

Nyhedsbrevet udgives af:

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

Nyhedsbrevet sendes til:

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

Indhold / Redaktion:

Hardy Jensen
Tlf: 9637 7164
haj@agrowise.dk

Tina Damm
Tlf: 7022 6671
nfn.admin@lyngsoesystems.com

NFN projektet modtager støtte fra:
Region Nordjylland (Vækstpakken),
Den Europæiske Unions Fiskerisektor-
program FIUF og Fødevareministeriet.

Velkommen til:



Hvornår indhenter nutidens forbruger fremtidens?

Nordjysk FødevareNetværk tegnede med hjælp fra trendsættervirksomheden Firstmove i foråret 2007 et billede af fremtidens forbrugers krav om sporbarhed. I forbindelse med afslutningen af den efterfølgende undersøgelse med nutidens forbrugere, som løb af stablen i efteråret 2007, inviterer NFN til at sætte smag på sporbarhed den 29. februar på Food College i Aalborg, hvor det samlede resultat af NFN's store forbrugerundersøgelse præsenteres.

Vi får også et bud på NFN's syn på, hvordan udviklingen omkring fødevaresporbarhed vil ske, underbygget af resultaterne af de to undersøgelser. Særligt spændende bliver det at opleve fire progressive erhvervsfolks bud på fødevaresporbarhed i refleksion over ovenstående undersøgelse. Formand for Dansk Fjerkræråd Ole Høgh repræsenterer en branche, der har kæmpet med og overvundet store udfordringer; men som også i dag kan se en lysere fremtid i møde, fordi fødevaresikkerhed har en høj prioritet.

Jørn Ussing Larsen fra Bageriet Aurion er én af de store pionerer inden for biodynamisk og økologisk korn og brød. I denne sektor har sporbarhed været en

naturlig del af tankesættet. I samarbejde med NFN arbejder Aurion på at integrere sporbarhed i virksomhedens datasystem.

Dagens to sidste indlægsholdere har sandelig også være banebrydende inden for hvert sit felt. Thise Mejeri var toneangivende i udviklingen af den danske mejerisektor i økologisk sammenhæng. I dag har Thise et af de allerstærkeste brands i den danske fødevaresektor og en meget stor troværdighed hos forbrugeren. Salgsdirektør Mogens Poulsen ser på mælk, ost og smør i sporbarhedens lys.

Endeligt så møder vi kvinden, der bringer frisk fisk til danske spiseborde over hele landet. Skagen Food har helt fra starten præsenteret fiskens historie sammen med varen, når den lander på forbrugers bord. Vi vil lytte spændt til én, som allerede har erfaring med forbrugers ønske om 'storytelling'.

Seminaret afsluttes med en smagspartenade med fuld sporbarhed på nordjyske fødevarer. Her kan råvarernes vej til tallerkenen følges via en demonstrationsversion af NFNs sporbarhedssystem.



NFN deltager på Konsum-fisk seminar d. 6. marts 2008

D. 6. marts deltager NFN med en stand på Konsumfisk-seminariet i Aalborg. Konsumfisk-seminariet er arrangeret af DTU - Danmarks Fiskeriundersøgelser. Dagens program indeholder indlæg fra

en masse spændende talere, og der er mulighed for at besøge markeds- og posterpladsen, hvor i udover repræsentanter fra NFN kan møde repræsentanter fra forskning, industri og myndigheder.

Læs mere på www.dfu.dtu.dk



Vi byder følgende velkommen til følgende nye medlemmer:

Fiskens Hus Danmark, Skagen er et nationalt og internationalt sted for aktiviteter, der vedrører fisk og skaldyr i måltidet. Det er et forum og videnscenter for de af fiskeriets og fiskeindustriens aktiviteter, der vedrører udvikling og produktion af fiskeprodukter. Læs mere på www.fiskenshusdanmark.dk

MAP Quality Support, Skals hjælper firmaer med certificering, bl.a. inden for fødevarerbranchen. Læs mere på www.map-support.dk

Bageriet Aurion, Hjørring er nordjysk producent af korn- og brødprodukter i økologisk og biodynamisk kvalitet. Læs mere på www.aurion.dk

Agrotech A/S, Aarhus formål er at drive virksomhed, der skaber ny viden, rådgive og yde teknologisk service på et alment nyttigt grundlag. Agrotech er hjemmehørende hos Landbrugscenteret i Skejby.

Læs mere på www.agrotech.dk

Launis Fiskekonserves A/S, Aalbæk er en 100% dansk familieejet virksomhed med 40 års erfaring inden for forædling af fisk – hovedsageligt rejer og sild.

Læs mere på www.launis.com

Thy Lam er et økologisk landbrug, hvor alt fra får og lam sælges direkte fra egen gårdbutik. For Thy Lam er økologi og holdningerne bagved ved at være en livsstil.

Læs mere på www.thylam.dk



Bageriet Aurion baner vejen for NFN dataregistrering

NFN har indgået en aftale med Bageriet Aurion ved Hjørring om at bidrage med data til opbygning af NFN sporbarhedssystem. Brødprodukter er sammensatte fødevarer, som ud over at indeholde mange værdifulde ingredienser også har masser af historie og vision indbygget.

