

# Projektmøde Norge, 11.-12. oktober 2017

## 4.3 (Beskrivning av värdekedjan och värdeflödesanalys) og 2 (Spredning)

### 4.3: Værdikæder v/ Emma, Majbrit og Else

Resumé fra workshops i Rebild

Undersøgelser af værdikæder vedr. Oksekød

Værdikædeanalyser

Overblik Lam (DK)

### 2: Spredningsaktiviteter v/Else

Møde i Rebild, Høstfest Aarhus, Andre mindre møder

FoodExpo 2018

### (5: Forbrugere

Møde med MAPP)



# Generelle udfordringer i Danmark i forhold til Interreg og Region Midt bl.a. ....

## ➤ INTERREG:

Region Nordjylland og Midtjylland – Målgruppe: landmand, virksomheder

FOKUS: VIDEN, forskning, analyser

## ➤ Region Midt:

Hele Danmark – Målgruppe: virksomheder

FOKUS: VÆKST: Kroner, Arbejdspladser

Vi har søgt et nyt, lille tilskud til aktiviteter, så vi dækker hele landet i 2018

## ➤ Organisatoriske ændringer i Økologisk Landsforening og ny direktør Helle Friberg

## ➤ Elena og Eva fik fuldtidsjob – ønskejob 😊



## 4.3 Værdikæder: Workshop Rebild – Detail/dagligvarehandel

### Input Rebild:

- Afregningsmodel for kvalitet - slagtekvalitet og spisekvalitet
- Ustabil kvalitet og forsyning – flere værdikæder giver usikkerhed
- Små pakninger til små husholdninger – åbenhed om forbrugerønsker
- Forbrugerinformation fx Kødskole
- Branchen skal definere god spisekvalitet og informere om spisekvalitet
- Information om spisekvalitet skal komme fra mange kilder (blog, kokke, branche, detail)
- Hvad vil forbrugeren betale?



### 4.3 - vi arbejder med:

- At finde relevant værdikæde vi kan analysere (dialog med Thise i DK (Emma præsenterer Sverige))
- Informationsformer: Dansk Kødskole – inspireret af Sverige
- Pris-sammenhænge, hvad skal man undgå? (Eventuel case: Mineslund + Gris, Ko & Lam).

Rebild - 3 spørgsmål:

- Succeser og Fiaskoer
- Spisekvalitet i værdikæden
- Formidling om spisekvalitet til forbruger

## 4.3 Værdikæder: Workshop – Foodservice (store kantiner, restauranter)

### Input Rebild:

- Ensartet kvalitet, stærke koncepter (succes) – men ensartet kvalitet har også en bagside
- Landmandens engagement i slutprodukt for svag: Han mangler viden om kød
- Hakket kød – men hvad med udskæringer?
- Brug af HELE DYRET – menuplan tilpasset hele dyret
- Sortere kunderne efter brug af kødet (dyre stykker, hakket kød)
- Sortere kødet (naturkød, kødkvæg) – større faglighed og viden i salgsleddet
- Økonomi og prissætning er en udfordring
- Information/historien skal passe til produktets kvalitet (god kvalitet = god historie)
- Variation og særlige kvaliteter skal formidles og forklares til brugeren

### 4.3 – vi arbejder med:

- Små værdikæder m/Naturkød: landmænd + restauranter (Høstfest i Aarhus)
- Planlægger indsats i forhold til store kantiner (Hahnemanns køkkener (high-end fx kantinen i Folketinget) og ISS (main-stream-kantiner). Hvordan kan kødet fordeles? Hvilken information? Økonomi i værdikæden?
- Informationsformer: Dansk Kødscole – inspireret af Sverige ???



### Rebild - 3 spørgsmål:

- Succeser og Fiaskoer
- Spisekvalitet i værdikæden
- Formidling om spisekvalitet til forbruger



## 4.3 Værdikæder: Workshop Rebild – Andre/små værdikæder

### Input Rebild:

- Internt samarbejde i små værdikæder kræver udvikling (fælles kvalitet, historie)
- Udfordringer med Fødevarelovgivning (krav og pris) for små producenter
- Procedurer detail og foodservice: Betalingsfrister (120 dage), udbudsregler
- Forsyning af kød hele året
- Emballeringsmetoder og kvalitets-opfattelse (frost, gaspak, vakuum, skindpak)
- Fersk kød ser bedst ud (holdbarhed, farve) - men viden mangler
- Forsyningssikkerhed og aftaler mellem landmand og aftager
- Optimere udskæringer jf. kvalitet og smag – Hvad med kødrester?
- Hvem er kunderne, hvilken information har de brug for?

