



Hvor er forbrugerne på vej hen? - og vil de betale for godt, lokalt svinekød?

Thomas Roland, CSR-chef, Coop

Billund
25. februar 2020

Vores syn: Dagligvarebranchen skal udvikle sig for at følge med kundernes forventninger (og det gælder nok også leverandørerne!)

Fødevarerbranchen vil ændre sig fundamentalt over de næste ti år, og evnen til at agere bæredygtigt og tage ansvar for planeten, samfundet og "det nære" bliver vores fornemmeste opgaver med stor værdi for vores kunder og medarbejdere.

Det som dagligvarehandelen skal svare på



PLANETEN

Hvilken virkelighed kigger vi ind i?

- Klimaforandringerne på vej ud af kontrol.
- Tabet af arter er større end nogensinde.
- "Evighedskemikalier" og plastik kan findes overalt.
- Miljøvenlig produktion med lavere aftryk *skal* fremmes.



SAMFUNDET

Hvilken virkelighed kigger vi ind i?

- Det lokale landbrugs- og erhvervsliv er under pres.
- De yngre generationer vil have et arbejde med mening og vægter social og miljømæssig ansvarlighed over profit.
- Fremtidens forbruger vil inddrages, høres og være med til at skabe en bæredygtig retning for samfundet – på sin måde.



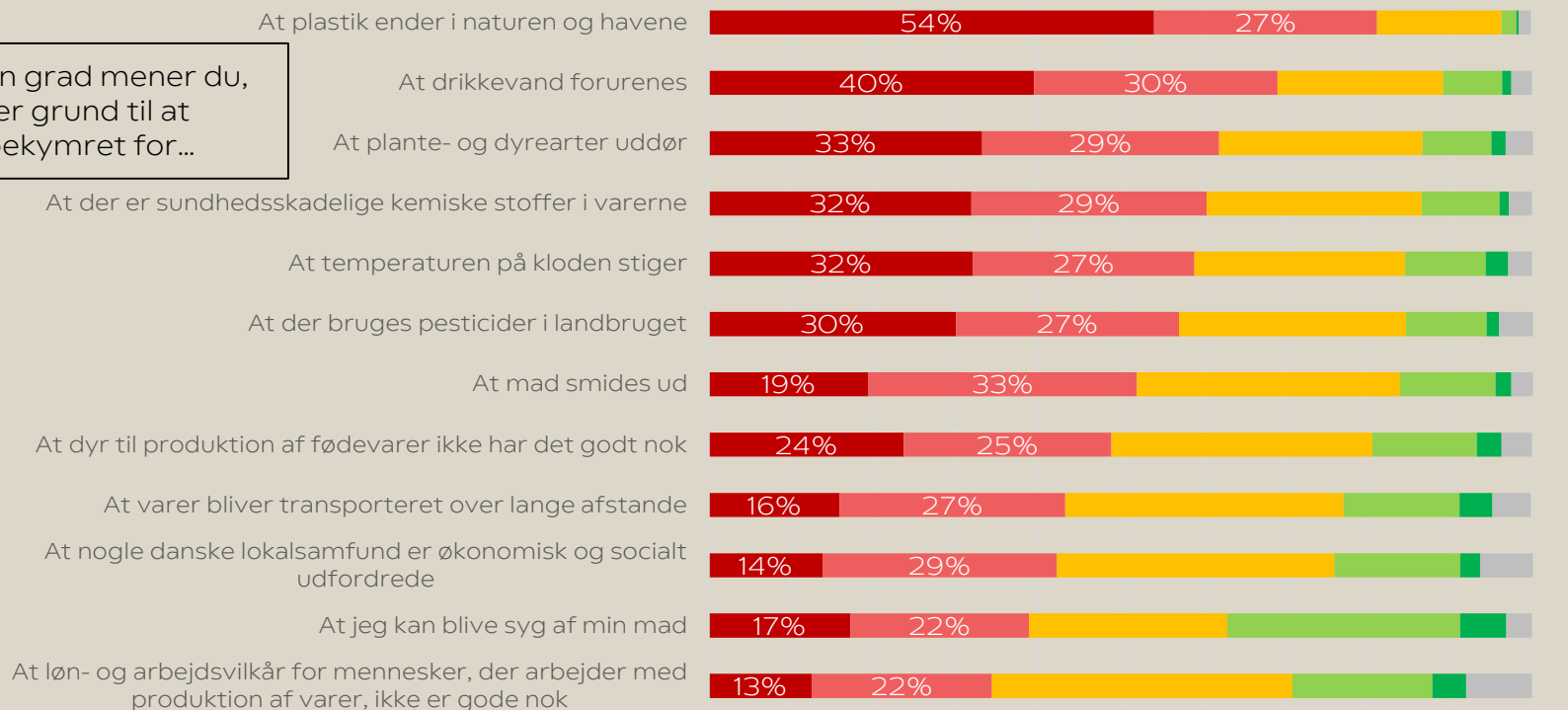
DET NÆRE

Hvilken virkelighed kigger vi ind i?

