

GENERATION SÆTTER FOKUS PÅ BÆREDYGTIG MAD

- Fra landmand til
forbruger

11.15 – 12.00



TO ØKO-TOSSER

Torben Blok
Markedschef Foodservice

Brænder for

- økologi og foodservice
- mad og fællesskaber

Birgitte Jørgensen
Chefkonsulent

Brænder for

- økologi og dagligvarehandlen
- mad og lokale varer

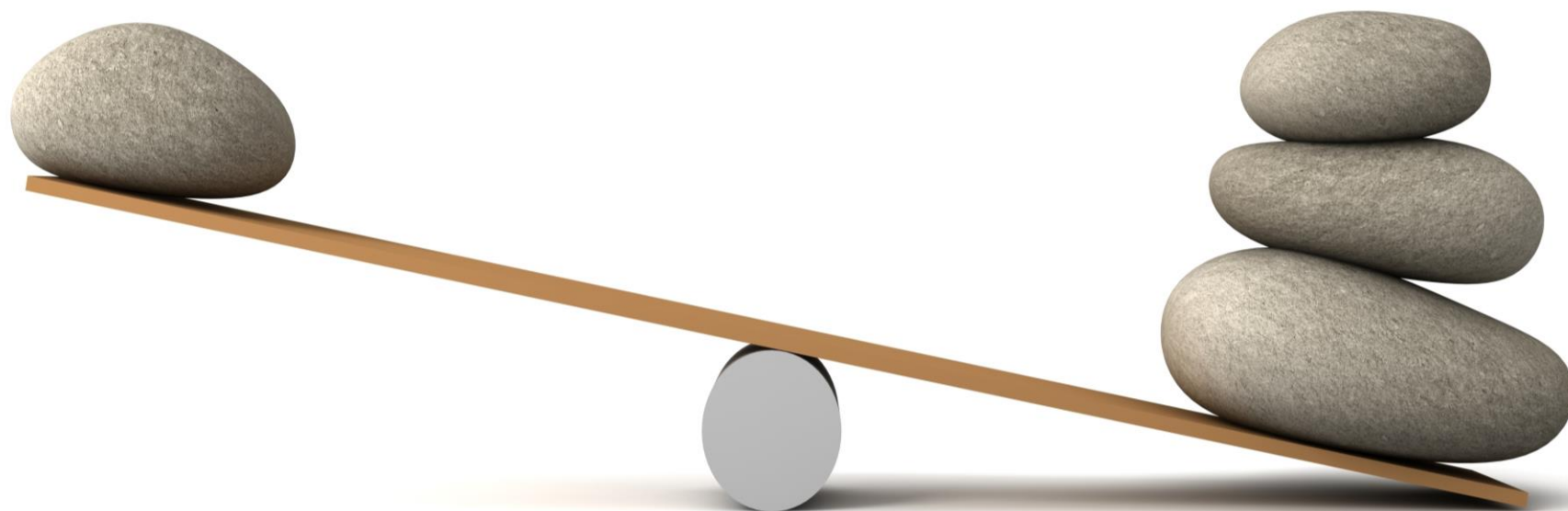


GENERATION



GENNEMBRUD I DANSKERNES KØBSVANER

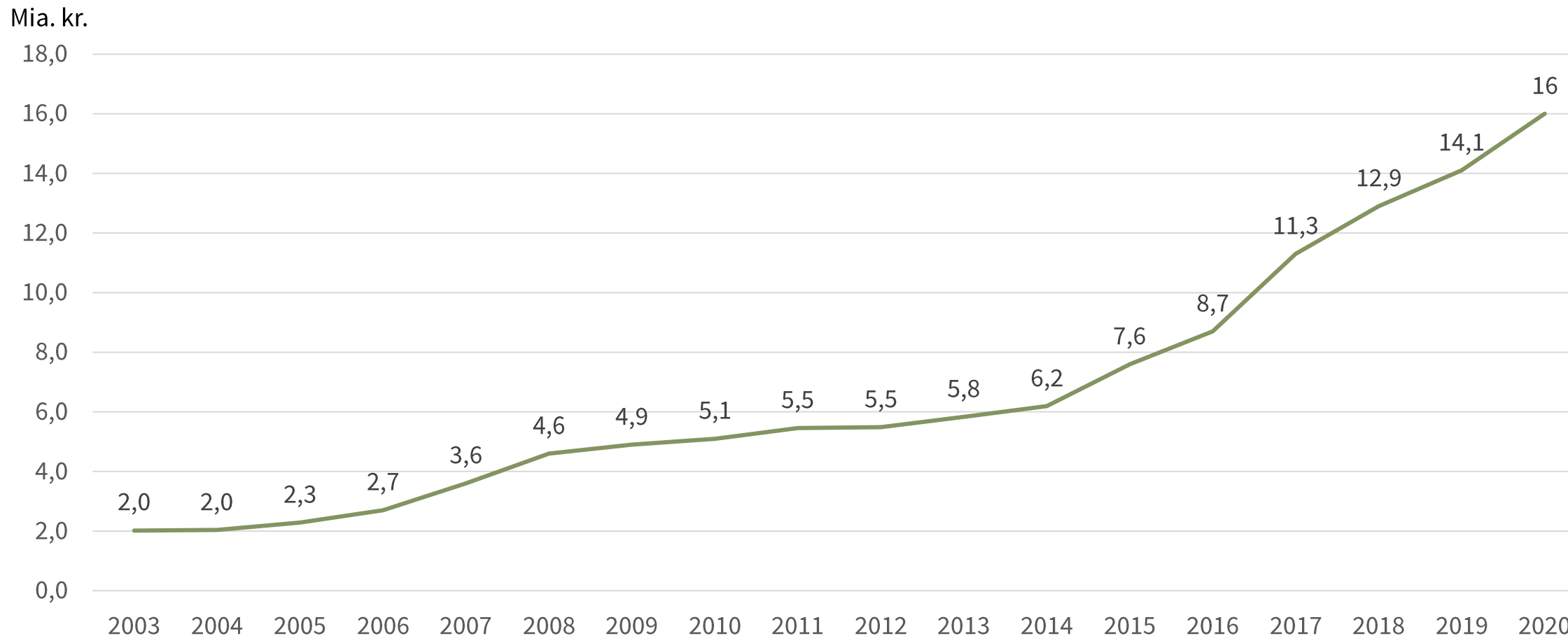
75% af danskerne køber økologisk hver uge!



