

Region Midtjylland, Megasatsning
Fødevarer

**De tre ekspertpanelers
vurdering af
Arbejdsgruppens forslag til
indsatsområder**

Orientering til Arbejdsgruppen

Oktober 2007

COWI A/S

Parallelvej 2
2800 Kongens Lyngby

Telefon 45 97 22 11
Telefax 45 97 22 12
www.cowi.dk

Region Midtjylland, Megasatsning Fødevarer

De tre ekspertpanelers vurdering af Arbejdsgruppens forslag til indsatsområder

Orientering til Arbejdsgruppen

Oktober 2007

Dokument nr. P/66578/Pdoc/Panelundersøgelser
Revision nr. 0
Udgivelsesdato 15. oktober 2007

Udarbejdet JJD, AR
Kontrolleret
Godkendt

Indholdsfortegnelse

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Indledning | 2 |
| 2 | Rangordning af indsatsområderne | 4 |
| 3 | Nye indsatsområder | 7 |
| 4 | Konklusion | 10 |

Bilagsfortegnelse

| | |
|---------|-------------------------------|
| Bilag 1 | Vurdering af indsatsområderne |
| Bilag 2 | Oversigt over paneler |

1 Indledning

- Formål med rapport** Vi spurgte eksperterne - og her er svarene! Denne rapport redegør for de tre ekspertpanelers vurderinger af Arbejdsgruppens forslag til indsatsområder. Rapporten indeholder:
- En samlet oversigt og rangordning af indsatsområderne (kapitel 2).
 - En kort beskrivelse af nye, foreslåede indsatsområder (kapitel 3).
 - Konklusioner (kapitel 4).
 - Panelernes vurderinger og kommentarer til de 18 indsatsområder (Bilag 1).
- Undersøgelsens gennemførelse** Arbejdsgruppen har tidligere modtaget memoet 'Beskrivelse af panelundersøgelser' (4. september 2007), der orienterede om baggrunden og formålet med at gennemføre panelundersøgelser, og der henvises til dette notat. I forhold til den praktiske gennemførelse skal fremhæves:
- På Arbejdsgruppens andet møde på Skarrildhus, 13-14 september 2007, identificere Arbejdsgruppen en række indsatsområder som efterfølgende af Sekretariatet blev sammenfattet i 18 potentielle indsatsområder.
 - Med Arbejdsgruppens hjælp har Sekretariatet opstillet de tre paneler: et panel bestående af arbejdsgruppen, et panel af regionale fødevareaktører, og et panel af nationale fødevareeksperter. Oversigter over de tre paneler findes i bilag 2.
- Selve spørgeskemaet** Spørgeskemaet består af 6 lukkede spørgsmål, der stilles til de 18 indsatsområder, jf. tekstboksen nedenfor.

- | | |
|---|--|
| 1 | Udgør dette indsatsområde en afgørende og radikal innovation? |
| 2 | Udgør dette indsatsområde et markedsområde, der vil vokse de kommende år? |
| 3 | Har Region Midtjylland et godt udgangspunkt i forhold til at gøre dette indsatsområde til en succes? |
| 4 | Kan dette indsatsområde føre til et tæt samarbejde mellem offentlige og private aktører? |
| 5 | Har dette område et internationalt potentiale (såsom internationale samarbejdspartnere, m.v.)? |
| 6 | Er det sandsynligt, at dette indsatsområde kan blive en erhvervmæssig succes? |

Ved hvert spørgsmål skal paneldeltageren 'krydse af' ved en af disse muligheder:

- I meget høj grad - svarer til scoren 4
- I høj grad - svarer til scoren 3
- I nogen grad - svarer til scoren 2
- I mindre grad - svarer til scoren 1
- Slet ikke - svarer til scoren 0
- Ved ikke - svarer til scoren 0

Efter besvarelsen af hvert indsatsområde kan deltagerne give en 'åben' kommentarer. I afslutningen af spørgeskemaet inviteres deltagerne endvidere til at overveje nye indsatsområder.

Svarprocenter og engagement

Spørgeskemaet blev udsendt 2. oktober og med endelig deadline 10. oktober (efter en rykker-procedure). Svarprocenter fremgår af tabellen nedenfor. 63% af Arbejdsgruppens medlemmer har svaret indenfor tidsfristen - overgået af panellet med nationale eksperter, hvor ikke færre end 65% har svaret. Det fremgår af tabellen nedenfor, at der er modtaget 84 besvarelser, svarende til 60% af samtlige adspurgte - hvilket er tilfredsstillende.

Hertil kommer, at de enkelte indsatsområder er blevet kommenteret af 10 - 30 paneldeltagere, og der er givet en række værdifulde supplerende kommentarer. Paneldeltagerne har endvidere foreslået i 33 nye indsatsområder, som nu vil indgå som inspiration for Arbejdsgruppens videre arbejde.

Table 1 Oversigt over svarprocenter

| Panel | Antal deltagere | Antal deltagere - korrigeret ¹ | Antal svar | Andel svar |
|-----------------------------|-----------------|---|------------|-------------|
| Arbejdsgruppen | 16 | 16 | 10 | 63 % |
| Regionale fødevareraktører | 42 | 38 | 19 | 50 % |
| Nationale fødevareeksperter | 93 | 85 | 55 | 65 % |
| <i>I alt</i> | <i>151</i> | <i>139</i> | <i>84</i> | <i>60 %</i> |

Note: Svar modtaget efter tidsfristen er ikke medtaget

¹ Korrigeret for personer, hvor det umiddelbart stod klart, at de ikke kunne/ville besvare spørgeskemaet (sygdom, orlov, etc.).

2 Rangordning af indsatsområderne

Den samlede rangordning

Baseret på tilbagemeldingerne fra alle paneler, viser tabellen nedenfor viser den samlede rangordning. Tabellen er baseret på samtlige spørgsmål - dvs. den implicite antagelse er her, at spørgsmålene er lige vigtige.

De tre øverst placerede områder er sundhed, high-tech materialer og CO2-neutral fødevarerproduktion.

Tablet 2 Rangordning af indsatsområder - samlet scor for alle kriterier og alle paneler

| Indsatsområder | | Samlet score |
|----------------|--------------------------------------|--------------|
| 1 | Fødevarer & sundhed | 3,1 |
| 2 | Viden om high-tech materialer | 3,1 |
| 3 | CO2-neutral fødevarerproduktion | 2,9 |
| 4 | Systemeksport | 2,8 |
| 5 | Convenience fødevarer | 2,8 |
| 6 | Åben innovation og flytbar viden | 2,7 |
| 7 | Grøn akvakultur | 2,7 |
| 8 | Mad - kvalitet, oplevelser, årstider | 2,7 |
| 9 | Økologisk produktion | 2,7 |
| 10 | Bedre emballage | 2,6 |
| 11 | Mad-snedker med stil | 2,5 |
| 12 | Rigdom, æstetik og fødevarer | 2,5 |
| 13 | Ny glæde ved fødevarer | 2,3 |
| 14 | Forbedret samarbejde | 2,3 |
| 15 | Mad til u-lande | 2,2 |
| 16 | Kvalitetsudvikling og -styring | 2,2 |
| 17 | De 10 bedste specialiteter | 2,1 |
| 18 | Fødevaremærkning | 1,9 |

Fordeling i forhold til kriterier

De seks spørgsmål i spørgeskemaet udgør de forskellige kriterier for indsatsområderne. Arbejdsgruppen kan naturligvis vægte disse forskelligt - dvs. eksempelvis lægge større vægt på om et givet område har et potentiale for 'internationalisering' (spørgsmål 5) frem for hvorvidt der er tale om en afgørende innovation (spørgsmål 1).