### 4.3 - vi arbejder med:

- Aktiveret små værdikæder m/naturkød: landmænd + restauranter (Høstfest i Aarhus)
- Naturkødskoncept – Vadehavet Nationalpark – besøg med 'Spis-min-Gris'-slagteri
- Dialog med flere om økonomiudfordringer: Case? "Mineslund+Gris,Lam&Ko"-samarbejde
- Værdikæder inden for lam – overblik og analyser i gang
- Planlægger Erfa-gruppemøder for landmænd (små værdikæder)

Rebild - 3 spørgsmål:

- Succeser og Fiaskoer
- Spisekvalitet i værdikæden
- Formidling om spisekvalitet til forbruger

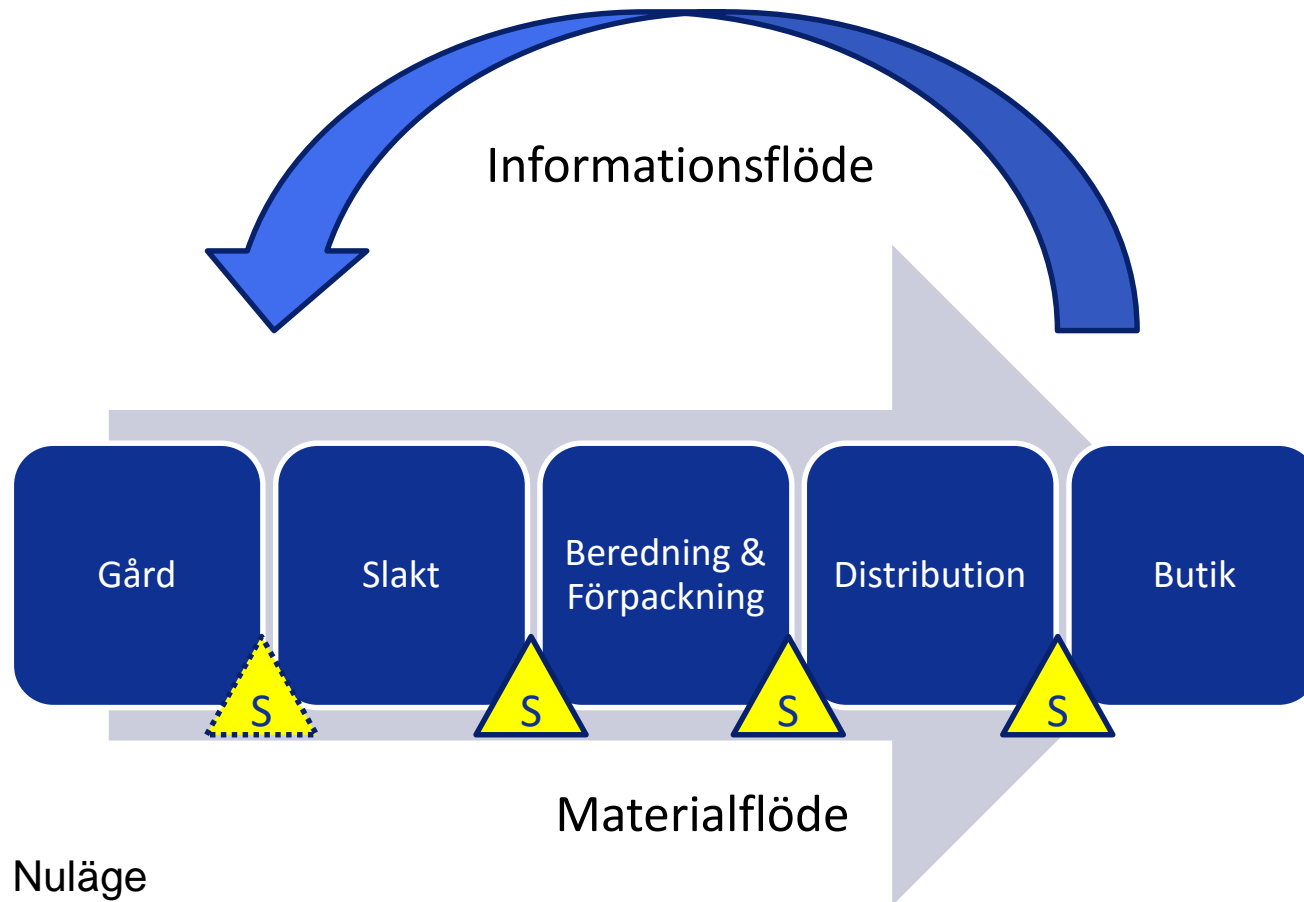


Med slagter Mikkel Hesselager:  
Besøg vedr. "naturkød fra  
Nationalpark Vadehavet

# Dybere analyser af værdikæder - Svensk Dansk Samarbejde:


Kedja	Land	Förbättringsfokus	Säljs via...	Motivation
Traditionell	SE	Ätkvalitet	Restaurang	<u>Kvalitet</u> : kött med högre ätkvalitet efterfrågas <u>Etiskt</u> : Öka andelen svenskt kött i denna kategori, idag stor andel importerat med sämre uppfödningförhållanden (antibiotika mm). Finns även vissa etiska aspekter kring transporter som kan förbättras
Kort kedja, ex naturbeteskött	SE	Etisk kvalitet/Effektivitet Ätkvalitet(?)	Gårdsbutik ?	<u>Etiskt</u> : Förbättra kedja med hög etisk profil (svenskt, naturbete, ev. mobilslakt) <u>Kvalitet</u> : Är kvalitetsaspekten ett problem i dessa kedjor??
Kort kedja, ex Thise mejeri	DK	Etisk kvalitet/Effektivitet Ätkvalitet(?)	Detaljhandel Fx COOP	<u>Etiskt</u> : Förbättra kedja med hög etisk profil (dansk, lokalproducerat, hankalvar (om Thise)) <u>Kvalitet</u> : Är kvalitetsaspekten ett problem i dessa kedjor?? Kött från Jersey (om Thise)

# Värdeflödesanalys i kedjan



- Nuläge

- Framtida läge

7  Handlingsplan/ rekommendationer

