



Kvartalsrapport

3. kvartal 2022

Innledning

Markedssituasjonen for mat- og drikkebedriftene i Norge blir stadig mer utfordrende. Produksjonen påvirkes av høye priser på sentrale innsatsfaktorer som råvarer og energi. Samtidig faller etterspørselen, blant annet som følge av at grensehandelen har blitt gjenopptatt på et høyt nivå. I sum fører dette til en situasjon der mat- og drikkenæringen opplever redusert lønnsomhet og reduserte produksjonsvolumer selv om prisene har økt. På vei inn i høst-månedene er utsiktene stadig mer alvorlige for mat- og drikkeprodusentene i Norge.

Energikostnadene treffer mat- og drikkenæringen fra to retninger. Selv om det er viktig at alle bedrifter er opptatt av energieffektivisering, er det likevel vanskelig å redusere energibruken for mange bedrifter. Det er eksempelvis ikke mulig å steke brød på 55 grader celsius, eller å fryse ned grønnsaker over frysepunktet. Samtidig gir høye energikostnader også høyere priser på viktige innsatsfaktorer for industribedriftene i mat- og drikkenæringen.

Det norske dagligvaremarkedet har særtrekk som gjør det vanskelig å ta ut økte kostnader på kort sikt. Bedriftene som leverer til dagligvarebutikker har i hovedsak to muligheter til å justere sine priser i løpet av et år. I perioden mellom disse såkalte prisvinduene kan produsentene normalt ikke endre prisene, og må håndtere kostnadsøkninger selv. Samtidig er næringen bevisst sitt ansvar for å sikre den nasjonale mat- og drikkeproduksjonen, ikke minst i møte med en mer ustabil internasjonal situasjon, også når denne går med tap. Over tid er det likevel ikke mulig å produsere med underskudd.



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

Datagrunnlaget for denne rapporten er innhentet før regjeringen annonserte sin modell for strømstøtte for bedrifter for siste kvartal dette året. Likevel viser tallene noen bekymringsverdige trender som bør følges nøye fremover. Det er en reell risiko for at flere bedrifter vil komme i en situasjon der energisituasjonen og internasjonale markeder fører til at det ikke lenger er mulig å drive en lønnsom virksomhet. Det kan føre til ustabil mat- og drikkeproduksjon, og i ytterste konsekvens utfordre forsynings sikkerheten.

Petter Haas Brubakk,
Administrerende direktør

DIGITAL VERSJON

[Her kan du lese den digitale versjonen av Kvartalsrapporten](#)

Konjunktorene

Produksjonen har falt tilbake til nært normale nivåer, etter en periode med volumer over det normale mot slutten av 2020 og inn i 2021 (figur 1). Samtidig har omsetningsverdien økt gradvis. Økende omsetningsverdi og fallende produksjonsvolum reflekterer pristrenden for mat og drikke, som har hatt historiske økninger sommeren 2022. Stigende omsetning og fallende produksjonsvolum viser at det har blitt mer kostbart å produsere mat og drikke i Norge, spesielt etter siste halvår i 2021, som en følge av høye kostnader for innsatsfaktorer og noe lavere etterspørsel. Konsumprisene for mat og drikke har derfor vokst, samtidig som produksjonsvolumene har falt.

Verdiskapingen i mat- og drikkenæringen har også blitt noe redusert fra historisk høye nivåer under pandemien, og er nå på om lag samme nivå som i 2019. Dette er en justering tilbake til normale nivåer (figur 2), men kostnadsutviklingen for mat- og drikkenæringen er langt fra normal. Dette omtales videre i neste kapittel. Reduksjonen i verdiskaping er relativt lik første og andre kvartal 2022, og det ble skapt verdier for omtrent ni milliarder kroner hvert kvartal, justert for prisendringer. Mat- og drikkenæringen står likevel for den høyeste verdiskapingen i fastlandsindustrien i andre kvartal, dersom man ser bort fra metallvareindustrien.