For at teste rangordningens robusthed 'på tværs' af kriterier viser tabellen nedenfor, hvordan rangordningen ville være for hvert af de seks kriterier for de ni højst scorende indsatsområder.²

Tabel 3 Rangordning af indsatsområder - efter de enkelte kriterier

| | Innovation | Markedsstørrelse | Region Midt | Off-privat samarbejde | Internationalt | Erhvervs succes |
|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|
| 1 | High-tech materialer | Convenience fødevarer | High-tech materialer | Fødevarer & sundhed | Systemeksport | Fødevarer & sundhed |
| 2 | Fødevarer & sundhed | Fødevarer & sundhed | Fødevarer & sundhed | Åben innovation | High-tech materialer | High-tech materialer |
| 3 | CO2-neutral produktion | High-tech materialer | Mad - kvalitet, oplevelse | High-tech materialer | Fødevarer & sundhed | Convenience fødevarer |
| 4 | Åben innovation | Mad - kvalitet, oplevelse | Økologisk produktion | CO2-neutral produktion | CO2-neutral produktion | Grøn akvakultur |
| 5 | Bedre emballage | CO2-neutral produktion | Grøn akvakultur | Convenience fødevarer | Mad til u-lande | CO2-neutral produktion |
| 6 | Grøn akvakultur | Systemeksport | Systemeksport | Mad-snedker med stil | Bedre emballage | Økologisk produktion |
| 7 | Convenience fødevarer | Rigdom, æstetik | Åben innovation | Systemeksport | Grøn akvakultur | Systemeksport |
| 8 | Mad - kvalitet, oplevelse | Økologisk produktion | CO2-neutral produktion | Mad til u-lande | Convenience fødevarer | Mad - kvalitet, oplevelse |
| 9 | Rigdom, æstetik | Grøn akvakultur | Convenience fødevarer | Ny glæde fødevarer | Økologisk produktion | Bedre emballage |

Fordeling i forhold til paneler

Er panelerne enige? Nedenstående tabel viser hvilke ni indsatsområder de tre paneler har rangeret øverst. De tre paneler rangordner de ni øverste områder ret forskelligt, *men* der er derimod ikke særlig stor variation i forhold til hvilke områder, der overhovedet er med blandt de ni øverste.

Særligt skal fremhæves:

- at den eneste forskel mellem Arbejdsgruppen og panelet med nationale eksperter - når det gælder den samlede pulje af øverst placerede indsatsom-

² Med ni indsatsområder medtages halvdelen af Arbejdsgruppens bruttoliste. Men valget er tilfældigt - og afrapporteringen kunne også have valgt at se på de øverste 7 eller 10 områder.

råder - er at Arbejdsgruppen ikke medtager økologisk produktion blandt de ni øverste, men derimod giver plads til 'Ny glæde ved fødevarer'.

- at Arbejdsgruppen ikke giver særlig stor prioritet til 'CO2-neutral produktion' (placeres som nummer 8), selvom indsatsområdet kommer ind på en samlet tredjeplads. Sammenholdt med de skriftlige kommentarer, vi har modtaget, giver det indtrykket af, at Arbejdsgruppen lægger mindre vægt på indsatsområder med et klart miljø-aspekt end de to andre paneler.
- at Arbejdsgruppen tilsyneladende lægger mere vægt på organisering af innovation end de øvrige paneler. Arbejdsgruppen placerer således punktet 'Åben innovation og flytbar viden' højt (nummer 2), hvorimod de to øvrige paneler giver punktet en noget lavere placering (nummer 8).

Tabel 4 Rangordning af indsatsområder - efter de enkelte paneler

| | Arbejdsgruppen | Regionale aktører | Nationale aktører |
|---|--|--|--|
| 1 | Sæt viden om high-tech materialer i spil | Fødevarer & sundhed | Fødevarer & sundhed |
| 2 | Åben innovation og flytbar viden | Sæt viden om high-tech materialer i spil | Sæt viden om high-tech materialer i spil |
| 3 | Fødevarer & sundhed | Mad-snedker med stil | CO2-neutral fødevareproduktion |
| 4 | Mad - kvalitet, oplevelser og årstidsvariation | CO2-neutral fødevareproduktion | Systemeksport |
| 5 | Convenience fødevarer | Systemeksport | Convenience fødevarer |
| 6 | Grøn akvakultur | Convenience fødevarer | Grøn akvakultur |
| 7 | Systemeksport | Rigdom, æstetik og fødevarer | Økologisk produktion og produktudvikling |
| 8 | CO2-neutral fødevareproduktion | Åben innovation og flytbar viden | Åben innovation og flytbar viden |
| 9 | Ny glæde ved fødevarer | Økologisk produktion og produktudvikling | Mad - kvalitet, oplevelser og årstidsvariation |

33 forslag til nye indsatsområder

3 Nye indsatsområder

Dette kapitel nævner kort de nye indsatsområder, som paneldeltagerne har bragt i forslag, og med en kort gengivelse af deres argumentation. Bemærk, at forslagene til supplerende indsatsområder ikke er blevet behandlet af sekretariatet - beskrivelsen nedenfor er således en sammenfatning af den argumentation, som forslagsstilleren har givet i spørgeskemaet.

- 1 **Helhedsorienteret jordbrugs- og fødevarerproduktion.** Større fokus på jord-til-bord værdikæden, også ud fra et energiperspektiv.
- 2 **Center for fødevarerinnovation.** Missionen er at understøtte producenter og fødevarer virksomheder med viden, produktudvikling, m.v. - mhp. at fremme et generelt innovationsmiljø.
- 3 **Kombinér økologisk jordbrug** (indsatsområde no. 18) med de fleste af de øvrige indsatsområder. Det rigtigt visionære består i at indtænke økologien - dermed skabes en udvikling, der ikke er set før.
- 4 **Dyr i naturen.** Lav et indsatsområde med fokus på at få dyrene ud i naturen.
- 5 **Miljøneutral husdyrproduktion.** Den helt afgørende begrænsning for udvidelse af svineproduktionen i Danmark er affaldsproblemet. Teknologi er udviklet, men savner afprøvning og implementering.
- 6 **Anvendelse af IKT: Den virtuelle fødevarerproduktion.** Der findes en række kraftfulde IKT-teknologier, der kan anvendes til at fremme fødevarerproduktionens drifts- og miljøeffektivitet. Lav et detaljeret online informationssystem på markniveau for regionens afstrømningsområder.
- 7 **Fisk - nye indfrysings- og optøningsprofiler.** Forudsætning for at kunne arbejde med bedre convenience produkter er, at der kommer nye teknikker til at holde råvaren frisk.
- 8 **Strategisk samarbejde mellem akvakulturproduktion og udstyrseksper-tise.** Stor dansk viden om opdræt og opdrætsteknologi.

