



Små livsmedels- och mathantverksföretag på landsbygden

Utmaningar och möjligheter för hållbar lönsamhet

Den här rapporten är framtagen för att ge dig som driver eller arbetar i ett småskaligt livsmedels- eller mathantverksföretag på landsbygden en överblick över de omvärldstrender och förändringar som påverkar din verksamhet. Rapporten presenterar vilka utmaningar och möjligheter som omvärldstrenderna kan ge upphov till.

Vi på Sweco har tagit fram rapporten på uppdrag av Jordbruksverket. Vår analys och rapport bygger till stor del på intervjuer med företagare som dig. Vi har också genomfört intervjuer med branschorganisationer, myndigheter och rådgivarorganisationer i syfte att få en övergripande bild av livsmedelssektorn och inspel kring identifierade utmaningar och möjligheter för små mathantverks- och livsmedelsföretag på landsbygden. Uppdraget har genomförts under 2024.

Vi vill med detta ge en överblick av utmaningar och möjligheter – och ge dig kunskap och inspiration för att hitta nya vägar för att göra din verksamhet ännu starkare, lönsammare och mer hållbar i en snabbt föränderlig värld.

Vårt uppdrag har omfattat alla fyra delsektorer i livsmedelssektorn, det vill säga primärproduktion, livsmedelsindustri, handel och restaurang. Vi har fokuserat på små företag med mindre än 50 anställda. I syfte att fånga upp eventuella geografiska skillnader har vi intervjuat företag i olika delar av landet – från Norrbotten till Skåne.



Trender och faktorer i omvärlden som påverkar små företag

Megatrender är övergripande globala trender som påverkar samhället och näringslivet på olika sätt. De påverkar därmed även ditt företag. Vi har begränsade möjligheter att påverka dessa trender, utan behöver hitta sätt att förhålla oss till dem.

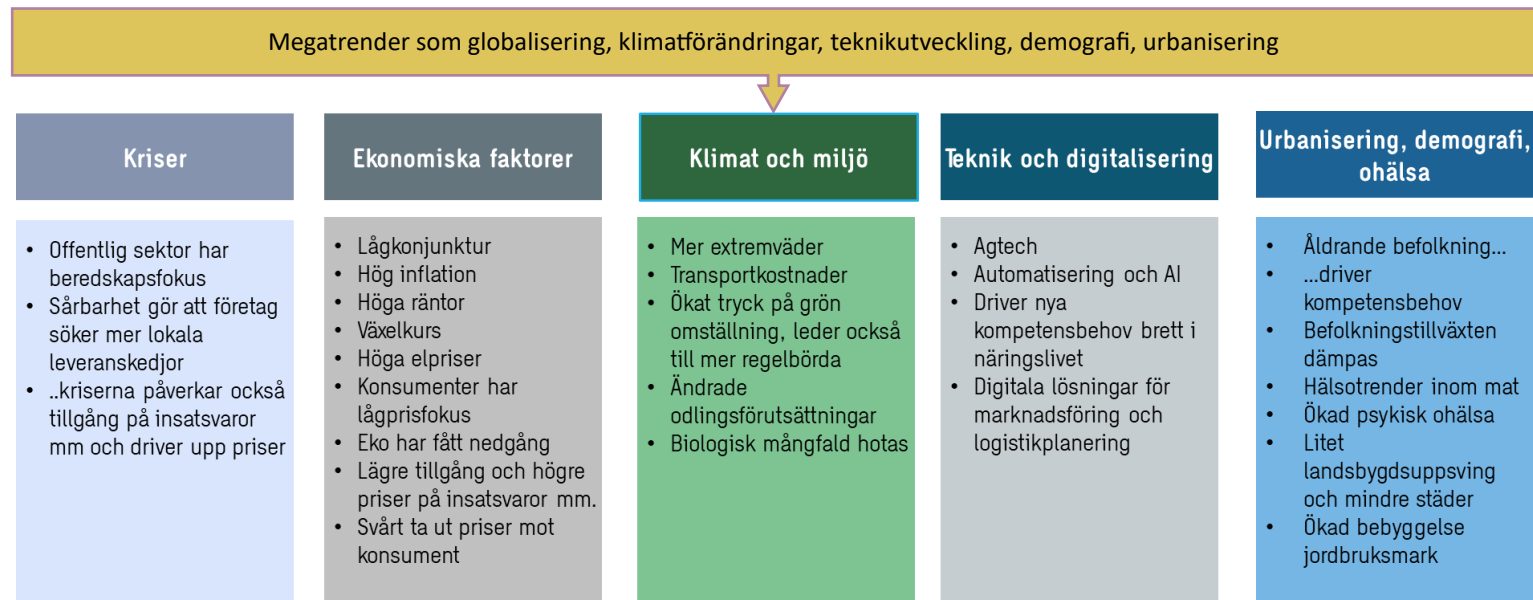
Globaliseringen har de senaste åren mött motstånd i form av ökad protektionism och sårbarhet i globala leveranskedjor, delvis på grund av pandemin och krig. Företag söker nu mer lokala lösningar, och beredskapsfrågor har fått ökad politisk uppmärksamhet i Sverige.

