till svensk BNP. I *Li:s* strukturenkät, som gick ut i mitten av januari i år där medverkande företag representerar 50 procent av branschens totala omsättning 2008, visar det sig att branschen tror på en stabil omsättningstillväxt på sex procent för den inhemska försäljningen 2009. En stor del av denna omsättningstillväxt torde vara driven av välbehövliga prishöjningar (mer om detta längre fram) på i storleksordningen två–fyra procent vilket ger en volymtillväxt i samma storleksintervall.

Makrodata ger klart stöd för denna försäljningsprognos. Till att börja med kan det vara värt att påminna om att endast cirka 15 procent av hushållens disponibla inkomster spenderas på livsmedel vilket gör denna livsviktiga konsumtion förhållandevis konjunkturokänslig (se diagram 3 och 4).

Om svångremmen dras åt för svenska hushåll är det i första hand konsumtion av dyrare kapitalvaror och tjänster såsom restaurangbesök och utlandsseminstrar som får stryka på foten. Som plåster på sårerna kanske man däremot kan unna sig en god matbit från livsmedelsbutiken istället.

Trots de isande tider vårt land upplever så uppskattas hushållens disponibla inkomster öka med tre–fyra procent i fasta priser under 2009. Detta är ett resultat av kraftiga statsfinansiella lättnader, parat med boräntor som halverats på mindre än ett halvår. Ett antagande att relationen för hushållens livsmedelskonsumtion på runt 15 procent av den disponibla inkomsten består under 2009, ger således stöd för medlemsföretagens omsättningsprognos. Allt annat lika borde dessutom den svenska kronans kraftiga fall mot centrala världshandelsvalutor öka den inhemska livsmedelsindustrins försäljningspotential när importerade färdigvaror blivit minst 20 procent dyrare för grossisterna.

Att livsmedelsföretagen kan se framtiden an med tillförsikt framgår även i offentlig scb-statistik som redovisar orderingången med en månatlig intervall, se diagram 5. Mot strömmen av övrig svensk industri uppvisar branschen en ökad orderingång under årets början.

Det bör i detta sammanhang understrykas att livsmedelindustrin som en icke cyklisk bransch

Diagram 3. Livsmedelskonsumtionens andel av hushållens disponibla inkomster, procent. Försäljning inom dagligvaruhandeln.

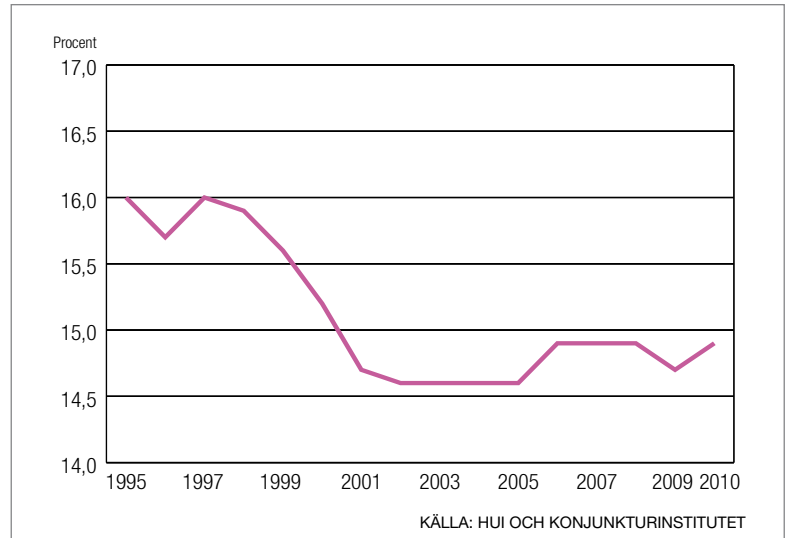
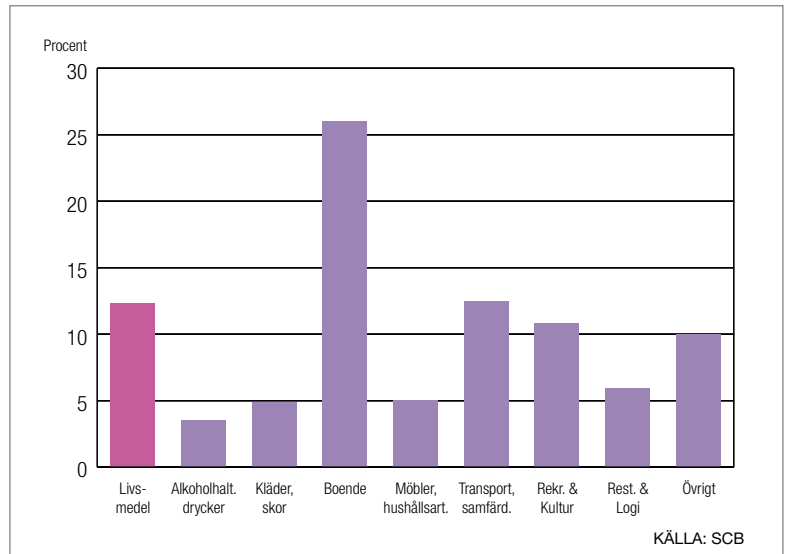


Diagram 4. Hushållens konsumtion fördelat efter ändamål.



förhåller sig mer neutral till konjunkturnedgångar, likväl som konjunkturuppgångar – vilket är väl så viktigt att komma ihåg. Detta framgår tydligt i diagram 6 och 7. I dessa diagram över försäljningsutvecklingen inom dagligvaruhandeln samt över produktionen inom livsmedelsindustrin tydliggörs också att branschen ännu så länge inte drabbats av någon avmattning.

