



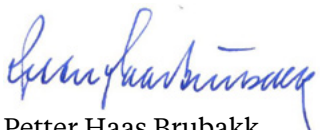
# Kvartalsrapport

## 2. kvartal 2022

# Innledning

Mat- og drikkenæringen i Norge preges denne våren av store, internasjonale utviklingstrekk. Etter en pandemi der næringen gjennom hele perioden klarte å øke produksjonen for å møte samfunnets behov, ser vi nå tegn til at sterk kostnadsvekst og bortfall av etterspørsel påvirker bedriftenes markeds-situasjon. Samtidig påvirker krigen i Ukraina verdensmarkedene. En grensehandel på vei tilbake mot 2019-nivå og økt utenlandskonsum bidrar til redusert etterspørsel. På samme tid gjør høye energi- og råvarekostnader produksjonen kostbar og påvirker bedriftenes lønnsomhet. Denne kombinasjonen gjør at bedriftene i mat- og drikkenæringen melder om svært svake forventninger for den kommende perioden.

Økte produksjonskostnader vil etter hvert slå inn i kostnadene til forbrukeren. Vi ser at dette allerede har begynt i landene rundt oss, med økt inflasjon som resultat. Fremover blir det viktig å følge med på utviklingen for bedriftenes og forbrukernes kostnader, der særlig energikostnader blir viktig, både for bedriftenes direkte produksjon, og for viktige tjenester som transport og logistikk. Utviklingen her vil påvirke konkurransevnen til norske bedrifter overfor utenlandske, og ha mye å si for lønnsomhet, investeringer og optimisme i mat- og drikkenæringen.



Petter Haas Brubakk,  
Administrerende direktør



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

DIGITAL VERSJON

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



# Konjunktorene

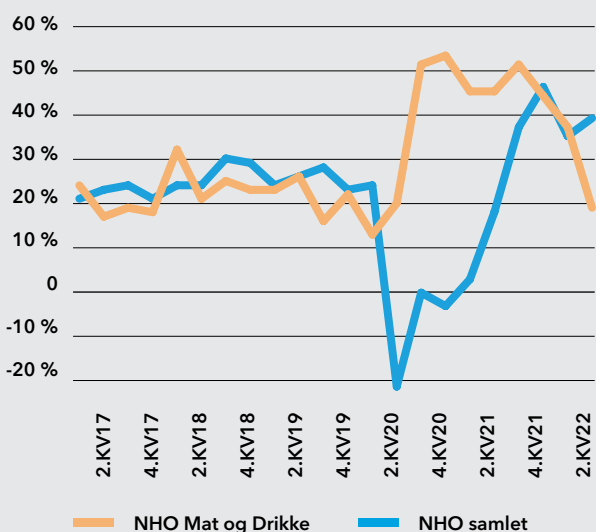
Mat- og drikkenæringen opplever i likhet med mange andre næringer en kraftig brems i økonomien. Markedssituasjonen oppleves stadig mer utfordrende for mange bedrifter, og markedsutsiktene er kraftig svekket. Mens andre næringer opplevde nedgang under pandemien, hadde mat- og drikkenæringen en periode med sterk vekst og optimisme. Denne trenden har nå snudd. Sammenlignet med alle bedriftene i NHO-fellesskapet opplever medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke en vanskeligere markedssituasjon i andre kvartal 2022, som vist i figur 1.

Svekkelsen av markedssituasjonen kommer samtidig som fremtidsutsiktene for medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke er historisk svake. Forventningene til de neste seks månedene viser det laveste nettotallet som noen gang er målt for mat- og drikkeprodusentene i Næringslivets Økonomibarometer. Vedvarende høye kostnader til energi, råvarer og andre innsatsfaktorer bidrar til at markedsutsiktene er svært svake for tredje kvartal på rad (figur 2). Bedriftene i NHO totalt sett har et noe svekket, men totalt sett positivt, syn på markedsutsiktene.

Under pandemien var det markert forskjell i endring av produksjonsvolumet mellom mat- og drikkenæringen og øvrig industri. Mat- og drikkenæringen opplevde kraftig volumvekst i produksjonen gjennom økt hjemlig etterspørsel, samtidig som aktiviteten i andre deler av økonomien falt.

