

# Grafiska Företagen Branschundersökning 2021

Övergripande analysrapport

Datum: 2021-04-29

## Lärdomar (övergripande)

- Segmentet **Förpackning har överlag ett starkare resultat jämfört med Infomedia** både i sin upplevelse kring hur året har varit, tron på branschen och hur framtiden kommer att se ut ifråga om produktutbud och investeringar. Även sannolikheten till nyrekrytering, oavsett personalkategori, är högre inom Förpackning.
- Inom Förpackningsföretagen spås **e-handelsförpackningar** öka mest kommande år följt av livsmedel och läkemedel. Det marknadssegment som spås minska mest är **pappersindustrin**.
- Inom segmentet Infomedia är det framförallt produktsegmentet **förpackningar** följt av **etiketter/självhäftande dekal** som spås öka mest. De produktsegment som tros minska mest är **kataloger, magasin/tidskrifter** samt **accidenstryck/visitkort**.
- Sett till produktutbudet svarar ca hälften inom segmentet Förpackning att produktutbudet kommer att förbli oförändrat. Nästan en av tre, oavsett segment tror att det egna produktutbudet kan komma att bli **bredare**. Drygt var tionde (14%) inom Infomedia svarar att utbudet kommer att bli **mer nischat**. Inom Förpackning har drygt var tionde (12%) börjat **ställa om produktionen** och en lika stor andel inom infomedia planerar att göra det.
- **Stöd och åtgärder** som används eller eventuellt kommer användas under 2021 är **mer vanligt förekommande inom segmentet Infomedia**. Inom detta segment uppger cirka 7 av 10 att de använder eller kommer använda något stöd och då framförallt **statliga lönesubventioner vid korttidspermitteringar**. Inom segmentet Förpackningar är det endast cirka var tredje respondent som uppger att de behövt eller kommer behöva någon form av stöd eller åtgärd under året.
- Även om omsättningen minskade från 2019 till 2020 så finns det goda förutsättningar för att omsättningen framåt, oavsett segment, kommer att vara mer positiv eller stabil. **Många ser relativt ljus på framtiden**. Flertalet uppger att de kommer försöka förvärva konkurrenter under kommande två år och ingen av de svarande uppger att det är troligt att de kommer behöva lägga ner bolaget kommande år.

# Innehållsförteckning

BAKGRUND & DELTAGANDE

BRANSCHENS FRAMTID

DET EGNA FÖRETAGET

- ✓ Omsättning och utveckling av produkt- och marknadssegment
- ✓ Investeringar och produktutbud framgent
- ✓ Personalfrågor samt stöd och åtgärder
- ✓ Konsolidering/försäljning/uppköp samt affärsmöjligheter

SAMMANFATTNING AV RAPPORTEN



A man and a woman are in a printing shop, looking at a large printed sheet on a table. The man is pointing at the sheet. The woman is looking at the sheet. The background shows a printing press and other people working.

Bakgrund och deltagande

# Bakgrund

## Syfte

Syftet med undersökningen är att få insikt i hur medlemsföretagen ser på branschens utveckling och ge en vägledning i hur Grafiska Företagen kan fortsätta jobba för branschens bästa.

## Genomförande

Undersökningen genomfördes mellan 29 mars och 18e april 2021 via e-postutskick. Två påminnelser skickades ut under fältperioden.

## Deltagande

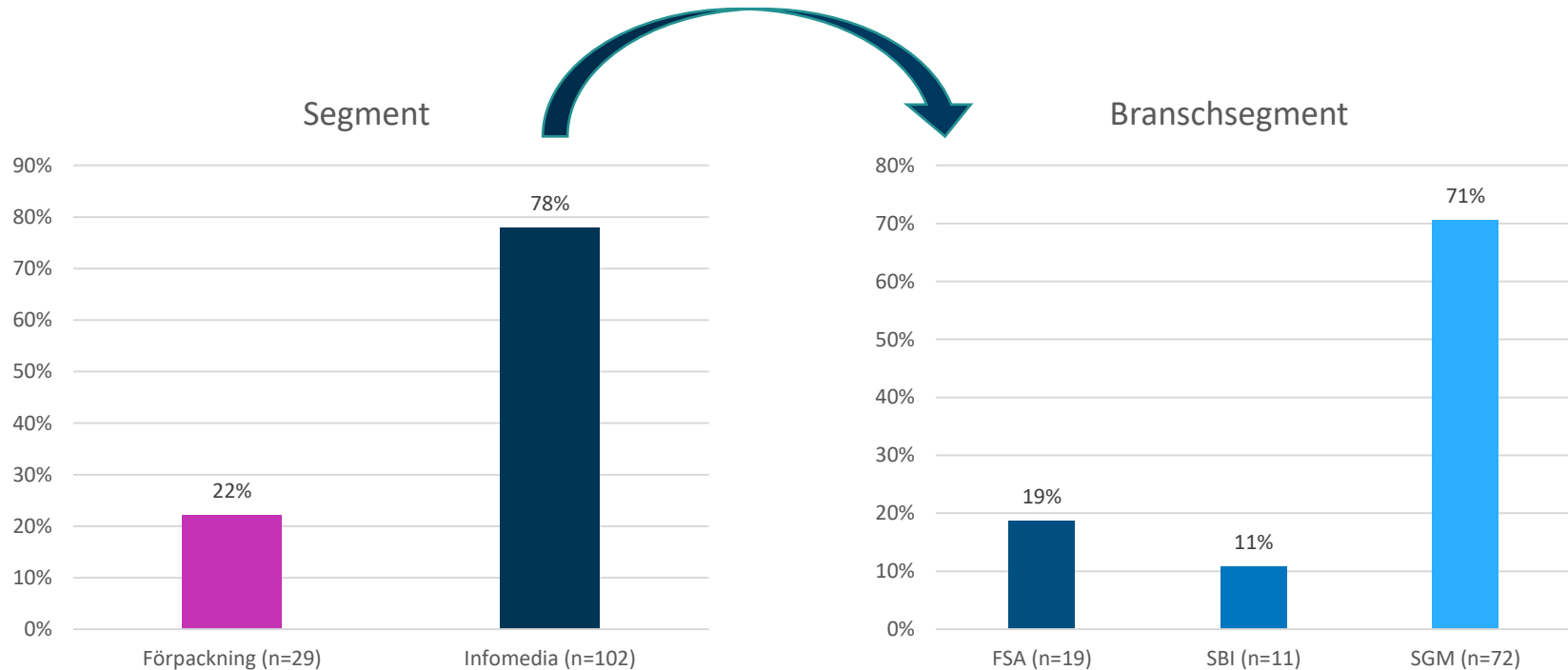
Målgruppen för undersökningen var VD:ar. Av de 328 e-mail som skickades ut, inkom 131 svar vilket ger en svarsfrekvens på 40%.

	Antal utskick	Antal svar	Svarsfrekvens
Förpackning	79	29	37%
Infomedia	249	102	41%
FSA	51	19	37%
SBI	22	11	50%
SGM	176	72	41%



# Deltagande

Segmentet Infomedia delas in i undergrupper där vi har störst andel svar från branschsegmentet SGM



FSA= Fespa Sweden Association (specialtryckerier)

SBI= Svenska Bokbinderiföreningen

SGM = Sveriges Grafiska Medieförening (tryckerier och prepress)

A man and a woman are in a printing shop, looking at a large printed sheet on a table. The man is pointing at the sheet. The woman is looking at the sheet. The background shows various printing equipment and other people working.