Med en jämn orderingång, och under förutsättning att livsmedelsindustrin kan få igenom nödvändiga prisökningar i slutledet, kommer en relativt trygg anställning för medarbetare under 2009 att kunna upprätthållas. Faktum är att *Li:s*

Diagram 5. Orderingång för transport-, pappers-/massaindustrin samt livsmedelsindustrin. Index 2000=100. Säsongsjusterad, fasta priser.

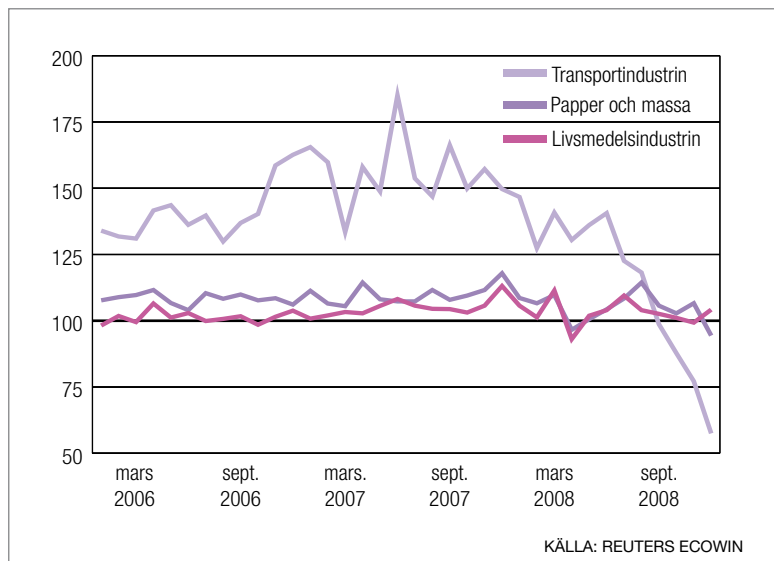


Diagram 6. Livsmedels- respektive sällanköpsvaruhandels försäljnings- utveckling 1995–2008, årlig procentuell utveckling i löpande priser.

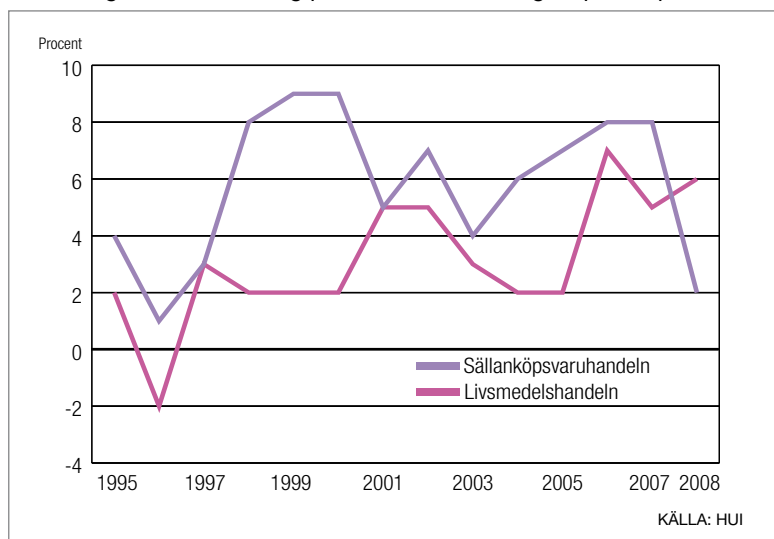
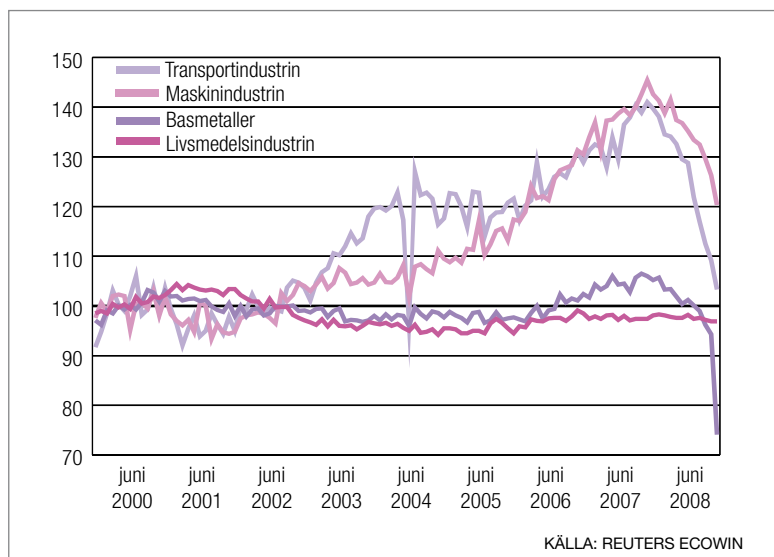


Diagram 7. Olika svenska industrigrenars produktion 2000–2009, index 2000=100.



medlemsföretag snarare verkar vara i behov av viss nyrekrytering. Detta är vad som framgår i vår enkät, visat i diagram 8. Drygt 80 procent av de svarande anger att de behöver anställa personer med gymnasiekompetens med livsmedelsinriktning. Behovet av viss nyanställning av övriga utbildningsbakgrunder hamnar inte långt därefter, undantaget forskarkompetens. Det kan dock vara värt att påpeka att en del av nyrekryteringsbehovet är ersättning för pensions- och sjuk-skrivningsbortfall.