DEN ØKOLOGISKE DETAILOMSÆTNING 2003-2020



Den økologiske vækst i detailhandlen inkl. online er væksted med 14% i 2020



DRIVERE – når jeg vælger økologiske fødevarer, er det fordi

Uden rester af
sprøjtegifte

Beskytter
grundvand og
natur

Produceret med
omtanke

Skaber mere
dyrevelfærd

Færre e-numre

BARRIERER - når jeg *IKKE* vælger den økologiske vare, er det ofte på grund af

Varen findes ikke
der, hvor jeg
handler

Det er for dyrt

Holdbarheden er
ringe

Jeg har ikke råd

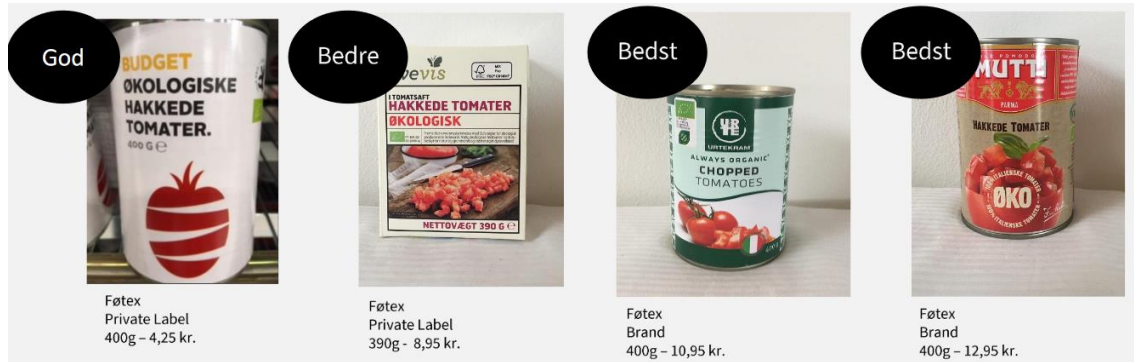
Det smager ikke
bedre

Giv forbrugerne viden om dit produkt!



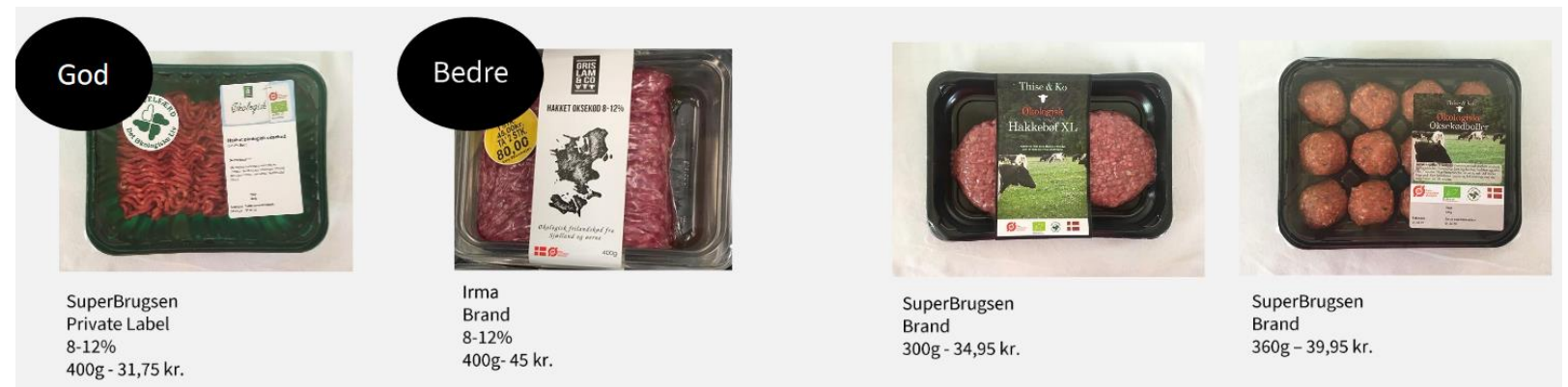
DER ER BRUG FOR FLERE VÆRDIPOSITIONER I FREMTIDEN

- Økologi er ikke 'bare' økologi



Der bedste muligheder er her:

- Økologiandelen er høj
- Der er tydelige smagsforskelle i kategoriens produkter
- Forskelle i emballagen bringes i spil
- Der arbejdes sammen i værdikæden
- Forskellige grader af convenience bringes i spil
- Samarbejde i værdikæden på smag, racer, sorter, dyrevelfærd, fair trade, klima og bæredygtighed.



FREMTIDENS SUPERMARKED



Mindre butikker med færre varer.

Fokus på friske varer til at spiser her og nu eller senest i aften.

Forventningen er, at forbrugerne handler, når de er sultne.

Sortimentet består af de varer, som forbrugerne engagerer sig i.

ETIK ER DET NYE MARKEDSFØRINGSPARAMETER



Der er styr på pris og kvalitet i alle supermarkeds kæder, derfor skal der findes nye områder, hvorpå de skal skille sig ud fra mængde.

Derfor er der brug for værdidagsordenen!

