

# Partnerskaber som middel til markedsbåret og bæredygtig vækst i det økologiske landbrug

Session B4: Partnerskaber som vej til bæredygtighed og bedre  
afsætning  
Økologi-Kongres 2015

Egon Noe,  
Inst. f. Agroøkologi, Aarhus universitet



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



CORE organic II

# Slutseminar i HealthyGrowth projektet

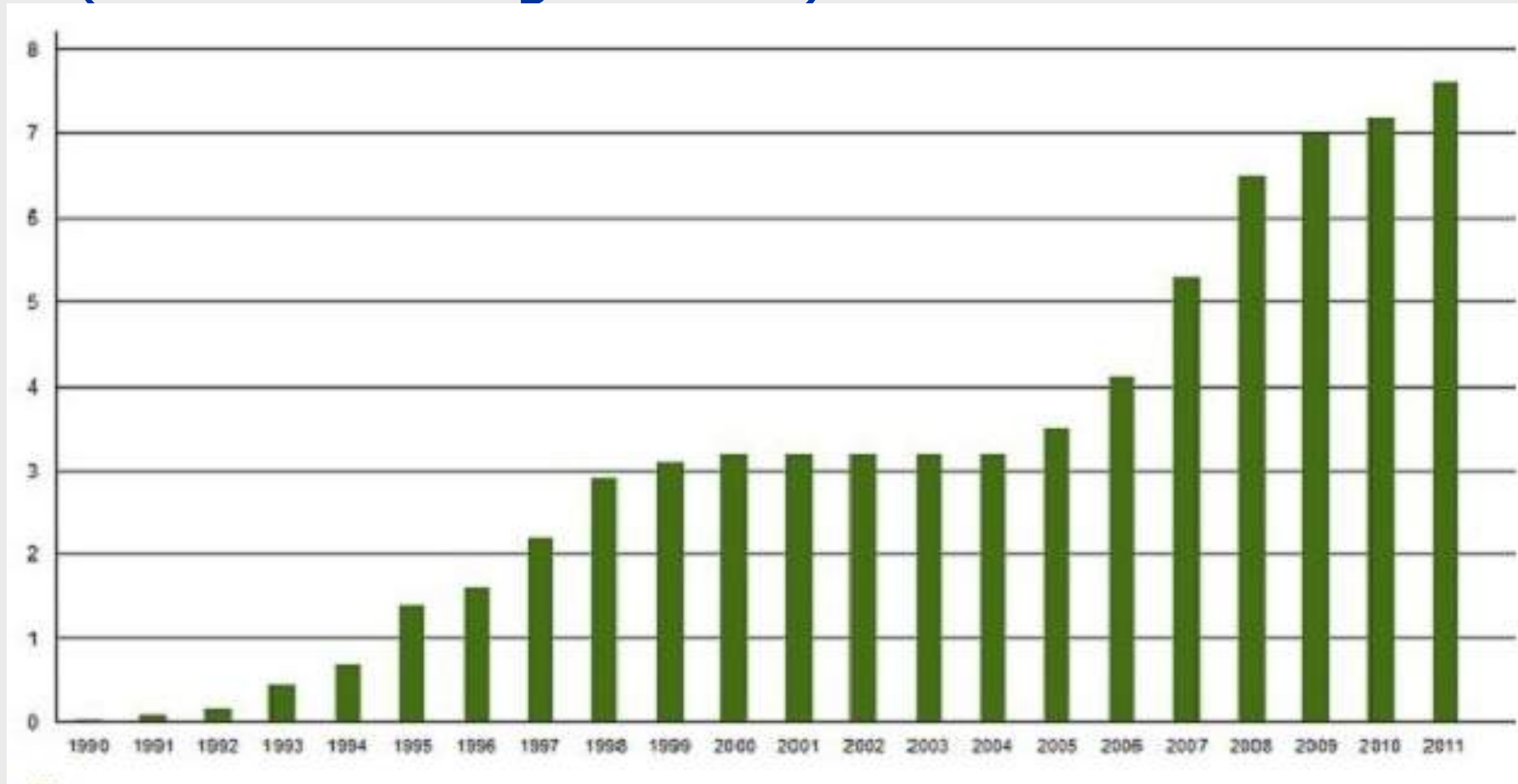
- Ide med seminaret
- Baggrund for projektet
- Lidt om projektet
- Projektets hovedresultater



