

Nyhedsbrevet udgives af:

NFN, Nordjysk Fødevarer Netværk,
c/o Himmerlands Udviklingsråd
Messevej 1A, 9600 Aars

Nyhedsbrevet sendes til:

NFN's medlemskreds, fødevarer-
producenter, leverandører, partnere
og interessenter til den danske
fødevarerindustri, myndigheder,
politikere og interesseorganisationer.

Indhold / Redaktion:

Hardy Jensen
Tlf: 9637 7164
haj@agrowise.dk

NFN projektet modtager støtte fra:

Region Nordjylland (Vækstpakken),
Den Europæiske Unions Fiskerisektor-
program FIUF og Fødevarerministeriet.

KALENDEREN:

Afholdte:

- √ Januar - Sirha, Lyon
- √ Februar - Dansk Fjerkræs
Årsmøde
- √ Februar - Seminar
"Forbrugeren,
detailhandelen og
sporbarhed" februar

John Wagner fra De Samvirkende Købmænd sagde på Nordjysk Fødevarer Netværk's (NFN) seminar "Forbrugeren, detailhandelen og sporbarhed", at det kasseløse supermarked vil være en realitet om ca. 7 år, og flere år inden da kører vi rundt med en intelligent indkøbsvogn, hvor bl.a. sporbarhed og andre forbrugerinteressante oplysninger vil være en naturlig del. "Vi er klar til at gøre plads til varer med troværdig og dynamisk sporbarhed" i vores butikker.

Det falder i god tråd med fødevarerminister Eva Kjer Hansen's meldinger fra såvel fødevarerministeriets CAMP 08 i efteråret, men ikke mindst i hendes tale under den internationale fødevareremise Sirha, Lyon i januar i år.

Eva Kjer Hansen åbnede den danske fællesstand på udstillingen med bl.a. at fremhæve NFN's bud på den intelligente indkøbsvogn, hvor mange forskellige varer fra den danske stand kunne spores via en nyudviklet PDA/mobiltelefonversion af NFN's sporbarhedssystem. Hun sagde bl.a.: "Prisen er ikke altid det afgørende kriterium, når vi vælger, hvad vi køber. Troværdig og autentisk information om fødevarer er lige så vigtigt i den moderne verden, hvor det tætte bånd imellem fødevarerproducent og forbruger ikke længere er der. I dag er det producenten, detail-

handlen og kokken, der skal fortælle fødevarerens historie. Og i dag har vi teknologien, der gør det muligt 'den intelligente indkøbsvogn'".

På Sirha udstillingen blev det også til en smugpremiere for det nye navn til NFN sporbarhedsportalen FOODTAG. Læs mere herom i dette nyhedsbrev.

På internationalt plan sker der også utroligt meget med de 3 største globale fødevarer kæder helt i front: Walmart i USA stiller stærkt øgede krav til deres leverandører med deres 'connecting the dots' princip, TESCO i England har just annonceret et sporbarhedssamarbejde omkring fiskeprodukter fra SeaChill, og Carrefour i Frankrig introducerer de første varer med dynamisk sporbarhed i løbet af 2009 i deres butikker.

I næste nummer af nyhedsbrevet sætter vi fokus på fødevarersporbarhed i et internationalt perspektiv.



Redaktør
Hardy Jensen



SIF projektet (Sporbarhed i Dansk Fiskeri):

Opsamling af data i det danske fiskeri skal kortlægges og en ensartet, effektiv og brugervenlig dataregistrering etableres som oplæg til en ny dansk fiskeripolitik. Nogle fiskere har i dag dataregistrering via elektroniske logbøger, og med baggrund i erfaringerne herfra, kan der skabes et godt, tro-

værdigt og gennemskueligt grundlag for præcise fangstdata, der kan kommunikeres til såvel myndigheder som andre relevante. Et godt datagrundlag kan også være et stærkt udgangspunkt for bedre kvotering, og kan give dansk fiskeri en styrket position på det europæiske marked.