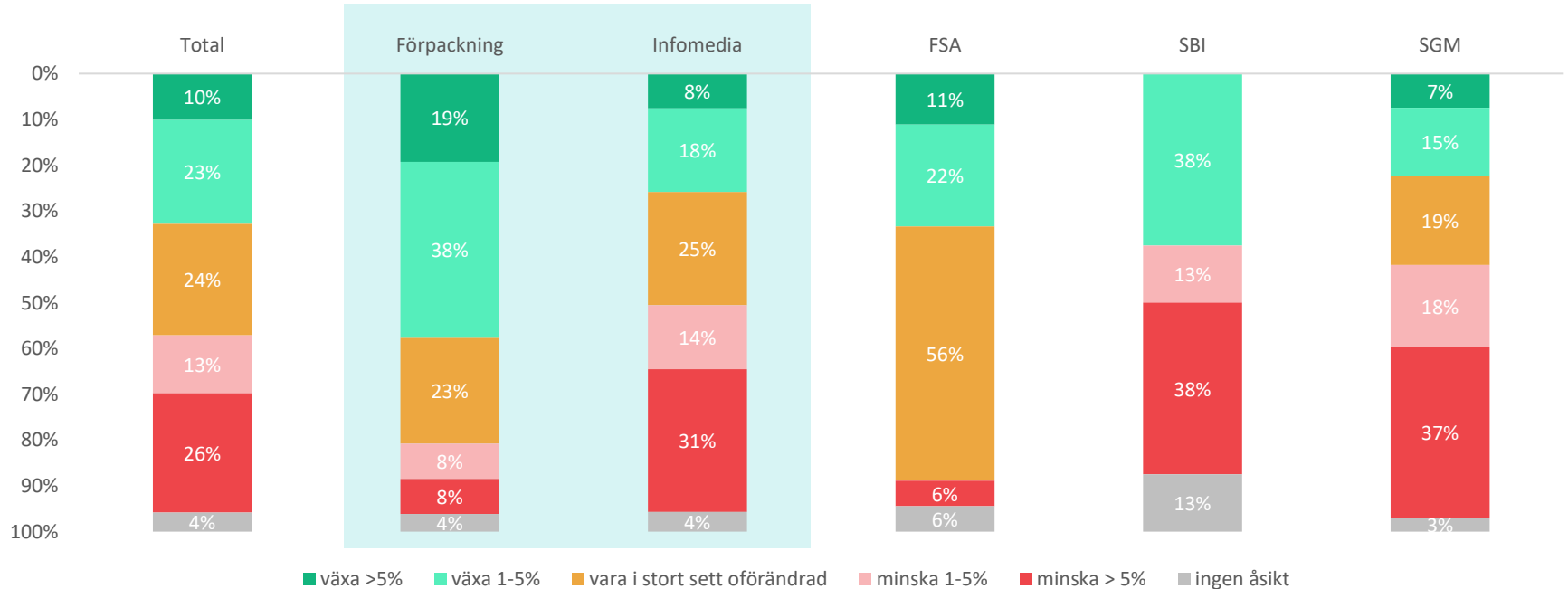
Branschens framtid

Knivar  
Extrablad Knivar  
Cutfunktion 0,25mm



# Utvecklingen i branschen

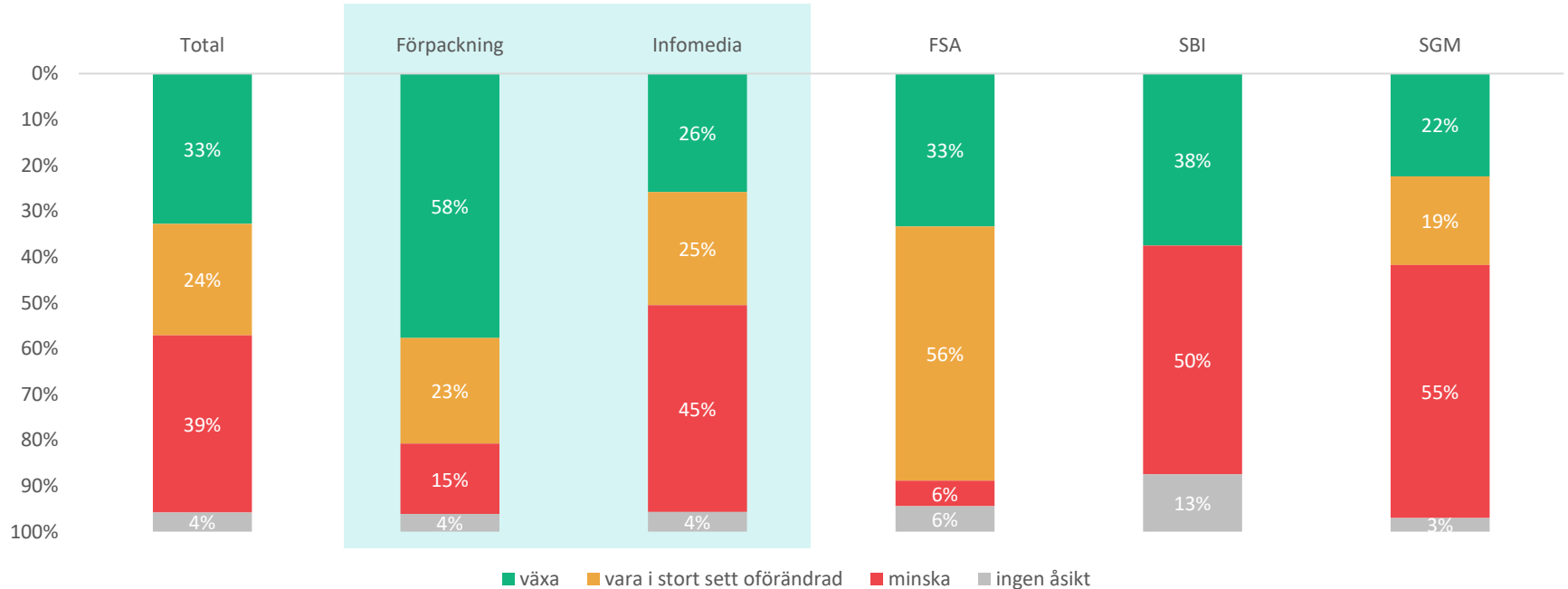
Tron på respektive delbransch är mer positiv inom segmentet Förpackning. Här är det mer än hälften (57%) som tror att branschen kommer att växa medan det är 26% inom Infomedia. Närmare en tredjedel (31%) inom Infomedia tror att branschen kommer minska mer än 5%. Delsegmentet FSA tror i större utsträckning att delbranschen kommer vara oförändrad





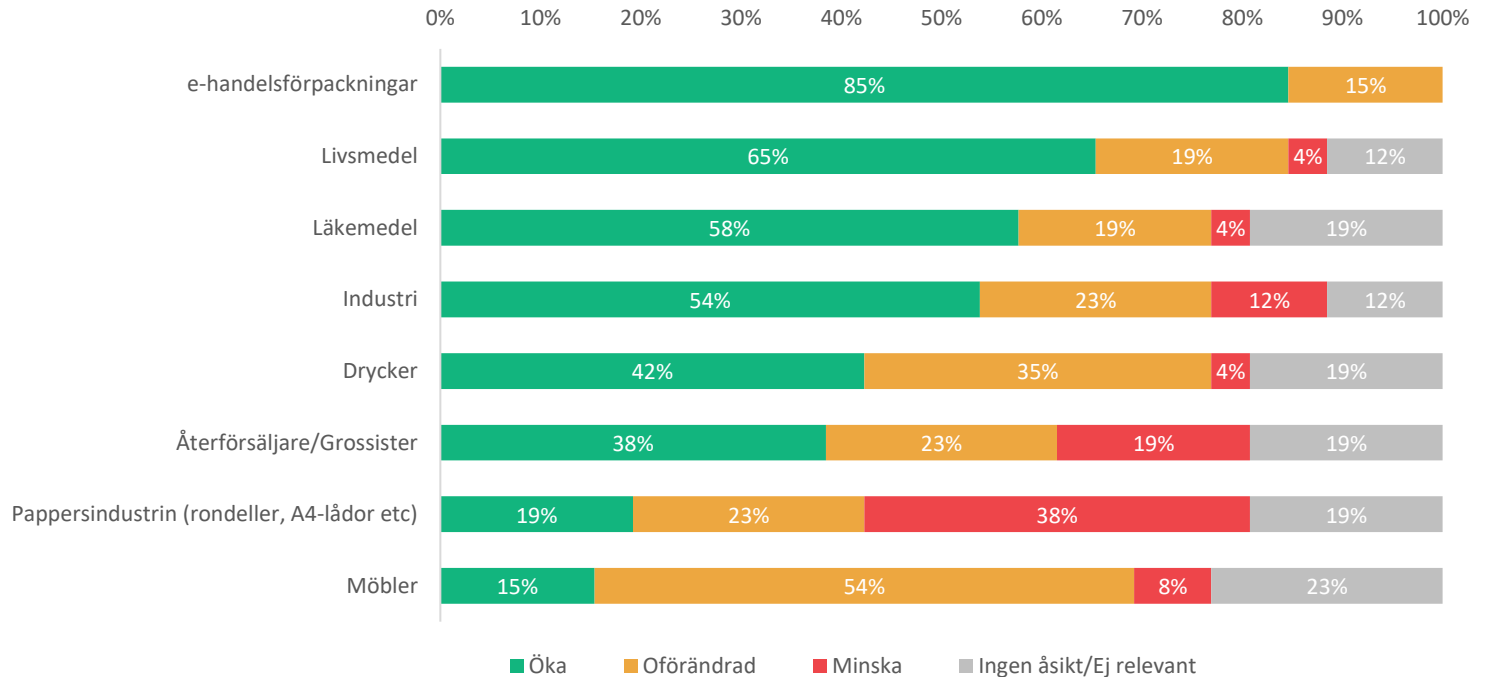
# Utvecklingen i branschen

Tron på respektive delbransch är mer positiv inom segmentet Förpackning. Här är det mer än hälften (57%) som tror att branschen kommer att växa medan det är 26% inom Infomedia. Närmare en tredjedel (31%) inom Infomedia tror att branschen kommer minska mer än 5%. Delsegmentet FSA tror i större utsträckning att delbranschen kommer vara oförändrad



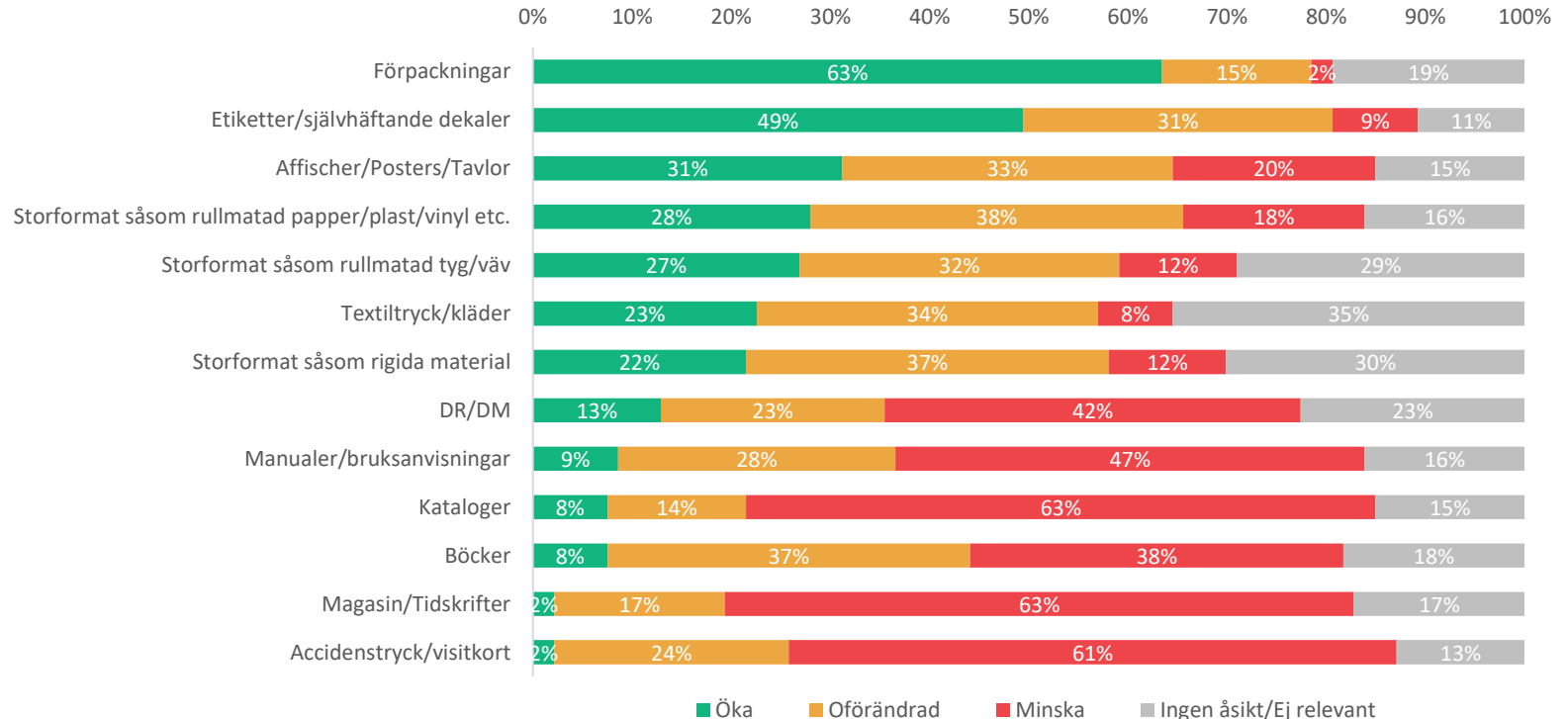
## Utvecklingen av marknadssegment på branschnivå - Förpackning

Bland förpackningsföretagen tror en majoritet att e-handelsförpackningar kommer att öka och också livsmedel och läkemedel. Det marknadssegment som spås minska i högst grad är pappersindustrin. Möbelbranschen förutsägs av majoriteten att förbli oförändrad.



# Utvecklingen av produktsegment på branschnivå - Infomedial

Inom segmentet Infomedial har man en bild av att produktsegmentet förpackningar kommer att öka mest följt av etiketter/självhäftande dekaler. De produktsegment som i högst grad tros komma att minska är kataloger, magasin/tidskrifter samt accidenstryck/visitkort. Inom delsegmentet SBI är andelen som svarar vet ej/ingen åsikt högre än bland övriga.



Fråga: Vad tror du om utvecklingen av följande produktsegment?

# Tankar kring produkt- och marknadssegment i branschen

## Kommentarer:

- Tidningsbranschen kommer att minska dramatiskt. (Förpackning)
- Cikulära tjänster och upcyklade produkter (Infomedia)
- "utveckling mot mindre upplagor som trycks vid fler tillfällen ökar, prototyp tillverkning känns det som om vi går mot att bli."  
(Infomedia)
- Återhämtning inom det som kallas Visual Communications som även innefattar mässor, utställningar och events.  
(Förpackning)
- Detta är inga frågor jag har någon aning om. Jag driver egen firma, handbokbinderi/privatbokbinderi, väldigt specialiserat.  
(Infomedia)
- Tjänster kopplade till tryck (Infomedia)

**Fråga:** Finns det andra produktsegment eller marknadssegment som du tror kommer att öka eller minska i branschen under 2021 och 2022? Skriv i så fall gärna om du tror segmentet kommer att öka eller minska.

