

13. juli 2012

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Isindustrien i Danmark

Hovedkonklusioner

- Danskerne spiste i 2011 8,7 liter is pr. person
- I gennemsnit spiste de europæiske forbrugere 6,5 liter is pr. indbygger
- Danskernes forbrug af is er faldet de seneste år
- Prisen på is stiger mere end den generelle prisudvikling
- De stigende priser skyldes til dels stigende afgifter på konsumis og afgifter på ingredienser som kakao, nødder og lakrids
- Staten tjente i 2011 205 mio. kr. på konsumisafgiften
- En gennemsnitlig liter is kostede i Danmark ca. 30 kr. i 2011. Det er under det europæiske gennemsnit på ca. 32,50 kr.
- Der ses en stigende tendens til, at danskerne køber mere is til at tage med hjem. Denne is er ofte af høj kvalitet.

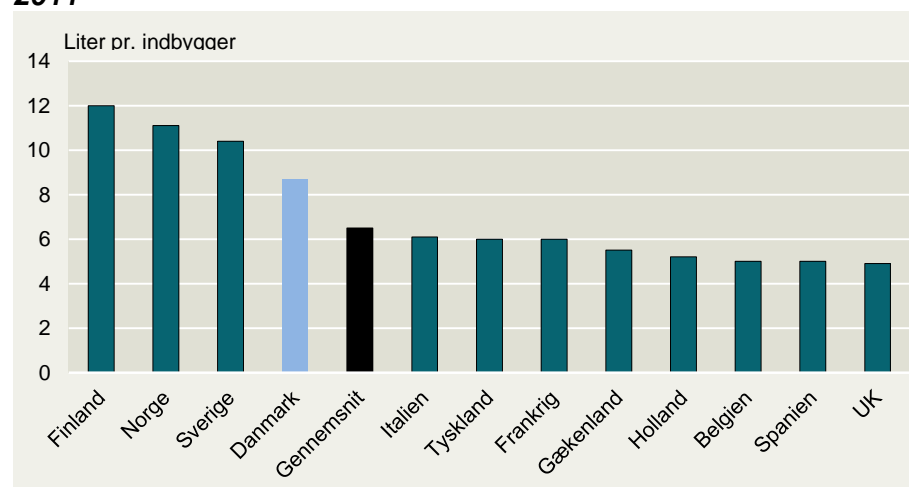
Tendenser for danskernes forbrug

Nordboerne er vilde med is

Hver dansker spiste ca. 8,7 liter is i 2011

De skandinaviske forbrugere spiser masser af is. I både Finland, Norge og Sverige spises der mere end 10 liter is pr. indbygger om året. Danskerne er også godt med og spiste i 2011 8,7 liter is pr. indbygger. Danmark ligger således over det europæiske gennemsnit, der ligger på 6,5 liter pr. indbygger.

Figur 1. Det gennemsnitlige europæiske forbrug pr. indbygger i 2011



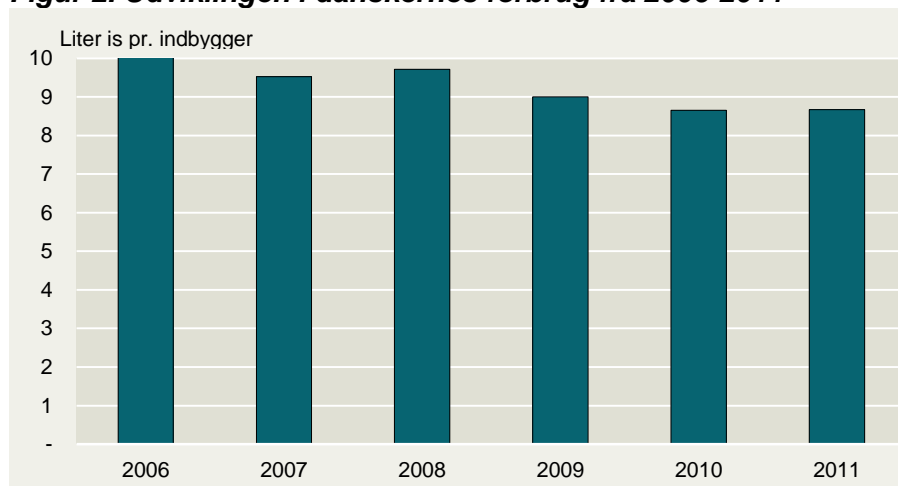
Kilde: Euroglace Market data 2011 samt tal fra Dansk Isindustri

Danskerne spiser lidt færre is end tidligere

Udviklingen i danskernes isforbrug

Det danske isforbrug har de senere år ligget højt. Siden 2000 ses dog et fald fra 10 liter pr. person til 8,7 liter pr. person i 2011. Dette mindre fald kan forklares både ud fra, at der er sket afgiftsforhøjelser og i lyset af en øget sundhedstrend i befolkningen. Ligeledes kan finanskrisen have betydning, fordi denne har medført et generelt lavere privatforbrug.

