



Medvind til sunde fødevarer

Af porteføljeforvalter Lars Wincentzen, C WorldWide Asset Management Fondsmæglerselskab A/S.

Ernæring eller rettere fejlnæring er en global udfordring. Både regeringer og forbrugere efterspørger i stigende grad sundere fødevarer og kræver større ansvarlighed fra fødevarerproducenterne, dels i forhold til ernæringsindholdet og dels i markedsføringen af produkterne. Den ændrede forbrugeradfærd ses med al tydelighed i salgshallene, hvor fødevarer med en højere ernæringsmæssig kvalitet stiger ca. 4-8 pct. årligt, mens salget af mere traditionelle fødevarer enten stagnerer eller falder – bl.a. er salget af morgenmadsprodukter som cornflakes og lignende nu faldende. Derfor er det ikke blot en etisk, men også en kommerciel fordel for producenterne at fokusere på fødevarer med høj ernæringsværdi. Dette nye paradigme vil skabe nye vindere, mens andre muligvis ikke overlever transformationen.

Nyt indeks for ernæringsværdi

En uafhængig stiftelse, som bl.a. er støttet af Bill and Melissa Gates Foundation, udviklede i 2013 indekset Global Access to Nutrition Index (ATNI). Indekset vurderer og rangerer verdens største fødevarerelskaber på deres evne og vilje til at tage ansvar for den globale ernæringskrise. Stiftelsen ser branchen som en vigtig partner til at forbedre den globale folkesundhed og påvirke forbrugernes livsstil og købsadfærd ved at øge produkternes næringsværdi samt gøre dem billigere og lettere tilgængelige for forbrugerne. Stiftelsen har netop offentliggjort analysetal for 2018, hvilket er tredje år, hvor ATNI publiceres. Tallene giver interessante indsigter og skaber et konkret sammenligningsgrundlag for sektoren, som bl.a. aktive investorer kan navigere efter.

Flere faktorer skaber medvind

Bredt defineret skyldes fejlnæring enten mangel på næring i kosten eller et overdrevent indtag af primært fedt, salt og sukker

via kosten, hvor sidstnævnte ofte leder til overvægt og diabetes. Fejlnæring, som forårsages af lavt næringsindhold, ses oftest i udviklingslandene, men fejlnæring er nu også udbredt i den vestlige verden som følge af stigende forbrug af fastfood og færdigretter.

Fire vigtige tendenser er dog ved at ændre denne udvikling:

1. **Regulatoriske krav.** Mange lande indfører politikker, regler og skatter, så forbrugerne i mindre grad eksponeres for usunde fødevarer.
2. **Omdømme.** Forbrugernes bevidsthed om kvalitet i næringsindholdet er stigende, og det bliver en væsentlig parameter for producenterens brand og omdømme.
3. **Søgsmaal.** Producenterne bliver i stigende grad sagsøgt for ukvalificerede sundhedspåstande og mangelfulde varedeklarationer.
4. **Efterspørgsel.** Forbrugerne prioriterer i stigende grad sundere fødevarer, hvorfor efterspørgslen på de mere sunde fødevarer kategorier stiger 4-8 pct. årligt. Til sammenligning peger tendensen på negativ vækst inden for udvalgte af de knap så sunde fødevarer.

De multinationale selskaber vâgner op

Transformationen i fødevarerindustrien skaber store muligheder for selskaber, der formår at tilpasse deres produktportefølje, så den leverer en højere sundhedsværdi. Analyser baseret på data fra ATNI viser, at fødevarerindustrien generelt bevæger sig i den sunde retning, hvor de europæiske selskaber med Unilever, Nestlé og Danone i spidsen er foran deres amerikanske

konkurrenter. Vi har tidligere beskrevet, hvordan Nestlé har fundet en ny måde at raffinere sukkerkrystallet på, hvilket har nedbragt kalorieindholdet af sukker med 30-40 pct., uden at det går ud over smagen. Selskabet forsøger nu at gøre det samme med salt. Læs evt. mere om dette her: [Fødevarerindustrien under pres.](#)

I USA er de to førende drikkevareproducenter, Coca-Cola og PepsiCo, meget bevidste om disse tendenser og investerer i at forbedre næringsprofilen af deres produkter ved at reducere sukker, natrium og mættet fedt. De udvikler desuden nye næringsrige produkter inden for forskellige drikkevarekategorier som f.eks. juice og vand.