Det egna företaget

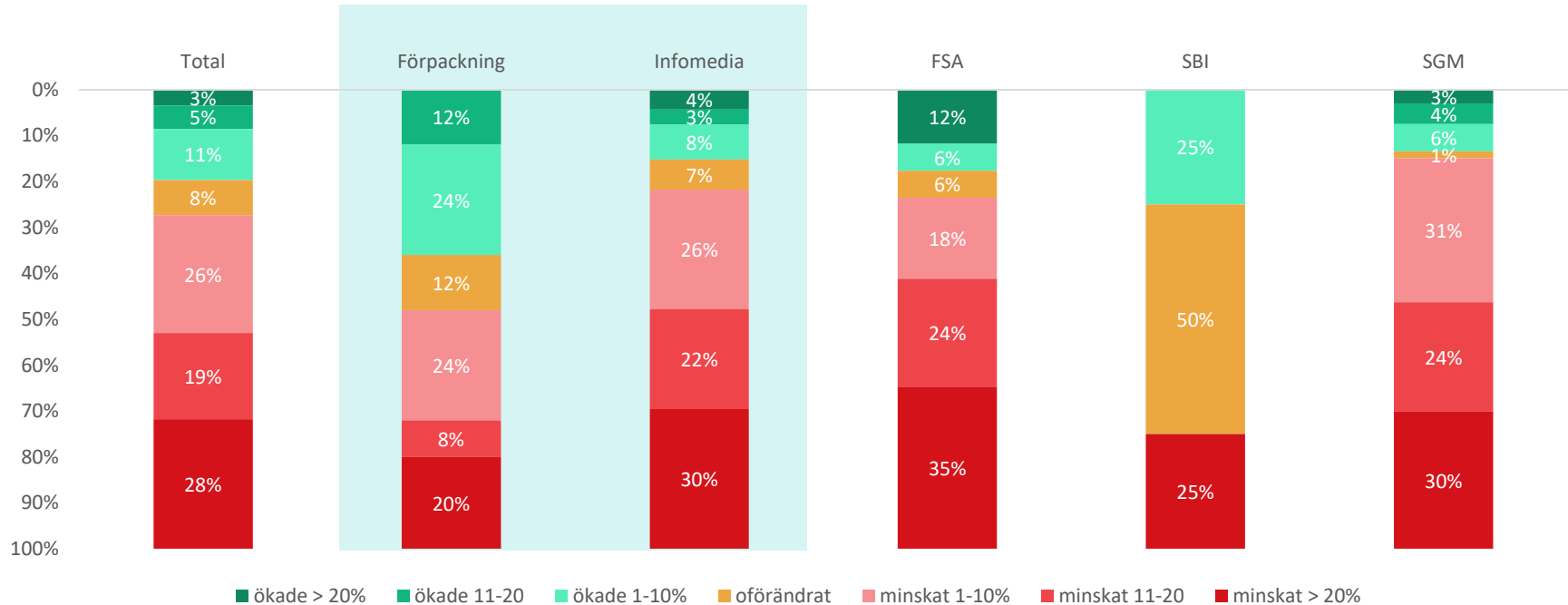
Knivar  
Extrablad Knivar  
Cutfunktion 0,25mm

A man and a woman are in a print shop, looking at a large printed layout on a table. The man is pointing at a section of the layout. The woman is looking at the layout. The background shows various printing equipment and other people working.

Omsättning och utveckling av produkt- och marknadssegment

## Företagets omsättning 2020 vs 2019

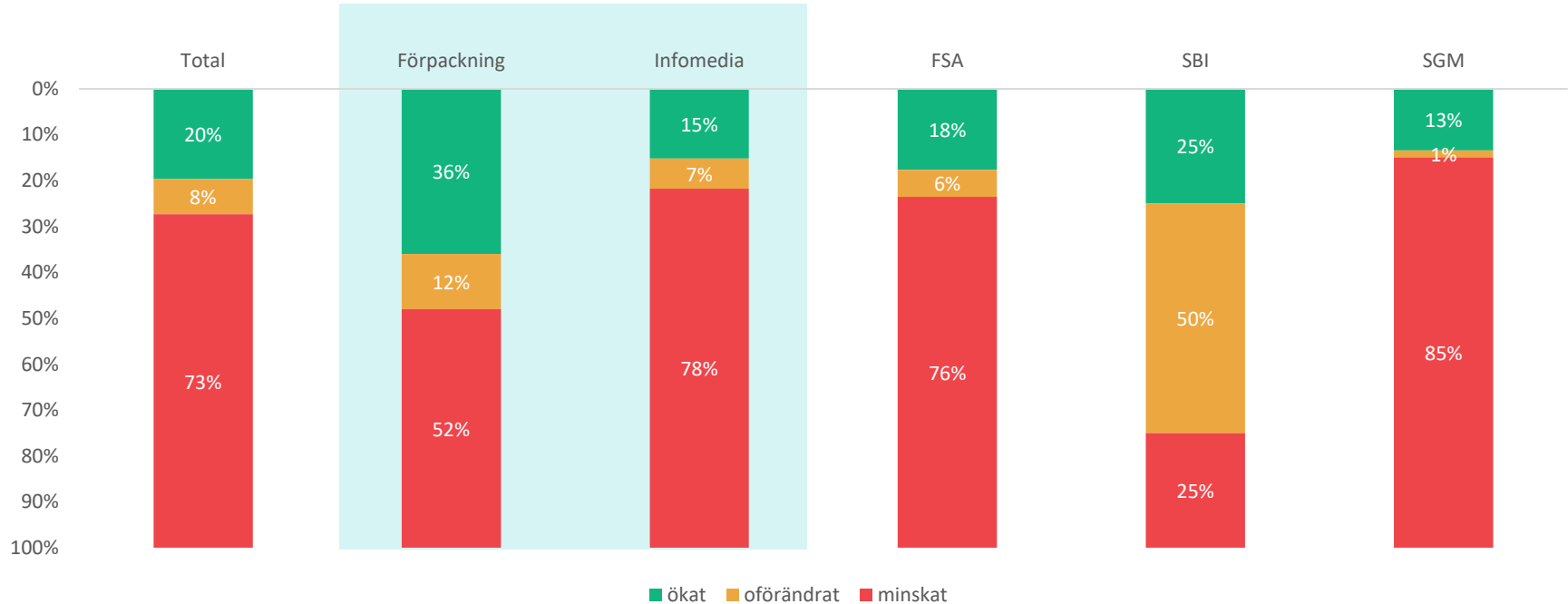
När våra svarande blickar tillbaka kan vi se att man upplevt ett större tapp inom Infomedia, här har ca hälften minskat mer än 11%. Motsvarande siffra är 28% för Förpackning. Samtidigt är det över en tredjedel (36%) inom Förpackning svarar att man ökat med 11% eller mer. Delsegmentet SBI har haft mestadels oförändrad omsättning medan både FSA och SGM i en majoritet av fallen har minskat.





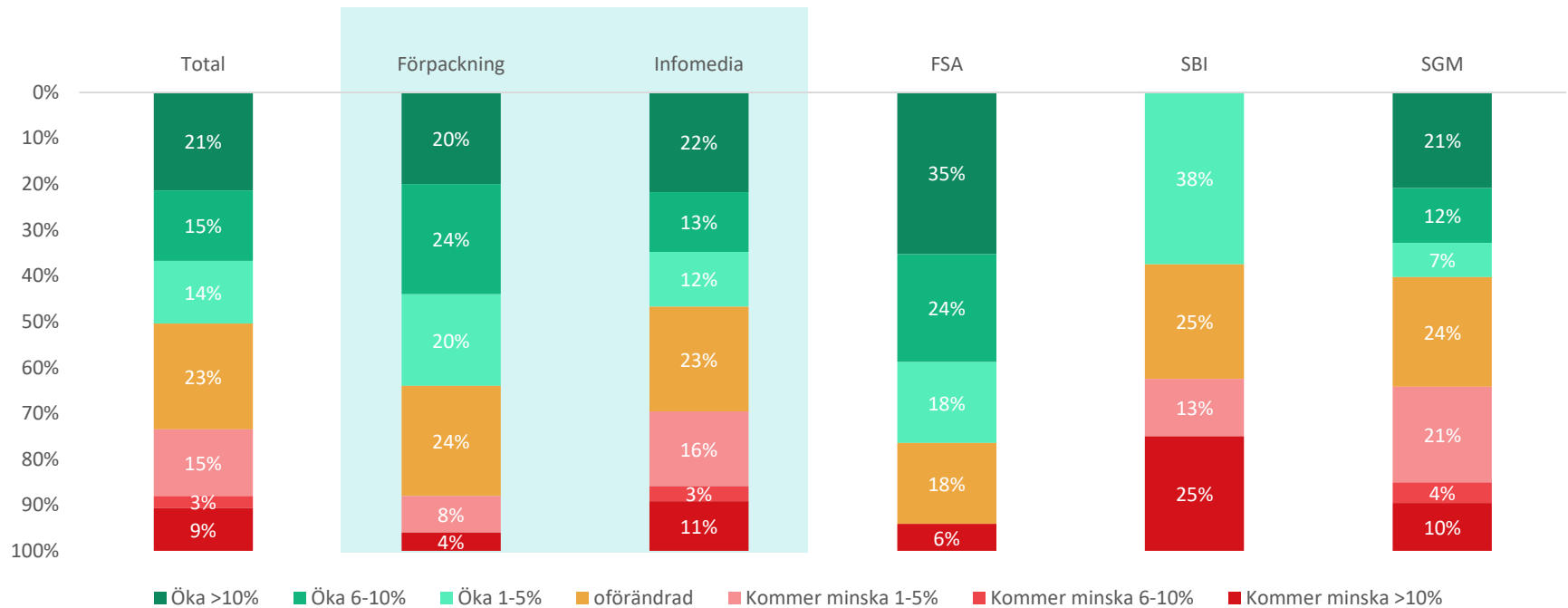
## Företagets omsättning 2020 vs 2019

När våra svarande blickar tillbaka kan vi se att man upplevt ett större tapp inom Infomedia, här har ca hälften minskat mer än 11%. Motsvarande siffra är 28% för Förpackning. Samtidigt är det över en tredjedel (36%) inom Förpackning svarar att man ökat med 11% eller mer. Delsegmentet SBI har haft mestadels oförändrad omsättning medan både FSA och SGM i en majoritet av fallen har minskat.



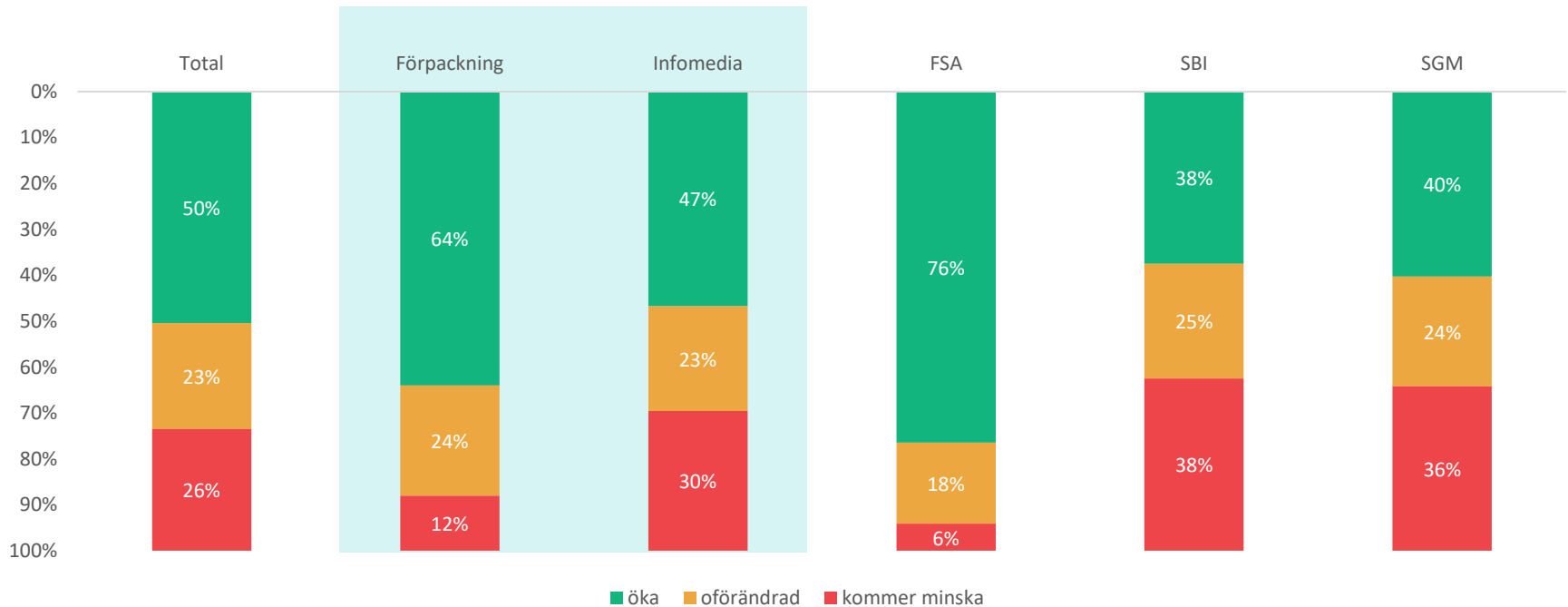
# Företagets omsättning framgent

Blickar man framåt är bilden mer positiv. En av tre inom segmentet Infomedia tror att man kommer att se en minskning även framgent medan nästan hälften tror på att omsättningen kommer att öka. Inom segmentet Förpackning är andelen som tror att omsättningen kommer att öka eller förbli oförändrad hela 88%.