Klimatförändringar är en annan central fråga som påverkar flera branscher och som innebär behov av förändringar av arbetssätt och beteenden. Extremväder har blivit vanligare, vilket exempelvis påverkar primärproduktionen. Näringslivet spelar en viktig roll i den gröna

omställningen, med EU:s lagstiftningspaket "Fit for 55" som ett exempel för att nå klimatneutralitet till 2050.

Teknikutveckling, automatisering och digitalisering går snabbt och påverkar både samhället och näringslivet. Det skapar nya behov av kompetens inom IT och digitala färdigheter även i livsmedelssektorn.

Urbanisering har länge varit en tydlig trend, men har i Sverige mattats av något. Demografin visar på en både global befolkningstillväxt och en åldrande befolkning i många länder, inklusive Sverige. Det medför utmaningar för kompetensförsörjning. Sociala trender inkluderar hälsotrender inom mat samt en ökad psykisk ohälsa. Generation Z har ett större fokus på miljöfrågor och högre krav på balans mellan arbete och fritid, vilket kan påverka arbetsmarknaden.



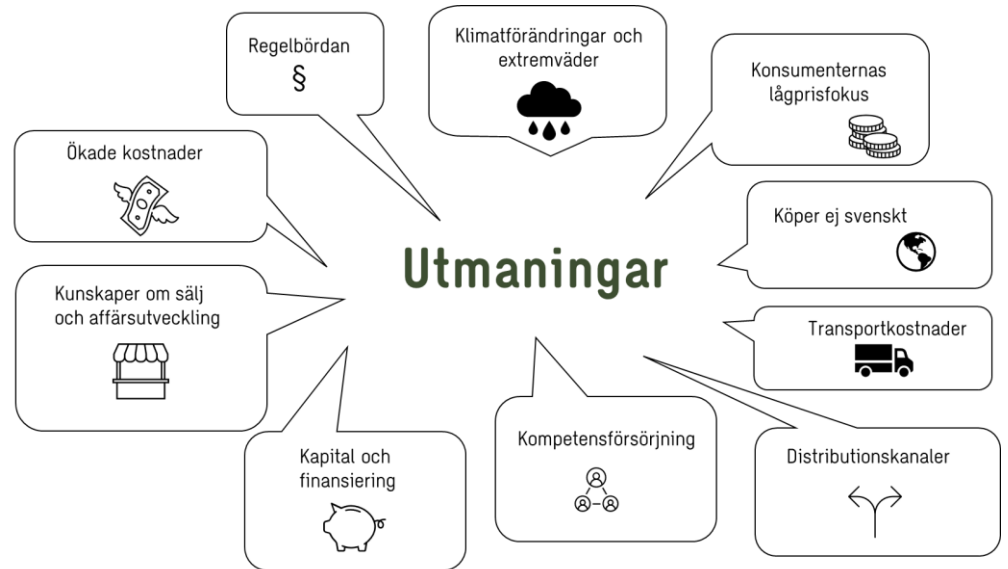
Utmaningar som behöver hanteras

Trender och omvärldsfaktorer är som sagt svåra att påverka och vi behöver alla fundera över hur vi kan förhålla oss det till som sker i omvärlden. Det medför vissa utmaningar. Flera av dem känner ni säkert till. De utmaningar som uppkommit i vår studie sammanfattas i figuren till höger och beskrivs kort nedan.