Figur 2. Udviklingen i danskernes forbrug fra 2006-2011



Kilde: Egne beregninger på baggrund af skatteministeriets afgiftsindtægter på komsumis

Prisen på is stiger mere end den normale prisudvikling

Store prisstigninger på pindis

Det mindre fald i forbruget af is skyldes bl.a. de markante prisstigninger på is. Det er en generel udvikling, at priserne på is er steget betydeligt gennem den senere årrække. For eksempel kostede en Filur 3 kr. i 1989. Hvis isens prisudvikling havde fulgt forbrugerprisudviklingen, ville den koste 4,79 kr. i 2011, i stedet koster den 9 kr.

Figur 3. Gennemsnitlig fremskrivning af prisen på en Filur og den almindelige prisfremskrivning



Kilde: Danmarks Statistiks prisberegner og egne fremskrivningsberegninger

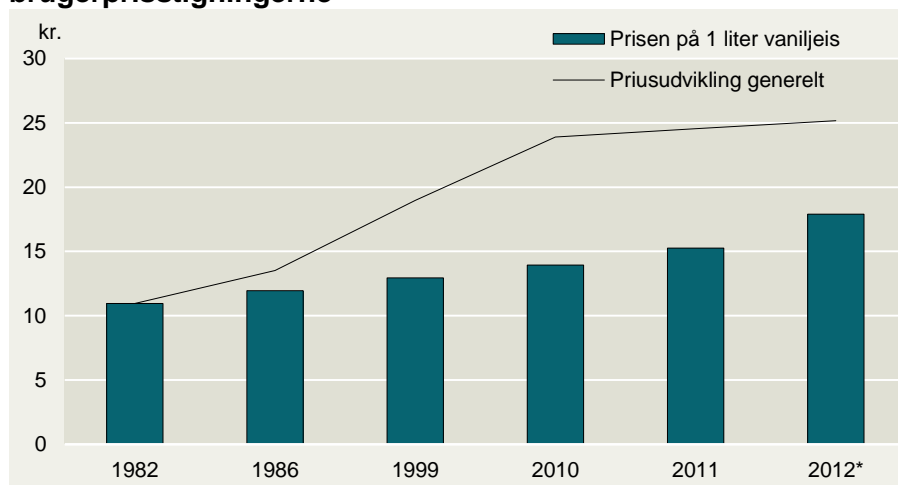
Stigende afgifter på is øger prisen

De store prisstigninger på is skyldes bl.a., at afgifterne på is er steget markant de seneste år. Således er konsumis-afgiften steget fra 3,40 kr. pr. liter is i 2009 til 6,38 kr. pr. liter is i 2012. Det er en stigning på næsten 90 pct. over tre år. Dertil kommer, at der er yderligere afgifter på fedt, nødder, chokolade og andre ingredienser, som bruges af isindustrien. Samlet set vurderer isbranchen, at der i gennemsnit betales 10,12 kr. pr. liter is til staten i moms og afgifter. Isbranchen vurderer ud fra de foreløbige salgstal for 2012, at de forøgede afgifter medfører en salgsnedgang på 10 pct.¹

Prisen på liter is stiger ikke så meget som den generelle prisudvikling

Det er primært på de små pindis, at prisudviklingen har været markant stigende. En af de mest solgte typer is er 1 liter vaniljeflødeis. Her ser prisudviklingen markant anderledes ud. For 1 liter vaniljeflødeis ses det, at prisudviklingen har været lavere end den generelle prisudvikling. 1 liter vaniljeflødeis kostede i 1982 10,95 kr., hvis denne skulle have fuldt prisudviklingen skulle den i 2012 have kostet 25,17 kr. i stedet koster den kun 17,90 kr. Den lavere prisudvikling på 1 litersis, kan skyldes lavere produktions- og distributionsomkostninger på disse fremfor pindis.