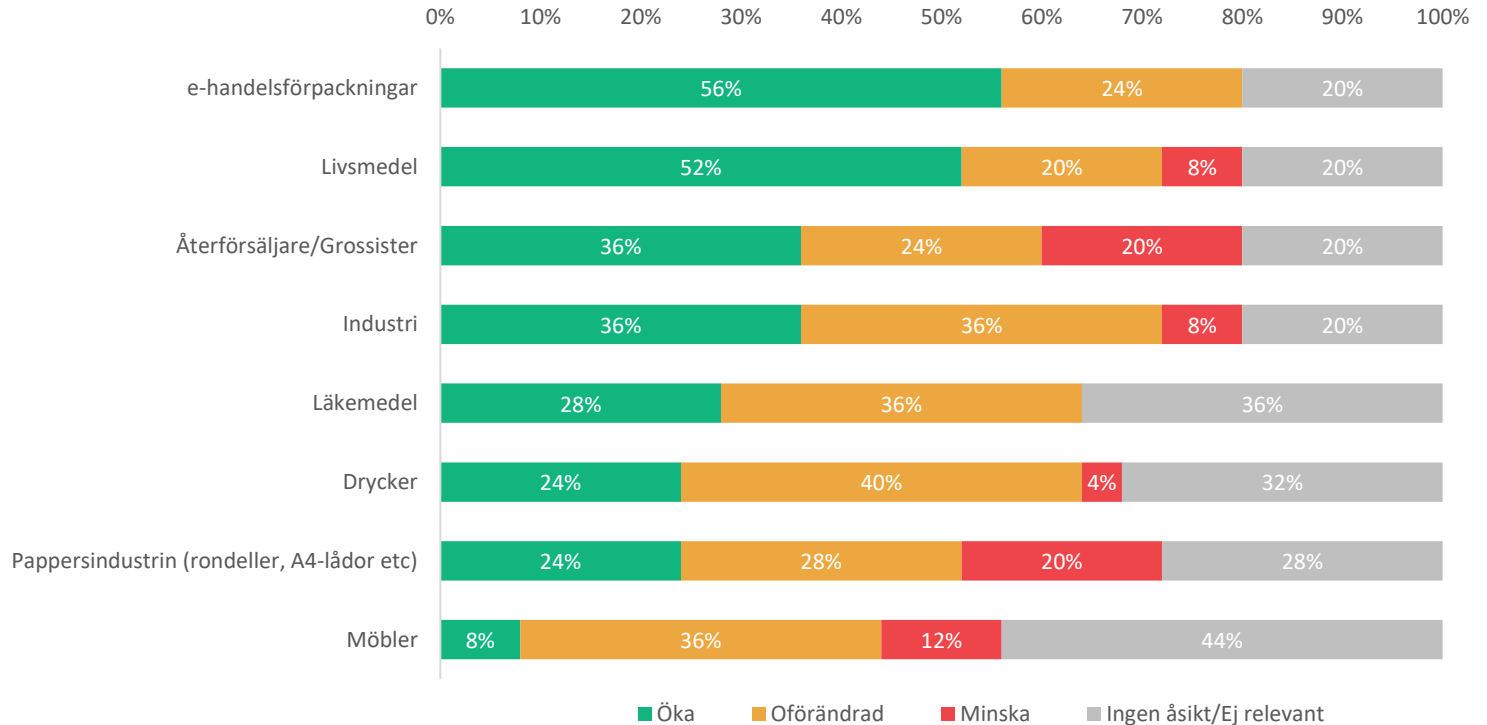
# Företagets omsättning framgent

Blickar man framåt är bilden mer positiv. En av tre inom segmentet Infomedia tror att man kommer att se en minskning även framgent medan nästan hälften tror på att omsättningen kommer att öka. Inom segmentet Förpackning är andelen som tror att omsättningen kommer att öka eller förbli oförändrad hela 88%.



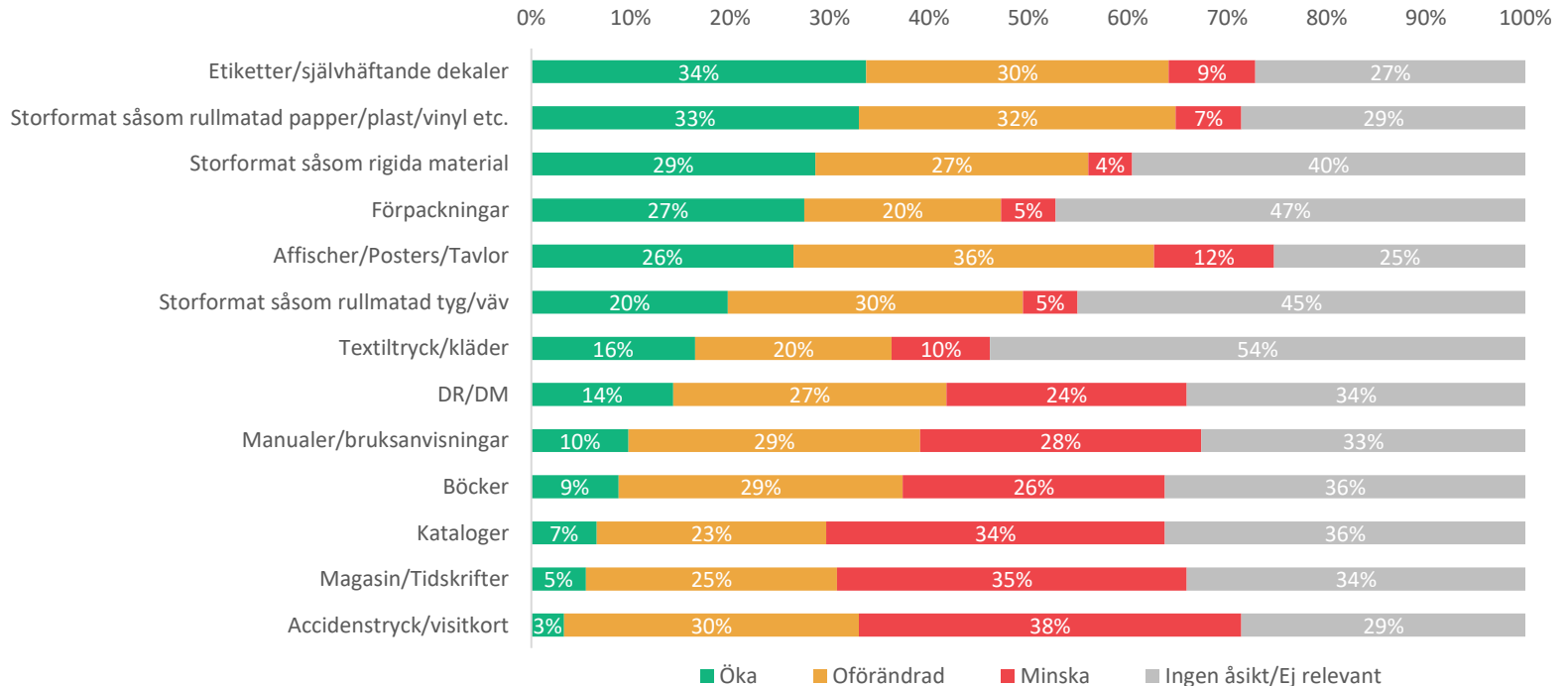
# Utvecklingen av marknadssegment för företaget - Förpackning

Även för det egna företaget tror förpackningssegmentet att e-handelsförpackningar och livsmedel kommer att öka mest. De marknadssegment som spås minska mest är återförsäljare/grossister samt pappersindustrin men vi ser dock att andelen som tror att segmenten ifråga kommer öka, är högre.



# Utvecklingen av produktsegment för företaget - Infomedia

För det egna företaget ser man inom Infomedia att etiketter/självhäftande dekaler och storformat såsom rullmatad papper/vinyl/plast och storformat såsom rigida material kommer att öka mest medan man ser att accidenstryck/visitkort/ magasin/tidskrifter och kataloger kommer minska i större utsträckning.



# Tankar kring produktsegment i egna företaget

Kommentarer – alla kommentarer från segmentet Infomedia:

- skyltar, om det inte räknas in i något av de alternativ som finns - öka
- Öka - digitala tjänster.
- Det är svårt att svara på frågorna när man slår ihop 2021 och 2022. 2021 kommer vara ett år där vi troligen tappar då vi tror att en återhämtning kommer förts Q4 men 2022 borde bli mer av ett normalår dock på en lägre nivå än 2019.
- Minska
- Tjänster kopplade till tryck

**Fråga:** Finns det andra produktsegment eller marknadssegment som du tror kommer att öka eller minska för ert företag under 2021 och 2022? Skriv i så fall gärna om du tror segmentet kommer att öka eller minska.

A man and a woman are in a print shop, looking at a large printed sheet on a table. The man is pointing at the sheet. The woman is looking at the sheet. The background shows various printing equipment and other people working.