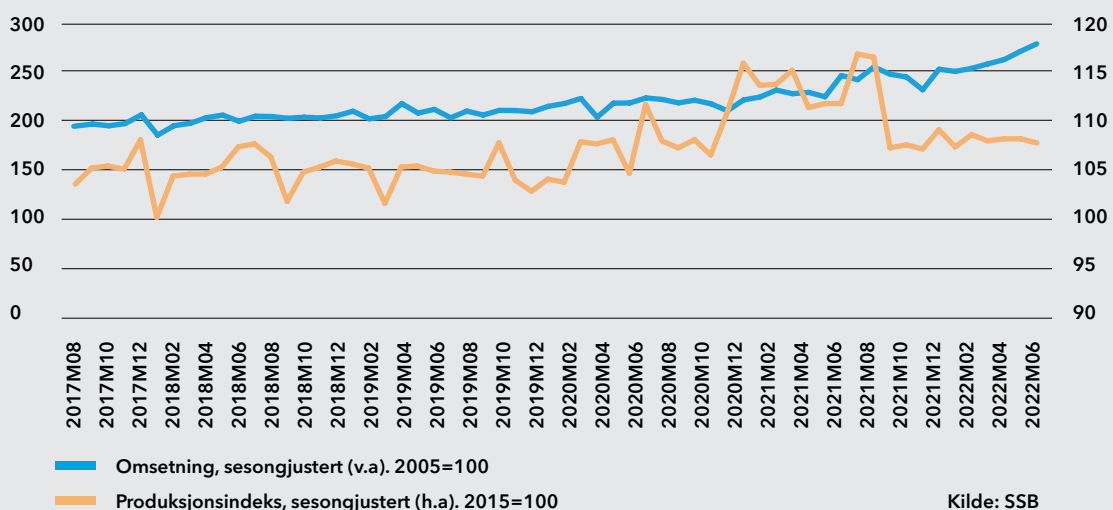
Bedriftene i både NHO Mat og Drikke og NHO totalt egen opplevelse av markedssituasjonen svekkes

fra andre kvartal. Markedssituasjonen for mat- og drikkenæringen er på et historisk lavt nivå. Det har aldri tidligere vært flere bedrifter som melder om en *dårlig* markedssituasjon, enn det er bedrifter som melder om en god markedssituasjon (såkalt nettotall). I tredje kvartal 2022 er dette nettotallet på minus 4 prosentpoeng. På bare ett år (siden tredje kvartal 2021) har markedssituasjonen blitt svekket med 54 poeng, et svært bratt fall (figur 3).

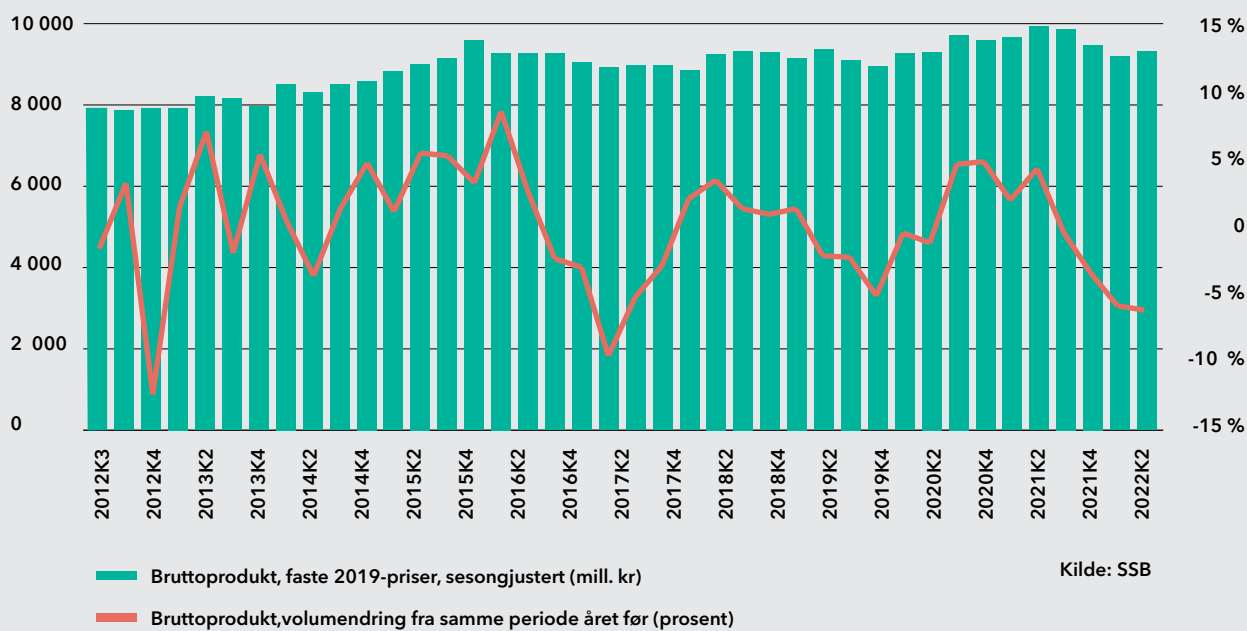
Bedriftenes forventninger til fremtiden svekker seg også kraftig fra forrige kvartal, for både NHO Mat og Drikke og resten av NHOs medlemsbedrifter (figur 4). NHO Mat og Drikkes medlemmer har et nettotall på minus 44 prosentpoeng, noe som er historisk svakt. NHO samlet rapporterer et nettotall på minus 18 prosentpoeng, og vi må tilbake til perioden med nedstengning under pandemien i 2020 for å finne sammenlignbare tall. (Merk at undersøkelsen er gjort før regjeringen annonserte sin ordning for strømstøtte for bedrifter).