Prisudviklingen på 1 liter vaniljeflødeis sammenlignet med forbrugerprisstigningerne



Anm.: 2012 tallet for den generelle prisudvikling er et estimat fortaget ud fra den månedlige udvikling i forbrugerprisindekset

Kilde: Premieris, og Danmarks Statistiks prisberegner

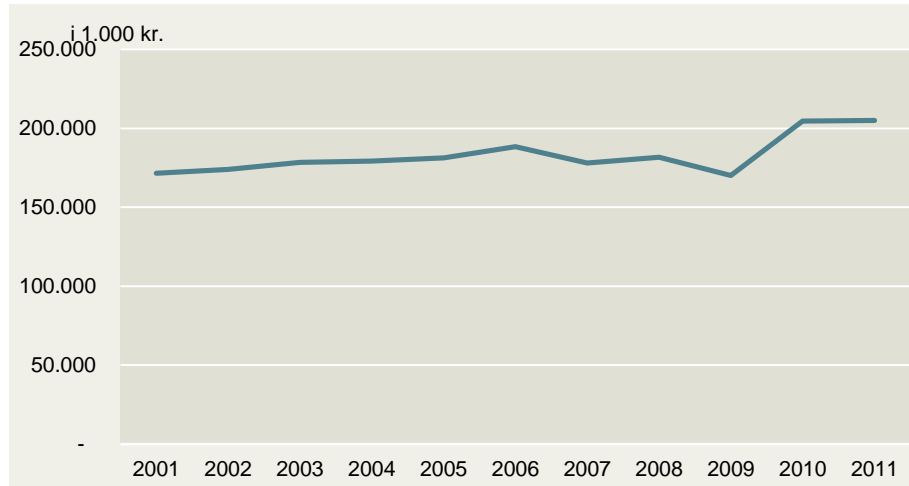
Staten tjener masser af penge på is

Staten tjener flere penge på is

Skatteministeriets opgørelse viser, at staten tjente 205 millioner kr. på issalget i 2011. Den markante stigning i skatteindtjeningen fra 2009 til 2010 skyldes primært de før nævnte afgiftsstigninger. Fra 2009 til 2010 steg afgifterne fra 3,40 kr. pr. liter til 4,25 kr. pr. liter.

¹ Jesper Uggerhøj, Formand for Dansk Isindustri

Figur 4. Skatteministeriet indtjening på afgifter fra konsumis fra 2001-2011



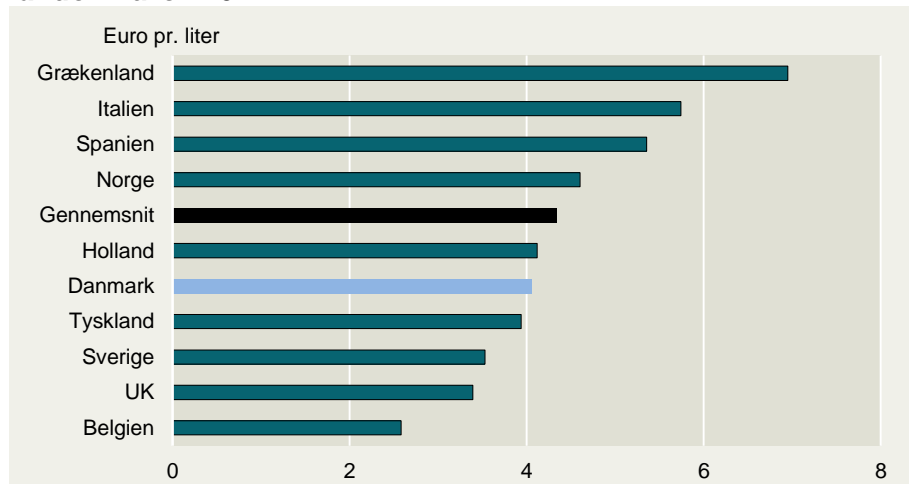
Kilde: Skatteministeriet

Afgifter på sukker, mælk og fløde er en af grundene til, at ispriserne er steget. Det kan forventes, at der vil komme yderligere prisstigninger som følge af de kommende stigninger i fedt- og sukkerafgifter. De samlede afgiftsforhøjelser gennem en årrække har således været en vigtig faktor i forhold til prisudviklingen på is.

Danske ispriser ligger under det europæiske gennemsnit

Prisen for en liter is svinger fra land til land. Belgien har den billigste is med 2,6 euro pr. liter. Den gennemsnitlige pris på en liter is i Danmark er 4,1 € pr. liter eller godt 30 kr., hvilket er under gennemsnittet, der er 4,34 € pr. liter.