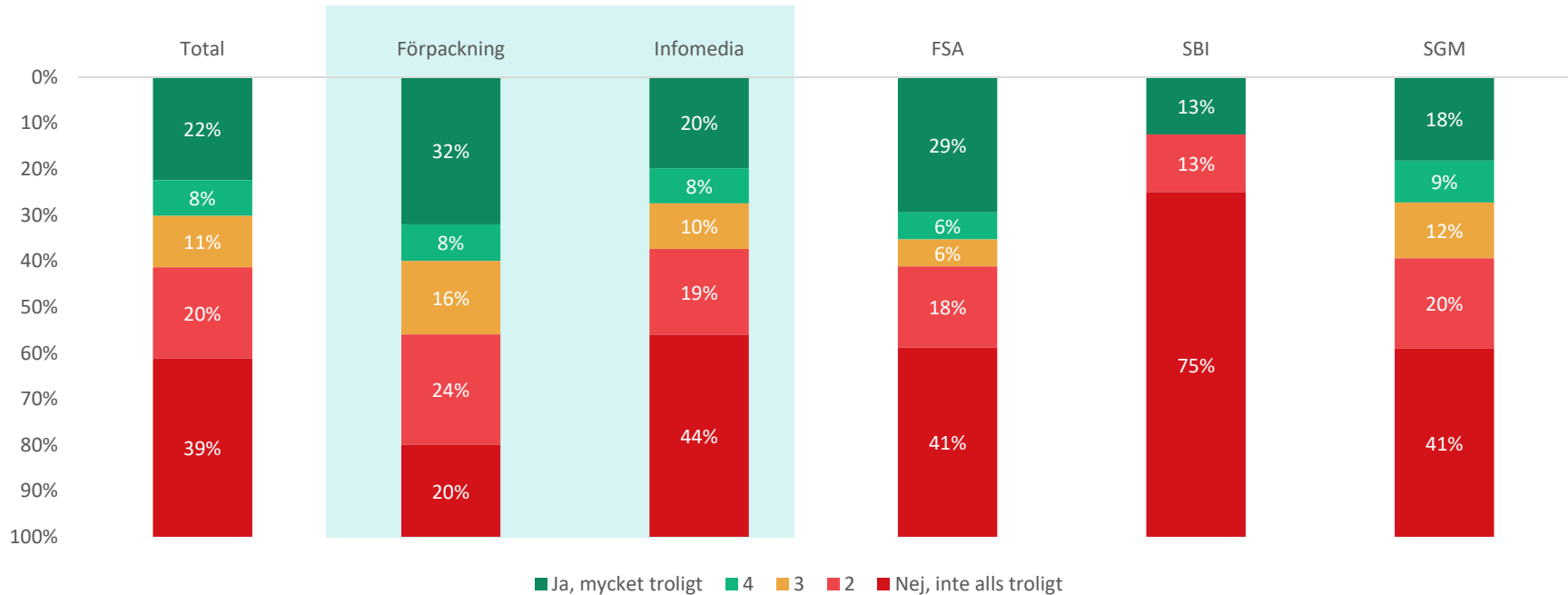
Investeringar och produktutbud framgent

Knivar  
Extrablad Knivar  
Cutfunktion 0,25mm



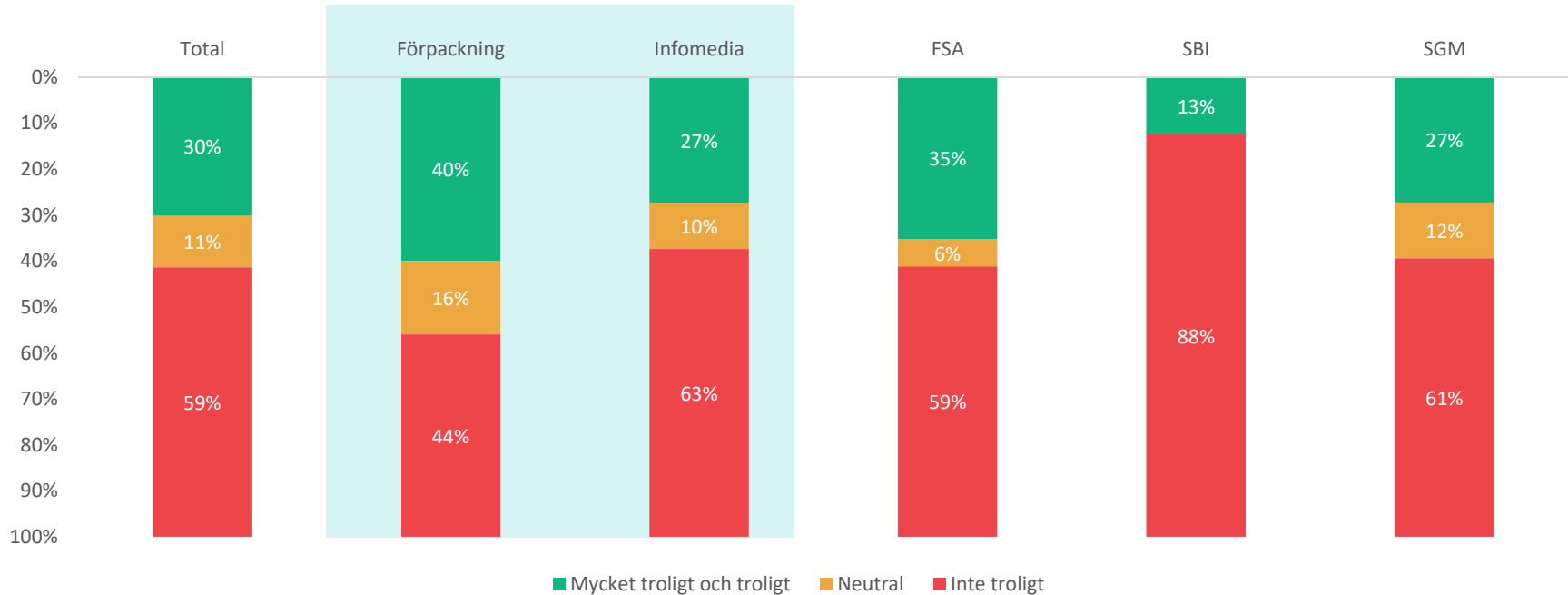
# Investeringar framgent

Förpackningssegmentet planerar i större utsträckning än Infomedica att göra större investeringar under 2021/2022.



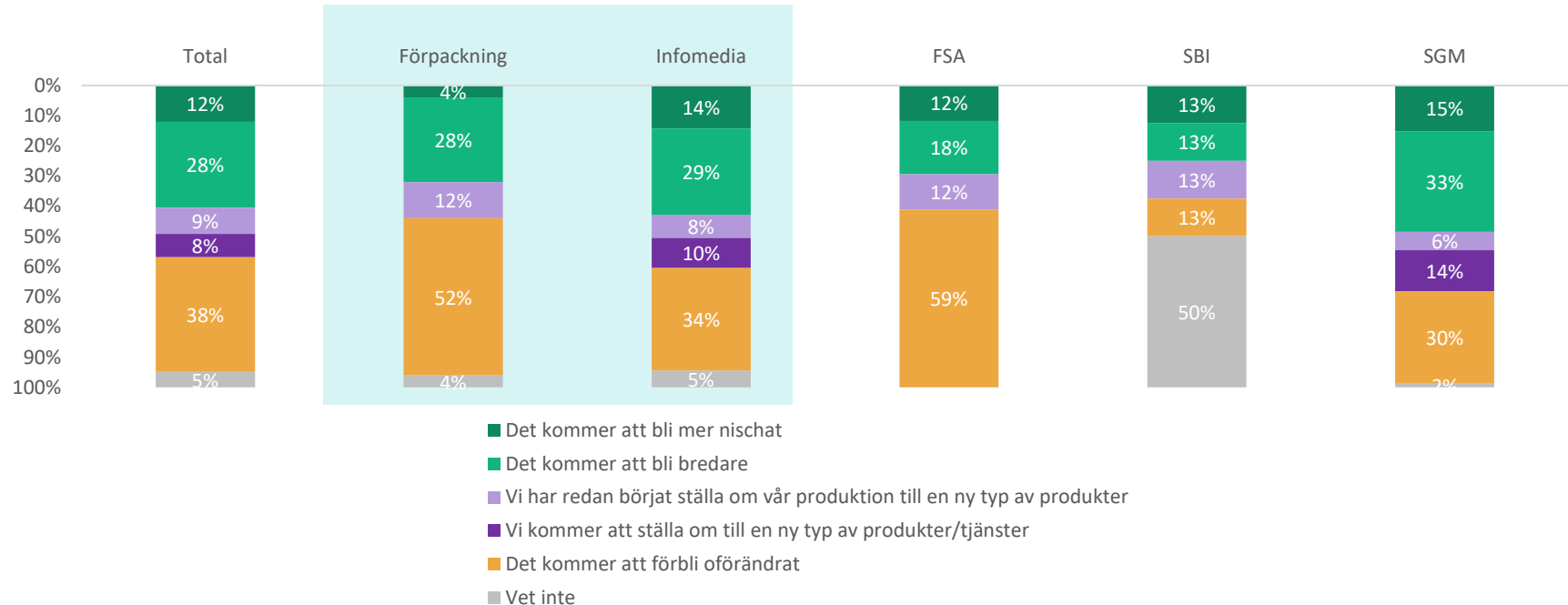
# Investeringar framgent

Förpackningssegmentet planerar i större utsträckning än Infomedica att göra större investeringar under 2021/2022.



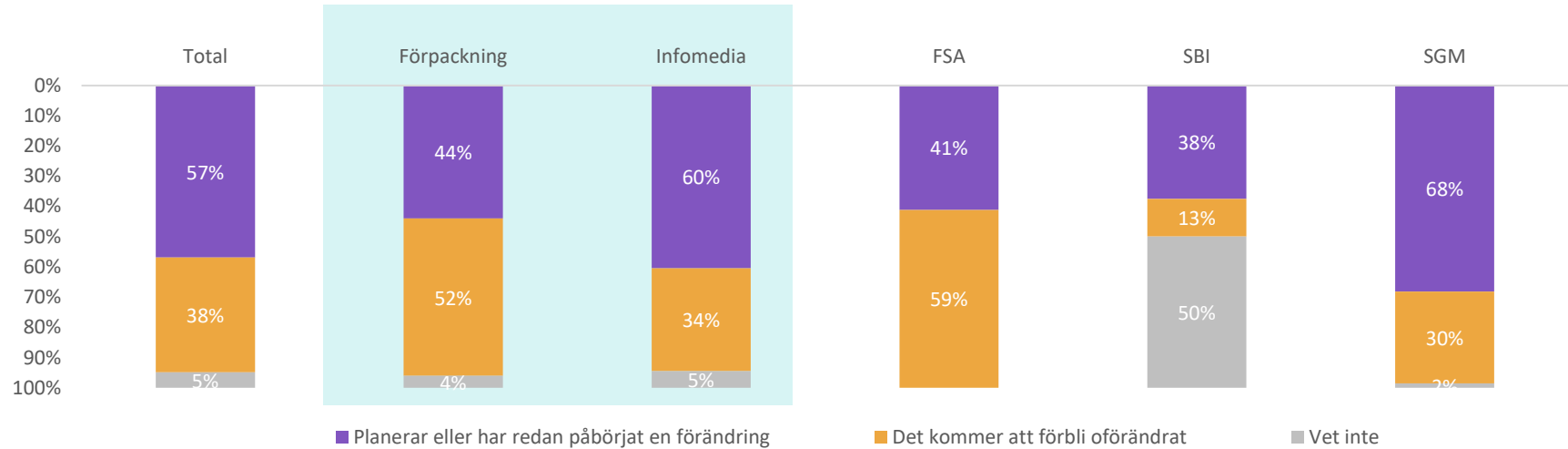
# Produktutbud framgent

Ser man till produktutbudet så svarar ca hälften inom segmentet Förpackning att produktutbudet kommer att förbli oförändrat. Nästan en av tre, oavsett segment, tror att det egna produktutbudet kan komma att bli bredare. 14% inom Infomedia svarar att utbudet kommer att bli mer nischat. Inom Förpackning har redan 12% börjat ställa om produktionen. En av tio inom infomedia planerar att ställa om.



# Produktutbud framgent

Ser man till produktutbudet så svarar ca hälften inom segmentet Förpackning att produktutbudet kommer att förbli oförändrat. Nästan en av tre, oavsett segment, tror att det egna produktutbudet kan komma att bli bredare. 14% inom Infomedia svarar att utbudet kommer att bli mer nischat. Inom Förpackning har redan 12% börjat ställa om produktionen. En av tio inom infomedia planerar att ställa om.