Den utfordrende forsyningssituasjonen for sentrale innsatsfaktorer bekreftes av SSBs ordinære konjunkturbarometer for industrien i sin helhet. Rekordhøye andeler rapporterer om knapphet på råstoffer eller elektrisk kraft som en begrensende faktor i produksjonen. Dette inkluderer også matindustrien, der internasjonale trender vil beskrives under.

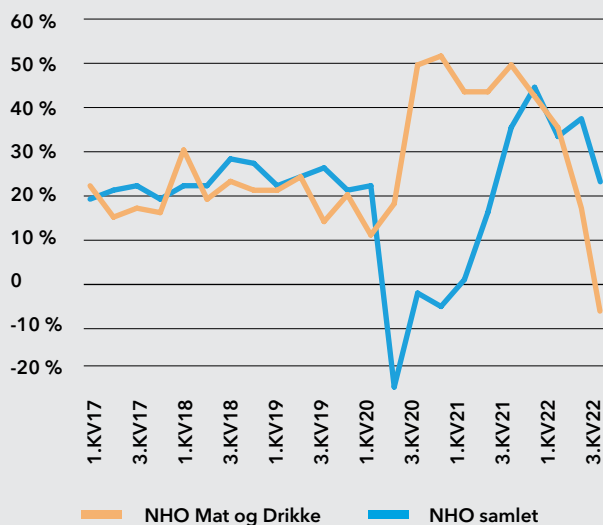
Figur 1: Produksjonsindeks og omsetningsindeks, næringsmiddel- drikkevare- og tobakksindustri.



Figur 2: Verdiskaping, faste priser (v.a.) og volumendring (h.a.) fra året før.

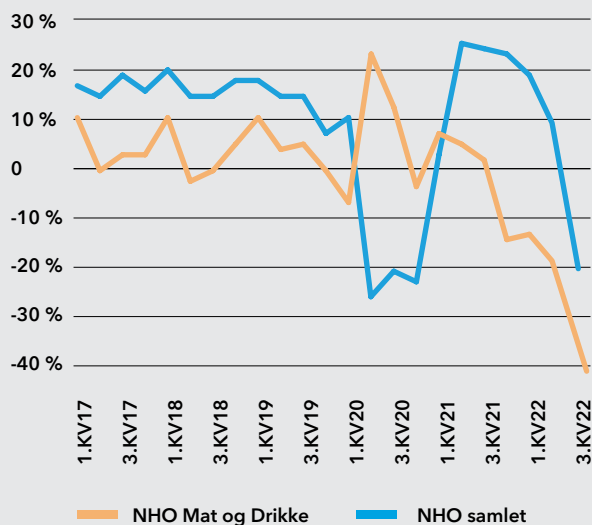


Figur 3: Opplevelse av nåværende markeds-situasjon, NHO Mat og Drikke og NHO.



Kilde: Næringslivets økonomibarometer

Figur 4: Opplevelse av fremtidige markeds-utsikter, NHO Mat og Drikke og NHO.



Kilde: Næringslivets økonomibarometer

Kostnadsbildet

Kostnadsutviklingen gjennom hele verdikjeden for mat og drikke vises nå også i konsumentprisene. Justert for avgiftsendringer og energivarer var dagligvarekjedenes pris til konsumenten om lag 10 prosent høyere i august 2022 enn for ett år siden. Det er viktig å merke seg at konsumprisene for matvarer og alkoholfrie drikkevarer sank noe gjennom høsten 2021. Det påvirker prisutviklingen fra 2021 til 2022 (figur 5).