I samarbejde med Fiskeridirektoratet, DTU Aqua, Pack & Sea og Danmarks

Fiskeriforening udfører NFN i løbet af 2009 projektet "Sporbarhed i Dansk Fiskeri". NFN's systemleverandør Lyngsoe Systems A/S er konsulent på opgaven. Projektet har en relativ kort projektperiode, men forventes allerede til Dan Fish Messen i Aalborg først i oktober at give et fint indblik i projektets resultater.

Seminar "Forbrugeren, detailhandelen og sporbarhed"

Utzon Center i Aalborg var den skønne ramme om seminaret "Forbrugeren, detailhandelen og sporbarhed", som NFN afholdte d. 27. februar. 50 meget interesserede deltagere var på plads for at høre talernes bud på, hvad sporbarhed er, og hvad det kan bruges til. De gav også hvert deres bud på, hvordan de ser sporbarhedens rolle i fremtiden.

Et gennemgående synspunkt fra talerne var, at sporbarhed er kommet for at blive. Når virksomhederne offentliggør varernes sporbarhedsoplysninger, skal oplysningerne være troværdige og præsenteres "korrekt" for forbrugerne. Udfordringen er, hvordan oplysningerne skal kommunikeres til og præsenteres for forbrugerne.

NFN præsenterede, hvordan sporbarhed kan kommunikeres i detailhandelen, nemlig ved at scanne varen og se oplysningerne på en lille håndholdt

enhed, som kan tænkes at sidde på fremtidens indkøbsvogn. En anden mulighed er at se sporbarhedsinformationer via hjemmesiden www.foodtag.dk (mere herom senere).

Forbrugerne vil have sporbarhed! Det viser alle de forbrugerundersøgelser, som NFN har lavet. Den sidste undersøgelse er lavet i Bilka i Aalborg sidste sommer, og formålet var at undersøge, om tekst- og billedmæssig fremstilling påvirker forbrugernes køb af majs-kylling. Konklusionen er, at sporbarhedsinformationer i høj grad påvirker den nordjyske forbrugers opfattelse af værdien af en fødevarer. Tekst- og billedmæssig fremstilling af sporbarhedsinformationer har en effekt på, hvor stor værditilvæksten er, og at den følelsesbetonede webportal skaber den største værditilvækst (eksempel kan ses på www.nordjyskfood.dk - Sporbarhedsdemo/Fødevarer demo). Forbrugerens værdiopfattelse af en given fødevarer stiger altså som følge af sporbarhedsinformationer, og med antagelsen om, at når forbrugeren kan se en større værdi i fødevareren, er de villige til at betale en højere pris for fødevareren.



"Gør dine kunder til dine bedste venner" er ét af Jørn Ussing Larsen's, Bageriet Aurion, bud på, hvordan man giver kunderne større værdi i hverdagen. Udover gode produkter, er det vigtigt at være meget åben om de produkter, der sælges.

"Kunden er kongen" siger John Wagner fra De Samvirkende Købmænd. Også han mener, at der er et krav om at give forbrugerne tillægsværdi, som kan gøres i form af sporbarhed, bæredygtighed, fairtrade m.m. "Lever vi for at spise, eller spiser vi for at leve?". Fokus på fødevarer er ændret markant, og mange forbrugere interesserer sig for varernes samlede livscyklus. Mange ser et samfundsansvar i at købe korrekt producerede fødevarer, så i fremtiden vil der være langt større fokus på "politisk korrekte fødevarer".



Gitte Hestehave fortalte, at Dansk Industri allerede er med til at give forbrugerne flere informationer, men hvordan giver man forbrugerne oplysningerne, uden at det går ud over overskueligheden, forståelsen m.m.?

Forbrugerne bliver i forvejen præsenteret for mange forskellige oplysninger på emballagen, og det kan allerede nu være svært at huske, hvad de forskellige mærker symboliserer. Der forskes i, hvordan emballagen bliver mere intel-

ligent, så oplysninger og sikkerheden når ud til den enkelte forbruger.