Figur 5. Sammenligning af enhedspris i udvalgte europæiske lande i Euro i 2011



Anm: Take-home-is og out-of-home is

Kilde: Euroglace, Market Data 2011

Forbruger trends

Der ses en stigende tendens til, at markedet deler sig i to. Forbrugerne køber i højere grad is i supermarkederne, hvor tag-med-hjem is

Den danske pris pr. liter is ligger under EU-gennemsnittet

Forbrugerne vil have kvantitet og kvalitet

købes hyppigere end tidligere. Der ses dog samtidig også en tendens til en øget efterspørgsel efter højkvalitetsis i kategorien 'detail hjemmelavet is', som dækker over produkter som f.eks. Ben & Jerrys og ParadIS. Forbrugerne ser is som et luksusgode, der er til at betale, og forbrugerne er villige til at betale ekstra for højkvalitetsis.

Denne tendens betyder, at der de senere år er dukket flere små virksomheder op, der producerer kvalitetsis til danskerne.

Populære smagsvarianter

Vaniljeis er populær

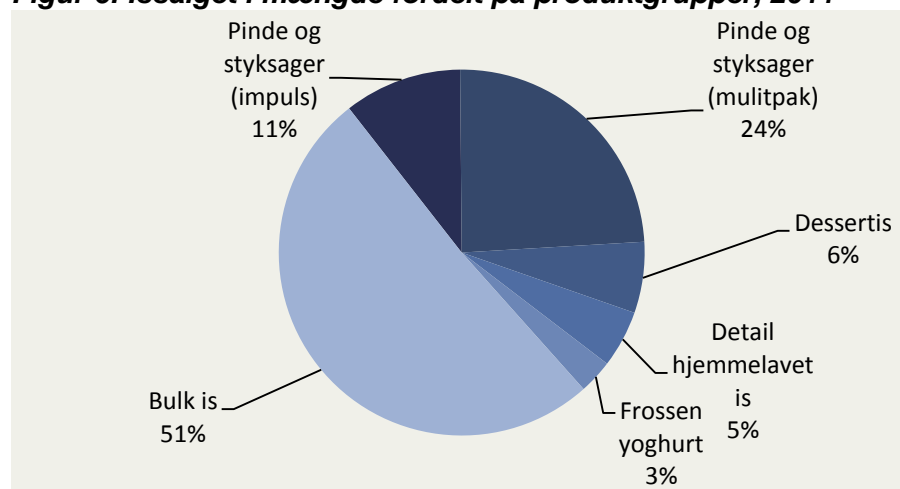
Danskerne er loyale overfor de traditionelle isvarianter. I 2011 var den mest populære smagsvariant vanilje efterfulgt af chokolade og jordbær. Andre populære nyere smagsvarianter er karamel og især lakrids. En analyse viser², at de mest sælgende pindis/stykkis hos de tre største producenter i 2011 var Filur, Astronaut og Amerikaner med flødebolle.

Bulkis står for halvdelen af issalget i Danmark

Issalget i forhold til produkter

Issalget i Danmark er delt op på forskellige produktgrupper. Den klart største gruppe fordelt på mængde er bulk-isen, som er den is, der sælges som softice primært til forhandlere eller andre kommercielle formål. Bulk-isen står for 51 pct. af salget, hvilket svarer til godt 19 mio. liter is. Den næststørste gruppe er pinde og styksager i multipak, der står for 24 pct. af de solgte liter is, hvilket svarer til godt 9 mio. liter is.

Figur 6: Issalget i mængde fordelt på produktgrupper, 2011



Anm.: Bulk is: Soft ice, is der købes ind af forhandlerne, eller storindkøb til kommercielle eller private formål.

Detail hjemmelavet is: Mikro- eller mindre virksomheder, der leverer portionsis som enkeltstyks eller i literis. Købes typisk i supermarkeder eller direkte hos producenten.

Kilde: Euromonitor International og Dansk Isindustri

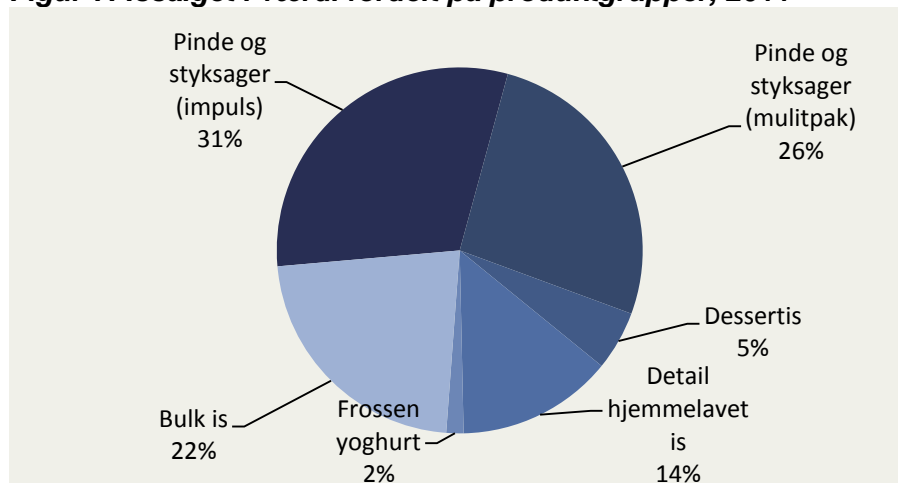
² TV2-finans, <http://finans.tv2.dk/nyheder/article.php/id-50546540:her-er-danskernes-favoritis.html>