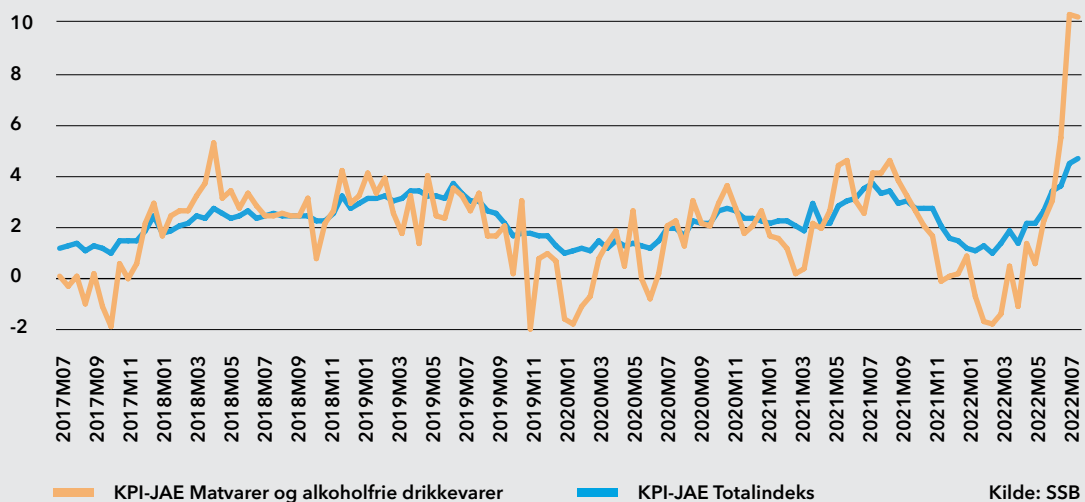
Energikostnadene har fortsatt å stige for bedriftene i mat- og drikkenæringen, og prisen for elektrisk kraft er historisk høy (figur 6). I 2021 brukte mat- og drikkenæringen dobbelt så mye penger på innkjøp av elektrisk kraft som året før, og prisene har fortsatt å stige i et enda raskere tempo. De høye kostnadene for energi skaper et vanskelig kostnadsbilde for mange bedrifter.

Kostnadsutviklingen på sentrale innsatsfaktorer skaper utfordringer for bedriftenes investeringer, både fordi prisene på viktige og sentrale varer har økt, men også fordi sterkt økte driftskostnader gir mindre rom for investeringer. Nær åtte av ti av de spurte medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke opplever økte innkjøpspriser som et stort hinder for

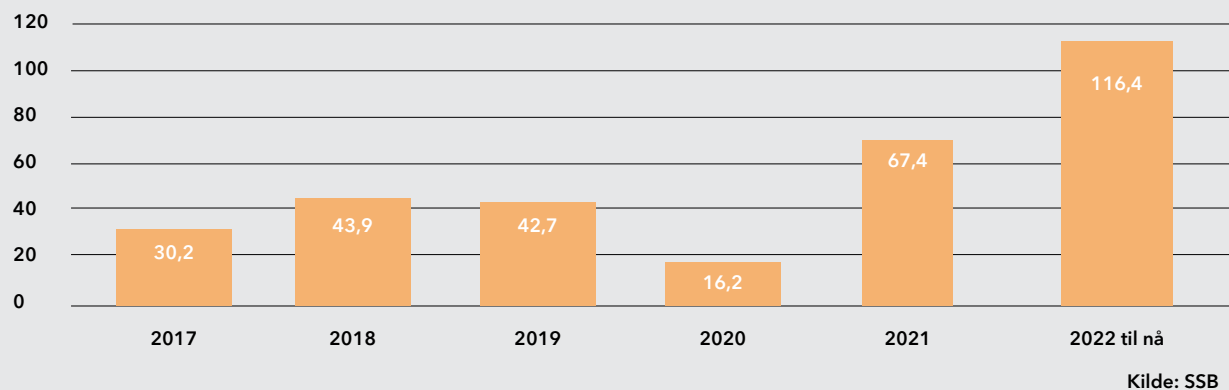
ekspansjon/nye investeringer i sin bedrift (figur 7). Samtidig forventer nesten fire av ti av de spurte medlemsbedriftene at investeringsnivået vil bli redusert i løpet av de neste seks månedene (figur 8).