Ökade kostnader. Globala priser på livsmedelsråvaror började öka 2020 i samband med Covid-19 pandemin. Kriget i Ukraina tillsammans med konjunktur och inflation har sedan 2022 drivit upp priser och tillgång på råvaror och gödningsmedel. En svag växelkurs för svenska kronan är en annan faktor som lett till ökade priser på importerade varor för svenska livsmedelsföretag. Till detta kan adderas höga energipriser och höga räntor. Det finns begränsade möjligheter för små företag att hantera de ökade kostnaderna genom att sätta högre priser gentemot kund på grund av priskänslighet.



Ökade matpriser i kombination med lågkonjunktur, höga räntor och energipriser har i sin tur medfört att konsumenterna prioriterar sina livsmedelsinköp annorlunda. Konsumenterna fokuserar mer på lågpris, exempelvis konsumeras butikskedjornas



egna märkesvaror nu i högre utsträckning. Vi ser också en lägre efterfrågan på ekologiska livsmedel och till viss del även lokalproducerade livsmedel.

Intresset för lokalproducerat upplevs ha ökat, men det avspeglas ännu inte riktigt i köpbeteendet. Intresset tycks ha ökat både bland dagligvaruhandel, offentliga organisationer och hos konsumenter. Men det syns fortfarande inte riktigt i det som konsumeras.

Regelbördan. Lagar och regler är sällan anpassade efter de små företagen. Det finns inte bara en stor mängd befintliga regler utan regler tillkommer och förändras över tid. Exempel på nya regelverk sprungna ur behovet av ökad hållbarhet och som påverkar livsmedelsföretagen är EU:s regelverk om producentansvar för förpackningar. Det har medfört ökade kostnader som är betungande för små företag. Regelverken kan vara svåra att navigera och de små företagens resurser är begränsade jämfört med stora företag. Det gäller både ekonomiska och personella resurser för att

hantera kontroller och uppföljning. Regelverken är dessutom sällan anpassade efter småskaliga företags verksamhet och verklighet. Fundera gärna på konkreta exempel på regelkrångel som du kan lyfta fram på olika sätt, exempelvis när ditt företag är i kontakt med myndigheter.

Kontrollavgifter och tillsyn tar inte heller full hänsyn till de småskaliga företagets behov och kan vara betungande. Dagens kontrollsystem innebär ibland dubbelrapportering till olika myndigheter. Mer samverkan och koordinering mellan myndigheter vore därför önskvärt.

Klimatförändringar med extremväder och snabbare väderväxlingar påverkar primärproduktionen i Sverige. Detta märks av redan idag och förväntas bli en allt större utmaning kommande år. En konsekvens är behov av investeringar i bevattningssystem och dränering. Hur kan du förbereda dig för mer extremväder framöver?



Hitta kapital och finansiering. Det finns av flera skäl vissa utmaningar med tillgång till kapital och finansiering, särskilt vid investeringar och generationsskiften inom lantbruket. Utmaningen ligger inte alltid i en brist på kapital, utan kan istället bero på svårigheter med säkerheter för större investeringar, som lågt värderade ekonomibyggnader och mark. I vissa fall påverkar detta kreditvärdigheten.

Transporter och logistik är en utmaning i synnerhet för företag på landsbygden. Ökade energipriser har påverkat priset på transport. På landsbygden finns också färre åkerier/distributörer att välja mellan och som litet företag är möjligheter att påverka priser och rutter är begränsade. Det finns dock olika goda exempel och lösningar. Håll utkik efter goda exempel som kan gynna ditt företag! Ibland finns också

utmaningar med försäljningskanaler. Gårdsbutiker, direktförsäljning till kund och Reko-ringar är vanligt förekommande och ett försök till lösning.

Hitta rätt kompetens.

Orsakerna till problemen kan vara flera, allt från att det finns för få med rätt utbildning till nya regelverk för utländsk arbetskraft samt lägre löner och bristande attraktivitet jämfört med andra branscher. För företag som vill anställa upplevs i vissa fall kompetensbrist där det exempelvis är svårt att få tag på personal inom mathantverk, mejeri, slakt samt traktorförare. Här är det viktigt att hålla sig uppdaterad kring förändringar av regelverken.