- 9 **Havet som fødevarekilde.** Der sker større strukturændring i fiskeriet (fartøjer, fiskeriforvaltning, fangstredskaber). Relevant at øge udnyttelsen af havets ressourcer ved at inddrage flere arter og forbedret fangstbehandling.
- 10 **Biologiske processer** i fødevareproduktion. Bioteknologi i fødevareproduktionen.
- 11 **Teknologiudvikling i fødevaresektoren.** Øget konkurrence stiller krav til inddragelse af nye produktionsformer - eks. robotteknologi.
- 12 **Bæredygtig og miljørigtig produktion af svin.** Alle elementer medtænkes: foderdyrkning, transport, dyrevelfærd, lugt, næringsstoffer, energiproduktion, modning, opskæring, salg - hele kæden. Det har vi forudsætninger for i regionen.
- 13 **Fødevareproduktion i yderområder.** De valgte indsatsområder støtter ikke de helt små virksomheder i yderområder - hvilket der er brug for.
- 14 **Muslingeproduktion.** Beskæftigelsesmæssig, økonomisk og miljømæssig effekt. Stort dansk potentiale.
- 15 **Vidensdeling mellem de mindre og større virksomheder.** En bedre vidensdeling vil sikre, at de små producenter opnår øget konkurrenceevne og de store virksomheder får større fokus på håndværk og kvalitet.
- 16 **Fødevareportal for Region Midtjylland** på Internettet. Portal til formidling af specialiteter, dialog med forbrugere, m.v.
- 17 **Fremtidens eksportfødevarer.** Danmark skal udnytte sit potentiale for kvalitet og prestigeprodukter i forhold til de voksende markeder - Kina, Indien, Vietnam.
- 18 **Idræt og mad.** Fokus på gastronomi, specialdesignet til børn og unge.
- 19 **Logistikproblemer.** Et indsatsområde, der fokuserer på at imødegå at de regionale produkter sjældent kommer ud på 'de store markeder' på grund af logistikproblemer.
- 20 **Markedsføring.** Gode, regionale produkter er ofte 'hemmeligheder'; der er brug for kvalitet og professionalismisme i markedsføring.
- 21 **Trendforskning og analyser.** Gennemført trendforskning i forhold til de lande, der er længere fremme og/eller er vores fremtidige eksportmarkeder.
- 22 **Oplysning om råvarer!** Oplysning til forbrugerne om oprindelsen af fødevarer, bl.a. indenfor fiskeriområdet, hvor en større råvarebevidsthed blandt forbrugerne ville hjælpe erhvervet.
- 23 **Højteknologi fra jord til bord.** Bioenergi, biomateriale, biosensortyper, procesteknologi og præcisionsjordbrug.

- 24 **Tværasektorielle emner:** fødevarer og turisme, 'Route de ecologie', 'den gastronomiske nationalpark', 'bed-and-bestfood'
- 25 **Verdens største fødevarerudviklingsfest i Herning!** Kæmpe internationale fødevarerkonference - global - med verdens største restaurant-eksperimentarium.
- 26 **Vision for den samlede primærproduktion.** Et samlet initiativ, der ruster alle producenter til de fremtidige globale udfordringer.
- 27 **Pervasive computing i relation til fødevarer.** Vi har eksperter i regionen, men deres arbejde med fødevarerområdet er endnu begrænset.
- 28 **Fremtidens fleksible fødevarerproduktion.** Fleksible modulopbyggede produktionslinier - både store og små producenter har behov for større indbygget fleksibilitet. Vigtigt for regionen med dens mange maskinproducenter og teknologitunge virksomheder.
- 29 **God mad til syge.** Hospitalsmad vil fremover være i søgelyset.
- 30 Støtte til **fødevarer-netværk** for småproducenter.
- 31 Styrkelse af de **små kystfiskersamfund**.
- 32 Et **blåt øko-fisk mærke**.
- 33 **Automatisering og rationalisering i fødevarerindustrien.** Øget behov for at optimere produktionen.

Den videre proces med nye indsatsområder

Det foreslås, at sekretariatet bag arbejdsgruppen nu arbejder videre med listen af nye indsatsområder, dvs. ser på hvordan de nye indsatsområder kan kobles med Arbejdsgruppens oprindelige forslag.

4 Konklusion

Tre paneler, bestående af i alt 139 personer, hvoraf 84 har svaret, har vurderet Arbejdsgruppens liste over potentielle indsatsområder - via et elektronisk spørgeskema. Panelundersøgelsens konklusioner er:

- *At* der blandt de tre paneler er en ret høj grad af enighed omkring prioritering af de potentielle indsatsområder, når der ses på den samlede pulje af de ni øverst placerede indsatsområder.
- *At* der - 'nedenunder' denne overordnede konklusion - dog ses ret store forskelle i den specifikke prioritering af indsatsområder.
- *At* panelerne via deres 'stemmeafgivning' reelt har inddelt indsatsområderne i tre grupper:
 - *De egnede*: indsatsområder som scorer højt på stort set alle kriterier:
 - Fødevarer & sundhed
 - Viden om high-tech materialer
 - CO2-neutral fødevarerproduktion
 - Systemeksport
 - Convenience fødevarer
 - Åben innovation og flytbar viden
 - *De måske egnede*. Indsatsområder som scorer middelhøjt på stort set alle kriterier og/eller scorer højt på enkelte kriterier
 - Grøn akvakultur
 - Mad - kvalitet, oplevelser, årstider
 - Økologisk produktion
 - Bedre emballage
 - Mad-snedker med stil
 - Rigdom, æstetik og fødevarer
 - *De ikke-egne*: Indsatsområder som scorer lavt på stort set alle kriterier
 - Ny glæde ved fødevarer
 - Forbedret samarbejde

- Mad til u-lande
 - Kvalitetsudvikling og -styring
 - De 10 bedste specialiteter
 - Fødevareremærkning
-
- *At tilbagemeldingerne fra paneldeltagerne indeholder forslag til at kombinere nogle af indsatsområder og at tænke 'på tværs' - eksempelvis i forhold til økologisk produktion.*
 - *At paneldeltagerne som et vigtigt bidrag til den videre udvikling af Region Midtjyllands 'Megasatsning Fødevarer' har foreslået knap 35 nye, mulige indsatsområder. En række af disse er varianter i forhold til Arbejdsgruppens 18 indsatsområder, men bidrager med vigtige præciseringer og tilføjelser. Derudover har paneldeltagerne bidraget med en række nye indsatsområder som vil indgå i det videre arbejde.*

Bilag 1 Vurdering af indsatsområderne

Convenience fødevarer

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,6 | Ved alle kriterier scorer Arbejdsgruppen dette indsatsområde højere end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 3,2 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,6 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,8 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,7 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,9 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 5</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Potentialet for convenience til private er større end til institutioner.
- Husk at Region Syd har "Fresh food factory" satsningen rettet mod institutioner. Der pågår allerede samarbejde mellem Region Midtjylland og Region Nordjylland med fokus på at udvikle området markant. Usikkert om Region Midt kan få en lederrolle.
- Udfordringen er at kunne levere friske produkter på et logistikmæssigt krævende område.
- Det vil være en alvorlig fejlsatsning med convenience food. Man skal i stedet satse på de originale og autentiske fødevarer fra regionen
- Danske forbrugere vil klart udvikle præferencer i retning af convenience fødevarer og det må forventes at detailkæderne vil afkode denne udvikling.
- Området er præget af hård (international) konkurrence om pris, men vil gennemgå samme udvikling som i detailhandelen, hvor en differentiering på kvalitet vil blive til en konkurrenceparameter. Økologi er en hovedkonkurrenceparameter i kampen om de gode kunder.

Sammenfatning: Et indsatsområde, der gives høj prioritet - evt. i kobling med økologi. Uklart om Region Midtjylland står stærkt for at kunne drive udviklingen.

Kvalitetsudvikling
m.v. i småskala fø-
devareproduktion

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,2 | Ret høj grad af enighed mellem panelerne om dette emne. |
| Et voksende markedsområde? | 2,5 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,4 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,2 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 1,5 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,4 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 16</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Emnet er relevant for små virksomheders fastholdelse af unikke kvaliteter og produktdifferentiering på markedet
- Indsatsområdet er for snævert; skal være mere markedsorienteret.. Det er slet ikke markedsorienteret. Det er kun interessant, hvis det kombineres med en stærk markedsviden og sparring i produktudvikling og detailhandelens øvrige krav (mange!). Det er den økologiske sektor, der i dag har største succes med at få mange små producenters varer inde på detailhandelens hylder - i høj grad fra Midtjylland!
- Der er nok mere behov for branding og specialiteter end egentlig kvalitetsstyring
- Har svært ved at se, hvordan dette område skal kunne blive til en megasatsning. Området er for lille. Kunne til gengæld godt være en del af et innovationskonsortium. Der eksisterer allerede en række udbydere på området og der er udviklet gode værktøjer til brug for at styrke virksomheder på det område.
- Mindre virksomheder har vanskeligt ved at klare sig overfor de stærke supermarkeds kæders forhandlingsstyrke, og jeg tror, der kan være et stort rådgivningsbehov, især ved opstart (management, kvalitetsstyring, økonomistyring, hygiejne mv.) som kunne etableres gennem offentlige-private samarbejder.
- Mange små virksomheder ser myndighedsgodkendelser, egenkontrol m.v. som barrierer for at komme i gang.
- Der kunne etableres en form for fælles kvalitetschef for flere mindre virksomheder. Dermed kan SME virksomhederne få den nødvendige sparring og ressource til at drive kvalitetsprocessen i virksomheden.

