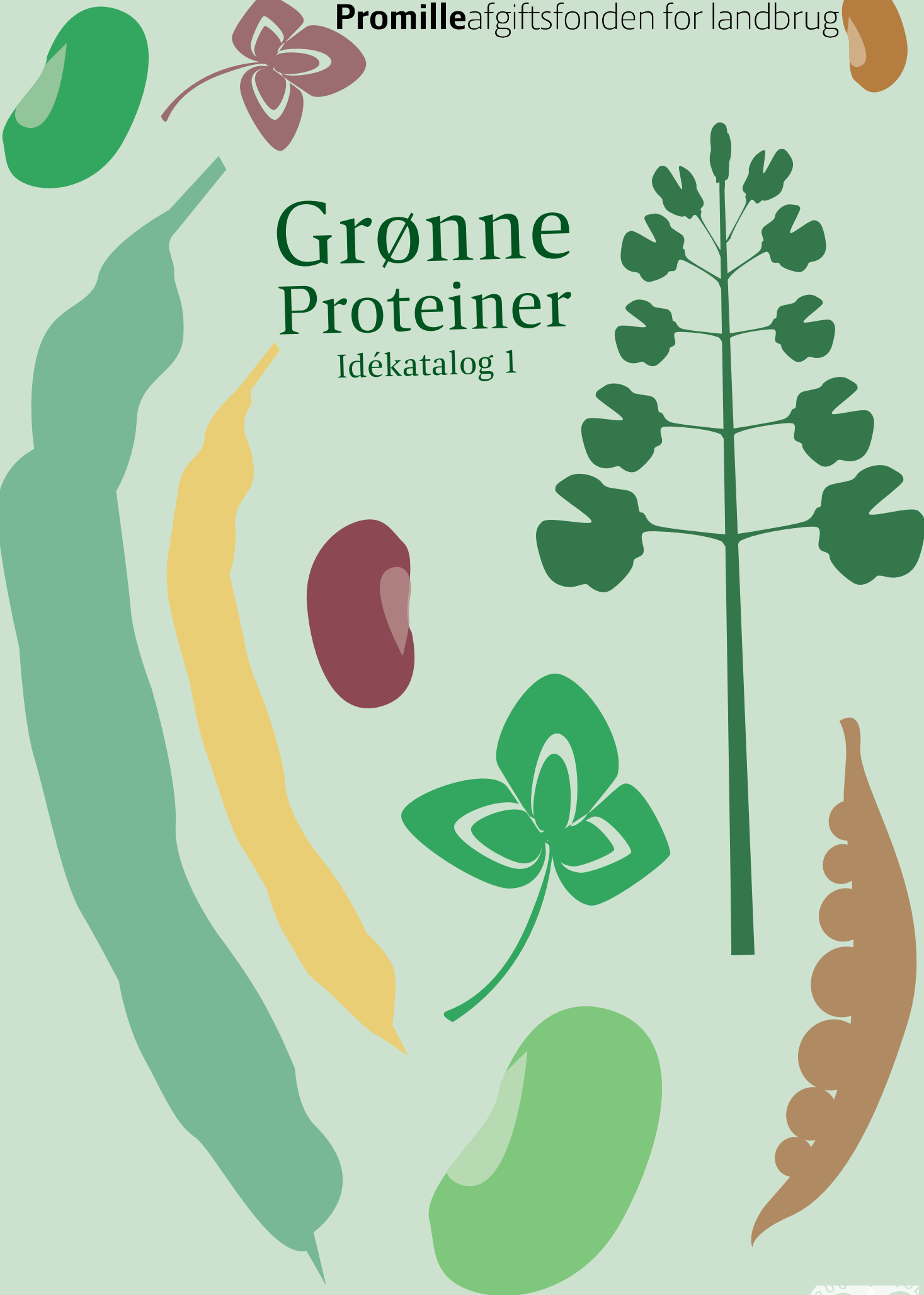


Grønne Proteiner

Idékatalog 1



Intro

Forestil jer at vi befinder os i 2025

På restauranternes menukort er grøntsager, fisk og kød i fint selskab med lokale lupiner. I kantinerne på danske arbejdspladser skiftes kokkene til at udforske amaranth som en del af måltidet. Og i landets børnehaver er børnene kommet på fornavn med hestebønner, kikærter og quinoa.