Hinder för tillväxt

Även om livsmedelsföretagen i vår enkät ger uttryck för en ganska positiv syn vad gäller omsättningstillväxten är det just en minskande efterfrågan de ser som det största enskilda marknadshindret under 2009, se diagram 9 som redovisar en rangordning av olika marknadshinder. 32 procent anger det som det enskilt viktigaste hindret och hela 62 procent av de svarande anger en vikande efterfrågan som ett av de tre viktigaste marknadshindren. 26 procent anger ökade råvarupriser som det viktigaste marknadshindret under 2009 – en andel som ökar till 49 procent när man lägger till dem som rangordnat hotet på andra och tredje plats. Två andra hot som branschen har respekt för är ökad konkurrens från andra produkter samt EMV.

Ett annat hinder för livsmedelsföretagen vid förändringar av personalstyrkans sammansättning är, liksom för alla svenska näringsidkare, turordningsreglerna. I *Li:s* enkät anger 58 procent av respondenterna att de upplever att regeln försvårar en anpassning av personalstyrkan efter företagets behov (se diagram 10).

EMV produktion – en femtedel av den totala produktionen

En stor del av Sveriges livsmedelsföretag producerar för dagligvaruhandels egna märkesvaror – EMV. Av de svarande på *Li:s* enkät, vilka tillsammans stod för mer än hälften av produktionsvärdet i branschen 2008, var 60 procent tillverkare av EMV-produkter. För dessa företag utgjorde den genomsnittliga EMV-produktionen 17 procent av den samlade produktionen. En ganska betydande andel med andra ord.

För en majoritet av företagen hade dock andelen EMV-produktion antingen varit oförändrad eller minskat som andel över året, medan endast 35 procent uppvisade en ökad EMV-produktion, mätt mot föregående år (se diagram 11).

Troligtvis kommer vi att få en något högre andel EMV-produkter i handeln framöver. Detta blir åtminstone fallet om Sverige följer i spåren av tongivande länder såsom Storbritannien, Frankrike och Tyskland med betydande EMV-andelar om 35–45 procent av försäljningen inom dagligvaruhandeln. Som jämförelse kan nämnas ICA:s EMV-andel på 18 procent, Coop:s på 17 och Axfood:s på 21 procent. Hur stor del av en förmodad EMV-andelsökning som tillfaller de svenska livsmedelsproducenterna går bara att sja om.

En intressant fråga att ställa sig är hur ökad EMV-produktion påverkar företagets lönsamhet. Intuitivt föreställer sig nog många att lönsamhet och EMV-produktion har ett allmänt negativt förhållande för livsmedelsproducenterna. Ett sådant antagande får dock inget större stöd i Li:s enkät. En knapp majoritet av de företag som sysslar med EMV-produktion anger att de är indifferent ur ett lönsamhetsperspektiv medan en betydande andel om 35 procent påstår sig se ett positivt samband (se diagram 12). Övriga 13 procent menade däremot att deras lönsamhet påverkades negativt av EMV-produktion.

Detta innebär inte med nödvändighet att en fortsatt utveckling mot en situation där EMV-produkter dominerar den enskilde producentens produktion skulle vara gynnsam ur ett lönsamhetsperspektiv. Troligtvis kan ett positivt samband uppvisas så länge industriföretagen har ett förhållandevis bra förhandlingsläge, med en stor andel märkesvaror och en mindre andel EMV-produkter i sin produktion. Den dag produktportföljen är helt styrd av beställaren, dagligvaruhandeln, kommer också lönsamheten att sättas under press. Ett sådant scenario känns dock ganska avlägset för närvarande, åtminstone som ett genomsnitt av dagligvaruhandelns produktutbud.

Livsmedelsexporten kan dra nytta av en svagare krona

Exporten tog åter ordentlig fart under 2008 efter en något lugnare utveckling under 2007. Årets utveckling på hela 15 procent ligger klart över den genomsnittliga nivån på tio procent perioden 1998–2008 (se diagram 13). Därmed krympte handelsunderskottet inom handeln med livsmedel och jordbruksvaror, då importen ökade i något lägre takt (se diagram 14). Alltsedan vårt EU-inträde 1995 har livsmedelsindustrin i Sverige utnyttjat de möjligheter den inre marknaden erbjuder i form av ökad försäljning.

Det är nämligen till EU som den absolut

Diagram 8. Hur ser anställningsbehovet ut för 2009, uppdelat efter utbildningsnivå.

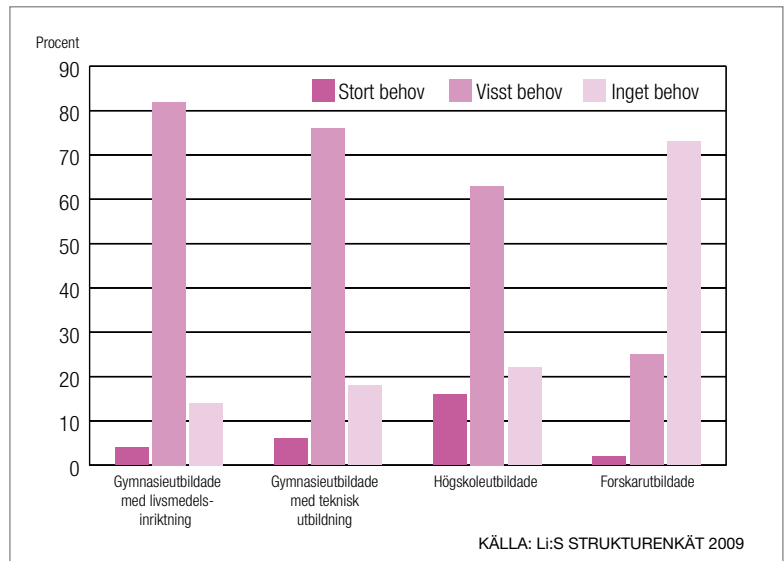


Diagram 9. Vilka bedömer ni vara de största marknadshindren under 2009. Gradering 1 till 3 i fallande ordning.