Sammenfatning: Indsatsområdet gives lav prioritet. Behovet for kvalitetsudvikling anerkendes, men paneldeltagerne mener ikke, at dette løses som en 'Megasatsning'

Forbedret samarbejde mellem producenter og detailledet

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,5 | Ret høj grad af enighed mellem panelerne om dette emne. |
| Et voksende markedsområde? | 2,7 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,4 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 1,6 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,1 | |
| Kan blive en erhvervmæssig succes? | 2,5 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 14</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Et "samarbejds hus" for udviklingen af gode ideer mellem producent og detailled vil være relevant.
- Hvor meget der kan gøres for at forbedre dette samarbejde er svært at sige. Tidligere har det ikke været så nemt at komme tæt på specifikke kæder. Spørgsmålet er om detailhandlen er interesseret i et tættere samarbejde ...
- Indenfor økologien har man god succes med at få også meget små virksomheder inde i detailhandelen, også direkte inde i detailhandelen på eksportmarkeder. Regionen kan bygge på disse erfaringer.
- Dansk Supermarked kunne være et udgangspunkt - hvis vi tænker regionalt. Jeg betragter det dog ikke som afgørende og radikal innovation, men mere som common sense. Selvfølgelig arbejder producenterne sammen med supermarkederne. Det kan selvfølgelig være en ide at agere fødsels-hjælper for mindre virksomheder - skabe et rum, hvor de kan mødes - spørgsmålet er som om de små producenter er interesserede?
- Det er næsten umuligt at sælge til specialbutikker, hvis man også sælger til de store kæder. P.t. er det detailhandelen, der er den hæmmende faktor for innovation på dette område. Med den aktuelle holdning, er der en vis sandsynlighed for at detailhandelen bliver ofre for D2C trenden (direct to consumer) til fordel for en alliance mellem producent og forbruger.
- Kan det lykkes at overbevise kæderne om at det ikke er besværligt at forsøge sig med små producenter, fordi de hjælpes på vej af konsulenter og samarbejdspartnere, vil det være en unik chance.

Sammenfatning: Området gives lav prioritet. At dømme efter kommentarerne anser man det ikke for sandsynligt, at der kan skabes den nødvendige dialog - selvom en del deltagere nævner behovet herfor.

Grøn akvakultur

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,6 | Ved alle kriterier scorer Arbejdsgruppen dette indsatsområde højere end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,9 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,8 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,4 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,7 | |
| Kan blive en erhvervmæssig succes? | 2,9 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 7</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Akvakultur er et nationalt indsatsområde og er højt prioriteret. Grøn akvakultur er rigtig spændende. Offshore havbrug i Nordsøen er en mulighed.
- Det vigtigste er at give de eksisterende produktioner gode forhold for at udvikle sig, gerne baseret på en samlet plan for hele regionen.
- Udviklingen forudsætter et mere aktivt engagement fra de kommunale godkendelsesmyndigheder - herunder en mere klar politisk vurdering og stillingtagen til erhvervet. Ved det internationale perspektiv er det meget stort, når det drejer sig om eksport af udstyr til akvakultur.
- Satsningen bør også omfatte arbejdet med nye arter, produktkvalitet og fødevarer sikkerhed
- Stort potentiale også i udvikling af miljøteknologi til akvakultur i andre lande. Sammen med convenience vil dette område være et højpotentielt vækst område i de næste 3-5 år
- Fremtidens sunde fødefare kan designes lige fra produktionsstart på opdrætsanlægget. At kunne styre og optimere denne proces kan give Danmark en førerposition indenfor nicheprodukter.
- Uden en klar mærkning - såsom det røde Ø mærke - giver en styrket indsats for miljøet ikke tilstrækkelig fordele for producenterne rent prismæssigt. Og det er afgørende for investeringer og succes.
- Efter min vurdering har Midtjylland en stor andel akvakultur, men måske ikke så meget F&U på området. Det er en stor og ressourcekrævende proces at fokusere markant på dette område

Sammenfatning: Området gives ret høj prioritet. Særligt arbejdsgruppen mener, at området vil være i stærk vækst fremover.

CO₂-neutral fødevarerproduktion - bæredygtig produktion

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,9 | Høj grad af enighed mellem de tre paneler i prioritering af området. |
| Et voksende markedsområde? | 3,0 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,8 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,9 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 3,1 | |
| Kan blive en erhvervmæssig succes? | 2,8 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 3</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Uhyre vigtigt indsatsområde og med et kæmpe udviklingspotentiale.
- Ser det mere som et indsatsområde under megasatsning på energi og miljø - virksomheder inden for det agroindustrielle kompleks er her kunde der efterspørger nye energiteknologiske løsninger.
- Nogle af de engelske supermarkeder er langt inden for C-labeling, men jeg tror ikke området får samme bevågenhed hos forbrugerne og politikerne idet C-labeling er meget mere interessant på non-food varer.
- CO₂ udledning vil blot være et af mange elementer og hvis øvrige fordele inddrages - miljøhensyn i en bredere forstand, CSR, sundhedsaspekter mv. - kan området have et stort potentiale, men alene tror jeg ikke, at det vil vise sig at udgøre et stort potentiale.
- Området indeholder muligheder - men også et behov for at afværge trusler mod især den animalske produktion. Regionen har alle nødvendige kompetencer
- Det er et meget aktuelt indsatsområde - spørgsmålet er blot om ikke det burde være et landsdækkende initiativ. Der er dog ingen tvivl om at mange af de implicerede parter har rod i Region Midtjylland. Men her kan vi godt tænke lidt større - også set i lyset af det internationale potentiale

Sammenfatning: Området gives en høj prioritet.

Bedre emballage

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,8 | Høj grad af enighed mellem de tre paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,8 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,3 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,3 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,8 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 10</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Det er et globalt problem, at der bruges mere energi på emballagen end visse produkter indeholder. Det er et utroligt vigtigt område, både af miljøhensyn men også set ud fra at forbruget af convenience produkter vil stige.
- Derudover emner som aktive emballager, dvs. emballager der aktivt fastholder ønskede fødevarer og spisekvalitets-egenskaber
- Vi har meget dygtige emballagevirksomheder i Regionen, men det kan være en idé at brede området ud (Grafiske Højskole, Danmarks Designskole med, Skolen for Brugskunst, Arkitektskolen i Århus). Det kan være en idé at kigge på skandinavisk design i forb. med emballagen. Brugervenlighed kan bl.a. kigges på i samarbejde med englænderne. Bæredygtighed i forb. med emballagen kan også være et aspekt. Måske kunne vi som de første udvikle en metode til vurdering af samlet bæredygtighed i forhold til produkt, emballage, produktion, distribution, og hvad der ellers skal til for at få maden frem til forbrugerne. Kombineret med et enkelt, funktionelt design er vi klar til konkurrencen fra udlandet! Det ville flytte noget.
- Flere egenskaber, der skal gå op i en højere enhed er: beskyttelse af varen, som ofte medfører dobbelt emballage (sikring imod ydre påvirkninger, stød og pilfingre) og alligevel lettilgængelighed. Der er givetvis på sigt et internationalt marked for bæredygtige emballager, der opfylder disse krav.
- Der er flere internationale virksomheder og organisationer der arbejder med problemstillingen med emballage. Der er eg. Make2Pack, ISA og OMAG. Disse organisationer repræsenterer udstyrsleverandørerne og de vil være gode at have med i et sådan samarbejde.