- Flere og flere familier ønsker at spise sundt, økologisk og "uden e-numre".
- Giftige stoffer og farlige kemikalier må ikke være en del af hverdagen.
- Vores kunder bliver mere og mere bevidste om deling af deres data.

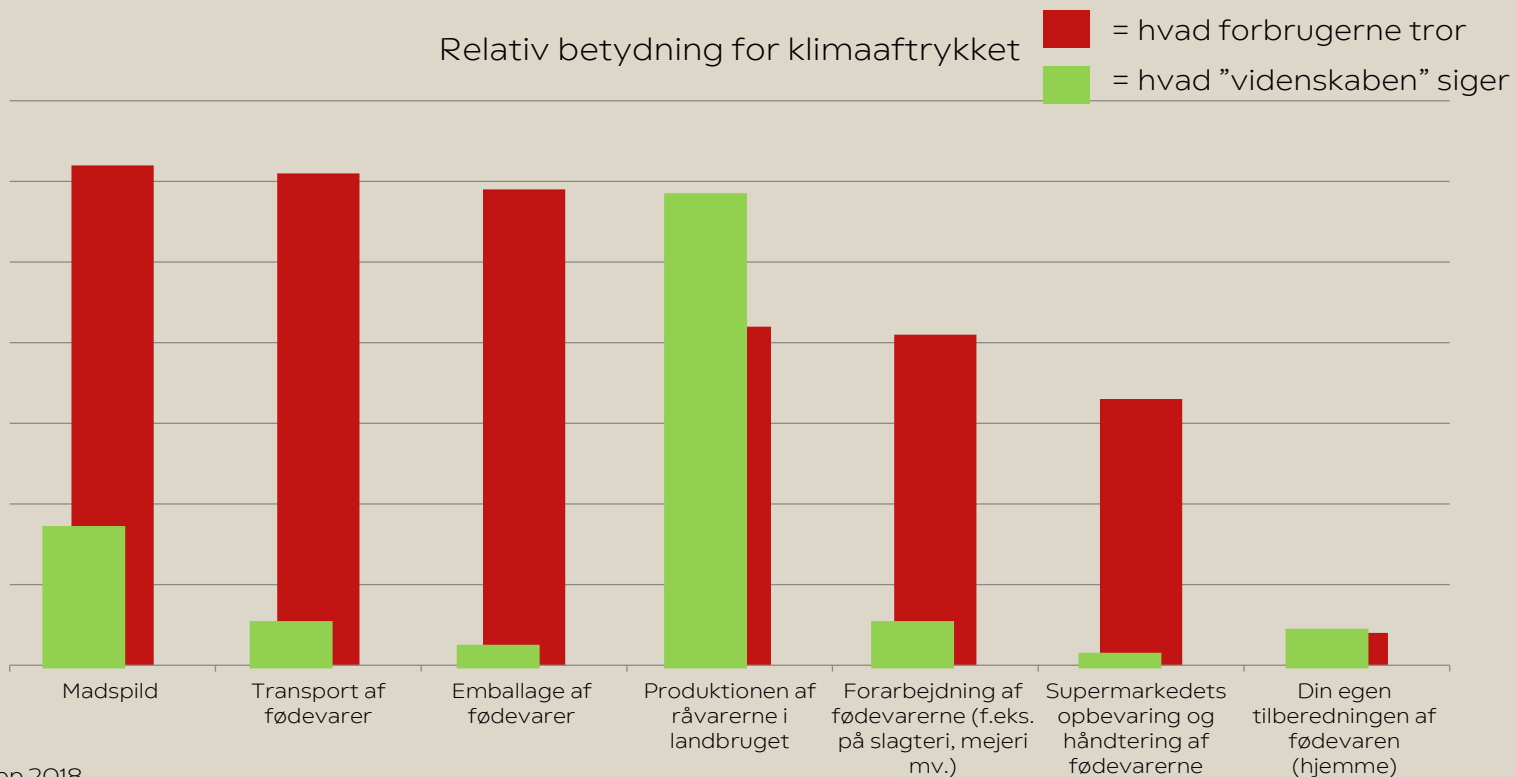
Mange føler sig bekymrede for mere end én ting

I hvilken grad mener du, at der er grund til at være bekymret for...