” Transformationen i fødevarerindustrien skaber store muligheder for selskaber, der formår at tilpasse deres produktportefølje, så den leverer en højere sundhedsværdi.

En anden forbrugertendens er ændringen fra kvantitet til kvalitet, hvor folk stadig spiser det usunde men i mindre mængder. Denne tendens øger ikke salget, men øger marginerne, da den formindskede mængde sælges til en højere pris.

De store multinationale fødevarer-selskaber har historisk været udfordret af en topstyret produktudviklings- og markedsføringsproces. Dette har skabt muligheder for nystartede innovative

selskaber, der hurtigt har kunnet drage fordel af den ændrede forbrugerefterspørgsel. I takt med at de store selskaber begynder at erkende det nye paradigme, bl.a. via tabet af markedsandele, har de svaret igen ved at øge udviklingsbudgettet, forenkle produktudviklingsprocessen og tillade en mere lokal forankret markedsføringsstrategi. Dette giver dem en fornyet mulighed for konkurrere i de hastigt voksende sundhedsrelaterede produktkategorier. Vi ser også, at de multinationale selskaber opkøber nye produkter, hvorved de kan drage fordel af deres store produktionsapparat og massive distributionsnetværk.

Vindere og dinosaurer

Vi lever i en verden i konstant forandring, og vi ser ernærings-tendensen som et nyt paradigme, der har strukturel medvind fra den ændrede forbrugeradfærd og det globale lovgivningsmæssige pres på industrien om at tage ansvar og øge den ernæringsmæssige kvalitet i fødevarerne. De multinationale selskaber har været længe om at tilpasse sig markedet, men de er nu ved at se dagens lys. Dette skaber muligheder for dem, der forstår den nye retning, mens andre risikerer at blive dinosaurer i det landskab, som de engang dominerede.

Du kan følge vores investeringer og vores udvalgte selskaber inden for sektoren på [cww.dk](#).

INVESTERINGSFORENINGEN C WORLDWIDE

Dampfærgevej 26 · DK-2100 København

Tel: +45 35 46 35 00 · Fax: +45 35 46 36 00 · CVR 14 21 13 49

cww.dk

Indsigt Q4 2018

Denne artikel er markedsføringsmateriale udarbejdet af Investeringsforeningen C WorldWide. Artiklen er alene ment som generel information og udgør ikke et tilbud eller en opfordring til at gøre tilbud, skal ikke betragtes som investeringsrådgivning eller som investeringsanalyse. Artiklen er således ikke udarbejdet i henhold til de retskrav, der er fastsat for at fremme investeringsanalysens uafhængighed, og artiklen er ikke genstand for noget forbud mod at handle forud for udbredelsen af investeringsanalyse.

Meninger og holdninger gengivet i artiklen er alene aktuelle pr. publikationsdatoen. Artiklen er udarbejdet på baggrund af kilder, som Investeringsforeningen C WorldWide anser for pålidelige, og Investeringsforeningen C WorldWide har taget alle rimelige forholdsregler for at sikre, at informationen er så korrekt som muligt. Investeringsforeningen C WorldWide kan dog ikke garantere informationens korrekthed og påtager sig ikke noget ansvar for fejl eller udeladelser.

Artiklen må ikke gengives eller videredistribueres helt eller delvist uden Investeringsforeningen C WorldWides forudgående skriftlige samtykke. Historiske afkast ikke er en garanti for fremtidige afkast. For yderligere oplysninger se venligst det aktuelle prospekt, Central investorinformation, og den seneste årsrapport samt halvårsrapport for hver afdeling på cww.dk.