Sammenfatning: Området gives en ret lav prioritering. Samlet set mener paneldeltagerne ikke, at Region Midtjylland har et særligt gunstigt udgangspunkt i forhold til indsatsområdet.

Rigdom, æstetik og fødevarer

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,6 | Ret lav grad af enighed mellem de tre paneler på dette punkt |
| Et voksende markedsområde? | 2,9 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,3 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,1 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,5 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 12</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Her har I fat i noget af det rigtige. Mad er en oplevelsesindustri.
- Det er altid et svært spørgsmål om øget velstand omsættes til øget fødevarer forbrug. Dette er endnu ikke påvist, men det kan aldrig afvises, da vi i DK bruger langt mindre på fødevarer end i f.eks. Sydeuropa.
- Jeg vil anbefale at vi gøre det lidt mindre exotiske end "mad-templer" og igangsætte en indsats for økologiske fødevarer som er i globale vækst. Det er velkendt, velregulerede, har forbrugernes tillid og Danmark har den højeste økologiske markedsandel af nogen EU lande. Vi er gode til det.
- Nordisk mad, Meyers mad ol vil være i nogen vækst
- Jeg synes indsatsområdet er for flagrende og uspecifikt. Hold hellere fast i høj kvalitetsprodukter og den storytelling, der giver en ekstrapris - det kan være gode råvarer, naturlighed, bæredygtighedsregnskaber eller emballagen der kan noget ekstra.
- Internationalt samarbejde kunne være med retailers med fokus på kvalitet - Waitrose, Marks & Spencer, etc.
- Går man til storbyerne i dag, så kan der købes virkelige gode og "highend" produkter. Madoplevelser får man på rejser. Og derfor skal man i DK mere tænke på, at få skabt rammerne for Skandinaviens madoplevelser, så der kommer en differentiering. Dvs. det er ikke kun fødevarer der skal udvikles, men det er hele turismen, oplevelsesøkonomien og så fortællinger og markedsføring der kan få turister til DK.

Sammenfatning: Området gives en ret lav prioritet. At dømme efter de skriftlige kommentarer er der store forskelle i synet på dette område: nogle finder at området er 'rigtig interessant' - andre, at det er for diffust.

Systemeksport

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,5 | Ret lav grad af enighed mellem de tre paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,9 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,8 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,7 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 3,3 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 4</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Bestemt et interessant marked/indsatsområde for danske virksomheder, herunder ikke mindst rådgivningsfirmaer.
- Eksport af knowhow i bred forstand er der mange muligheder i. Men ordet systemeksport skræmmer! Dertil kommer, at det kan godt være, at Danmark har visse fortrin i forhold til fødevarer sikkerhed, organisation og lignende, men der er mange aktører derude, som vi vil opleve konkurrence fra. Men tag fat i de gode eksempler og dyrk dem, eksempelvis ift miljøteknologiske udviklinger i relation til kvælstofproblemet, hvor der kan være gode muligheder. Men det kræver en særlig indsats og kommer ikke kun af, at vi har et erhverv, som har fundet gode løsninger til danske producenter. Der skal til stadighed udvikles, og løsningerne skal gøres til selvstændige forretningsområder. Systemeksport lyder forjættende, men er en langt større udfordring end man umiddelbart skulle tro.
- Ingen tvivl om at vi kan sælge vores viden om viden. Den etiske overvejelse er så, om vi vil det. Ud konkurrerer vi os selv eller giver det nye muligheder?
- Risikoen ligger måske i at knowhow kan "misbruges" for eksempel ved manglende hensyn til dyrevelfærd
- Viden om økologisk produktion vil få en særlig betydning, fordi mange lande i stigende grad vil udnytte deres potentialer inden for økologi. Region Midtjylland rummer i forvejen ca. 90 % af de væsentligste aktører inden for økologien (klynge?), hvorfor systemeksport af viden indenfor den økologiske sektor "ligger lige til højre benet"

Sammenfatning: Et indsatsområde, der gives høj prioritet. Arbejdsgruppen er mest optimistisk omkring Region Midtjyllands relative styrkeposition - til gengæld giver Arbejdsgruppen den klart laveste score i forhold til graden af innovation.

Mad-snedker med stil

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,5 | Lav grad af enighed mellem de tre paneler i synet på dette indsatsområde Klar tendens at panelet med regionale fødevareaktører score dette område højere end de to øvrige paneler. |
| Et voksende markedsområde? | 2,7 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,6 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,8 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,2 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,5 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 11</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Uddannelse i gastronomi er hovedsageligt beliggende i KBH, men dette kunne øges ved at Århus universitet og tekniske uddannelsessteder lavede en fælles indsats herpå.
- Med højnelse af kompetence bør indtænkes en øget dialog mellem erhverv og uddannelse
- Det vil være rigtig godt med nytænkning og visioner for fremtidens fødevarerhverv. Gerne en opfattelse som følger den kulturelle udvikling på området samt en øget inddragelse af økonomiske fag på uddannelsen, og fag med f.eks. iværksætter- og ledelseskompetencer på programmet. Innovation er det næppe, medmindre banebrydende undervisningskoncepter bliver udviklet.
- Vi mangler kompetencer fra jord-til-bord i økologi. Opsvinget i salg har skabt mangel for nye landmænd, slagter, bager, og vi er i dialog i andre regioner om etablering af en Organic Academy, der samler disse uddannelser. Vil Region Midt være med til dette?
- Der er dog ingen tvivl om at øget iderigdom er nødvendig for kunne tilbyde nationale og internationale forbrugere sjove og nye produkter.
- Der er knaphed på faguddannet personale i køkkenerne. Der er et kraftigt stigende behov for denne gruppe da virksomhederne skaber nye job for faget, via mange nye virksomhedskantiner.
- Vigtigt at der etableres en videreuddannelse af praktikere på masterniveau 2-3 år i alt.

Sammenfatning: Indsatsområdet gives en ret lav prioritering.

Åben innovation og flytbar viden

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,8 | Ved alle kriterier scorer Arbejdsgruppen dette indsatsområde højere end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,6 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,8 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 3,0 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,6 | |
| Kan blive en erhvervmæssig succes? | 2,6 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 6</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Meget af det, der er nævnt i beskrivelsen af indsatsområdet, kan/bør tænkes ind i et evt. kommende "virksomhedsdrevet videncenter for brugerdriven innovation inden for fødevarerområdet" - et center der skal søges placeret i regionen
- MAPP centeret på Aarhus Universitet har bedrevet netop dette de sidste 15 år, så her er der en ekspertise og erfaringsgrundlag til stede, samt et center som har International anerkendelse.
- Erfaringerne viser, at succes på dette område er meget svært at skabe - jeg tror vi må gå helt andre veje for at øge kompetencerne og vidensindholdet i virksomhederne.
- Rigtig god ide, da små virksomheder aldrig har benyttet sig af denne viden, og derfor aldrig har været med i debatten.
- Barriererne er: en vis selvtillid i branchen, høj grad af lukket-hed, ingen tradition for forskningssamarbejde (SMV).
- Jeg tror, at dette område med øget offentligt/privat samarbejde vil give meget mere brugerdriven innovation og målrettet forskning, som igen vil afføde succes i afsætning internationalt, men der vil være barrierer at overvinde mellem to vidt forskellige verdener og kulturer.

Sammenfatning: Indsatsområdet gives en ret høj prioritet. De skriftlige kommentarer vidner om, at der er forskellige holdninger til, hvordan der skabes innovation i fødevarerhvervet.