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

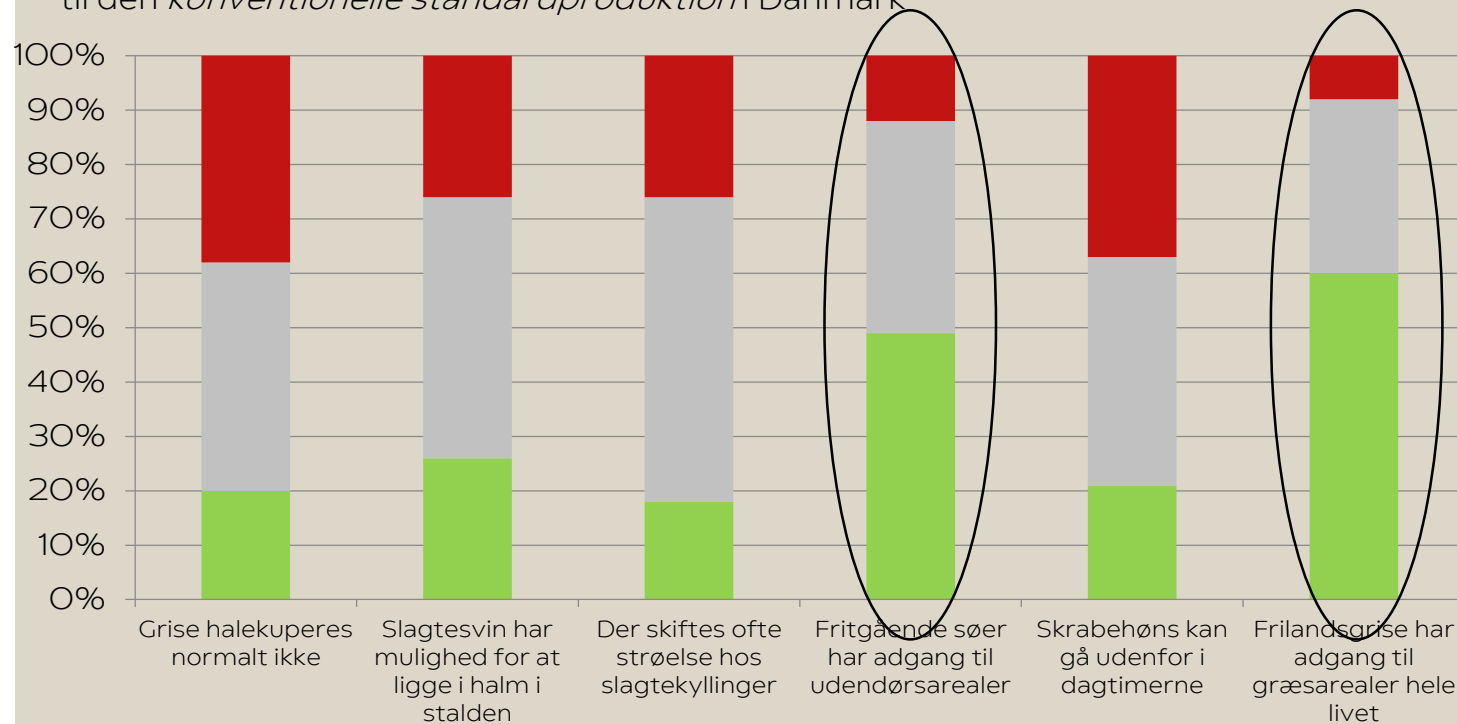
Men forbrugerne kan ikke vurdere, hvad der har reel betydning



Kilde: Coop 2018

Forventningerne til landbruget er urealistiske

Marker i hvilken udstrækning, du mener at udsagnene er korrekte i forhold til den *konventionelle standardproduktion* i Danmark



Særligt ordene *friland* og *fritgående* misforstås. Det er risikabelt.