Tid och resurser att hinna med kompetensutveckling. Alla små företag vill inte växa och anställa. För små företag kan det i stället finnas behov av vidareutbildning och kompetensutveckling, men utmaningar med att avsätta tid och resurser för det.

Arbetsmiljön. Många har mycket att göra och verksamheten kan bestå av flera delar – odling, förädling och gårdsbutik till exempel. Det kan vara betungande att göra allt jobb själv. Arbetet kan bidra till både fysisk och psykisk ohälsa. Dålig arbetsmiljö kan också vara negativt för den långsiktiga lönsamheten och det hållbara företaget.

”Att producera, leverera och på det sköta marknadsföringen. Allt detta gör jag själv och det är slitigt och tiden räcker inte till. Som liten gör du allt själv.”

- Jordbrukare i familjeföretag

Ta vara på trenderna – olika möjligheter!

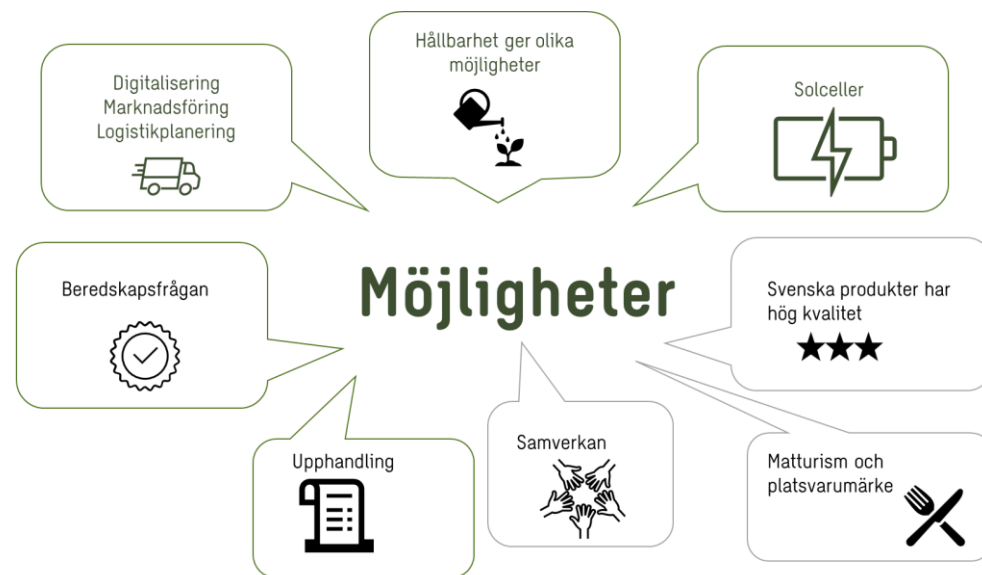
Många av trenderna kan verka negativa. Men, de och andra omvärldsfaktorer innebär också möjligheter. Möjligheter som kan stärka affärerna för ditt företag. I figuren till höger har vi sammanfattat exempel på olika sådana möjligheter. Nedan beskriver vi dem lite kort.

Utveckla din digitala marknadsföring. Digitalisering erbjuder möjligheter för marknadsföring och försäljning, särskilt genom användning av sociala medier, vilket ger mindre företag en chans att synas och nå ut till en bredare publik. Det är värt att tänka på för dig och andra små företag att kunder också i allt större utsträckning förväntar sig digitala lösningar i kontakt med företag. Detta är en möjlighet som bör tas tillvara, annars kan den lätt omvandlas till en utmaning som blir svårare med tiden.

Se över om det finns några digitala verktyg för logistikplanering.

Logistikplanering är också något som kan förbättras med digitala verktyg, vilket kan vara viktigt inte minst på landsbygden där avstånden är långa. Här finns goda exempel att titta på, exempelvis inom ramen för Coompanion.

Beredskapsfrågan är i fokus nu – här finns möjligheter att dra fördel av att vara lokal och hållbar. Inom både regering och myndigheter pågår det ett omfattande arbete med att stärka vår beredskap, inklusive livsmedelsberedskapen. Beredskapsfrågan innebär ett ökat fokus på



svenskproducerat och skulle kunna gynna även mindre företag. Här blir det viktigt att kunna förklara vilken roll ni mindre företag kan spela för livsmedelsberedskapen, både i allmänhet och för den lokala livsmedelsförsörjningen där ditt företag verkar. Det blir också viktigt att hålla utkik efter olika möjligheter som kan uppstå exempelvis inom kommunen till följd av det ökade fokuset på beredskap.