Fødevarer & sundhed

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 3,1 | Høj grad af enighed mellem de tre paneler |
| Et voksende markedsområde? | 3,2 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,9 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 3,1 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 3,2 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 3,2 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 1</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Det er god tanke, men der ikke noget særligt nyt i den.
- Den åbenlyse risiko er befolkningens skepsis over for gensplejsning og "functional food".
- Teksten her er langt over i flere typer af satsninger som forbrugerne eksplicit frabeder sig.
- Mere fokus på sundhed og gode råvarer og lidt mindre på functional food som mange har et ambivalent forholdt til
- Samarbejde med universitet og andre uddannelsesinstitutioner giver gode muligheder for Midtjylland som område. Foulum og Uni bør være drivere i denne udvikling
- Jeg synes, at man skal passe på med at relatere fødevarer og sundhed til fedmeproblematikken. Fedmeproblematikken er selvfølgelig en del af det (og det skal der også være fokus på), men det er i lige så høj grad vigtigt at fokusere på fødevarer og sundhed i forbindelse med den største gruppe af mennesker - nemlig de som ikke er overvægtige.
- Der ser jeg et helt klart indsatsområde, med den største vækstappeal. Det vil for alvor kunne rykke og skabe innovation. Det også er hvor der er mange udfordringer og hvor det vil vise sig om Fødevarerklugerne har en berettigelse, fordi det stiller krav til hele værdikæden inkl. vidensinstitutioner, procesleverandører, råvareproducenter etc.

Sammenfatning: Indsatsområdet gives høj prioritet. At dømme efter de skriftlige kommentarer lægger mange paneldeltagere et noget forskelligt indhold ind i overskriften omkring fødevarer og sundhed - men der er altså en fælles opfattelse af, at koblingen er meget relevant.

Mad til u-lande

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,1 | Ret høj grad af enighed mellem de tre paneler. |
| Et voksende markedsområde? | 2,0 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 1,9 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,7 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,9 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 1,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 15</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Reel udviklingsbistand på fødevarerområdet må handle om at udvikle ulandenes egen fødevarerproduktion og køb af varer FRA disse lande.
- Problemstillingen er meget central. Det er dog helt andre ting (good government, WTO, frihandel) der skal til for at øge fødevarerproduktionen i udviklingslandene.
- Det er jo et ædelt formål, og det vil være dejligt, at få et globalt udsyn i forhold til fødevarerproduktionen. Men jeg vil tro, at det kræver en meget ambitiøs tilgang for at have en chance.
- Indsatsområdet er så bredt, at spørgsmålene ikke giver mening.
- U-landene efterspørger billige og gerne sunde fødevarer, men de vil ikke blive produceret i den vestlige verden - produktioner outsources til u-landene, og det vil vi se meget mere af i fremtiden. De store mængder vil stadig blive produceret nationalt, men der vil være et stærkt stigende marked for luksusprodukter, især i Asien, hvor "overklassen" er stærkt stigende - her betyder prisen ikke noget.

Sammenfatning: Indsatsområdet gives en lav prioritet. At dømme efter de skriftlige kommentarer er der både principielle og praktiske indvendinger mod dette indsatsområde.

Mad - kvalitet, oplevelser og årstidsvariation

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|--|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,6 | Ved alle kriterier scorer Arbejdsgruppen dette indsatsområde højere end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 3,0 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,9 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,4 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,5 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 8</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Meget bredt formuleret indsatsområde - derfor svært at besvare. Noget lyder fornuftigt, andet som ønsketænkning.
- Her har vi fat i noget centralt. Det harmonerer med "Nordic Food", som markedsføres med succes. Kunne måske kombineres med andre oplevelser (kultur, kunst, golf mv), som kan fange samme segment. Undgå de trætte "smag af Midtjylland" fodformede veje.
- Det er kvalitet og ikke lokalitet, der er mest afgørende for kommerciel succes.
- Problemet med dette indsatsområde er at danske forbrugere er meget fokuserede på prisen og det er en mindre gruppe som er villig til at betale en højere pris for kvalitet.
- Danmark er vel en af verdens råvareproducenter, der ligger længst fra ækvator og dermed har den største årstidsvariation - en omstændighed som afspejler sig i råvarenes kvalitet og smag - og et forhold vi i meget ringe grad udnytter
- Jeg tror det her kan blive meget seriøst salgsprojekt og vigtig i forhold til branding af DK. Jeg tror det kan være med til at sælge vores viden til udlandet, samt det kan give danskerne en nærhedsopfattelse af vores gode lokale produkter.

Sammenfatning: Området gives en ret høj prioritet. De skriftlige kommentarer vidner om, at paneldeltagerne har forskellige opfattelser af indsatsområdets konkrete indhold (hvilket er naturligt, da indsatsområdet i spørgeskemaet var bredt formuleret).

Ny glæde ved fødevarer - den gastronomiske dannelsesrejse

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,4 | Lav grad af enighed mellem de tre paneler i forhold til en række kriterier. |
| Et voksende markedsområde? | 2,4 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,4 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,7 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 1,9 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,1 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 13</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- En stor mundfuld. Lyder meget som noget kampagnelignende - og kampagner har sjældent stor blivende effekt. Men perspektivet i at starte en ny dansk "bevægelse" er spændende som med fordel omfatter et sundheds-element.
- Der er trængsel i forbrugernes tidsprogram og skolerne er overbebyrdede med forventninger fra alle mulige dele af samfundet.
- Der er også SMAGENS DAG, som er kørt i skolerne i Sydeuropa i mange år. Men ikke i Danmark.
- Jeg tror ikke rigtigt på denne ide, som jo allerede har været lanceret i en del år. Der har været masser af debat om fødevarer i pressen, i artikler, kurser i gastronomi osv., så der er ikke så meget nyt under solen. Men måske er det netop det, som nu er ved at virke - med tidens tendenser til individualitet, kvalitet, krav til råvarer, økologiske produkter i stigning osv., selvom det store flertal stadig ikke vil betale ret meget for fødevarer.
- Dette er jo lige modsætningen til at servere convenience food på f.eks. skolerne. Så man kan jo starte med først at give skolebørn og ældre samt syge noget "ordentlig" frisklavet kvalitets mad, så behøver man måske slet ikke at undervise i gastronomisk dannelse!
- Jeg har netop været i US og set det ypperste inden for det her område. Hvor man inddrager madlavning og dyrkning af råvarer i alle skolens fag og samtidig bruger det som social træning af elevernes færdigheder og parathed.

Sammenfatning: Området gives en lav prioritet.

Fødevarermærkning -
et nyt 'ærligt' mærke

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 1,8 | Ret høj grad af enighed mellem de tre paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,1 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 1,8 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,3 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 1,9 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 1,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 18</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Indsatsen bør bl.a. indpasses i økologimærkningen, så denne ikke taber noget af sit gode renommé.
- Jeg tror ikke, det er realistisk med et eneste mærke - bedre at uddanne forbrugeren til selv at træffe sine valg
- Det er vanskeligt at udvikle nyt mærkningsordning som er troværdig og som har brandingeffekt. Yderst komplekst og slet ikke en regional opgave.
- Der har været lanceret flere af denne typer mærker de senere år, luppen, S-mærke mv., med varierende succes - og især fiaskoer, og forvirringen hos forbrugerne er stor. Endnu et mærke vil få svært ved at trænge igennem. Jeg tror, det er bedre at bygge på de få kendte mærker, der er slået igennem, Ø-mærket og Svanen f.eks.
- Et fornuftig nyt mærke er kun muligt, hvis detailhandelen, forbrugerråd, organisationer etc. bakker op. Det skal derfor være velovervejet, hvad der satses på.
- Særligt CO2 mærkningen er spændende. I Sverige er man meget langt i overvejelserne inden for dette område

Sammenfatning: Området gives en lav prioritet. At dømme efter de skriftlige kommentarer er der hos nogle en vis forståelse for behovet for et godt mærke, men meget begrænset tiltro på, at der bør udvikles et nyt mærke.