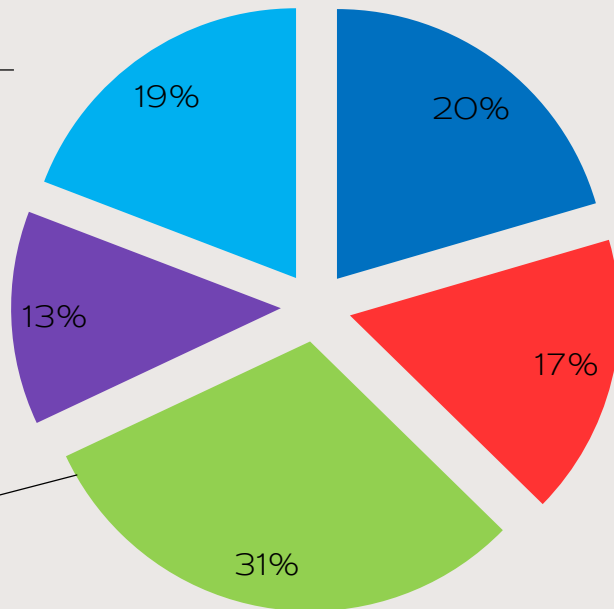
- Forkert
- Ved ikke
- Sandt

Og forbrugerne er mere forskellige end nogensinde – særligt på økologi og velfærdsmærkede varer er kundegrupperne til højre...

De magelige: Går ikke op i mad, og vælger ofte billigst muligt Merværdi i discount.

Traditionalister: Dansk, traditionelt og med højt kødforbrug – og gerne på tilbud. Merværdi i dansk oprindelse – køber mere fars end de fleste

Funktionalister: Nemt og hurtigt, travle børnefamilier Merværdi i forarbejdning – køber meget hakket kød, pølser og halvfabrikata



Idealister: Rent, bæredygtigt og fra bunden – køber økologisk kød eller dyrevelfærd

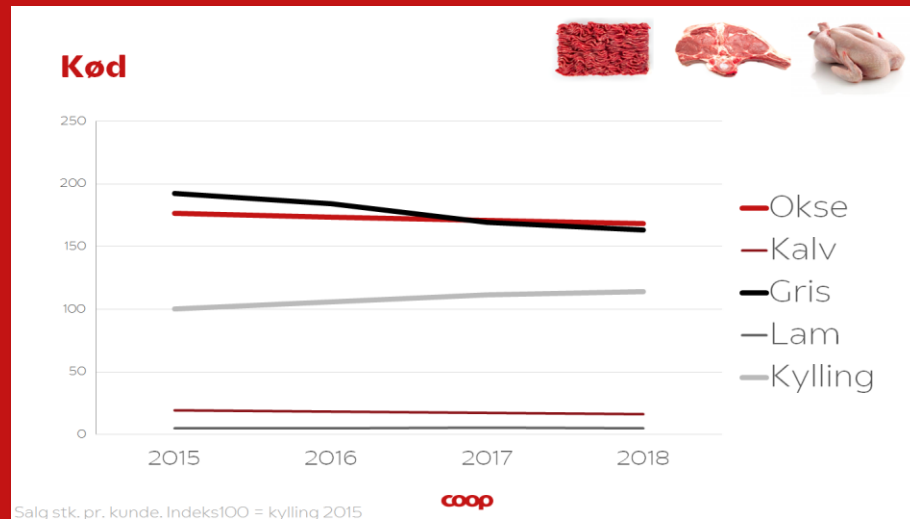
Madelskere: Smag, oprindelse og kvalitet – køber klassiske udskæringer og stege. Ofte udenlandsk pålæg

Kødforbruget generelt under pres

- Klimavenlighed
- Pris
- Image
- Dyrevelfærd
- Generationsforskelle (flere vegetarer)

Men:

- Stadig fast del af vores madtraditioner
- Lidt men godt (bedre) vinder frem
- Økologi (og dyrevelfærd) i stadig vækst



Mange råber ulven kommer...



Los Angeles Times

Here comes lab-grown dairy: milk proteins made with animals



San Francisco Bay Area start-up Perfect Day is selling a limited run of ice cream made with its lab-grown whey. One flavor: vanilla Macleberry toffee. (Perfect Day)

By LARISSA ZIMBEROFF JULY 11, 2019 | 2:12 PM
BLOOMBERG

The search for sustainable, healthy alternatives to meat has two paths: the [meat](#).