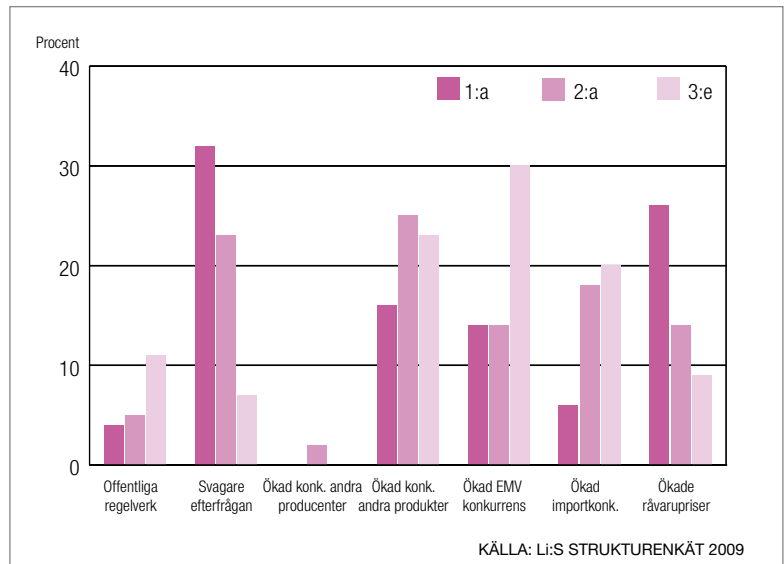


Diagram 10. Har turordningsreglerna vid uppsägning försvårat anpassningen av personalstyrkan till företagets behov under senare år?

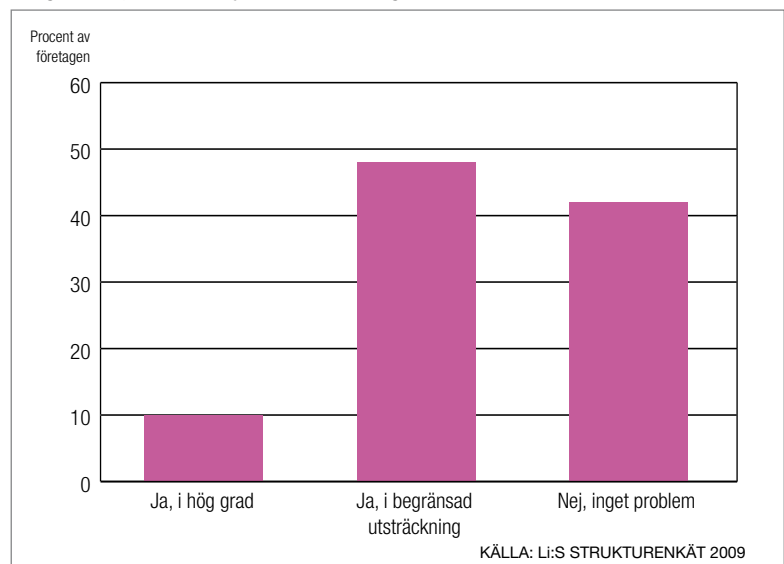


Diagram 11. Hur har er EMV-produktion under 2008 förändrats, som andel av total produktion? Förändring, andel av svarande i procent.

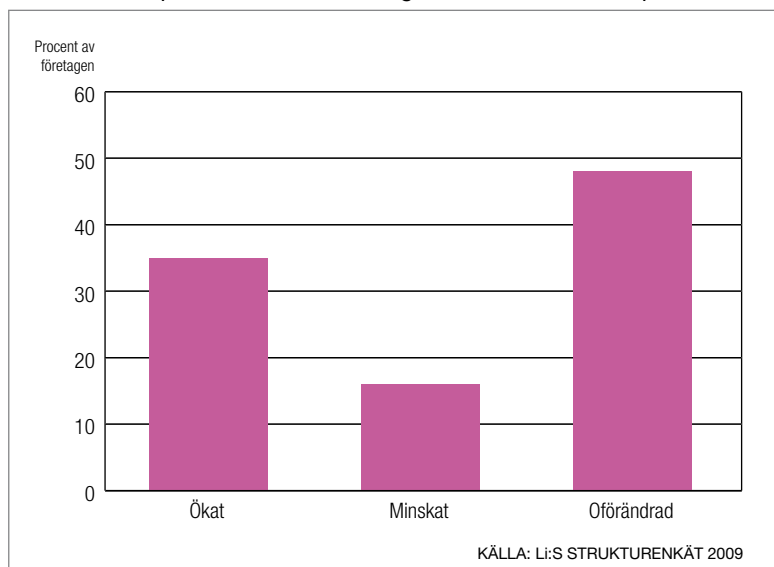


Diagram 12. Hur har lönsamheten utvecklats till följd av EMV-produktion?