Det er ikke bare i hjemlige innsatsvarer og energi at kostnadene øker for mat- og drikkenæringen. Mange bedrifter er avhengige av å importere innsatsfaktorer som ikke kan produseres i Norge. Disse innsatsfaktorene har vokst kraftig i pris over de siste fire kvartalene, og prisene på importerte matvarer som innsatsvarer har økt med over en tredjedel på bare ett år (figur 9). Til sammenligning er kostnadene for matvarer importert som konsumvarer omtrent på samme nivå som den hjemlige prisveksten på matvarer. I klartekst betyr dette at ferdigmat importert fra utlandet koster om lag 10 prosent mer enn i fjor, mens nødvendige innsatsfaktorer for matproduksjon i Norge som importeres fra utlandet koster om lag 40 prosent mer – fire ganger så høy vekst. Dette svekker posisjonen til norsk bearbeidende industri i konkurransen mot utenlandske produsenter. Det er vanskelig å peke på en enkeltstående årsak til denne forskjellen, men en viktig faktor vil være internasjonale råvaremarkeder, som omtales i neste kapittel.

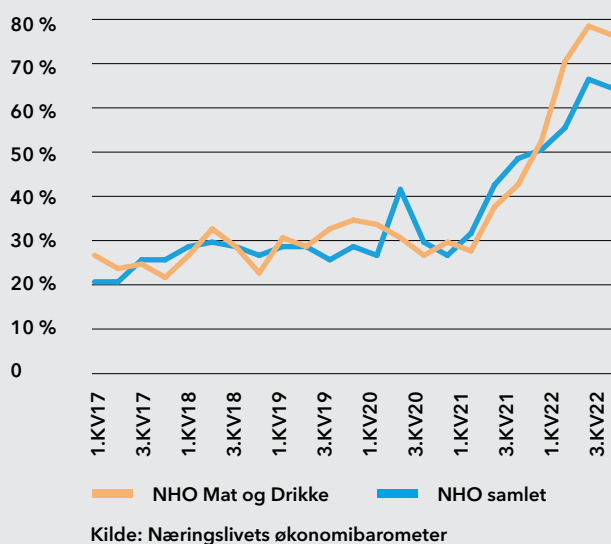
Figur 5: Konsumprisindeks justert for avgifter og energi.



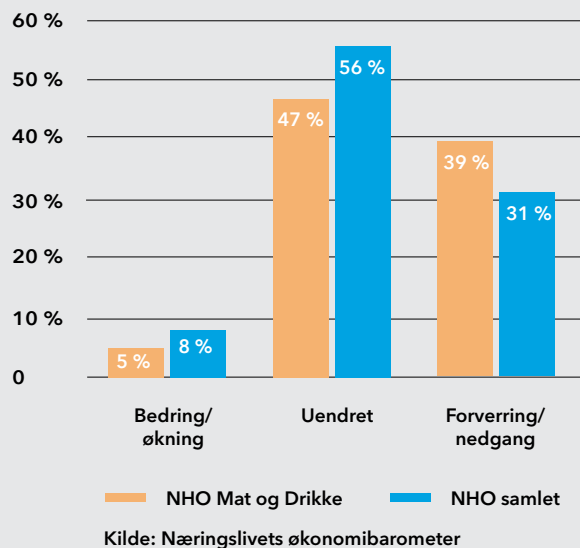
Figur 6: Kraftpris, øre/kWh ekskl. avgifter, industri utenom kraftkrevende industri.