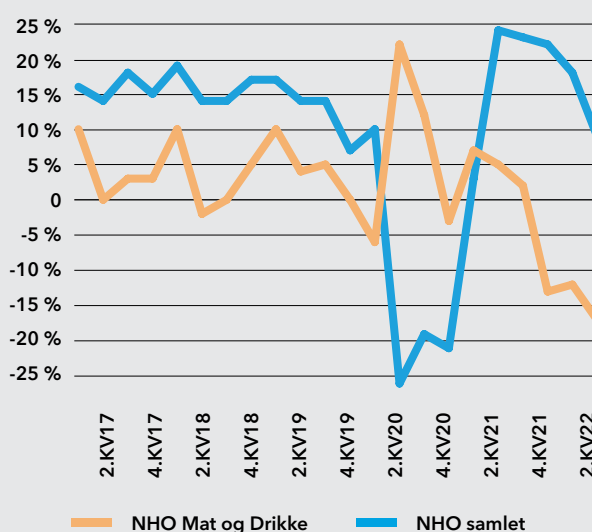
Volumveksten i produksjonen avtok kraftig fjerde kvartal 2021, og er nesten tilbake på nivåene fra før pandemien (figur 3). Fallet skjer samtidig som bedriftene rapporterer om en mindre optimistisk opplevelse av markedssituasjonen. Inntrykket fra produksjonsindeksen reflekteres også i andre datakilder, som nasjonalregnskapet. Omsetningsindeksen for mat- og drikkenæringen er noe redusert fra nivåene i siste halvdel av 2021, og differansen til øvrig industri har minket (figur 4). Voksende omsetningsindeks parallelt med flat eller synkende produksjonsindeks reflekterer situasjonen med bred pris- og kostnadsvekst i industrien generelt.

Figur 1: Hvordan oppleves den generelle markedssituasjonen? Differanse god-dårlig.



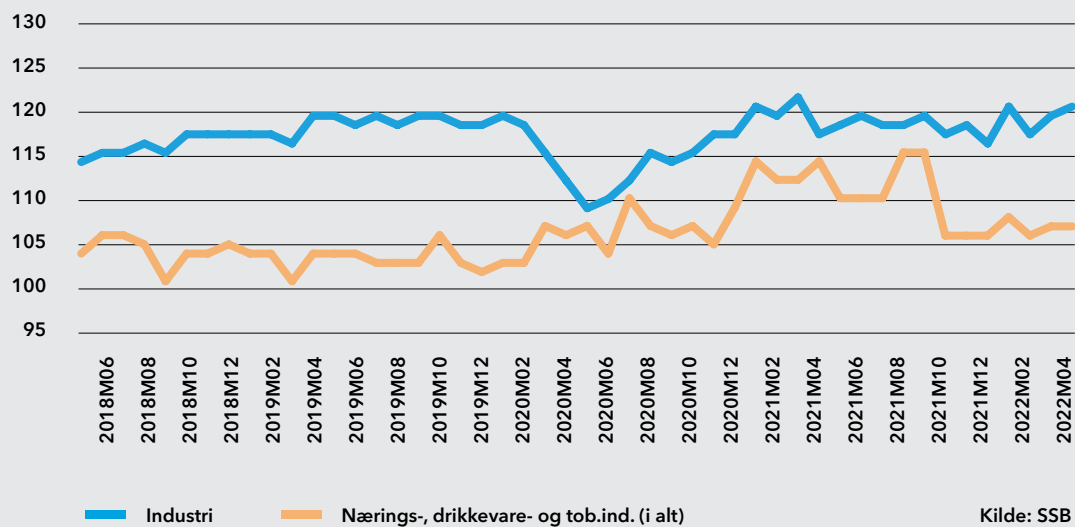
Kilde: NHO/Næringslivets Økonomibarometer

Figur 2: Sett bort fra normale sesongvariasjoner, hvordan vurderes utsiktene for de neste 6 månedene når det gjelder markedsutsiktene generelt? Differanse god-dårlig.