Et Danmarkskort med grønne proteiner

Vi er mange, der har kikkerten rettet mod nye og flere proteinkilder. Ikke bare fra udlandet. Men fra planter, der er dyrket på dansk jord. Fra de jyske marker i vest og østover til den varme sensommermuld på Bornholm.

Hvordan kan grønne proteiner blive et nyt væksteventyr for Danmark?

Den udvikling kan vi kun skabe sammen. Men hvordan?

Det har 200 gode mennesker fra hele værdikæden givet deres bud på i dette lille katalog.

Tak til de mange landmænd, fødevarevirksomheder, grossister, offentlige køkkener, kantiner, hoteller og restauranter, der har delt deres stemmer og idéer med os. Kataloget her rummer nogle af jeres guldgrube. Lad os fortsætte rejsen og skabe nye grønne værdikæder sammen.

Lærke Lund & Mette Damberg
Landbrug & Fødevarer/Seges



Prognose: Fremtiden er grøn

Highlights fra Landbrug & Fødevarers landsdækkende analyse¹ af danskernes forhold til grønne proteinkilder.

- **Madkulturen forventes at blive mere plantebaseret de næste 10-15 år frem**
- **Udviklingen drives især af de yngste forbrugere**
- **47 pct. af voksne danskere forventer, at de i fremtiden vil forbruge mere mad og drikke, der er lavet af planter. Tallet er 48 pct. for de 12-17 årige.**
- **Kun 3 pct. af voksne danskere forventer, at de kommer til at spise mindre plantebaseret i fremtiden**

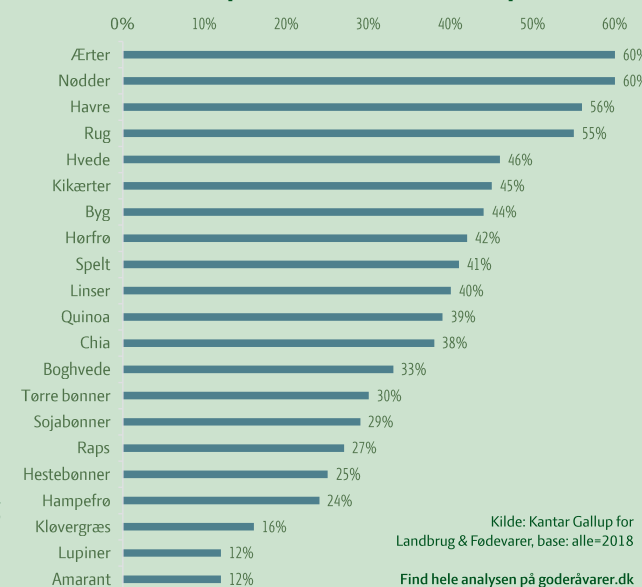
Vækst i markedet

Marked for plantebaserede fødevarer er voksende. En ny global markedsanalyse viser en forventet årlig vækstrate i omsætningen på ca. 12 % fra 2020-2027².

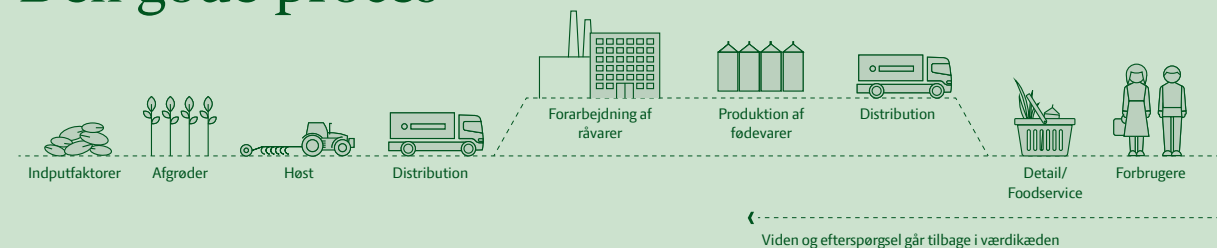
I 2019 var salg af plantebaserede produkter i USA, der reelt går ind og erstatter noget animalsk, steget med 11%, mens øvrige kategorier steg med 2%³.

