

Ny vision for dansk fødevarerindustri

FØDEVARE-DEBAT



Debat

Af Tage Affertsholt, 3A Business Consulting

Det er ingen nyhed, at Danmark i fremtiden skal leve af at producere produkter af højere værdi baseret på viden. Diverse råd, kommissioner, tænketanke etc. har slået denne kendsgerning fast, så det er mere end et accepteret mantra i debatten. Afviklingen af EU-støtten til landbruget vil yderligere forstærke denne udfordring for dansk fødevarerindustri.

Fødevarerminister Hans Chr. Schmidt fremhæver ofte med rette dansk landbrug og dansk fødevarerindustri for sit gode image – i udlandet. I Danmark er

sagen måske lidt anderledes. I udlandet er vi særlig kendt for kvalitet, fødevareresikkerhed og leveringssikkerhed. Mit spørgsmål går på, hvad skal dansk fødevarerindustri være kendt for i fremtiden? Hvilken udviklingsretning eller hvilken vision skal vi opstille for forskningen, landbruget, industrien eller med andre ord hele værdikæden? Dette svar skal selvfølgelig primært findes hos forbrugerne på de eksisterende og fremtidige markeder.

Fedme i hastig fremmarch

Når vi ser os omkring i stort set hele verden, kan vi se, at fedme og andre livsstilssygdomme er i hastig fremmarch, og for forbrugerne er sundhed en afgørende faktor i valget af fødevarer. Og sundhed skal her forstås som sunde fødevarer, der giver velvære, og som kan medvirke til at reducere risikoen for nævnte livsstilssygdomme. Sundhed og interessen for sammenhængen mellem kost og sundhed er ikke kun et tema i Vesten. Interessen er faktisk endnu mere udtalt i mange asiatiske lande og ikke mindst i Kina, verdens største vækstmarked for forarbejdede fødevarer.

Forbrugernes præferencer understøttes på samme tid af flere andre interesser:

- Regeringerne: Sundhedspolitiske strategier i retning af forebyggelse af sygdomme, større individansvar og reduktion af omkostninger til sundhedsvæsenet i bred forstand
- Industrien: Både agro- og fødevarerindustrien og den farmaceutiske industri ønsker at forbedre deres konkurrencemæssige position ved innovation og differentiering
- Forskningen: Der genereres løbende ny viden vedrørende relationerne mellem kost og sundhed/sygdomme f.eks. inden for området nutrigenomics og de andre »omics«
- Teknologien: Kontinuerlig udvikling af nye ingredienser, produkter og processer ved hjælp af bioteknologi, nanoteknologi og informationsteknologi

Baseret på ovennævnte er der internationalt megen fokus på udviklingen af sundere råvarer, udnyttelse af biprodukter samt isolering af biologisk aktive stoffer til udvikling af nye sundhedsfremmende fødevarer, internationalt ofte benævnt functional foods. Udviklingen har allerede vist, at der kræves et samarbejde mellem den medicinske/ernæringsmæssige forskning, agro- og fødevarerforskning og industrien for at realisere det forretningsmæssige og sundhedspolitiske potentiale.