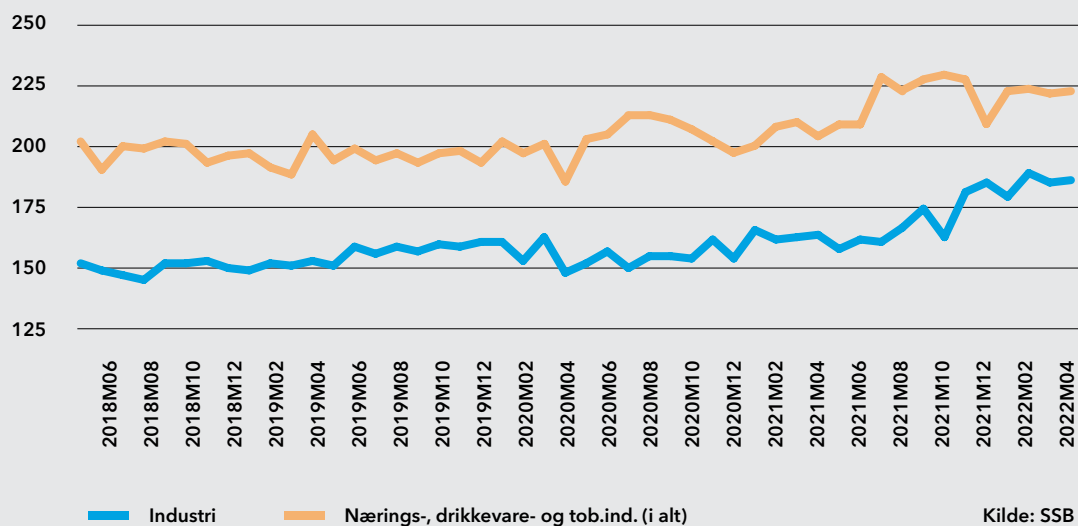


Kilde: NHO/Næringslivets Økonomibarometer

Figur 3: Produksjonsindeks, sesongjustert (2015=100).



Figur 4: Omsetningsindeks, sesongjustert (2005=100).



# Kostnadsbildet

Som nevnt i konjunkturavsnittet har bred prisoppgang på en rekke viktige innsatsfaktorer preget store deler av økonomien vinteren og våren 2022. Inflasjonstrykket blir forverret av den internasjonale situasjonen med krigen i Ukraina og Kinas håndtering av COVID-utbruddet. Samtidig er det viktige hjemlige drivere som skaper et utfordrende kostnadsbilde for bedriftene.

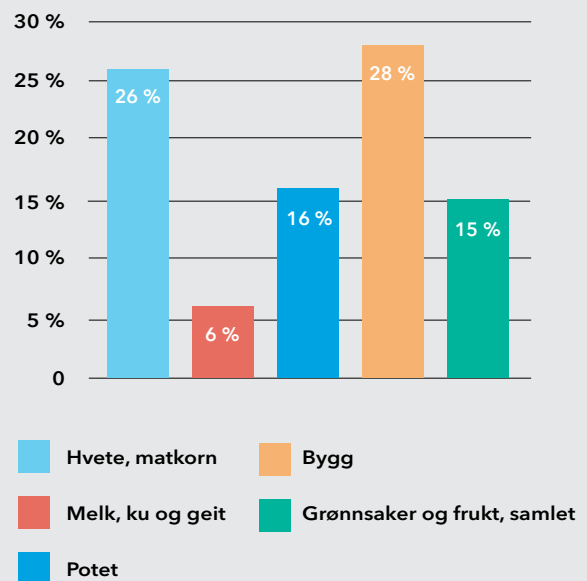
Mat- og drikkenæringen i Norge sørger for avsetning for råvarer fra norsk jordbruk, og jordbruksavtalens bestemmelser om målpriser påvirker næringens kostnader direkte. I jordbruksavtalen for 2022 ble målprisene økt på flere sentrale varer som foredles i industribedriftene, som matkorn, poteter og frukt og grønnsaker (figur 5). Økningene i målprisene vil inntreffe i andre halvdel av 2022 og inn i 2023.

Gjennom vinteren og våren har bedriftene opplevd historisk høye strømkostnader, og foreløpig er det kun husholdningene og primærprodusentene som har fått støtte til å håndtere dette. Dette har truffet bedrifter i Sør-Norge spesielt hardt, mens kraftprisene i Nord-Norge har vært markant lavere. Kraftprisen for industri utenom kraftkrevende industri var første kvartal 2021 ti ganger så høy som tredje kvartal 2020 – en vekst på 1000 prosent på kun halvannet år (figur 6). Den unormale kostnadsveksten for energi har kommet raskt, og har stor betydning for mange bedrifter, som ikke kan justere energibruken sin på kort sikt.