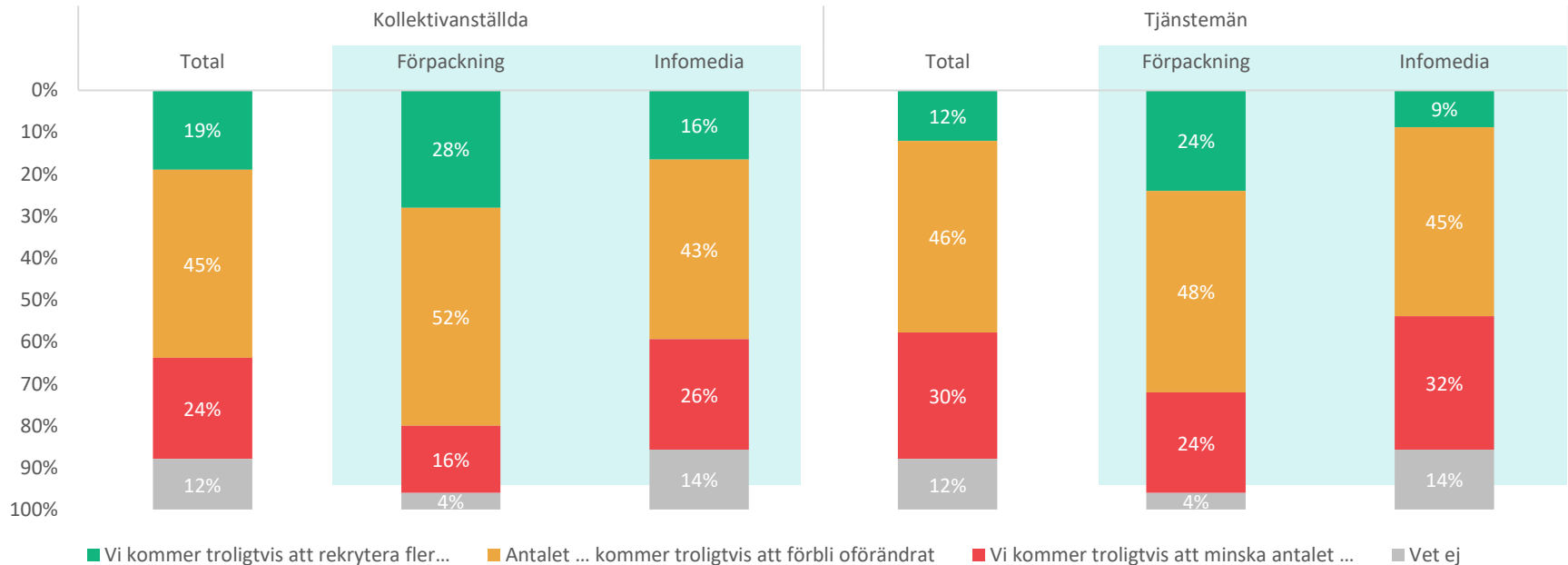


A man and a woman are in a printing shop, looking at a large printed sheet on a table. The man is pointing at the sheet. The woman is looking at the sheet. The background shows a printing press and other equipment. The text "Personalfrågor samt stöd och åtgärder" is overlaid on the image.

Personalfrågor samt stöd och åtgärder

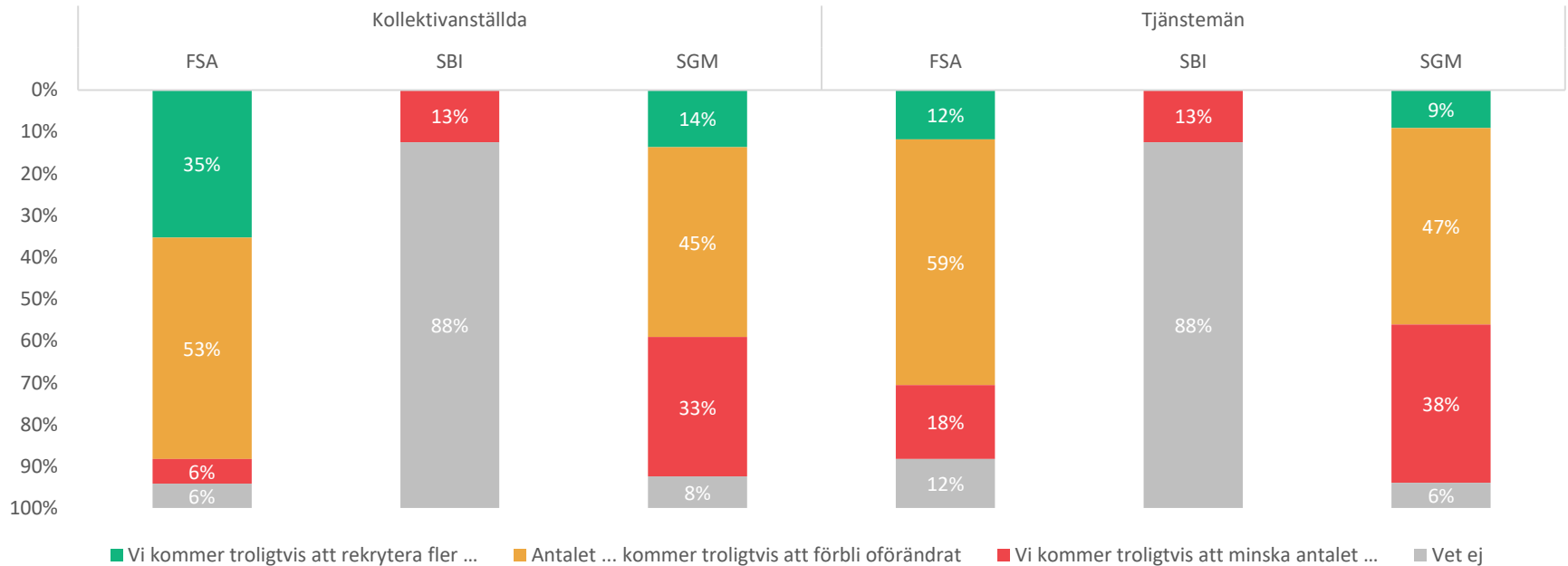
# Personalstyrka framgent

Inom Förpackning ser man i högre utsträckning att man kommer att rekrytera fler, både fler kollektivanställda (28%) och tjänstemän (24%). Inom Infomedia ser vi det motsatta, att man i större utsträckning tror att man kommer att minska antalet kollektivanställda och tjänstemän. För de flesta av våra svarande antar man dock, oavsett segment, att personalstyrkan kommer att vara oförändrad.



# Personalstyrka framgent – nedbrutet på Infomedia

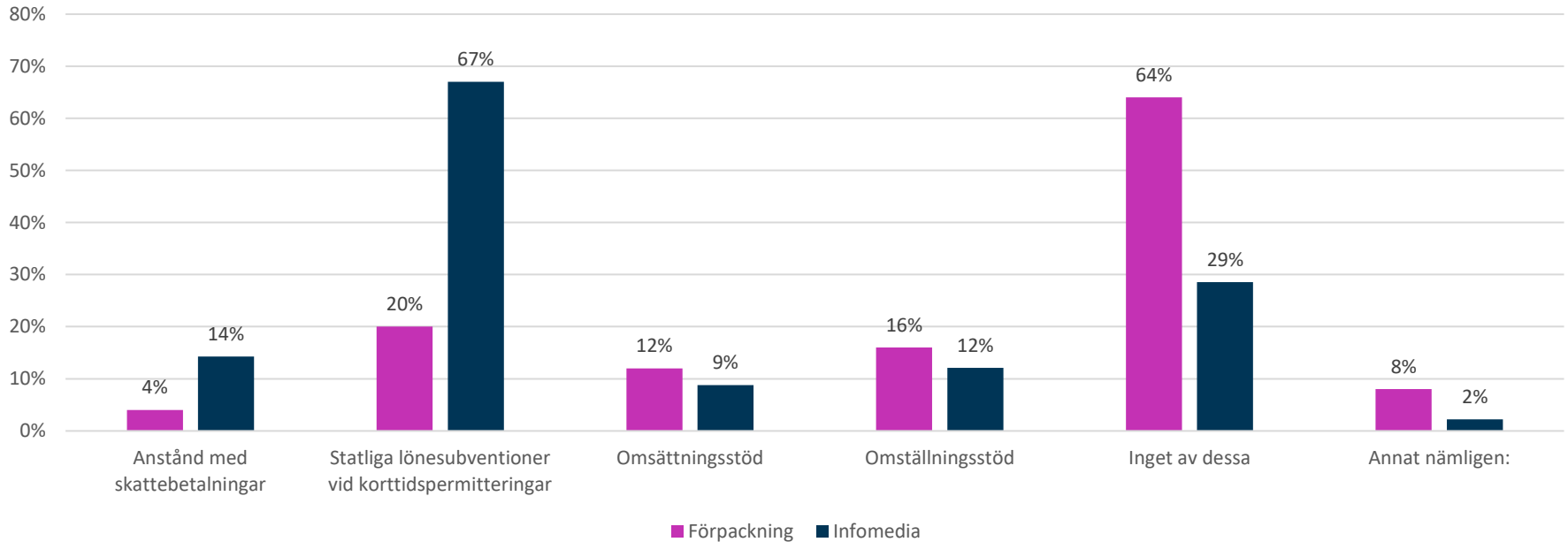
Inom FSA är bilden mer positiv ifråga om kollektivanställda, 35% tror att man kommer rekrytera fler. Inom SGM har man största andelen som tror att man kommer behöva minska antalet anställda oavsett om det handlar om kollektivanställda eller tjänstemän.





## Stöd och åtgärder man kommer använda sig av

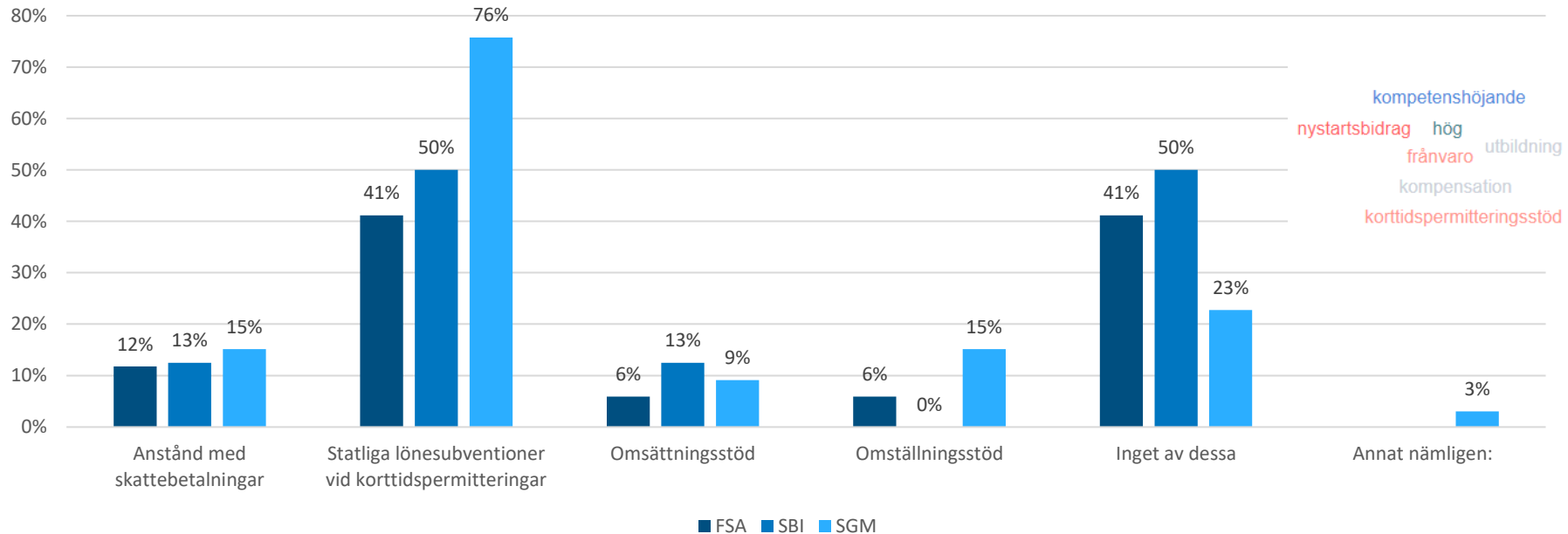
Segmentet Förpackning svarar i 64% av fallen att man inte använder eller kommer att använda sig av stöd och åtgärder. Motsvarande siffra för Infomedia är 29%. Två av tre inom Infomedia har använt eller kommer att använda sig av statliga lönesubventioner. Omställningsstöd får något fler svar inom bland respondenter från segmentet Förpackning.




**Fråga:** Vilken eller vilka av följande stöd och åtgärder använder ni eller kommer ni eventuellt att använda er av under 2021? Flera alternativ kan väljas

# Stöd och åtgärder man kommer använda sig av - Infomedica

Bryter man ned Infomedica på delsegment svarar fyra av tio FSA att de har använt eller kommer att använda statliga lönesubventioner, motsvarande andel är hälften för SBI och tre av fyra av SGM. Inom SGM svarar 15% vardera att de har eller kommer använda anstånd med skattebetalningar och omställningsstöd.