Den plantebaserede udvikling i Europa drives primært af fleksitarer, der søger at reducere deres forbrug af animalske fødevarer - og som i stigende grad tilføjer veganske og vegetariske produkter til deres indkøbslister. Salget af vegetariske og veganske produkter er også i kraftig vækst i Danmark. Coop melder om en tredobling i danskernes forbrug af forarbejdede vegi-produkter fra 2012-2019 – og forventer fortsat vækst i kategorien⁴.

De velkendte proteinkilder har størst potentiale



Den gode proces



1. Analysen er foretaget af Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer i maj og juni måned 2020. I undersøgelsen deltog 2.018 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18-70 år. Derudover inkluderede undersøgelsen 202 interview med de yngre forbrugere i aldersgruppen 12-17 år.
2. Meticulous Market Research, 'Plant-based Food Market Worth \$74.2 Billion by 2027', 2020
3. The Good Food Institute, 'U.S. State of the Industry Report Plant-Based Meat, Eggs, and Dairy.', 2019 | <https://www.gfi.org/files/soti/INN-PBMED-SOTIR-2020-0507.pdf>
4. Coop Analyse, https://coopanalyse.dk/analyse/02_447-vegi-varer-salg/, 2019

Ideér



//
Jeg er klar til at dyrke de nye afgrøder på mine marker. Hvem vil aftage bornholmsk planteprotein?

Lennart Westh, landmand, Simblegården, Bornholm



Christian Bøjlund, Madhuset, Løgten



Kilde til eller rig på?
Anprisninger:
Hvad kan / må man sige om de forskellige afgrøder?

Måltidskasse:
Kan man abonnere på lokale proteiner?



//
Det er virkelig interessant at få dybere kendskab til hvilke proteinafgrøder vi rent faktisk kan dyrke i DK. Det ser jeg muligheder i.

Carsten Kirkegaard Jensen, Solina

Mums!
Grønne protein fritter

//
Når en stor spiller som McDonald's lancerer McPlant, så ved man at grønne proteiner kommer til at avancere fra niche til volumen – også i vores kultur.

Søren Bisp, Future Farming



Ja tak
Bælgplanter skal være mere end et alternativ til kød



SMAGEN - af en egn

Smager en kikært fra Mellemøsten ligesom en kikært fra Midtjylland? Lad os udforske de grønne protei-ners danske "terroir".

SØGES App: Lær din bælg at kende

Hvordan ser gule ærter ud? Hvad er amaranth? Og hvilken bønne passer til hvilken ret? Forbrugerne mangler en guide.

Grydeklar Forbrugerne får stadig mindre køkkentid.

Der er fremtid i at hjælpe dem med semi-tilberedte produkter.

Undskyld, kan vi få en hylde? Spændende sammenfald...

...mellem de forbrugere, der handler mest frugt- og grønt i dagligvarebutikkerne – og de, der er særligt optagede af grønne proteiner.



// Som grossisthus leverer vi råvarer til en stor del af landets professionelle køkkener. Og jeg må indrømme, at jeg følger udviklingen af lokalt-producerede grønne proteiner med stor interesse.

Søren Kyed, gastronomisk konsulent,
Dansk Cater

// Mange danskere smager grønne proteiner for allerførste gang i danske kantiner. Vi er meget bevidste om, og stolte af, vores rolle i denne henseende, og ser det som en fantastisk mulighed for at inspirere vores gæster til at tænke nyt.