- Studera informations- och produktflöde
- Hur kan produktion styras mer efter konsumtionsmönster?
- Kan man gasa och bromsa tillväxten på gården för att bättre möta konsumtionsmönster?
- Finns det möjlighet att lagra produkt även efter slakt utan försämrad kvalitet? (ex. mörningsprocess)
- Vilken typ av samverkan längs kedjan krävs för att klara ökad efterfrågestyrning och diversifierad köttkvalitet

# Hittills:

- Val av köttkedja
  - Lång (traditionell) kedja, Sverige
  - Kort kedja, Danmark

# Pågående:

- Söker aktörer i kedjan att intervjua/analysera
- Avgränsning av studien, kött detaljer
- Bakgrundsinformation, statistik mm
  - Svängningar i systemet
  - Förluster i systemet



## 4.3 - Lammekød i Danmark

Antal får i DK (2015): 144.000

Årlig produktion af får og lam:  
70.000 slagtedy, registreret  
(+ ukendt antal hobby)

<15 fuldtidsbesætninger – økonomi er afgørende

*En del mellemstore besætninger – økonomi er afgørende*

*Resten er hobbybesætninger – økonomi ikke afgørende*



**1,2 kg** lamme- og fårekød pr. indbygger i DK  
*5 kg i Norge og Storbritannien, 3 kg i Frankrig*

**70 %** af lammekød solgt i DK stammer fra udlandet

**4-5 slagtehus** aftager "store" grupper dyr ad gangen  
*(100-300 dyr om ugen)*

Resten afsættes via mindre slagtehus og private aftagere  
*+20 slagtemuligheder rundt om i landet*

# Afsætning af dansk lammekød

## Afsætning i DK

Lammekød: 36 – 42 kr. pr. kg. slagtevægt (minus transportomkostninger)

Pris på slagtefår: 100 – 500 kr.

## Afsætning til Holland (levende dyr)

Lammekød: 38 – 42 kr. pr. kg. Slagtevægt (minus 30 – 50 kr. til "eksportomkostninger" og transport)

Slagtefår: 150 – 900 kr.