LATEST BUSINESS

CALIFORNIA

It's time for California to take over PG&E, state lawmaker says

Feb. 3, 2020

TECHNOLOGY

AB 5 is already changing how Uber works for California drivers and riders

Feb. 3, 2020

BUSINESS

Shanghai Composite dives nearly 8% as coronavirus fears jolt China markets

Feb. 3, 2020

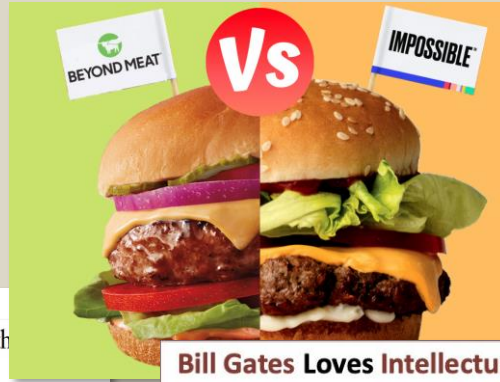
BUSINESS

Group offers to buy Forever 21 for bargain price of \$11 million




Feb. 3, 2020

TECHNOLOGY

Uber suspends user accounts of 240 Mexicans



Bill Gates Loves Intellectual Property So Much, He Wants Us To Swallow It. 🤢

<p>Patent number: 10273492 Expression constructs and methods of genetically engineering methylobacterium yeast</p>		<p>Patent number: 10172381 Methods and compositions for consumables</p>
<p>Patent number: 10287568 Methods for extracting and purifying non-denatured proteins</p>		<p>Patent number: 10273492 Expression constructs and methods of genetically engineering methylobacterium yeast</p>
<p>Patent number: 10172380 Ground wheat products</p>		<p>Patent number: 10039306 Methods and compositions for consumables</p>
<p>Patent number: 10093913 Methods for extracting and purifying non-denatured proteins</p>		<p>Patent number: 9938327 Expression constructs and methods of genetically engineering methylobacterium yeast</p>
<p>Patent number: 9943096 Methods and compositions for affecting the flavor and aroma profile of consumables</p>		<p>Patent number: 9826772 Methods and compositions for affecting the flavor and aroma profile of consumables</p>
<p>Patent number: 9833768 Affinity reagents for protein purification</p>		

Seth J. Itkan 2019



Men danskernes madvaner er temmelig stabile

- På trods af al den snak om klima og plantebaseret ”kød”, indgår der kød i næsten lige så mange måltider, som der plejer
- Det generelle kødforbrug falder ca. 1,5-2% om året
- Forbruget af svinekød falder over 2% om året
- Men afsætning af økologisk svinekød vokser fortsat flot
 - 15% på værdien og 12% på volumen i fht. sidste år (korrigeret for åbnede/lukkede butikker)
- Det skyldes dels øget tilgængelighed, dels stærke brands (Poppelgrisen), dels at vi prøver flere varianter og forarbejdninger af – og dels at konventionelt kød er dyrt i øjeblikket...
- Der er særlig interesse for dansk kød, som kommer et bestemt sted fra. Både Bornholmergrisen og Poppelgrisen er i den forstand ”lokale varer” – eller ”lokaliserbare varer”...

Et forsigtigt bud på fremtidens trends

- Sortimentet i de fleste butikker vil blive endnu bredere og tilpasses flere målgrupper (segmenter)
- Supermarkederne leder efter unikke varer, unikke historier, unikke krav, og nye områder at hente merværdi og opfylde behov
- Mere convenience – og udlicitering af måltidsvalget (måltidskasser)
- Bæredygtighed vil fylde mere:
 - Både det teknologiske: Urban farming, plantemad, lab-kød & -mælk
 - Og det naturlige/holistiske: Økologi+, skovlandbrug, naturpleje
 - Både klima- og andre bæredygtighedsaspekter i fokus

Konklusioner

- Der er fortsat plads til godt økologisk (og dyrevelfærdsmærket) kød i spændende udskæringer og forarbejdninger, som giver en god spiseoplevelse
- Men der produceres i øjeblikket mere end nok til hjemmemarkedet, så der skal tempo på produktinnovationen!
- Dansk, økologisk, dyrevelfærd, ”lokaliserbart” og god smag er stærke argumenter
- Diskussion om klima m.v. bør man som producent forholde sig til, men det bør aldrig blive anprisninger på varen. Lad slagterier og brancheforeninger om at kommunikere løsningerne...

Tak for opmærksomheden

thomas.roland@coop.dk