Issalget havde en værdi på godt 2,2 mia. kr. i 2011

Værdien af issalget runder 2,2 mia. kr.

Værdien af issalget lå i 2011 på knap 2,2 mia. kr. Den værdimæssige fordeling er meget anderledes i forhold til mængden. Det er især pinde og styksager, solgt både som 'impuls-is' og som multipak, der driver indtjeningen. De to kategorier tilsammen står for 57 pct. af værdien af solgte is. At disse to typer is står for størstedelen af værdien, skyldes især den meget højere literpris på pinde og styksager i forhold til f.eks. bulk is.

Figur 7: Issalget i værdi fordelt på produktgrupper, 2011



Anm.: Bulk is: Soft ice, is der købes ind af forhandlerne, eller storindkøb til kommercielle eller private formål.

Detail hjemmelavet is: Mikro- eller mindre virksomheder, der leverer portionsis som enkeltstyks eller i litervis. Købes typisk i supermarkeder eller direkte hos producenten.

Kilde: Euromonitor International og Dansk Isindustri

Tendenser for branchen

Branchen konsoliderer sig

I 1934 var der 139 isfabrikker herhjemme. I 1950'erne var tallet ca. 100. Men i 1990'erne blev markedet overtaget af store, internationale spillere som Nestlé og Unilever, der købte op blandt de små virksomheder. Denne strukturudvikling har medført en højere grad af ensretning af issortimentet. Parallelt med den stigende koncentration i isindustrien er der i de senere år opstået en underskov af mindre og mellemstore producenter, som har markeret sig med kvalitetsprodukter i den dyrere ende af prisskalaen.

Internationale producenter dominerer

Traditionelle ismejerier dukker op

Nogle med afsæt i traditionelle mejerier som Aabybro Mejeri og Vebstrup Flødeis, mens andre, som Hansens Flødeis, bygger videre på traditioner og produktionsanlæg fra det tidligere Frederiksborg Is.

Danskerne vil gerne betale mere for god is

Internationale markedsledere

Isbranchen er i særdeleshed domineret af internationale brands og producenter såsom Frisko, Diplom Is og Hjem Is, der alle er ejet af udenlandske selskaber. Blandt de fem førende selskaber, står de tre multinationale selskaber for 48 pct. af salget.

Frisko Is A/S, som ejes af den globale gigant Unilever Group, er sammen med Premier is markedsledere i Danmark. De står begge for ca. 30 pct. af den samlede værdi i 2010. Frisko Is nød godt af de mange promotions- og produktudviklingsaktiviteter igangsat af den store multinationale virksomhed, og havde dermed stordriftsfordele i forhold til konkurrenterne. Virksomheden er førende inden for både detail- og impulskanalerne med globale brands som Magnum, Cornetto og Carte d'Or. Magnum er virksomhedens mest prioriterede brand, og blev lanceret i adskillige nye versioner i 2009 og 2010.

Premier Is var frem til 2008 ejet af Nestlé, som siden solgte virksomheden til danske Erhvervsinvest II K/S, som også ejer Mejerigaarden og dermed Polar Is. Kendetegnende for de store aktører er, at de ofte sælger og køber dele af hinandens virksomheder som led i strategiske udviklingsplaner.

Nicheprodukter vinder frem

Is er en relativ dyr spise, som man i højere grad end før tager stilling til, inden man køber den. Flere og flere danskere er klar til at betale lidt ekstra for at få gode råvarer i vaflen eller på tallerkenen. Markedet for de mere nichebetonede segmenter oplevede derfor den største stigning i det ellers skrumpende marked. Her steg omsætningen med 4 pct. i 2010. For at klare konkurrencen er det vigtigt for producenterne, at have et produkt, der skiller sig ud. Det gør de blandt andet ved at producere luksusis, "sundere" is, eller is til ældre og sygdomsramte med ekstra protein.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Thomas Søby
Malika Pederse

3339 4252 ths@lf.dk
3339 4030 mpe@lf.dk