## Afsætning til Frankrig (slagtekroppe)

Lammekød: Samme som DK priser

Slagtefår: Generelt højere end til Holland

## Afsætning til Tyskland (levende dyr)

Lammekød: 36 – 43 kr. (ønsker lam på maks. 22 kg slagtekrop)

Slagtefår: 100 – 300 kr.





# Udfordringer

Slagtning foregår primært i **august – december**  
Enkelte store besætninger har fersk lam til salg i **januar - august**



Ophobning af slagtedyrl i 2. halvår  
Lavere pris pr. slagtekrop

Lammene er ved slagt **meget uens**; i størrelse, kropsform, fedme, farve og graden af færdigfædning  
Levering af **mindre hold** til slagt = høje transportomkostninger + mere uens slagtepartier på slagtehuset

Manglende kontinuitet, for lille volumen og for høje priser



Forgæves forsøg på at afsætte større partier af  
lammekød til grossister og supermarkedskæder



## Udfordringer, fortsat



Manglende samarbejdsvillighed lammeproducenter imellem

Udfordring med at samle større leveringspartier, når landmændene ikke kan samarbejde

Decentralisering af produktionen – Alle producenter har hver deres individuelle værdikæde

Lavt forbrug af lammekød hos danske forbrugere

# Potentiale

70 % af lammekød solgt i Dk, kommer fra udlandet



Større andel af danske lam solgt i DK

Engagere aftagerne af lammekød i at opkøbe dansk lammekød

Sikre at landmænd levere den ønskede mængde og kvalitet til aftagerne

Danskerne har et lavt forbrug af lammekød, men højt indtag af kød



Øge det årlige forbrug af lammekød

Engagere forbrugere i brugen af lammekød



# Aktiviteter fremadrettet



Skabe overblik over de store producenters værdikæder

- Hvor bevæger de sig hen?

- Hvad skal der til for at flere aftagere køber danske lam?

Aktivering af værdikæder, eksisterende og nystartede

Kan vi hjælpe med at få kampagnen til at nå længere ud

Evt. "fordanske" kampagnen med en brochure om dansk lammeproduktion

- Inspiration fra Svensk Kød

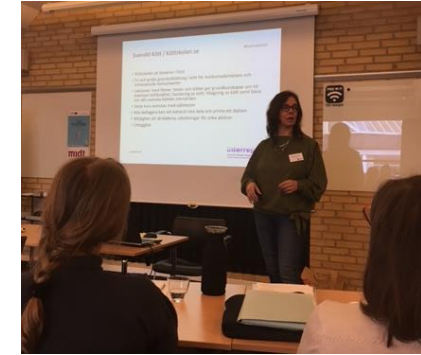
Danske lammeproducenter har en kontakt til AHDB, England

- Fået oversat lammekampagne til dansk
- Målrettet forbrugerne



## 2: Gennemførte Spredningsaktiviteter

- 20 danske virksomheder deltog i workshop i Rebild – repræsenterede mindst 75% af den danske omsætning af oksekød. Efterfølgende dialog med flere.
- Artikel om kødkvalitet (fra Rebildmøde) i Økologi&Erhverv
- Mindre møder og dialog med interessenter og producenter af oksekød:
  - Kødudvalget
  - Vadehavet
  - Konsulenter
- Høstfest Aarhus – tre producenter fik samarbejde med tre high-end-restauranter om naturkød
- Møder med lammeproducenter, konsulenter mfl.



Rebild



Høstfest  
Aarhus



Lamme-  
producenter

## 2: Planlagte - Spredningsaktiviteter

- Diverse materialer (roll-up, planche, postkort)
- Film om kød (inspiration fra Elisabet Qvarford)
- Food Expo 2018 – Stand og Præsentationer (oksekød)
- Erfamøder landmænd-slagter (lam og oksekød)

Velkommen til Food Expo – 18-20 marts 2017  
Nordens største Fødevarermesse (fokus på  
foodservice)  
Økologisk Landsforening har tre haller (J 1-3)







## Kort - Next step:

- Værdikædeanalyse på malkekvæg , kødkvæg, lam
- Evt. prisanalyse – erfaringer, Mineslund
- Erfamøder om udfordringer landmænd
- Aktivere kødværdikæder (store kantiner)
- Spredningsaktivitet på Food Expo, marts 2018