Bedriftenes egen opplevelse av situasjonen bekrefter et utfordrende kostnadsbilde, der innkjøpspriser skiller seg ut som den viktigste begrensningen for ekspansjon og investeringer (figur 7). Over tid fører høye innkjøpspriser til høye produksjonskostnader, og en svekket konkurranse-situasjon for norske bedrifter sammenlignet med utlandet. Nær åtte av ti medlemsbedrifter i NHO Mat og Drikke opplever innkjøpsprisene som en stor utfordring.

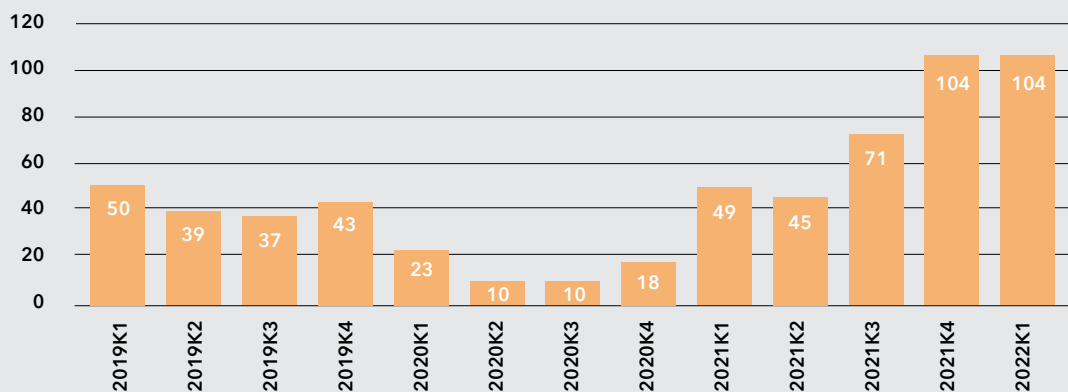
Bedriftenes produksjonskostnader reflekteres først i produsentprisene, der det er bred oppgang i mange sektorer. Energi er en viktig driver for produsentprisene, og høye energikostnader til strøm og drivstoff bidrar til indeksens retning. Næringsmiddel- og drikkevareindustri vokser mindre enn totalindeksen, noe som kan skyldes flere faktorer, men den kontrollerte prisdannelsen på råvarer gjennom landbrukspolitikken spiller antakelig en rolle (figur 8). Selv om mat- og drikkenæringens produsentpriser vokser mindre enn totalindeksen er 12-månedersveksten likevel på over 12 prosent.

Figur 5: Målprisendringer (%), jordbruksavtalen 2022. Landbruks- og matdepartementet, egen beregning.



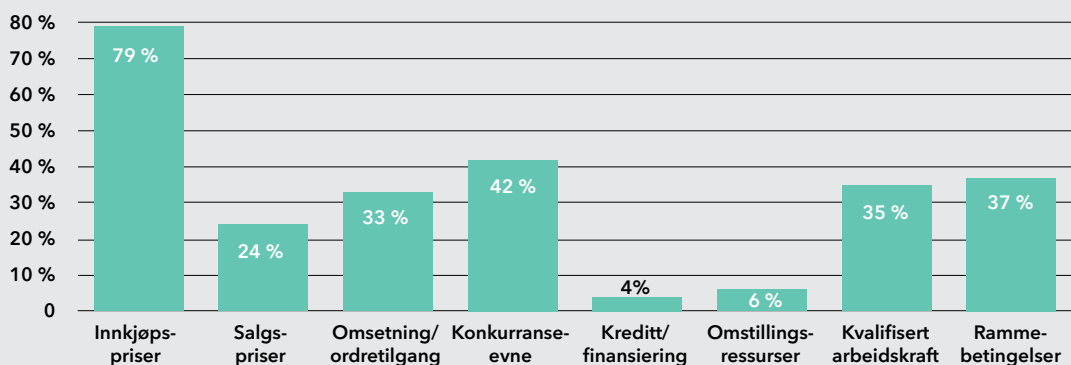
Kilde: Landbruks- og matdepartementet, egen beregning