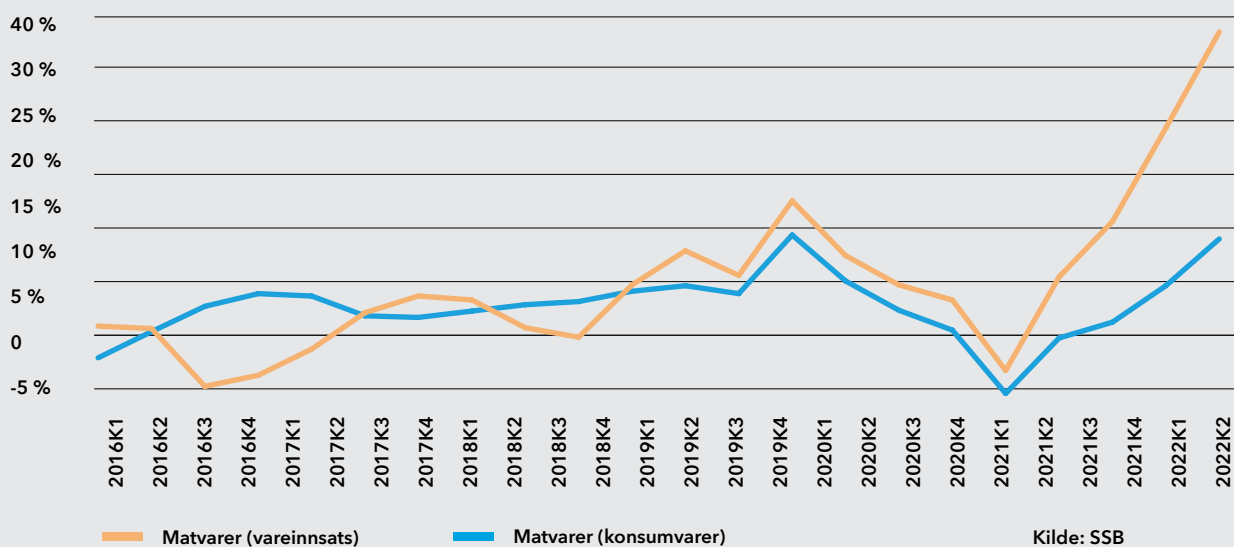
Figur 7: Andel som anser innkjøpspriser som en stor utfordring for ekspansjon/investeringer.



Figur 8: Forventninger til investeringsnivå de neste seks månedene.



Figur 9: Vekst fra samme periode i fjor, prisindeks for import.



Det internasjonale bildet

Internasjonale markeder for mat og drikke er preget av krigen i Ukraina, energikrise i Europa og ekstremvær, som påvirker både kostnader og forsyninger av sentrale råvarer. Tørke og rekordvarme har ført til lavere kornproduksjon enn ventet i flere land i Europa, mens raskt økende kostnader til energi, gjødsel, naturgass, transport og emballasje fører til usikkerhet i verdikjeden for mat og drikke, både oppstrøms og nedstrøms. FoodDrinkEurope, paraplyorganisasjonen for europeisk matindustri, er svært opptatt av behovet for forutsigbarhet for den kommende vinteren og tiltak for å redusere energikostnadene i verdikjeden. Organisasjonen understreker behovet for snarlig handling for verdikjeden for mat og drikke, som sliter med kostnadsøkninger og press fra flere sider. www.fooddrinkeurope.eu/resource/alarm-bells-ringing-for-eu-agri-food-sector-as-energy-crisis-bites/

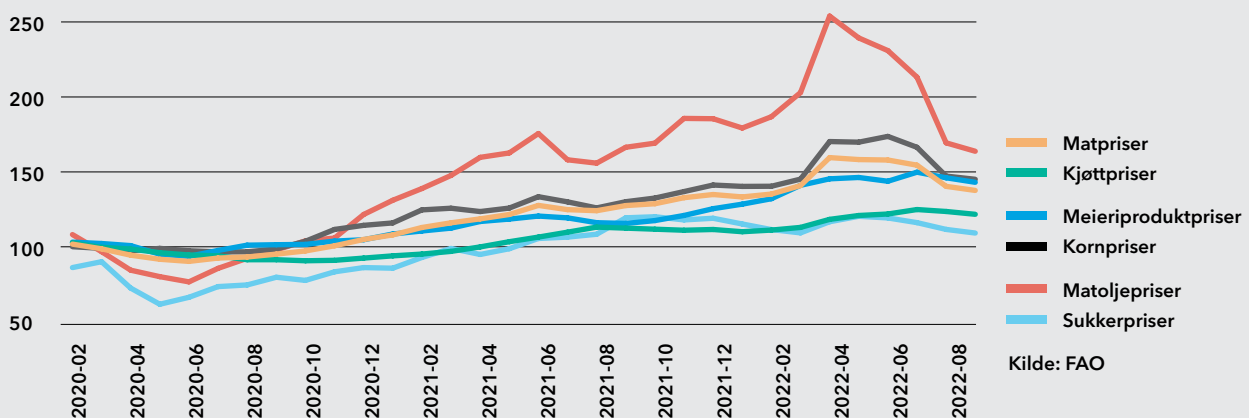
Råvareprisene på verdensmarkedene har falt i fem måneder på rad, etter en kraftig reaksjon på krigen i Ukraina. FNs Food and Agricultural Organization (FAO) rapporterer i sin matprisindeks at verdensmarkedsprisene er om lag på nivå med begynnelsen av inneværende år. Dette er imidlertid fortsatt over normalnivået fra begynnelsen av 2020 (figur 10). Krigen i Ukraina har en synlig effekt på prisene, spesielt i varegruppene vegetabiliske oljer og korn, der både Russland og Ukraina representerer store volumer i verdensmarkedshandelen.