De 10 bedste specialiteter

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|---|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,1 | Høj grad af enighed mellem de tre paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,4 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,3 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 1,9 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 1,9 | |
| Kan blive en erhvervmæssig succes? | 2,3 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 17</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Vil gøre sig godt som startprojektet, men ikke som et indsatsområde.
- Der er mange muligheder, men det er ikke en let sag. Det kræver bl.a. et solidt samarbejde mellem forskellige producenter af samme type kvalitetsprodukter. Men udgangspunktet om at skabe større opmærksomhed om danske specialiteter er godt. I regionen er der flere gode muligheder, bl.a. inden for fisk og skaldyrproduktionen og ligeledes kød og grønt. Spørgsmålet er dog, om ikke denne indsats burde have Danmark som sit naturlige udgangspunkt frem for regionen? Skal indsatsen have betydning ud over landets grænser (og dermed være en megasatsning) er jeg stærkt i tvivl om en regional tilgang danner fornuft. Men det skal naturligvis ikke betyde, at initiativet ikke kan komme fra regionen
- Akvakultur udgør et betydeligt potentiale som spydspids for fødevarerudvikling - det har den nye økologiske produktion vist. Hertil kommer at akvakulturproduktion giver en meget begrænset miljøbelastning
- Vi ligger som vi har redt siden andelsbevægelserne begyndte at standardisere fødevarerne for 125 år siden. Det tager tid at genfinde vor madidentitet.
- Dette indsatsområde er ok, men har ikke 10-15 års perspektiv. Jeg tror produkterne er der, og måske mere mangler synligheden og profileringen.
- Hvad med Arla, Lurpak, Kærgården, Tulip, dvs. de eksisterende stærke brands fra Regionen

Sammenfatning: Indsatsområdet gives lav prioritet. De skriftlige kommentarer vidner om, at nogle finder det oplagt at markedsføre særlige produkter, mens mange finder, at en megasatsning bør have et bredere sigte.

Sæt viden om high-tech materialer i spil

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 3,3 | Ret høj grad af enighed mellem de tre paneler; dog lar tendens til at Arbejdsgruppen er mere positiv end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 3,1 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 3,0 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 3,0 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 3,3 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 3,0 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 2</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Lidt futuristisk, men mange muligheder
- Det er vigtigt ikke at afgrænse emnerne for tidligt. Der kan også nævnes vigtige emner inden for IT, præcisionsjordbrug, energi- og miljøeffektivitet osv.
- Husk GMO! Det har ingen mening at gå ind for højteknologi, og så fravælge de stærkeste teknikker.
- Eksportpotentialet for systemer og recirkulationsteknologi til akvakultur er i "vindmølleklassen" Det er selvfølgelig ikke alt sammen high-tech, med det udgør et uudnyttet område, hvor strategisk samarbejde mellem akvakultur og teknologi sammen med en satsning fra "tungere" erhvervsvirksomheder kan give resultater.
- Igen er borgernes skepsis et risikoelement, men disse teknologier er kommet for at blive, og hvis ikke vi selv udnytter potentialet, gør andre det. På sigt ender produkterne i supermarkederne ad den ene eller den anden vej.
- Dette projekt bør være en national satsning. Regionen kan ikke drive et forskningsprojekt i denne størrelse uden KVL, DTU.
- Der er behov for at få viden ind i produkterne. Der er mange spændende budskaber og forskningsresultater, som bør komme ud til producenterne.

Sammenfatning: Området gives høj prioritet. De skriftlige kommentarer afspejler dels stor interesse i indsatsområdet, men også en vis usikkerhed om hvordan der skabes opbakning, eks. hvis GMO-området inddrages.

Økologisk produktion og produktudvikling

| Spørgsmål | Score | Bemærkning |
|--|-------|---|
| En afgørende og radikal innovation? | 2,2 | Det eneste område hvor Arbejdsgruppen scorer indsatsområdet lavere end de to øvrige paneler |
| Et voksende markedsområde? | 2,9 | |
| Har Region Midtjylland godt udgangspunkt? | 2,9 | |
| Fører til tæt offentlig-privat samarbejde? | 2,6 | |
| Har dette område internationalt potentiale? | 2,6 | |
| Kan blive en erhvervsmæssig succes? | 2,7 | |
| <i>Panelernes samlede rangordning af indsatsområdet: Nr. 9</i> | | |

Vurderinger og kommentarer til dette indsatsområde:

- Anbefaler at regionen udarbejder en sektorstrategi for økologisk produktion og markedsudvikling. Fødevareministeriet har indarbejdet økologi på strategisk niveau i landdistriktsprogrammet, hvortil der kommer flere og flere ressourcer. Midtjylland kan gå i front med en regional strategi. Økologisk Landsforening har mange virksomhedsmedlemmer i Midtjylland - ikke kun små virksomheder. Arla, Danish Crown, Solhjulet og mange andre har væsentlig aktiviteter i Midtjylland.
- Økologi er dårligt defineret, symbolpolitik, ind i mellem ren mysticisme og somme tider direkte skadeligt for miljøet (for stort arealforbrug)
- Økologisk convenience og catering står foran et europæisk boom!
- Økologisk landsforening: Vi er 38 personer i Århus der laver bl.a. al fælles markedsføring af danske økologiske varer i Danmark og på eksportmarkeder; har den største økologirådgivnings enhed for landmænd og virksomheder i Danmark, laver undervisningsmaterialer, Økologiske høstmarkeder med 76.000 besøgende osv. Det kan bruges i en regional satsning. Og vi vil meget gerne bakke op om en satsning på økologi i Midtjylland.
- Region Midtjylland har Danmarks økologiklynge - forskning - rådgivning - uddannelse - virksomheder - producenter - forbruger organisationer m.m.
- Vi er vel ikke anderledes end andre regioner på dette område?
- Der er ikke så store innovative udfordringer at arbejde med økologi i forarbejdningsleddet, så det er på råvarestadiet der kan sættes ind..

Sammenfatning: Et indsatsområde, der gives ret høj prioritet. Nogle af de skriftlige kommentarer vidner om, at økologi kan indgå 'på tværs' ved en række indsatsområdet - frem for at fremstå som et 'særligt' område.

Bilag 2 Oversigt over paneler

Panel: Arbejdsgruppe

| Navn | Organisation |
|-----------------------|--|
| Bodil Hjarvard | Dansk Landbrugsrådgivning, Landscentret |
| Hans Elbek Pedersen | Fødevareindustrien/DI |
| Steen Hartmann | LO-repræsentant |
| Brian Thomsen | Dansk Akvakultur |
| Jacob Holm Nielsen | Aarhus Universitet, det Jordbrugsvidenskabelige Fakultet |
| Lars Esbjerg | Aarhus Universitet, Handelshøjskolen Aarhus - MAPP-centret |
| Alan Friis | Danmarks Tekniske Universitet, Food-DTU |
| Bolette van Ingen Bro | Videncenter for FødevareUdvikling, VIFU |
| Jan Bender, Iskilde | Fødevarevirksomhed 1 |
| Michael Stevns | Fødevarevirksomhed 2 |
| Lisbeth Klode | Gastronomi og oplevelsesøkonomi |
| Peter Rasmussen | Kommuner |
| Rita Munk | Fødevareministeriet |
| Elinor Bæk Thomsen | Region Midtjylland |
| Niels Mikkelsen | Vækstforum |