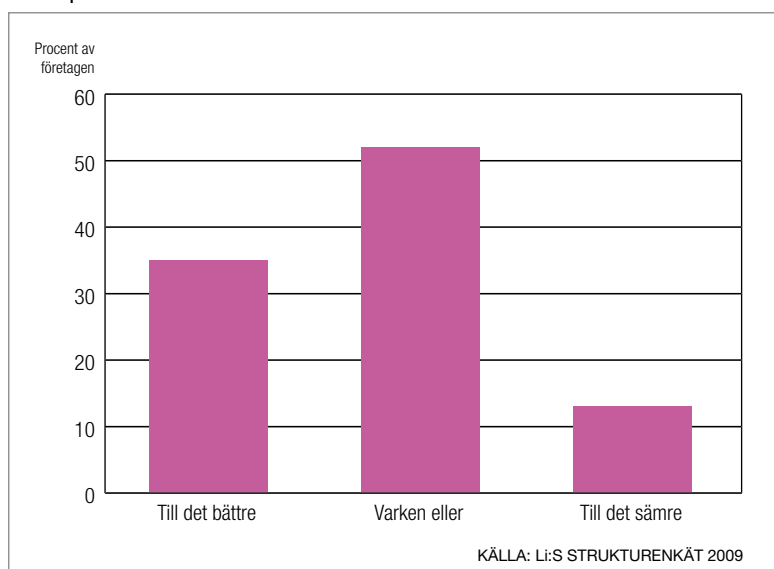
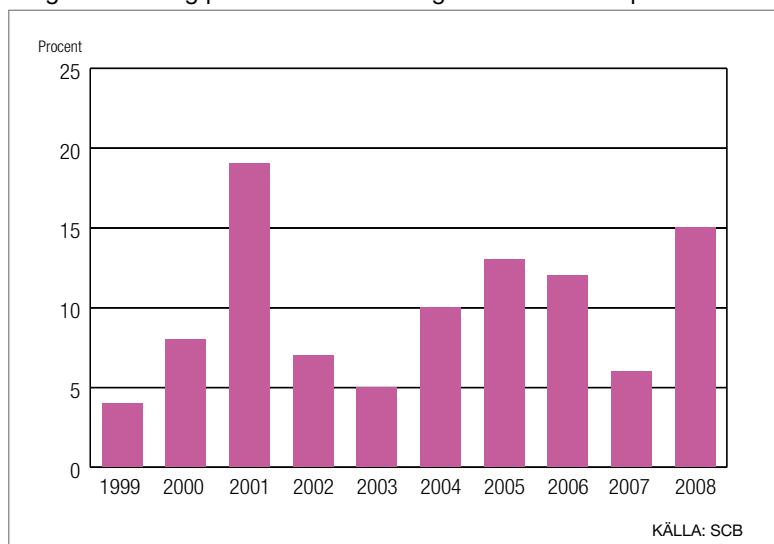


Diagram 13. Årlig procentuell utveckling för livsmedelsexporten.



största delen av den svenska livsmedelsexporten går. För 2009 ser utsikterna för fortsatt exporttillväxt goda ut enligt våra medlemsföretags bedömning. I genomsnitt förväntar de sig att exporten ökar med sju procent jämfört med 2008 års nivå. Av de exporterande företagen (81 procent av deltagarna i enkäten) anger 93 procent att de tror på en ökning i varierande storleksordning, se diagram 15. Detta måste betraktas som en ljuspunkt i ett annars ganska dystert utrikeshandelsscenario.

Svenska livsmedelsproducenter drar naturligtvis nytta av en urholkad svensk krona som ökat den relativa konkurrenskraften i förhållande till Euroland. Som framgår av diagram 16 har kronan på kort tid tappat 20–50 procent mot dollar och euro – och någon snabb förstärkning av kronans värde känns för närvarande avlägsen. Valutaeffekten bidrar också till att öka svenska livsmedelsföretags relativa konkurrensfördel på hemmamarknaden, då importerade livsmedelsprodukter ökar kraftigt i pris.

Med den exceptionellt snabba exporttillväxten av livsmedel sedan Sveriges EU-inträde har branschens andel av landets samlade export ökat som andel. Under 2008 utgjordes fyra procent av landets samlade export av livsmedelsprodukter, vilket de facto är en större andel än exempelvis värdet av exporten för lastbilar eller trävaror. Mycket talar dessutom för att livsmedelsindustrin blir relativt ensam om att öka sin export under 2009, när övriga svenska industrigrenar går på knäna till följd av en abrupt reducerad global efterfrågan.

Den genomsnittliga exportandelen för svenska livsmedelsföretag ligger runt 20 procent, med en mycket stor spridning inbördes mellan branschens företag. Bland storföretagen med stor export märks bland annat Vin&Sprit, Arla, Scan, Pågen, Kraft Foods och Procordia. Även små- till medelstora företag har i många fall en betydande andel export av vilka exempelvis Gillebagaren, Viking Malt, Brämhults Juice, Aromatic, Almondy och Frödinge kan nämnas, vilket också påverkar bredden i exportutbudet.

På samma sätt som konsumenter runt om i världen fått upp smaken för svensk mat och dryck, har naturligtvis svenska konsumenter i motsvarande mån tagit till sig en stor del av nyheterna som importeras. Utan tvekan har den globala konkurrensen inom branschen blivit en faktor att förhålla sig till för alla inblandade parter.

Alltsedan Sveriges EU-inträde 1995 har livsmedelsindustrin utvecklats för att bättre möta

den nya konkurrenssituation som den inre marknaden fört med sig, bland annat med en klart ökande import. Detta har inneburit att företag med ineffektiva produktionsmetoder och icke konkurrenskraftiga produkter lämnat marknaden. I många fall har företag med kända och starka varumärken blivit uppköpta av utländska företag. Sammantaget har produktiviteten i branschen tagit stora steg framåt, till stor del genom en ökad produktion, ökad kapitaliseringsgrad och ökad företagskoncentration. Detta märks också genom att antalet sysselsatta i branschen avtagit över tiden vilket bidragit till att påverka produktiviteten i gynnsam riktning.