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



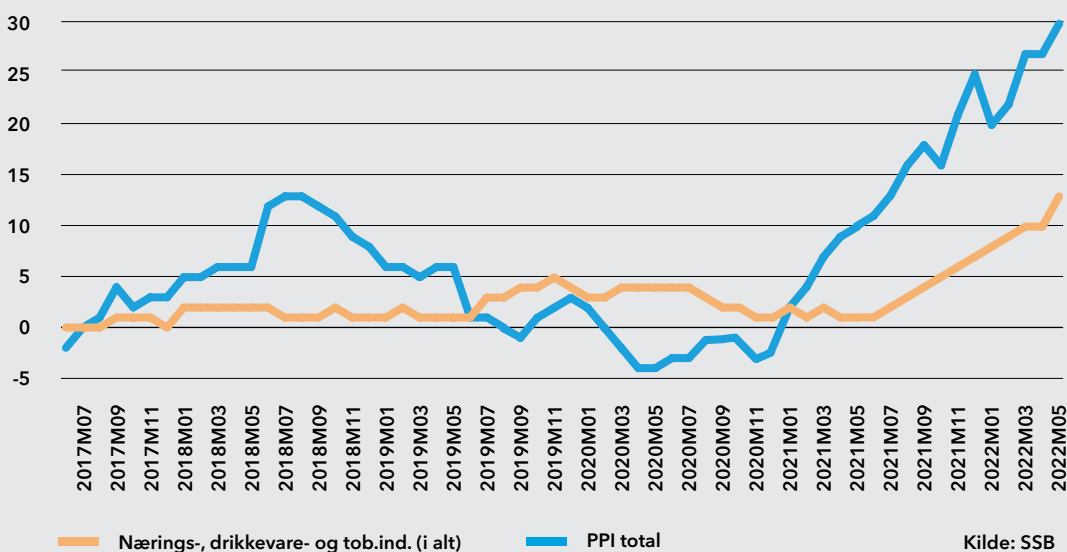
Kilde: SSB

Figur 7: Andel som svarer "stor utfordring" på spørsmål om hinder for investering/ekspansjon, medlemsbedrifter i NHO Mat og Drikke.



Kilde: NHO/Næringslivets Økonomibarometer

Figur 8: 12-månedersvekst (prosent), hjemmemarked, produsentprisindeksen.



Kilde: SSB

# Det internasjonale bildet

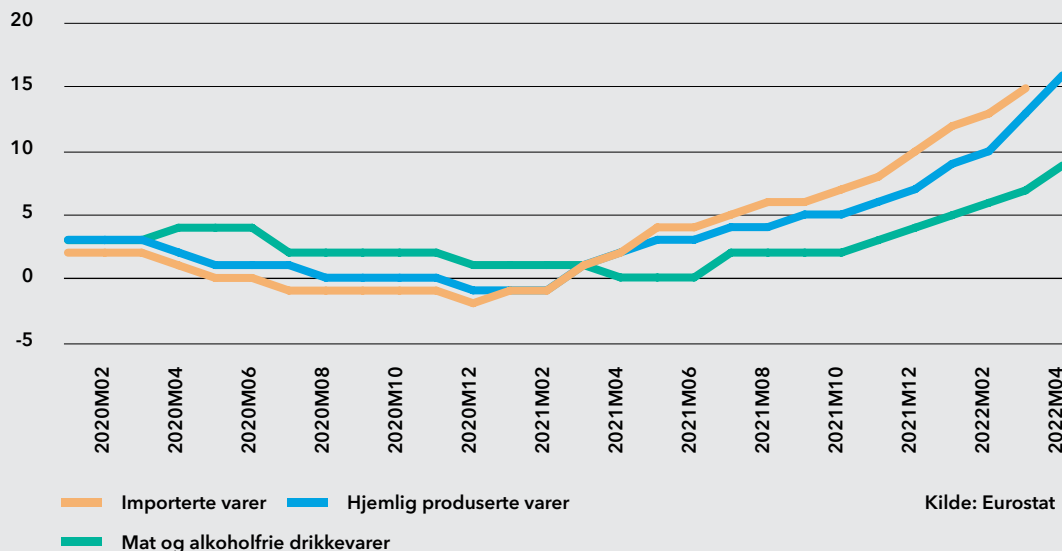
Utenfor Norges grenser ser man mange av de samme utviklingstrekkene når det gjelder inflasjon og utfordringer med råvaretilgang og energi. Samtidig har globale verdikjeder vist seg å fungere godt, selv om krigen i Ukraina og pandemihåndteringen i Kina påvirker pris og tilgang på en rekke varer og tjenester, spesielt transport og logistikk. Råvare- og energikostnader fører til vekst i produksjonskostnadene for mange bedrifter, og dette gir etter hvert utslag for forbrukerne. Kostnadsindeks for importerte varer og hjemlig produserte varer følger hverandre tett i Europa, med stigende kurve i mat- og drikkesektoren (figur 9).