Panel: Nationale eksperter

| Navn | Organisation |
|--------------------------------|---|
| Erik Fog | Dansk Landbrugsrådgivning |
| Carl Åge Pedersen | Dansk Landbrugsrådgivning |
| Just Jensen | Aarhus Universitet |
| Karsten Nielsen | AarhusKarlshamn |
| Kristian Albertsen | Arla |
| Margrethe Terkelsen | AU, Det Jordbrugsvidenskabelige Fakultet |
| Jan Stagsted | AU, Det Jordbrugsvidenskabelige Fakultet |
| Birte Lindstrøm Nielsen | AU, Det Jordbrugsvidenskabelige Fakultet |
| Anette Kistrup Thybo | AU, Det Jordbrugsvidenskabelige Fakultet |
| Vice-president Karsten Kromann | Bocuse d'Or Denmark |
| Hans Jørgen Jensen | Bornholms fødevareinitiativ |
| Per Jensen | Coop Norden |
| Flemming Vang Sparsø | Danisco |
| Charlotte Poulsen | Danisco |
| Statskonsulent Anders Klöcker | Danmarks Eksportråd/Den danske ambassade i Washington |
| Per Bovbjerg Pedersen | Danmarks Fiskeriundersøgelser |

| Navn | Organisation |
|---|---|
| Torger Børresen | Danmarks Fiskeriundersøgelser (DFU) |
| Karl Iver Dahl Madsen | Dansk Hydraulisk Institut |
| Else Nørgaard | Dansk Landbrug Landkøb. |
| Projektleder Mads Randbøll Wolff | Direktoratet for FødevarerErhverv |
| Associate Professor Alan Friis | DTU/Levnedsmiddel centeret |
| Laurids Mortensen | EUC-Nordvest |
| Chefkonsulent Ulla Blicher-Mathiesen | FødevarerIndustrien |
| Mogens Schou | Fødevarerministeriet |
| Fuldmægtig Susanne Harder Gabrielsen | Fødevarerministeriet |
| Fuldmægtig Peter Bernt Jensen | Fødevarerministeriet |
| Chefkonsulent Pernille Balslev-Erichsen | Fødevarerministeriet |
| Direktør Rasmus Kjeldahl | Forbrugerrådet |
| Tomas Vedsman | Gemba Innovation |
| Gretha Jacobsen | Højmarkslaboratoriet |
| Underdirektør Henrik Mühlendorph | Horesta |
| Konsulent Stine Rasmussen | Horesta |
| Monica Stoye | IFUL, Syddansk Universitet |
| Ove Poulsen | Ingeniørhøjskolen |
| Direktør Karen Thorsted Hamann | Instituttet for Fødevarerstudier & Agroindustri Udvikling – IFAU |
| Knud Thybirk | Konsulent Landbo øst |
| Morten Prisholm | Konsulent småøerne |
| Projektkoordinator Lene Toft Madsen | Landbrugsraadet |
| Chefkonsulent Morten Andersen | Landbrugsraadet |
| Linnert | |
| Udviklingskonsulent Mette Gravesen | Landscentret |
| Hans Jørgen Jensen | Leader Bornholm |
| Klaus G. Grunert | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Hans Skytte | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Joachim Scholderer | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Kristina Risom Jespersen | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Helle Alsted Søndergaard | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Karen Brunsø | MAPP, Handelshøjskolen, Århus Universitet |
| Lars Jøker | Maritimt Vækstcenter |
| Leif Schauser | NanoFood |
| Direktør Paul Holmbeck | Økologisk Landsforening |
| Henrik Hindbo | Økologisk Landsforening |
| Direktør Maria Olofsdotter | Øresund Food Network |
| Henrik Burkal | REMA 1000 |
| Hardy Christensen | Slagteriernes Forskningsinstitut |
| Søren Rahbek Østergaard | Teknologisk Institut |
| Anne-Maria Hansen | Teknologisk Institut |
| Lars Jøker | Teknologisk Institut |

| Navn | Organisation |
|---------------------------|--|
| Bo Frølund | Teknologisk Institut |
| Georg Julin | Tidligere Fødevareambassadør |
| Brian Tolstrup Nybo | Adm. Dir., Danish Bottling Company A/S, Brande |
| Andreas Harder | bestyrelsesmedlem, Slow Food Danmark, København, |
| Rasmus Kofoed | Køkkenschef, Restaurant Geranium, København |
| Morten Ottesen | Salgs og marketing director, Tellus Works AS, Oslo |
| Anette Toft | Landbrugsraadet |
| Søren Clausen | Danmarks Fiskehandlerforening |
| Niels Wichmann | Danmarks Fiskeriforening |
| Poul Melgaard Jensen | Dansk Fisk |
| Olav Rasmussen | Dansk Landbrugs Rådgivningscenter |
| Frank Bennetzen | Dansk Landbrugsrådgivning |
| Jan Kjær Madsen | Dansk Landbrugsrådgivning |
| Klaus Bergulf | Dansk Landbrugsrådgivning |
| Arne Bækgaard | Dansk Skaldyrsforening |
| Kim Kølkær | Danske Fiskesøer |
| Jesper Heldbo | AquaCircle |
| Kristian Albertsen | Arla |
| Ole Vindfeldt | |
| Charlotte Møller Andersen | KVL, Inst. for Fødevarevidenskab |
| Rasmus Bro | KVL, Inst. for Fødevarevidenskab |
| Åse Solvejg Hansen | KVL, Inst. for Fødevarevidenskab |
| Jørn Hodal | Det Danske Seafood Center |
| Jens Tellefsen | Dansk Fisk |
| Grith Mortensen | Mejeriforeningen |
| Torben Kronborg Pihl | Region Nordjylland, Perikum |
| Frans Høyer | Dansk Skaldyrcenter |
| Lena Theilgaard Andersen | FDB |
| Lis Nielsen | Dianova |
| Ellen Trolle | Fødevareinstituttet |
| Henrik C. Wegener | Fødevareinstituttet |
| Flemming Bager | Veterinærinstituttet |
| Kirsten Færgemann | Århus kommune, Videncenter for Børnesundhed |
| Lise Munk Plum | Rigshospitalet |
| Susanne Gjedsted Bügel | Københavns Universitet |

365

Panel: Regionale eksperter

| Navn | Organisation |
|------------------------------|--------------------|
| Rene Damkjær | Agro Business Park |
| Lotte Wissum Abilgaard | Anholt Gartneri |
| Kristian Brandt | Bent Brandt |
| Lars Rahbæk | BioMar |
| Morten Andersen | Chefkok, Pinenhus |
| Erik Hansen | Danforel |
| Charles Kastberg Christensen | DayCatch |

| | |
|------------------------|---|
| Lisbeth Toft | Fiskehuset I Thisted |
| Jens Ejner Christensen | gårdejer |
| Greta Jacobsen | Højmark Laboratoriet |
| Leif Herløv | LandboØst |
| Michael Spottag | Langenæs Bageri |
| Herlouf Skovbo | Morsø Oliemølle |
| Poul Agger | Naturli Foods |
| Per V. Møller | Rose Poultry A/S |
| Lars Højgaard | Salling |
| Helle Poulsen | Scanvægt |
| Peter Dreyer | Seismonaut |
| Carsten Nøkleby | SesamFood |
| Svend Bonde | Shellfish |
| Michael Larsen | Svineriet |
| Jørgen Danielsen | Systemfrugt |
| Poul Pedersen | Thise Mejeri |
| Bent Bro | Thyborøn Fiskeriforening |
| Anette Frølund | W. Oschätchen Aarhus |
| Erik Højsholt | Handelshøjskolen, Aarhus |
| Hanne Greisen | Skive Turist/Erhvervskontor |
| Hans Ravn Kristensen | St. Binderup Kro (Snapseruten) |
| Fur Bryghus | Fur Bryghus |
| Jens Hausted | Midtjysk Turisme |
| Jens Krogh | Region Midtjylland, Center for Folkesundhed |
| Kim Toft Andersen | Foodture |
| Eva Nautrup | Tulip |
| Lars Visbech Sørensen | Agro Business Park |
| Leif Gade | Landbomidt |
| Andreas Bjerregaard | Vest jysk Landboforening |
| Peter A. Poulsen | Gårdejer |
| Thomas Hartung | Aarstiderne |
| Niels Nørskov | Dansk Landbrugsrådgivning |