Det bör understrykas att parallellt med den ökade koncentrationen och förbättrade produktiviteten inom branschen i sin helhet, har ett stort antal enmansföretagare med småskalig verksamhet tillkommit. Deras avtryck på branschens nyckeltal är dock begränsad.

I ett EU-perspektiv domineras livsmedelsmarknaden fortfarande av lokala producenter, till mycket stor del beroende på rationella faktorer såsom begränsade möjligheter till export/import av färskvaror, förhållandevis lågt förädlingsvärde på en stor del av branschens utbud och stora kostnader för att slå sig in på nya marknader. Men även om importen till Sverige ökat snabbt sedan EU-inträdet så har handelsunderskottet krympt som andel av den totala livsmedels-handeln.

Livsmedelsföretagen – utsatta för marginalpress

Priserna på svenska livsmedel steg förhållandevis snabbt under 2008. En rad olika omständigheter tvingade svenska livsmedelsproducenter att öka sina priser i varierande utsträckning. Några omvärldsfaktorer, som få kan ha undgått, var den snabba globala efterfrågeökningen på vete, ris, soja, majs och mjölkpulver som tvingade upp världsmarknadspriserna till sällan skådade nivåer.

För svenskt vidkommande urgröptes dessutom köpkraften högst avsevärt under årets sista kvartal när kronan föll handlost mot dollarn och något försiktigare mot euron, se diagram 16.

Svenska konsumenter, som under flera års tid vant sig vid att matpriserna endast ökat försiktigt i pris, fick nu för första gången på mycket länge uppleva en prisökning på sina matkassar på runt sex procent. Sett i ett längre tidsperspektiv, 2000–2008, har däremot livsmedelspriserna inte ökat mer än för KPI-genomsnittet, se dia-

Diagram 14. Förhållandet mellan import och export av livsmedel.

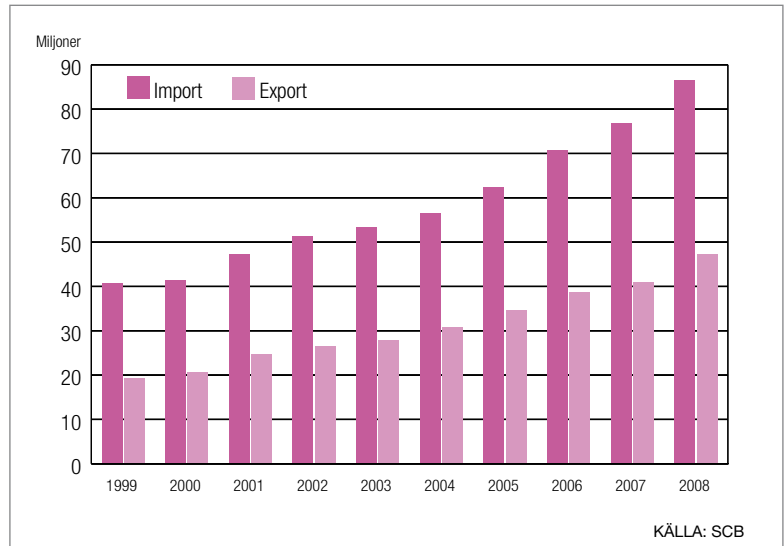


Diagram 15. Livsmedelsföretagens exportförväntningar för 2009.

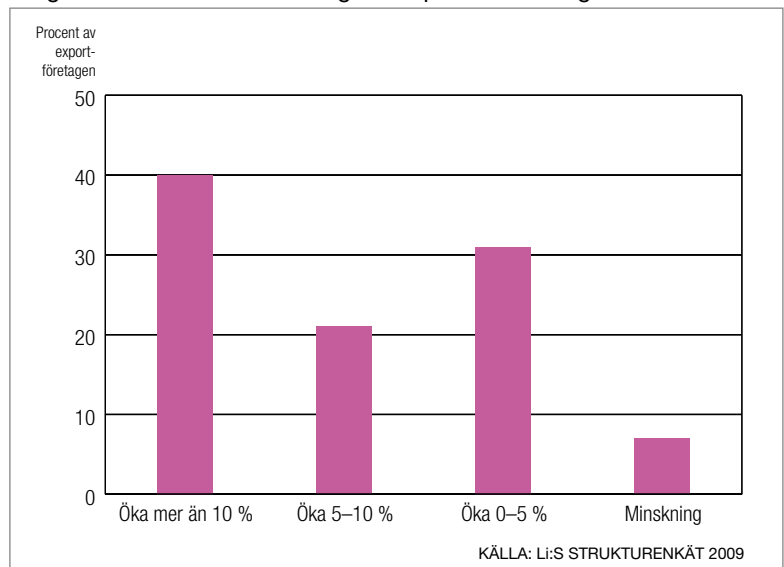


Diagram 16. Svenska kronans utveckling i förhållande till de dominerande handelsvalutorna dollar och euro.