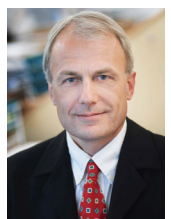
Sporbarhedskæden gør det muligt for forbrugerne og Aurions kunder at læse tilbage til råvarens oprindelse. Uanset om det drejer sig om Quinoa fra Bolivia's højland eller biodynamisk hvede fra de fede sønderjydske agre, samles disse råvarer hos bageriet, som foretager den videre forarbejdning.



Alle leverandører indsender information om deres produkter, og bageriet oplyser, hvordan forarbejdningen har fundet sted. Det hele suppleres med viden, opskrifter, visioner, historier osv.

Oplysningerne kan fremskaffes af forbrugerne via NFN's hjemmeside (www.nordjyskfood.net) – her har alle adgang til samme information.

Salgschef
Walther Rahbek
Lyngsoe Systems





”Det dyre er det billige i længden”

FirstMove præsenterede 10 nye fødevareretrends på seminar afholdt af Videnskabsministeriet.

VIDENSKABSMINISTERIET
UDDANNELSE OG FØDEVARER

TRENDS Q4 2007

Resultaterne taler næsten for sig selv og afbildes på denne og næste side...

10 FØDEVARETRENDS



Fødevarerlivsstil

Fødevarer som spejl
Fødevarer afspejler vores livsstil. Vores livsstil afspejler sig i vores fødevareradfærd
Fødevarer er højinteresse

1



Kvalitetsconvenience

Minimering af tidsforbrug, dårlig samvittighed og ærgrelse
Det dyre er det billige i længden
Gode råvarer = sundhed = velvære → iscenesættelse (derfor betalingsvillighed)
Dårlige råvarer = forfald = ligegyldighed = manglende selvkontrol → dårligt liv

2



Funktionsfølsomhed

Behov skal indfris her og nu
Lean + Just in time + Take-away (the new wave)
Instant produkter/muligheder = instant lifestyle

3

Non-existing household

Hjem uden køkkener, færre basisvarer, accessories = et STORT projekt
Spiser ude. Eller take-away 2.0 (baseret på kvalitetsconvenience)
Og laves mad, skal det være friskt

4



Grøn gourmet

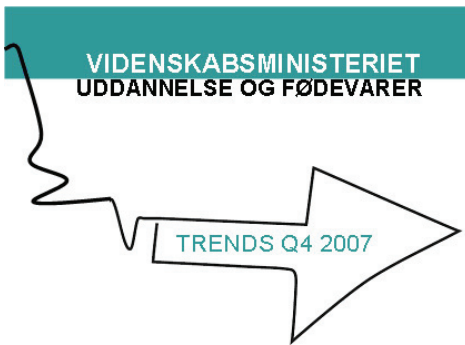
Grøn og økologisk tankegang boomer
Ikke som trend men som adfærd, fordi økologi = kvalitet
Dyrevelfærd, etik, genbrug, nedbrydelig emballage, minus spild, sporbarhed
Bastant fødevarerholdning
Consumer Social Responsibility – Food Social Responsibility

5





Flere trends...



10 FØDEVARETRENDS

- **Dansk fusion**

Sydlandsk livsstil krydret med dansk
Plukker det bedste af det bedste fra alle madkulturer
Mix and match. Innovation, fusion, fission
Ingen barrierer

6
- **Mad som moderne fællesskab**

Vi spiser sammen. Laver vi endelig mad, gør vi det sammen
"Være sammen" ved "spisebordet" / køkkenet frem for i tv-stuen
Madklubber, fælleskøkkener, gildesale, fælleshuse, festlokaler
Fleksible spisetider

7
- **Functional - the natural way**

Fødevarerstrategi til personlige mål, ønsker, behov og livsstil
Sund, grøn, økologisk mad, anti-light. Slim is in – på den hårde måde
Afholdenhed, mad med årstiderne
Reload food, sportsmad, løbmad, volleyballmad, arbejde-sent-mad...

8
- **Mediernes magt**

Medier som redskab til fødevarerikkerhed. Gabestok. Vagthund
Uansvarlig virksomhed = dårlig etik = boykot
Offentlige besøg. Åbenhed er tillid
Forståelige varedeklarerationer, gennem sigtighed
De små = ansigt. De store = maskiner

9
- **Oplevelsesforbrugeren**

Max. service. Specialforretninger. Viden. Høj æstetik
Oplevelse er primær parameter. The royal treatment
Hands-on-oplevelser; vareprøver, smagsprøver
Michelin restaurant i Hong Kong/Dubai. DK gør det ikke

10

Når fremtiden bliver til virkelighed, og vi alle gør som i ovenstående trends, vil NFN sporbarhedssystemet, som bliver udrullet i 2008 og 2009, stå som det faste ankerpunkt, hvor den tiltagende bevidste forbruger vil kunne fastholde varens oprindelse, dyreetik, renhed, oplevelse og kvalitetsconvenience.