Internasjonale råvaremarkeder har vist markant kostnadsvekst, også justert for generell prisstigning. Dette påvirker produsenter i hele verden, inkludert Norge. FNs landbruksorganisasjon FAO beregner månedlige prisindekser for varegrupper innen matvarer og en samleindeks. Denne har vokst jevnt og raskt siden midten av 2020, og viste en kraftig reaksjon på Russlands invasjon av Ukraina i 2022, spesielt delindeksen for matoljer (figur 10). Indeksen har falt to måneder på rad, men er fortsatt på et høyt nivå, noe som reflekterer høye råvarekostnader globalt.

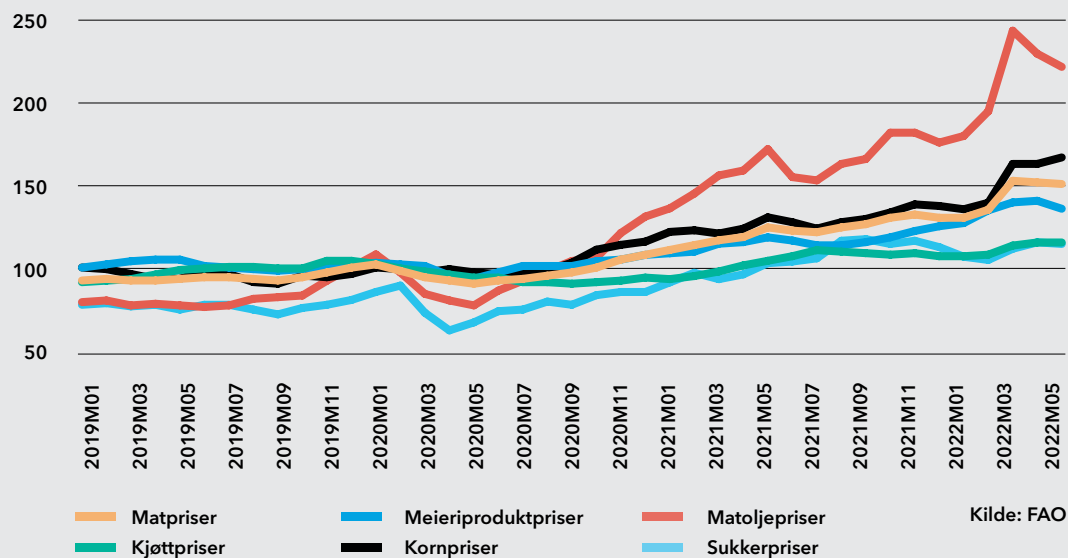
Handelsvolumene for matvarer og drikkevarer importert til Norge har vært nokså stabile i forkant av pandemien. I løpet av perioden med reiserestriksjoner og nedstengninger økte volumet av importerte drikkevarer kraftig, antakelig som erstatning for det som vanligvis er konsumert i restauranter og uteliv, samt tax-free og utenlandskonsum. Matvareimporten viser også en mindre oppgang på et senere tidspunkt under pandemien (figur 11).

Grensehandelen, primært med Sverige, har i mange år vært en hovedkonkurrent for den norske mat- og drikkenæringen. Grensehandelen hadde jevn vekst i både handlebeløp og antall dagsturer gjennom 2010-tallet, men stoppet brått opp under pandemien. Nå ser man igjen økende grensehandel, som svekker mat- og drikkeprodusenter, dagligvarebutikker og Vinmonopol på norsk side av grensen. Til tross for omikron-varianten og innreiseforbud i Sverige i deler av første kvartal 2022 grensehandlet nordmenn for over to milliarder kroner, se figur 12. Uten tiltak for å redusere grensehandelen er det sannsynlig at denne vil gjenopptas på nært normale nivåer innen kort tid.