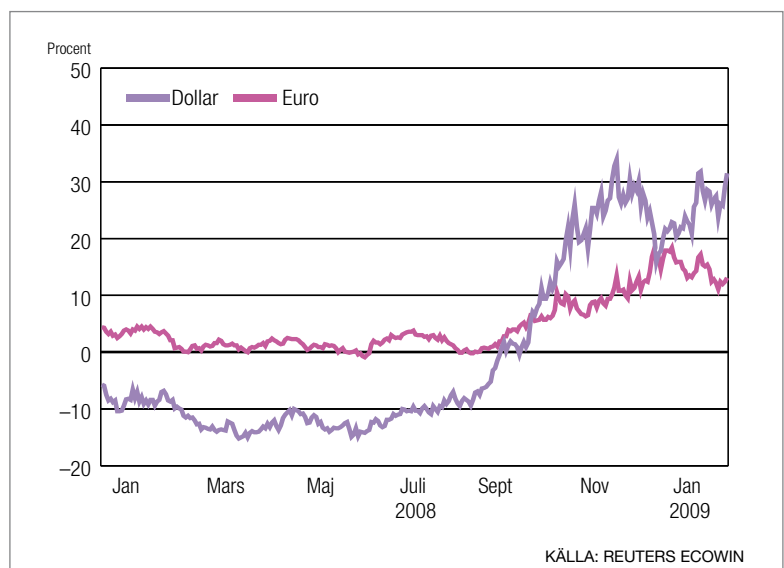


Diagram 17. Livsmedelsprisernas utveckling i förhållande till KPI. Index, basår 2000.

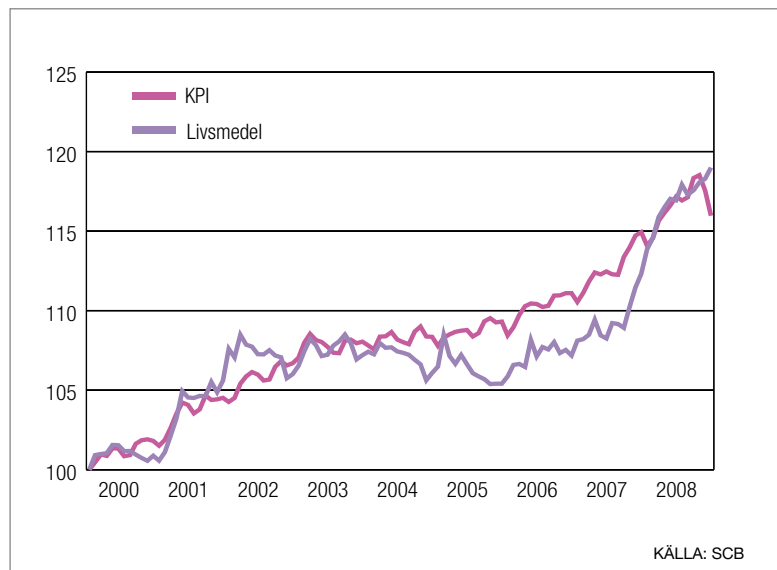


Diagram 18. KPI på livsmedel i Sverige i Euroland. KPI totalt i Euroland.

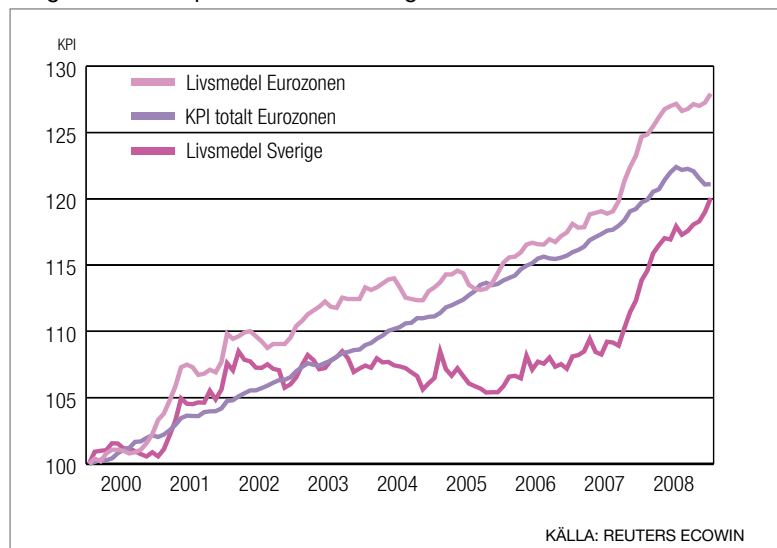


Diagram 19. Världsmarknadspriset på vete handlat på råvarubörsen i Chicago, SEK.



gram 17. I en jämförelse med Euroland uppvisar Sverige en betydligt lägre prisökningstakt på livsmedel, vilket visas i diagram 18.

Med den globala finansiella oron och allmänna konjunkturnedgången i dess spår, har priset på spannmål och mjölkpulver återgått till rimligare nivåer. Detta faktum har på sina håll skapat förväntningar om att priserna på svenska livsmedel som konsekvens också ska falla brett under 2009. De flesta livsmedelsföretag känner dock inte igen beskrivningen att deras inköpspriser generellt skulle ha fallit och har i klartext inget utrymme att sänka sina priser under innevarande år. Skälen till detta är många:

- Det svenska marknadspriset på vetemjöl har inte fallit särskilt mycket, och ligger fortfarande över genomsnittspriset 2006–07.
- Priset på andra råvaror som socker och kakao har ökat betydligt.
- Lönerna inom livsmedelsproduktionen ökar enligt avtal med cirka 3,5 procent under 2009.
- Kronans värdefall ökar priset i motsvarande utsträckning på importen av olika insatsvaror (livsmedel) liksom nödvändiga investeringar i importerad maskinutrustning.