Dagen blev afsluttet med spændende drøftelser mellem et panel og et udpluk af dagens talere:



Talere - fra venstre:

Gitte Hestehave, Dansk Industri
Erling Larsen DTU Aqua
Knud Kristensen, MF og fødevarepolitisk ordfører (K)
John Wagner, De Samvirkende Købmænd
Jørn Ussing Larsen, Bageriet Aurion



Panel - fra venstre:

Esben Nordberg, WWF
Knud Kristensen, MF og fødevarepolitisk ordfører (K)
Jesper Kold Sørensen, Amanda Seafoods
Lars Gelsing, Aalborg Universitetscenter

Nogle af de spændende emner var:

- Omtanke må godt koste ekstra
- Der findes allerede mange mærker - hvilke skal vi satse på?
- Det tager 6-8 sekunder for forbrugerne at vælge et produkt - skal der satses på den travle eller den politiske forbruger?
- Hvor sikker kan vi være på, at Parma-skinke er fra Parma?
- Nogle virksomheder skal gå i front med hensyn til sporbarhed
- Hvem vil tage sig af forbrugernes nysgerrighed?
- Udnyt sporbarhed så omkostning vendes til et positivt dækningsbidrag
- Forenkling for forbrugerne, så det bliver nemmere og hurtige at handle ind
- Få ryddet op i "mærke-junglen"
- Nedsæt et sagkyndigt udvalg med fokus på sporbarhed

Vi siger tak til talere, panel og deltagere for en herlig dag med mange inspirerende input og bud på i hvilken retning, udviklingen indenfor sporbarhed på fødevarer bevæger sig hen.

Foodtag

Dagens forbruger vil vide, hvor varen kommer fra, hvad den består af, og hvem, der har håndteret den undervejs til dagligvarebutikken.

Foodtag er den direkte vej til oplysninger om fødevarer på en enkel og overskuelig måde.

Foodtag er et uafhængigt dansk sporbarhedssystem dækkende alle typer fødevarer. Foodtag præsenterer sporbarhedsinformationer fra primær producent til detailhandlen, og sporbarhedssystemet dokumenterer kvalitet, fødevarer sikkerhed, oprindelse og ingredienser.

Foodtag drives og administreres af Nordjysk Fødevarer Netværk, et netværk af danske fødevarerproducenter fra mange forskellige områder i den danske fødevarer sektor. Netværket består p.t. af 250 virksomheder og organisationer fra hele landet.

På www.foodtag.dk kan du prøve at kigge nærmere på følgende varer:

Thise Mejeri - Vesterhavsost
020010001120709

Søvind Mejeri - Gedefriskost
020013005220409

 Dansk  English  Français



Indtast Foodtag ID for at finde din vare

Foodtag sporing af fødevarer

Dagens forbruger vil vide, hvor varen kommer fra, hvad den består af og hvornår den er fremstillet.

Foodtag er den direkte vej til oplysninger om fødevarer på en enkel og overskuelig måde.

Foodtag er et uafhængigt dansk sporbarhedssystem dækkende alle typer fødevarer og præsenterer sporbarhedsinformationer fra primærproducent til detailhandlen. Foodtag sporbarhedssystemet dokumenterer kvalitet, fødevarer sikkerhed, oprindelse og ingredienser.

Foodtag drives og administreres af Nordjysk Fødevarer Netværk, et netværk af danske fødevarerproducenter fra mange forskellige områder i den danske fødevarer sektor. Netværket består p.t. af 250 virksomheder og organisationer

Vi byder velkommen til følgende virksomheder:

- Blokhuis Skudehandel
- Bornholms A/S
- Dansk Farmer IT
- DEOS
- Dianova A/S
- Food From Denmark A/S
- Gårdbutikken Veggergaard
- Halkær Krokøkken
- Meatfield
- Naturmælk amba
- Rævhede Naturprodukter
- Skov A/S
- Smagen af Læsø
- Søvind Mejeri A/S
- Torvet.dk
- Wing Consult
- Økologisk Landbrug
- Aabent Landbrug Nordjylland