Blant nabolandene våre er utviklingen ikke veldig forskjellig fra Norge. Kostnadsutviklingen i verdikjeden for mat og drikke har forplantet seg til forbrukerpriser blant våre naboland, og i resten av Europa (figur 11). Norge skiller seg ut med moderat prisfall på matvarer og alkoholfrie drikkevarer siste halvår av 2021, men viser nå en prisutvikling som er nærmere våre naboland og EU som helhet. Konsumprisene for mat og drikke blir viktig å følge for europeiske beslutningstakere inn mot vinteren, sammen med tilgang og pris på energi til husholdninger og bedrifter.

Produksjons- og omsetningsindeksene for EU i næringsmiddelindustri viser en form som har noen fellestrekk med industriens situasjon i Norge (se figur 1). I EU ser man et nokså stabilt volum i produksjonen, men omsetningen øker langt mer enn produksjonsvolumet – en refleksjon av økte priser og kostnader i verdikjeden for mat og drikke (figur 12). Det samme fenomenet ser vi i Norge.

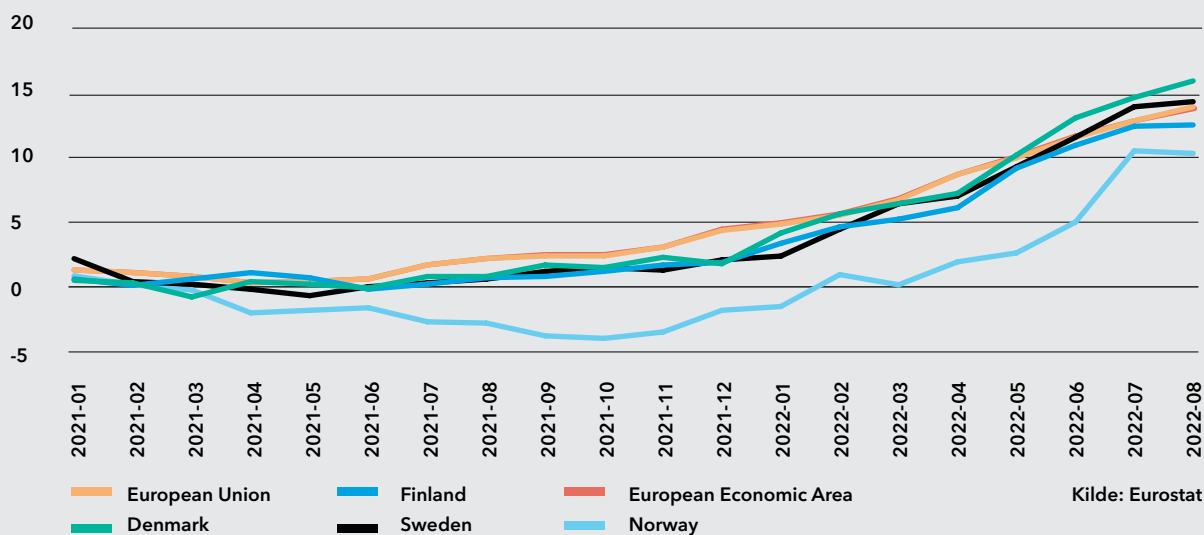
Grensehandelen med våre naboland, især Sverige, har returnert etter perioden med reiserestriksjoner og pandemi. I andre kvartal 2022 handlet nordmenn for 2,2 milliarder kroner på dagsturer til utlandet, og antallet dagsturer går i retning av nivåene fra før pandemien (figur 13). Denne handelslekkasjen bidrar til å trekke etterspørsel, omsetning og verdiskaping bort fra norske bedrifter og butikker, og legger en ytterligere demper på aktiviteten i verdikjeden for mat og drikke.