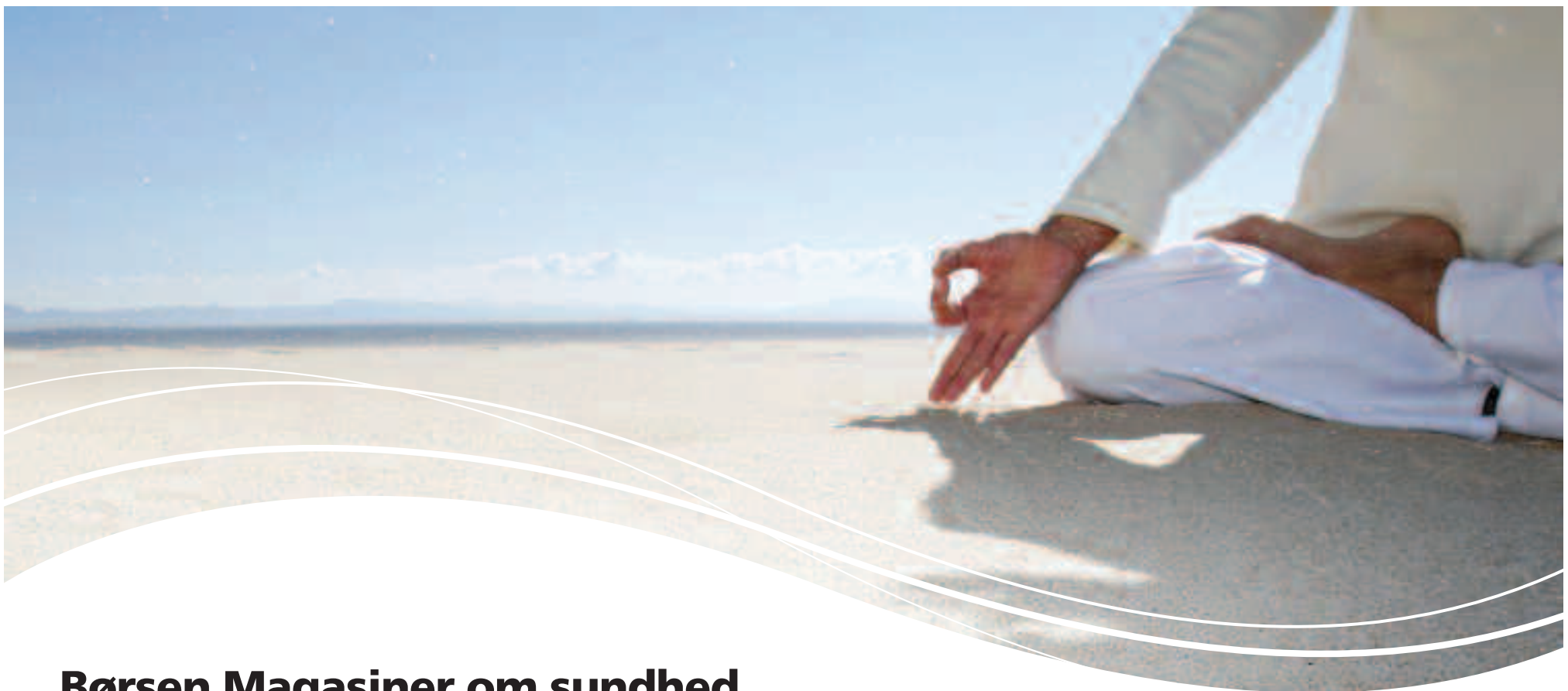
Sundere fødevarer indeholder et stort erhvervsøkonomisk potentiale for fødevarerindustrien. Markedet er allerede relativt stort, og vækstraten er anslået til 15-20 pct. om året, mens det totale marked for fødevarer udviser en beskedne vækst på ca. 1-2 pct. årligt.

Gode forudsætninger

Det unikke ved Danmark er, at vi i dette perspektiv har endog særdeles gode kompetencer og forudsætninger både erhvervsøkonomisk og forskningsmæssigt.

Vi skal opprioritere og strømline vores indsats inden for samtlige de fagområder, som understøtter konceptet sundere fødevarer. Og hvad er bedre til dette end at formulere en forførende og slagkraftig vision, der giver retning og konsensus. Mit forslag til fremtidig vision er: Danmark og dansk fødevarerindustri producerer viden og produkter til det gode liv.

Flere fødevarer virksomheder har allerede prioriteret sunde fødevarer som satsningsområde. Til eksempel kan nævnes Nestle, Unilever, Kraft og ØK. Senest har Mars, bedst kendt for Marsbars, også meldt sin ankomst på dette marked. Når selv en konfekturvirksomhed opretter en forretningsenhed med fokus på sundere produkter, er det vel et tydeligt signal.



Børsen Magasiner om sundhed - fuld af afslappende artikler

Torsdag den 25. august kommer Børsen Magasiner, der sætter fokus på psykisk sundhed med særlig vægt på meditation, åndelig, kropslig og religiøs sundhed.

Magasinets boligsektion stiller skarpt på dekoration og indretning af badeværelser og indeholder samtidig de faste Trend elementer som Sport, Rejser, Mad & drikke, Motor, Tanker om fritid og Flot & godt.

Med en annonce i Børsen Magasiner, kommer du i kontakt med vores unikke målgruppe på hele 213.000 læsere. Kontakt din faste konsulent på 33 32 01 02 og hør nærmere. Annoncedeadline er fredag den 12. august.



*Gallup Index Danmark 2.halvår 2004

Oplag	70.000 eks.
Læsere	224.000*
Læserfordeling	Øst 58/Vest 42
Udgivelser	14 gange årligt
Frekvens	3 uger
Udgivelsesdag	Torsdag
Magasinpris	Inkl. i et Børsen abonnement
Helsidepris	43.900 kr.