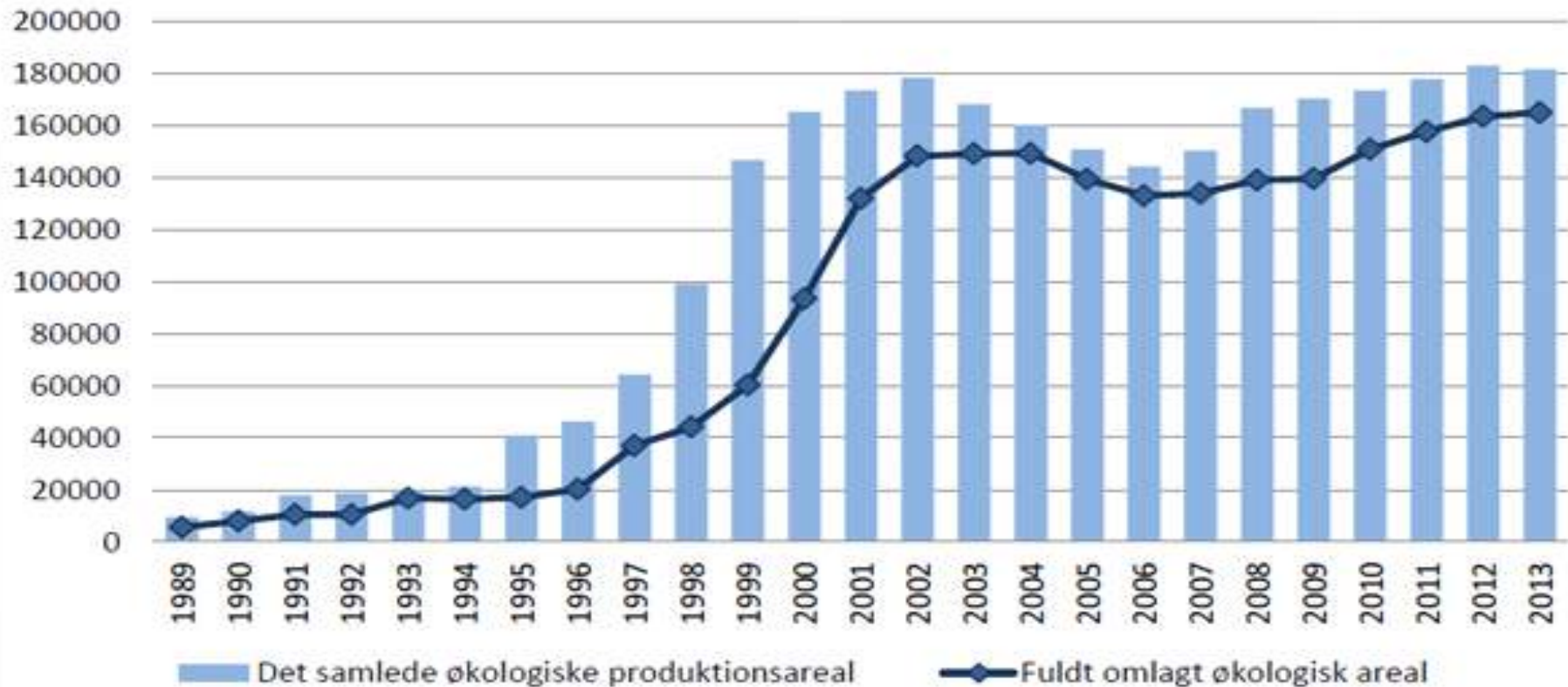
# Baggrund for HealthyGrowth projektet

- Der har været en forsat vækst i økologisalget, men samtidig er de økologiske landmænd presset til at effektiviser og rationalisere inden for rammerne af det økologiske regelsæt.
- Der er en række økologiske landmænd der via en direkte kontakt til forbrugerene har brudt denne spiral og fået værdierne med ind i relationen
- Kan man få det bedste af de to verdner?