Det är ett faktum att världsmarknadspriset på vete fallit tillbaka från rekordnivån 72 dollar i februari 2008 på spotmarknaden i Chicago, ner till 37 dollar per den sista januari 2009. Under samma period som dollarpriset på vete fallit tillbaka har dock dollarn blivit 25–50 procent dyrare för svenskar. I diagram 19 visas prisförändringen på spotmarknaden i Chicago på vete, översatt till svenska kronor.

Det är dock viktigt att understryka att vare sig spotprisets toppar eller bottnar hinner sprida sig till marknadspriset i Sverige, både vad gäller "business to business" och mot hushållen – därtill är ledtiderna för prissättningen för trögrörslig. Det är således inga svenska kvarnleverantörer som prissatt sitt mjöl efter spotmarknadens absoluta pristopp/botten och följaktligen är det en chimär att tro att vetemjölpriserna på vår inhemska marknad skulle ha rasat med lika mycket som på råvarubörsen i Chicago.

En komplicerande faktor vid en prisdiskussion av vete är dessutom att kvaliteterna varierar, varför en prisangivelse på vete för svenska storbrukare kan vara helt irrelevant, då de kvaliteterna de efterfrågar är prissatta på andra nivåer, där en högre kvalitet betingar ett högre pris.

Medan priset på mjöl blivit något lägre har dock priset på andra råvaror rört sig i motsatt

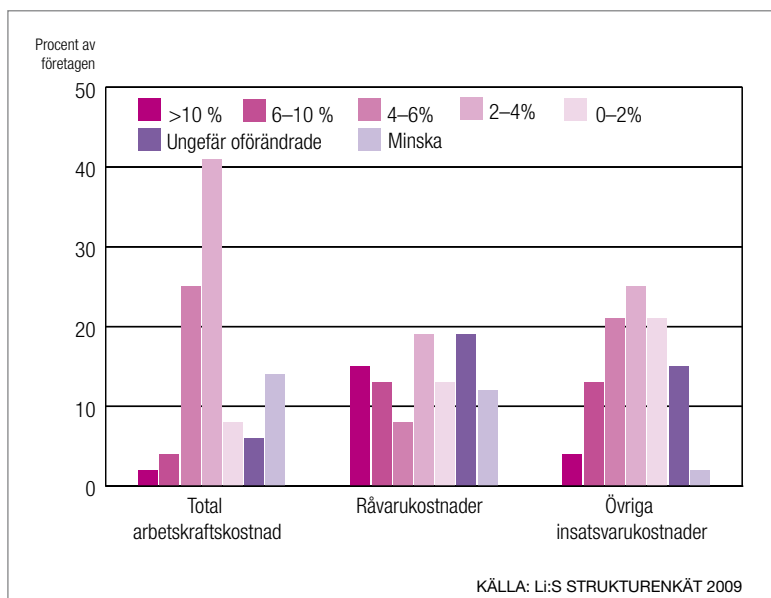
riktning. Världsmarknadspriset på kakao har exempelvis ökat med cirka 50 procent jämfört med samma tid förra året, också förstärkt av den svagare svenska kronan (se diagram 16). Priset på socker har ökat i takt med att euron blivit dyrare, vilket innebär en kostnadsökning på cirka 15 procent. Inget av våra medlemsföretag tror på generellt lägre råvarupriser under 2009. De allra flesta räknar med råvaruprisuppgångar på i snitt två–fyra procent, se diagram 20. Många förväntar sig betydligt större prisuppgångar, lite beroende av tillverkningsnisch. Utöver råvaror är en stor del av den svenska livsmedelsproduktionen beroende av andra importerade insatsvaror, vilka också stigit i pris till följd av kronans värderas.

Med säkerhet kommer kostnaden för arbetskraften under 2009 att öka. Löneavtalen som ingicks 2007 stipulerar en löneökning för innevarande år på cirka 3,5 procent efter att ha ökat med i genomsnitt lika mycket årligen under 2007 och 2008. För den förhållandevis arbetsintensiva livsmedelsindustrin är detta en kännbar kostnadsökning.

Andra fördyringar som branschen måste förhålla sig till är den ofta individuellt anpassade och importerade maskinutrustning som används inom livsmedelsproduktionen. Priset på den importerade utrustningen sätts i dollar eller euro vilket således innebär klara kostnadsökningar för svenska livsmedelsföretag som är på väg att investera i nya maskiner.

Sammantaget växer en bild fram av ett generellt ökande kostnadstryck 2009, där viss prisminskning på insatsvaror äts upp av kostnadsökningar på andra områden. Det är sålunda inte rimligt att förvänta sig sänkta matpriser under 2009. Snarare kommer många livsmedelsproducenter tvingas höja sina priser för att undvika förlust - knappast en önskvärd situation i tider av ökande varsel.

Diagram 20. Hur tror ni priset på centrala kostnadsposter kommer att förändras under 2009?



En knivskarp konkurrens inom branschen tillsammans med den oligopolliknande situationen inom svensk dagligvaruhandel, där producenterna har ett mycket svagt förhandlingsutrymme, har inneburit hårt pressade marginaler. Den genomsnittlige livsmedelsproducenten uppvisar inga "övervinster" utan balanserar snarare på en slak lina mellan vinst och förlust. Under det senaste året har livsmedelsproducenter varit utsatta för kostnadsökningar i allt från transporter, löner och råvaruinköp. Till viss del har man kunnat föra över dessa ökade kostnader till slutkunden, de svenska konsumenterna, men en stor del av ökningarna har man varit tvungen att ta själv. Nu har branschen så att säga "inget mer fett att trimma ner på", fortsatta kostnadsökningar måste därför delas med handeln och slutkonsumenten, i annat fall riskeras utslagning.