Se över generellt hur ni kan dra fördel av att vara hållbara. Vår undersökning pekar på lite olika frågor på hållbarhetsområdet som seglar upp som möjligheter. Det är dels att klimatfrågan kan leda till att länder söderut kan drabbas mer av extremväder än Sverige, vilket kan gynna svenska produkter. Dels då det kan uppstå nya odlingsmöjligheter här, vilket kan vara en möjlighet på lite längre sikt. Vi ser också ett ökat fokus på hållbarhetsfrågor som minskat svinn. Minskat svinn kan därmed bli en bra hållbarhetsfråga att arbeta med för ditt företag och en vinkel att lyfta

fram i er kommunikation. Exempelvis kan djupfrysta produkter ha en potential och spela roll för att minska svinn. Intresse för miljö och men också hälsa driver också efterfrågan på växtbaserat och alternativa proteiner.

”Ur beredskaps-perspektiv blir varje mathantverkare faktiskt viktig. Vi har förmågan att förädla råvaror och i ett lokalt perspektiv är det viktigt att vi har [...] den kunskapen.”

-Företagare, mathantverk

Dra fördel av att svenska produkter har ett starkt varumärke – bra kvalitet. Det här är en *”unique selling point”*, för försäljning i Sverige och vid export. Att lyfta fram det småskaliga, genuina och lokala kan stärka ert varumärke. Ett tips kan vara att kolla upp märkningar såsom märkningen skyddad geografisk beteckning och ursprungsmärkning. Märkningar kan vara en fördel då dessa ger konsumenterna en trovärdig information om produkten.

Fundera på om du behöver bli bättre på försäljning och marknadsföring.

Det är olika vilka drivkrafter som ligger bakom företagandet. För en del kan sälj vara en drivkraft, för andra kan passion för produkten vara en drivkraft. För att utvecklas och förbättra lönsamheten kan en del företag behöva stöd med och ökad kunskap om frågor såsom ekonomi, priskalkylering, sälj, marknadsföring och affärsutveckling. Se efter om det finns något stöd som kan passa ditt företags behov!

Dra fördel av nya sätt att jobba med upphandling – det finns en stor potential där för små leverantörer. En del kommuner och regioner har börjat jobba med upphandling på ett lite nytt sätt, som kan gynna mindre företag och/eller lokalproducerat i större utsträckning. Det handlar om

dynamiska inköpssystem (DIS) som gör det lättare att på ett flexibelt sätt involvera nya leverantörer och produkter när de blir tillgängliga. Det finns också exempel på kommuner som börjat jobba mer med upphandling och just lokalproducerat på olika sätt. Här kan det dyka upp affärsmöjligheter framöver, håll utkik efter vad som händer i just din kommun eller region när det gäller upphandling.

Dra fördel av att lokalproducerat och matturism växer. Måltidsturism blir allt viktigare för ökad turism till Sverige. Intresset för gastronomi och måltidsupplevelser är stort bland de globala resenärer som vill resa till Sverige. Det är värt att tänka på att det är en styrka att kunna erbjuda något genuint och unikt för resenären, såsom att besöka producenter av lokala råvaror.

Jobba tillsammans! Stora aktörer i turistbranschen har nytta av att samverka med små företag i livsmedelssektorn, då det ger en möjlighet att lyfta fram det genuina och småskaliga vid besöksmålet. Flera företag i undersökningen vittnar också om hur samarbete med andra aktörer är en nyckelfaktor för framgång och en möjlighet, särskilt för mindre företag som kan stödja och lyfta varandra. Olika företagsfrämjarorganisationer och lokala initiativ från offentlig sektor är viktiga för samverkan och erfarenhetsutbyte i den lokala kontexten. Vilka möjligheter för samverkan finns i din närhet?



Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling. Europa investerar i landsbygdsområden

Rapporten är framtagen av Maria Lindström, Daniel Hallencreutz och Vera Stafström vid affärsenheten för Samhällsanalys och strategi.