# Udvikling i det økologiske salg i Danmark ([www.landbrugsinfo.dk](http://www.landbrugsinfo.dk))



## Det økologiske landbrugsareal, 1989-2013.



Det økologiske areal toppede i 2002. Herefter gik det ned ad bakke i fire år, før økologien igen så småt begyndte at vinde frem på markerne. Kilde: NaturErhvervstyrelsen



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



CORE organic II

# Fokus på kæden – Åbne den sorte boks

Marked  
Udbud og efterspørgsel



 TUMBLEHEAD  
Animation Studio



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



 CORE organic II

# Lidt om Projektet

- CORE-organic projekt
- 11 partner
- 10 EU lande
- 19 casestudier af "værdibaserede økologiske fødevare kæder"

# Consortium

		<b>Acronym</b>	<b>Organisation</b>	<b>Country</b>	<b>Contact person</b>
1	Coordinator	AU-AGRO	Aarhus University	Denmark	Assoc. Prof. Egon Noe
2	Partner	KTH	Royal Institute of Technology	Sweden	Assoc. Prof. Rebecka Milestad
3	Partner	INRA SAD	INRA	France	Dr. Claire Lamine
4	Partner	CRR	Centre for Rural Research	Norway	Dr., senior researcher Hilde Bjørkhaug
5	Partner	FALS	University of Maribor, Faculty of Agriculture and Life Sciences	Slovenia	Assoc. Prof. Andreja Borec
6	Partner	UIBK	University of Innsbruck	Austria	Assoc. Prof. Markus Schermer
7	Partner	SDU	Suleyman Demirel University	Turkey	Assistant prof. Handan Giray
8	Partner	MTT	MTT Agrifood Finland	Finland	PhD, senior researcher Helmi Risku-Norja
9	Partner	HNEE	Uni. of Appl. Sciences in Sustainable Development in Eberswalde	Germany	Dr., senior researcher Susanne von Muenchhausen
10	Partner	MARIM	GDAR Fruit Growing Research Station Manager	Turkey	Dr., researcher Adem Atasay
11	Partner	LAEI	Institute of Agrarian Economics	Lithuania	Dr. Virgilijus Skulskis



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY

CORE organic II





AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY

  
CORE organic II



# Casestudier



AARHUS  
UNIVERSITY  
DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



# Cases:

- CSA
- Kasseordninger
- Lokal skolemad
- Økologiske supermarkeder
- Nye samarbejdsformer med supermarkeder
- Branding

# Hovedresultater fra projektet I

Alle led i kæden er vigtige i mediering af værdier:

- Værdierne skal re-aktualisering i de enkelte led.
- Det enkelte led skal kunne/ville håndtere både værdier og økonomi
- Værdierne skal forsat kunne være genstand for forhandling mellem parterne (holdes i live)

# Hovedresultater fra projektet II

Mediering af værdier kræver:

- Synkronisering af tidsperspektiver for beslutninger
- Professionalisering i takt med udvikling
- Der er transparens helt ud til den enkelte landmand (ansigter på)

# Hovedresultater fra projektet III

## Partnerskaber:

- Alle de studerede kæder er organiseret omkring en form for partnerskab mellem to eller flere aktører i kæden
- en gensidig gensidighed som gør denne mediering muligt



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



CORE organic II

# Hovedresultater fra projektet III

Der er stærk sammenhæng mellem kæden og produktionssystem:

- Velfungerende værdibaserede økologiske fødevarekæder åbner nye udviklingsmuligheder for et mere bæredygtig økologisk jordbrug.



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



CORE organic II

# Åbne den Sorte Boks

- Det er kæden der skaber landbrug og forbrug og ikke udbud og efterspørgsel der skaber kæden!
- Fokus på at involvere mellemændene.





# Fokus på kæden – Åbne den sorte boks

Marked  
Udbud og efterspørgsel



 TUMBLEHEAD  
Animation Studio



AARHUS  
UNIVERSITY

DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



 CORE organic II

# Anbefalinger

- Undersøge de potentialer af værdier der er knyttet til primærproduktionen
- Mobilisere alle aktørerne i kæden, gerne inddrage nye typer af aktører
- Gå for en organisering af samarbejdet der understøtter en lang tidshorisont
- Sørge for et forum/partnerskab hvor gensidig afhængighed kan iagttages og diskuteres
- I princippet kan det være hvilket som helst type aktør fra kæden der kan være primus motor (tage initiativ)
- Men ingen kan drive kæden alene, man er afhængig af partnerskaber!

Mere information på  
HealthyGrowth.eu



AARHUS  
UNIVERSITY  
DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



CORE organic II