P.t. løber kæderne med denne dagsorden via private label

HOLD ØJE MED - CO2 NEUTRAL / CO2 POSITIV

De unge mener det alvorligt!

Det 'ikke at flyve' er vigtigere end 'at rejse'.

18 – 25 årige mener, at kødforbruget skal reguleres af myndighederne.

Forbyder flyrejser: Gymnasium vil vise vejen - og tager kun tog og bus på studieture

Eleverne på Det frie Gymnasium i København nægter sig selv at flyve, selvom det oftest er billigst og hurtigst.



Det var eleverne selv, der mente, at et flyforbud var nødvendigt. Nu bliver de kontaktet af andre skoler, hvor eleverne vil gøre det samme.
(Foto: Katrine Romme - P1 Public Service)

LOKALE VARER

Under Corona er forbrugerne blevet mere bevidste om at købe lokalt og støtte lokale arbejdspladser.

De lokale varer har fået et boost – forbrugerne involverer sig mere gennem handel i fx gårdbutikker og crowdfunding

Tillid til HVEM vi handler med – er blevet et nøgleord.



FREMTIDENS
ØKOLOGISKE KØKKENER

SÅDAN SKAL VI ARBEJDE MED ØKOLOGI



De 4 økologiske grundprincipper som køkkenprincipper:

SUND

OMTANKE

FAIR

BALANCE

FREMTIDENS ØKOLOGISKE KØKKENER



Udelukkende
økologisk kød



Danske økologiske
bønner, ærter og linser



Flere vegetariske og
veganske retter



Flere kødløse dage



Mere grønt på menuen



Mindre madspild



Mere undervisning, efter-
uddannelse og inspiration

SUND

Vi har brug for
mere og bedre...

- > Friske råvarer
- > Plantemåltider
- > Naturlig gødning
- > Frugtbar jord
- > Rent drikkevand



OMTANKE

Vi har brug for
mere og bedre...

> Håndværksdyder:
kvalitet i alle led
og i hele produktet

Hvad kan vi gøre sammen
for klimaet

> Natur-innovation:
overvejte teknologi



FAIR

Vi har brug for
mere og bedre...

- > Kvalitet og pris
- > Korte veje til salg
- > Fair arbejdsvilkår fra alle
- > Bæredygtige priser for alle



BALANCE

Vi har brug for
mere og bedre...

- > Rig Natur
- > Mindre kød med bedre kød
- > Frie dyr
- > Sæsonvarer



**AARHUS
BORGMESTER
OG FORMAND FOR
KOMMUNERNES
LANDSFORENING**



**JACOB
BUNDSGAARD**





**BÆREDYGTIG
OMSTILLING
I KOMMUNERNE**

**KOMMUNERNES
ROLLE?**

STATUS EFTER 10 ÅR MED DET ØKOLOGISKE SPISEMÆRKE

3200 offentlige og private køkkener
i Danmark har fået mærket,
og mærkningen er i hastig vækst.



Mærkninger

ANNO 2020



30-60% økologi

BRONZE: 1149




60-90% økologi

SØLV: 1342



90-100% økologi

GULD: 709

A blurry, low-angle shot of a man in a white hoodie being embraced by others in a dark setting. The man in the center is wearing a white hoodie and has a beard. He is being embraced from the sides by people in dark clothing. The background is dark and out of focus. The overall mood is intimate and emotional.

vevo

12.00 – 12.45

FROKOST



30-60% økologi



60-90% økologi



90-100% økologi

12.45 – 13.25
SMAG PÅ ØKOLOGIEN
- og sæt ord på

**DERFOR
LANDMAND**

Kom med os i
marken, stald og køkken



13.25 – 13.35
ØKO-shot



13.30 – 14.10
Mød kunden
- Hvorfor gør økologien en forskel?



Martin Korsholm, Salgschef SPAR-kæden

14.10 – 14.20

Kahoot!!





ØKOLOGI
EN DEL AF
LØSNINGEN