Liselotte Lybæk, Driftsdirektør i Meyers Kantiner



Hvilke råvarer matcher de grønne proteiner bedst?

Lad os finde de bedste gastronomiske placeringer til grønne afgrøder.



Lokale grønne proteiner: Hvor er de nærmeste?

Boghvede, chia, hørfrø, quinoa. Der er mange at vælge imellem. Men hvor produceres de? Vi mangler et Danmarkskort med ildsjæle og deres produktion.

Protein-sæsoner Jeg er vant til at...

...bønner og linser kommer i poser og dåser fra fjerne lande hele året rundt. Hvilke sæsoner har de på dansk jord?

Pernille Jensen, forbruger, 49 år, Hillerød

Idé: Lokale grønne proteiner på abonnement



// Det gør indtryk, når man står på forsøgsmarken og betragter den første danske linse- og kikærtehøst. Jeg har kunder, der er parate til de afgrøder.

Ricky Overeem, Foodmanager, Mad & Vin

Danskerne fordeler sig i fem bæredygtigheds-segmenter – og de to første vil være særlig interesserede i grønne proteiner

Segment 1 | Mad med mening | 23%

Lægger særlig vægt på at leve naturligt og lokalt, når det kommer til de fødevarer, som de spiser – især økologi og danske råvarer fylder meget. Omvendt er de ikke villige til at omlægge transportvaner.

Segment 2 | Grønt-entusiasterne | 19%

Er oftere end andre særligt villige til at ændre adfærd i forhold til at spise mere grønt. De er tværtimod ikke særligt villige til at flyve eller streame mindre.

Segment 3 | De investeringsparate | 24%

Vil generelt ændre på forhold, der potentielt kan have økonomisk gevinst for dem og de er villige til at investere og fx foretage bæredygtige forbedringer af boligen eller købe en mere miljøvenlig bil. Her er lav villighed til at spise mindre kød eller ændre transportvaner.

Segment 4 | Transport-minimalisterne | 15%

Udmærker sig ved at være særligt villige til at ændre på deres transportvaner. De er især villige til at skære ned på fly-transporten og investere i elbil / mere brændstoføkonomisk bil, men for nogen handler det også om at køre mindre i bil og mere med offentlig transport.

Segment 5 | De mindre engagerede | 19%

Er den gruppe, som relativt mindst ønsker at ændre adfærden i bæredygtig retning. Gruppen har ingen mærkesager, men er villige til et lidt lavere forbrug. Her findes ingen villighed til fx at køre mere med offentlig transport.

Kilde: Bæredygtighed og danskerne, Epinion for Landbrug & Fødevarer, 2020

Plantebaserede fødevarer: Forsknings- og udviklingsstrategi for et nyt vækstområde i den danske fødevarerproduktion

I 2020 gik Landbrug & Fødevarer, tænketanken Frej og Dansk Vegetarisk Forening sammen om en fælles strategi, der peger på en række områder, der kræver udvikling og forskning. I den sidste ende af værdikæden blev følgende behov fremhævet:

- Adfærdsforskning og nudging
- Udvikling af madkundskaber og opskriftuniverser
- Forbrugeroplysning om måltidssammensætning med plantebaserede fødevarer
- Troværdig dokumentation af bæredygtighed og sundhed
- Kortlægning af nye smage og efterspørgsel efter helt nye produkter
- Fokus på både danske og udenlandske forbrugere og udvikling af både økologiske og konventionelle produkter.
- Kortlægning af danske markedsmuligheder på eksportmarkederne



Plantebaserede fødevarer

Indeholder råvarer fra følgende områder:

- Frugt
- Grøntsager
- Svampe
- Bælgplanter
- Kornprodukter
- Frø
- Nødder
- Tang og alger
- Græs, hamp ol.



Med støtte fra:
Promilleafgiftsfonden for landbrug



Landbrug & Fødevarer
Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
E info@lf.dk
W www.lf.dk