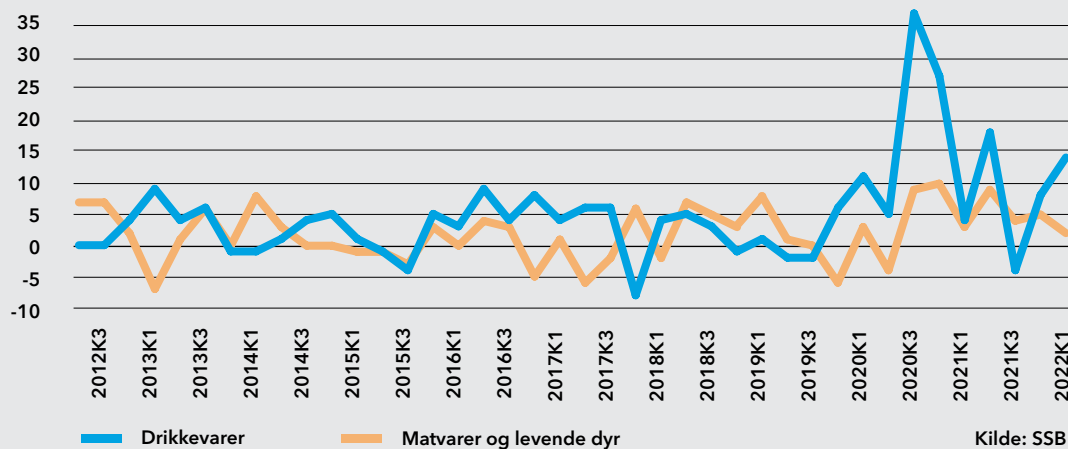
Figur 9: Produsentpriser og importpriser, næringsmiddel-, drikkevare- og tobakksindustri, EU27. Konsumpriser, mat og alkoholfrie drikkevarer, EU27. Vekst fra samme periode i fjor (%).



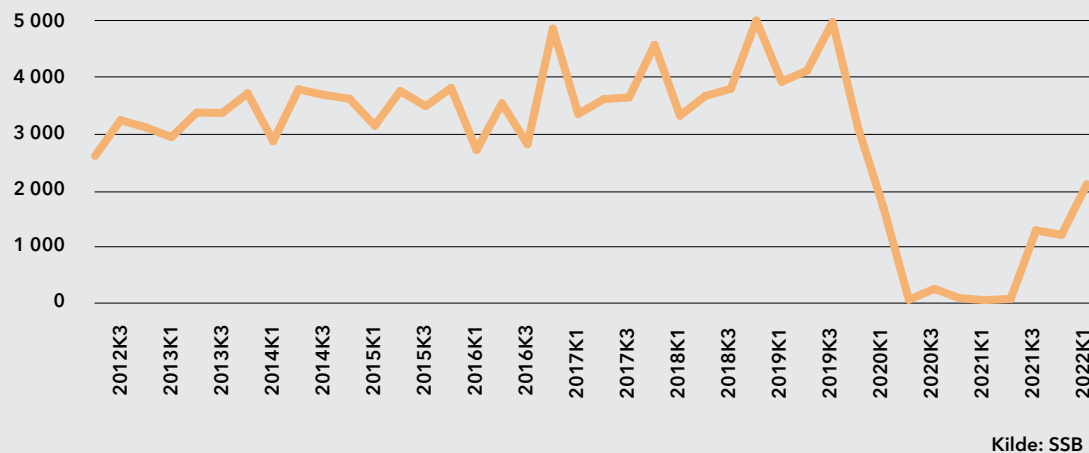
Figur 10: FAO Food Price Index, samt delindekser. Justert for inflasjon. 2014-2016=100.



Figur 11: Volumindeks, import, prosentvis vekst fra forrige år.



Figur 12: Grensehandel, mill. kr, kvartalsvis.





RAPPORT

**Kvartalsrapport**  
2. 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](http://www.nhomd.no)

---