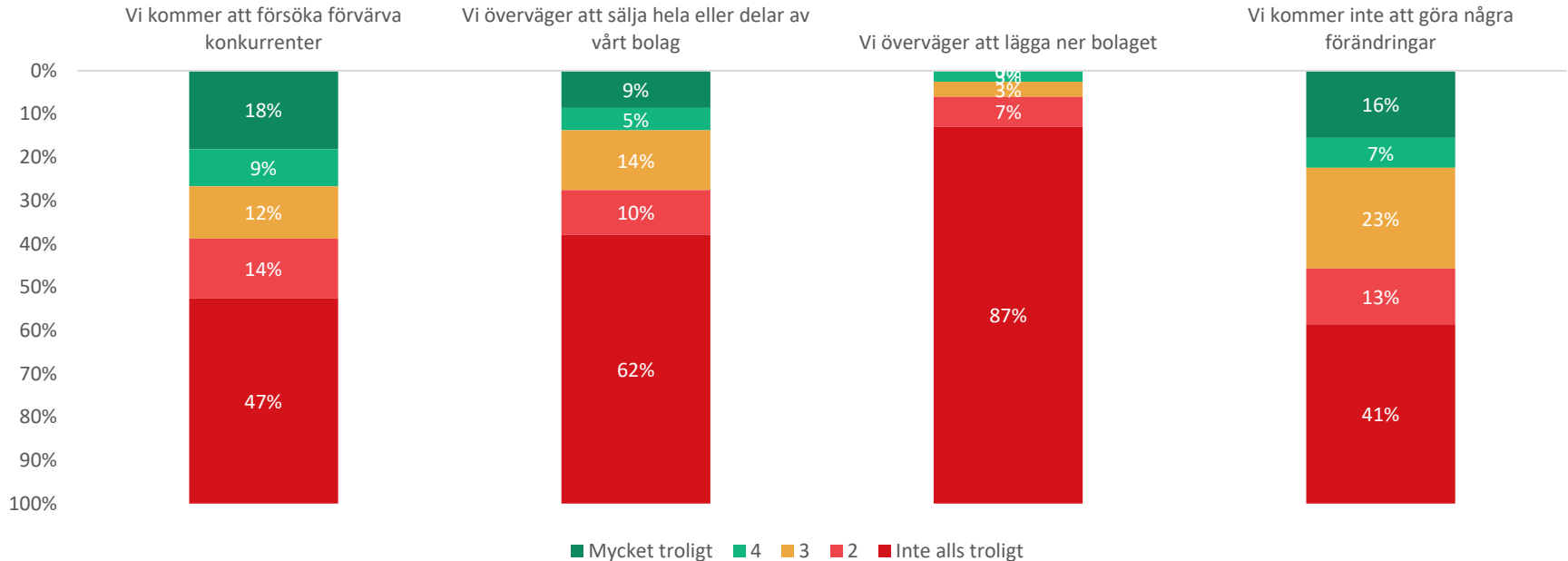
**Fråga:** Vilken eller vilka av följande stöd och åtgärder använder ni eller kommer ni eventuellt att använda er av under 2021? Flera alternativ kan väljas

A man and a woman are in a printing shop, looking at a large printed sheet on a table. The man is pointing at the sheet. The woman is looking at the sheet. The background shows various printing equipment and other people working.

Konsolidering/Försäljning/Uppköp samt  
affärsmöjligheter

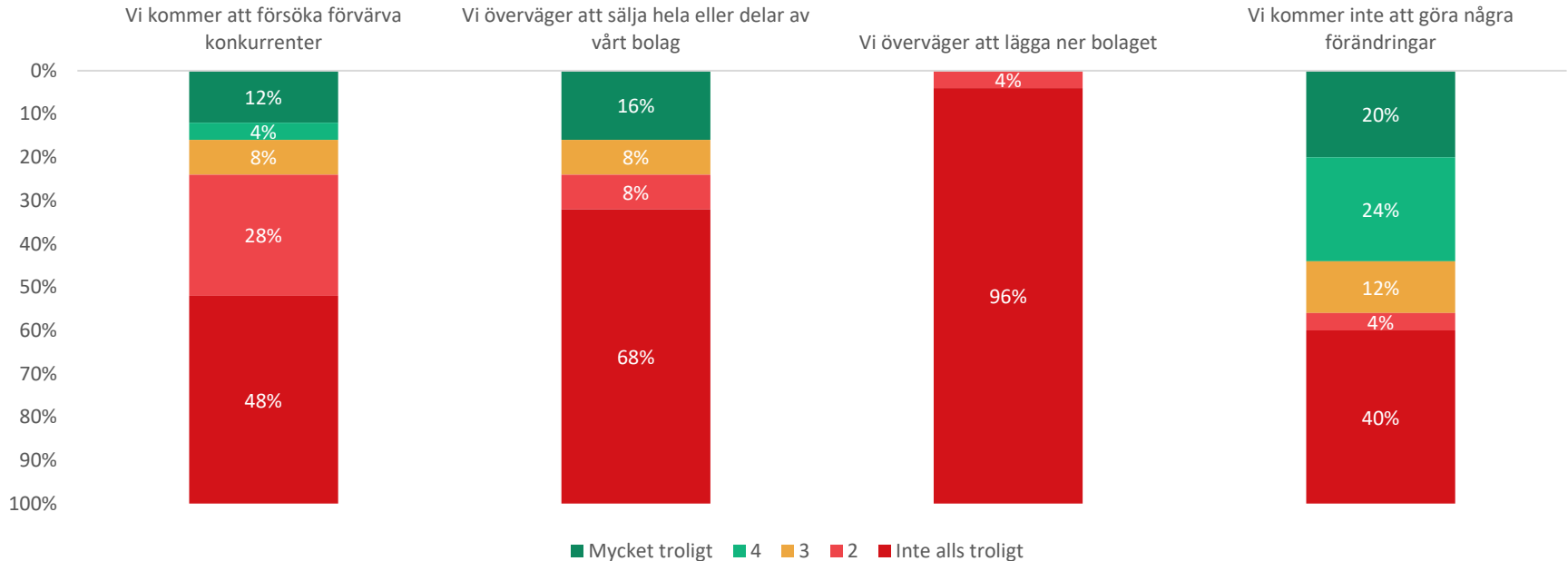
# Konsolidering/försäljning/uppköp totalt

På total nivå ser vi att de två vägar som flest företag som svarat kommer att välja är att försöka värva konkurrenter (27%) eller inte kommer göra några förändringar alls (23%). Ytterst få uppger att de överväger att lägga ner helt.



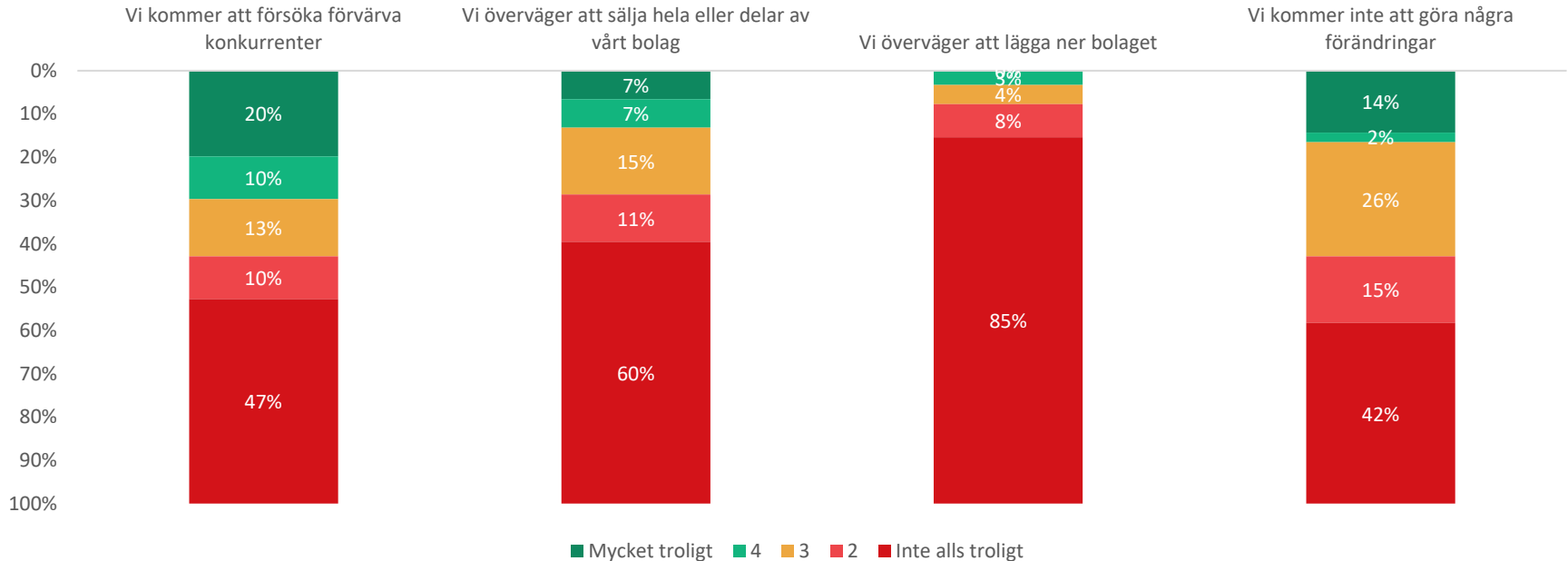
# Konsolidering/försäljning/uppköp - Förpackning

Alla svarande inom förpackningsföretag svarar att det inte är troligt att de kommer att lägga ner bolaget. Vidare uppger nästan hälften att de inte kommer göra några förändringar alls. Lika många anser det är troligt att de kommer att förvärva en konkurrent som att de överväger att sälja hela eller delar av bolaget.



# Konsolidering/försäljning/uppköp - Infomedia

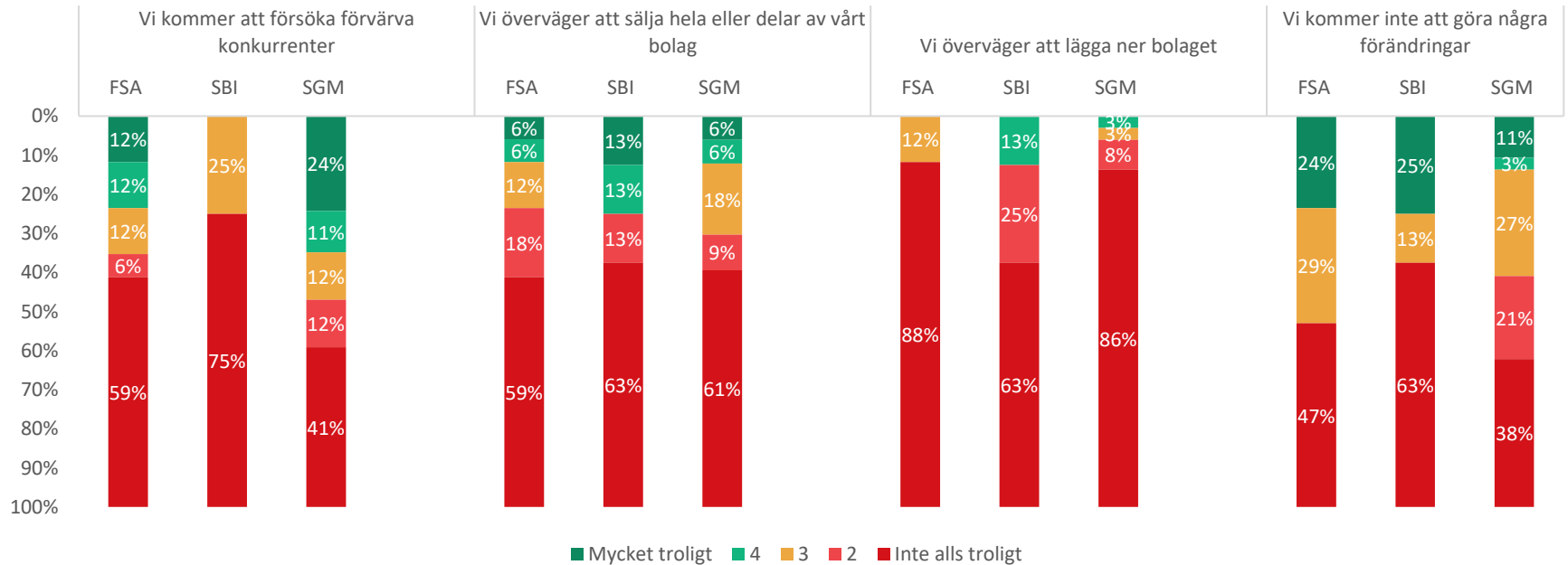
Infomediaföretagen finner det i större utsträckning mer troligt att de kommer att försöka förvärva konkurrenter jämfört med Förpackning.