Figur 10: FAO Food Price Index, samt delindekser.

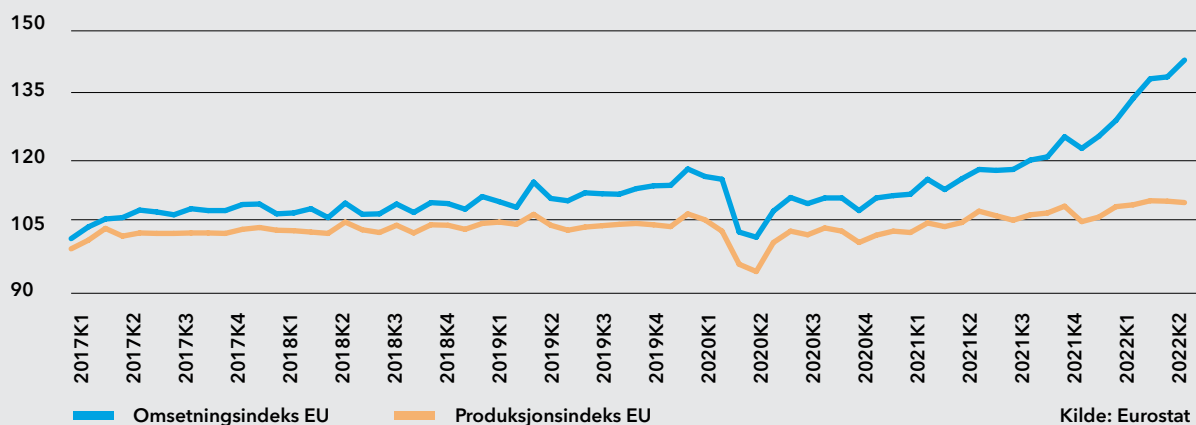


Kilde: FAO

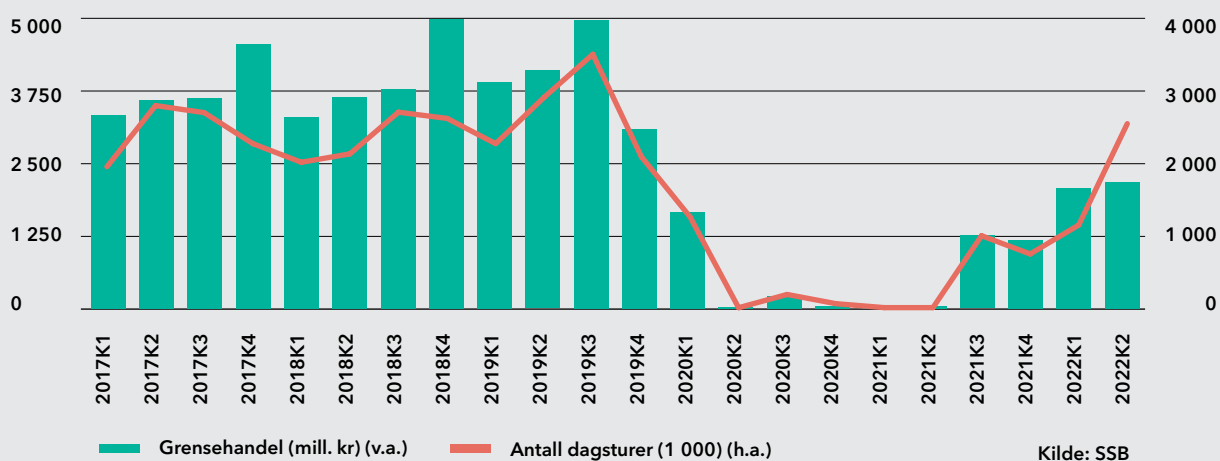
Figur 11: Konsumprisutvikling i EU, EØS og nordiske land. Matvarer og alkoholfrie drikkevarer.



Figur 12: Omsetningsindeks og produksjonsindeks, næringsmiddel-, drikkevare- og tobakksindustri.



Figur 13: Grensehandel og antall dagsturer.



RAPPORT

Kvartalsrapport 3. kvartal 2022

Forsidefoto: Ilja Hendel

BESØKSADRESSE
Næringslivets Hus
Middelthuns gate 27
0368 Oslo

TELEFON
+47 23 08 86 80

E-POST
firmapost@nhomd.no

www.nhomd.no