Fråga: Hur ser du på följande scenarion rörande ditt företag under 2021 eller 2022?

## Konsolidering/Försäljning/Uppköp - Infomedia (branschsegment)

Det är framförallt SGM-företag som svarar att de kommer försöka förvärva konkurrenter. Andelen som tror att de kommer att lägga ner bolaget är något större inom delsegmentet SBI.





# Affärsmöjligheter - Förpackning

## Kommentarer

- Food packaging product sales have increased significantly but been offset by a continued reduction in our commercial and Publications business
- Stora
- Marknaden är full av affärsmöjligheter. Det är bara kreativiteten som sätter gränser. Sen kvarstår utmaningen att övertyga inköpare att de kan få en bättre produkt som löser uppgiften men på ett annat sätt.

# Affärsmöjligheter - Infomedial

## Kommentarer

- Skyddsprodukter, lokalt producerat då globala transporter ifrågasätts
- Är man snabb och flexibel finns det möjligheter till affärer.
- skyddsutrustning - visir
- Som utgivare av gratistidningar är marknaden minst sagt kärvt.
- "Det kan också vara nyttigt att ställas inför det faktum att man måste ställa om för att överleva. Vi har haft ett väldigt positivt förändringsarbete och förändrat vårt fokus och har därmed ökat väldigt bra."
- Nej
- Nya material - bakteriehämmande
- Digitaliseringen
- Hygienskyltar har ökat.
- nej. vi håller bara på med efterbehandling av trycksaker ( bokbinderi )
- Att lägga ner all produktion och gå 100% lego
- ökad webbförsäljning

# Slutliga tillägg - Förpackning

## Kommentarer

- Att grafiska som fackförbund påverkar sina medlemmar till att utveckla verksamheten i stället för att begränsa möjligheter hela tiden. Utbilda gärna medlemmarna i att det finns skyldigheter som som fackansluten/anställd och inte bara de rättigheter som finns.
- Vi konkurrerar med aktörer i lågkostnadsländer som Turkiet, Indien, Östeuropa
- All rapportering bör förenklas, från coronasmittade till arbetsmiljöverket till sjukfrånvaro till tillväxtverket. Vi lägger allt för mycket tid på denna typ av icke värdehöjande rapporteringar. Förenkla.

# Slutliga tillägg - Infomedial

## Kommentarer

- "Vi har världens största offentliga sektor, men de kan inte ge oss korttidspermitteringsbidrag vi sökt sedan juli 2020. Pengar vi ligger ute med då vi slussar dessa vidare till våra anställda. Samtidigt ger man full a kassa, full sjukpeng, osv till de anställda. De vill verkligen transformera privat produktion till offentlig."
- Jag tycker ni har haft för lågt engagemang i media om branschen. Jag tycker inte det räcker att luta sig emot Sv Näringsliv i stort.
- "Att reglerna för omställningsstödet förändrat så drastiskt och att det är så tyst om detta hos oss företagare och våra branschförbund. För vår del tappade vi ca 500' jmf med tidigare regler. Att Tillväxtverket är så katastrofalt dåliga på att hantera ärenden. Att Skatteverket är vår bästa vän i dessa tider, ett sådant positivt bemötande och hjälpsamhet. Abolut raka motsatsen till Tillväxtverket."
- LAS måste förändras. Arbetsmarknaden är trögriörlig eftersom få vågar byta jobb. Byter du jobb är du plötsligt "sist in". Äldre personer vågar inte byta jobb och yngre personer har svårt att komma in på arbetsmarknaden. Det är negativt för alla.
- "Jag tror att vi är på väg i en svår period - en lång utdragen lågkonjunktur med hög arbetslöshet och där staten/riksbanken kommer ha svårt att göra så mycket då man å ena sidan skall stimulera och å andra sidan behöver höja skatter/belastningen för att betala för alla stöd som har givits/ges. Enda sättet för staten att komma ur det är genom inflation, men detta kommer bara skapa ännu mer problem så jag tror att en lång lågkonjunktur (å la Japan) är det ända möjliga alternativet. "
- förhoppningen är att mer trycksaker kommer att stanna innanför Sveriges gränser och att helsvenska företag kommer att gynnas.

A man and a woman are in a print shop, looking at a large printed report on a table. The man is pointing at a section of the report. The woman is looking at the report. The background shows various printing equipment and other people working.

Sammanfattning av rapporten

# Sammanfattning av rapporten

## Övergripande information

- Branschundersökningen genomfördes mellan 29e mars och 18e april och vi fick totalt in **131 svar** (Förpackning 29 svar/Infomedia 102 svar). **Svarsfrekvensen** totalt landade på **40%** (Förpackning 37%/Infomedia 41%)
- På **total nivå** ser vi i undersökningen att **segmentet Förpackning har bättre resultat övergripande jämfört med Infomedia**. Dels i sin upplevelse kring hur **året har varit, tron på branschen och hur framtiden kommer att se ut** ifråga om produktutbud och investeringar. Inom förpackning svarar man i lägre grad än Infomedia att olika marknadssegment kommer att minska. De svarar i högre utsträckning att inga förändringar kommer att göras alternativt att positiva förändringar kommer att göras. Sannolikheten är större att de kommer att nyanställa oavsett personalkategori.
- **Vi kan dock säga att även om omsättningen minskade från 2019 till 2020 så finns det gott hopp om att omsättningen framåt kommer att vara mer positiv eller stabil oavsett om det är inom Förpackning eller Infomedia.**

## Branschen som helhet

- **Tron på utvecklingen** inom respektive delbransch är **mer positiv inom segmentet Förpackning jämfört med Infomedia**. Här är andelen som tror att delbranschen kommer att växa 38% medan motsvarande är 18% för Infomedia. Närmare en tredjedel inom Infomedia tror att branschen kommer minska mer än 5%.
- Ser man till produktsegment har man inom segmentet **Infomedia** en bild av att **produktsegmentet förpackningar kommer att öka mest följt av etiketter/självhäftande dekaler**. De produktsegment som i högst grad tros komma att **minska är kataloger, magasin/tidskrifter samt accidenstryck/visitkort**.
- Inom **Förpackningsföretagen** tror en majoritet att **e-handelsförpackningar kommer att öka och också livsmedel och läkemedel**. Det marknadssegment som **spås minska** i högst grad är **pappersindustrin**.

# Sammanfattning av rapporten

## Det egna företagets omsättning

- När det gäller frågan om det **egna företagets omsättning 2020** jämfört med 2019 och de svarande ser tillbaka kan vi se att man upplevt ett **större tapp inom Infomedia**, här har ca hälften minskat mer än 11%. **Motsvarande siffra är 28% för Förpackning.**
- Samtidigt är det över en tredjedel (**36%**) inom **Förpackning** svarar att man **ökat med 11% eller mer. 7% inom Infomedia** svarar att man ökat med motsvarande andel. Delsegmentet SBI har haft mestadels oförändrad omsättning medan både FSA och SGM i en majoritet av fallen har minskat.
- Blickar man **framåt** är dock **bilden mer positiv för Infomedia jämfört** med omsättningsförändringen mellan 2019 och 2020. En av tre tror att man kommer att se en minskning även framgent medan **nästan hälften tror på att omsättningen kommer att öka.**
- Inom delsegmentet FSA tror en majoritet att omsättningen kommer att öka framåt.
- Inom segmentet **Förpackning** är andelen som tror att omsättningen kommer att öka eller förbli oförändrad hela **88%.**

## Produkt- och marknadssegment

- För det egna företaget ser man inom **Infomedia** att **etiketter/självhäftande dekalер och storformat såsom rullmatad papper/vinyl/plast och storformat såsom rigida material kommer att öka** mest medan man ser att accidenstryck/visitkort/magasin/tidskrifter och kataloger kommer minska i större utsträckning.
- Även för det egna företaget tror **förpackningssegmentet att e-handelsförpackningar och livsmedel kommer att öka mest.** De marknadssegment som spås minska mest är återförsäljare/grossister samt pappersindustrin men vi ser dock att andelen som tror att segmenten ifråga kommer öka, är högre.

# Sammanfattning av rapporten

## Framtiden

- När man frågar om företagen kommer att **göra större investeringar** under 2021/2022 ser vi att **Förpackningssegmentet i högre utsträckning än Infomedias planerar att göra större investeringar** under perioden.
- Sett till **produktutbudet** svarar ca **hälften inom segmentet Förpackning att produktutbudet kommer att förbli oförändrat. Nästan en av tre oavsett segment tror att det egna produktutbudet kan komma att bli bredare. 14% inom Infomedias** svarar att utbudet kommer att bli **mer nischat**. Inom **Förpackning** har redan **12% börjat ställa om produktionen**. En av tio inom infomedias planerar att ställa om.
- När företagen tänker på sin **personalstyrka** ser man i högre utsträckning Inom **Förpackning att man kommer att rekrytera fler kollektivanställda (28%) och tjänstemän (24%)** medan man i större utsträckning tror att man **kommer att minska antalet kollektivanställda och tjänstemän inom Infomedias**. För de flesta av våra svarande antar man dock oavsett segment att personalstyrkan kommer att vara oförändrad.
- På **total nivå är det strax över en av tre som inte har använt och inte kommer att använda sig av stöd och åtgärder**. Segmentet **Förpackning** svarar i **64%** av fallen att man **inte använder eller kommer att använda sig av stöd och åtgärder**. Motsvarande siffra för **Infomedias är 29%**. Två av tre inom Infomedias har använt eller kommer att använda sig av statliga lönesubventioner. Omställningsstöd får något fler svar inom bland respondenter från segmentet Förpackning.
- Bryter man ned Infomedias på delsegment svarar fyra av tio FSA att de har använt eller kommer att använda statliga lönesubventioner, motsvarande andel är hälften för SBI och tre av fyra av SGM. Inom SGM svarar 15% vardera att de har eller kommer använda anstånd med skattebetalningar och omställningsstöd.



# Sammanfattning av rapporten

## Konsolidering/försäljning/uppköp och affärspotential

- På total nivå ser vi att de två vägar som flest företag som svarat kommer att välja är att **försöka värva konkurrenter (27%)** eller **kommer inte göra några förändringar (23%)**. 14% överväger att sälja hela eller delar av bolaget. **Minst troligt är det att man kommer att lägga ner bolaget.**
- Bryter vi sedan ner denna information på segmenten svarar **alla förpackningsföretag att det inte är troligt att de kommer att lägga ner bolaget**. Nästan hälften tror inte att man kommer göra några förändringar alls. Lika många anser det troligt att de kommer att förvärva en konkurrent som att de överväger att sälja hela eller delar av bolaget.
- **Infomediaföretagen finner det i större utsträckning mer troligt att de kommer att försöka förvärva konkurrenter** jämfört med Förpackning. Även inom Infomedia är det en majoritet som inte överväger att lägga ner bolaget.
- Det är framförallt SGM-företag som svarar att de kommer försöka förvärva konkurrenter. Andelen som tror att de kommer att lägga ner bolaget är något större inom delsegmentet SBI.

PROGRESS



Netigate AB Drottninggatan 29, 111 51 Stockholm, Sweden