

# Er der et marked for antibiotikafri ~~svin~~ gris

Økologikongres 2017

Thomas Roland, CSR-chef, Coop  
[Thomas.roland@coop.dk](mailto:Thomas.roland@coop.dk)

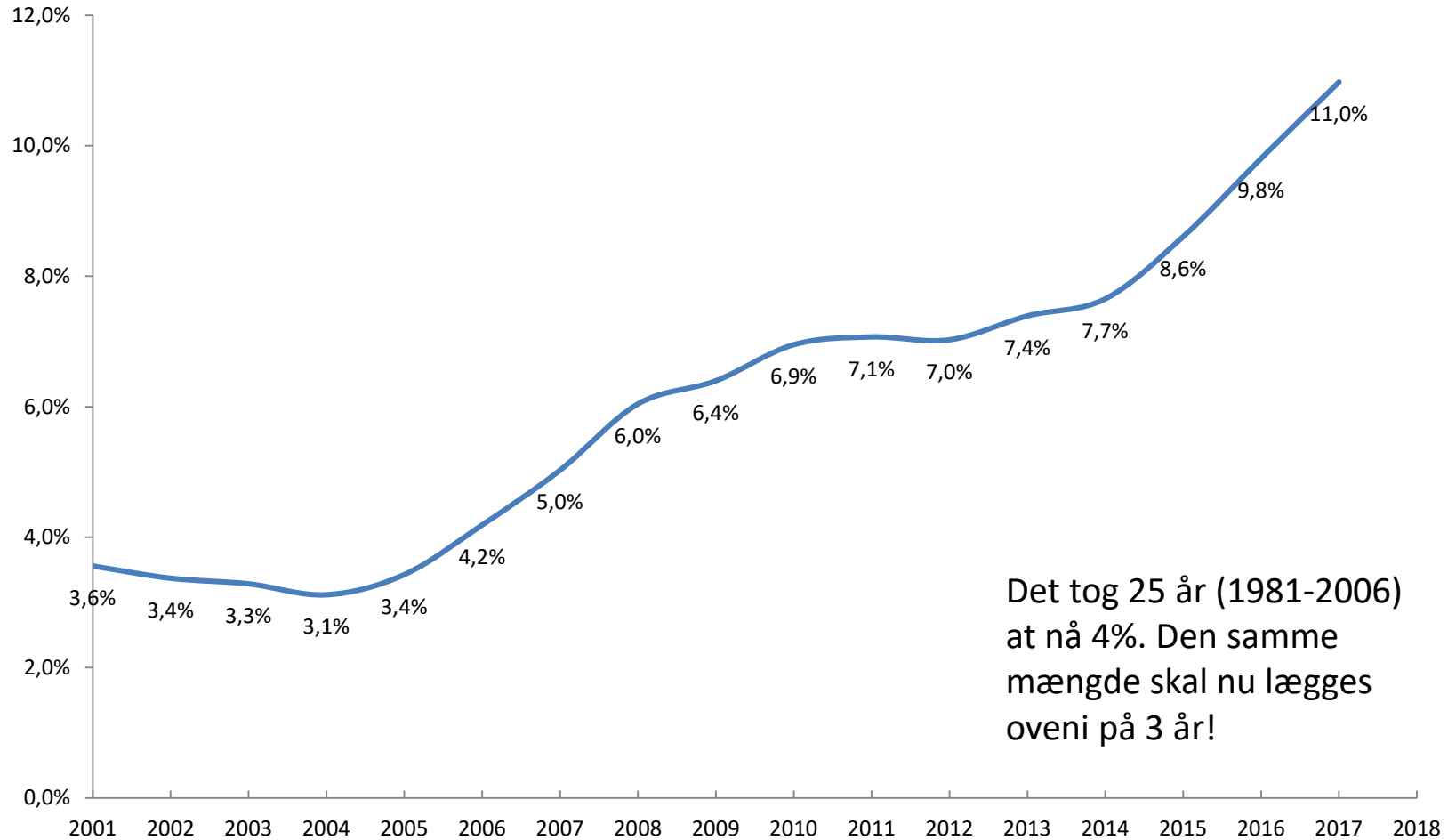


# Hvad vil jeg fokusere på?

1. Markedet for økologi vokser
2. Men er forbrugerne klar til økologiske specialgrise uden antibiotika? Og er butikkerne?
3. Hvis ikke, hvordan kan markedet alligevel være en hjælp mod målet?



# Det økologiske marked vokser stærkt



Salget af økologiske fødevarer i styk i forhold til det samlede salg af fødevarer i Coops butikker: Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Irma og Fakta i 2001-17





# De idealistiske forbrugere er købedygtige og deres andel vokser

**De magelige:** Går ikke op i mad, og vælger ofte billigst muligt

6% 

**Traditionalister:** Simpelt, dansk og billigt (tilbudsjægere)

6% 

**Funktionalister:** Nemt og hurtigt

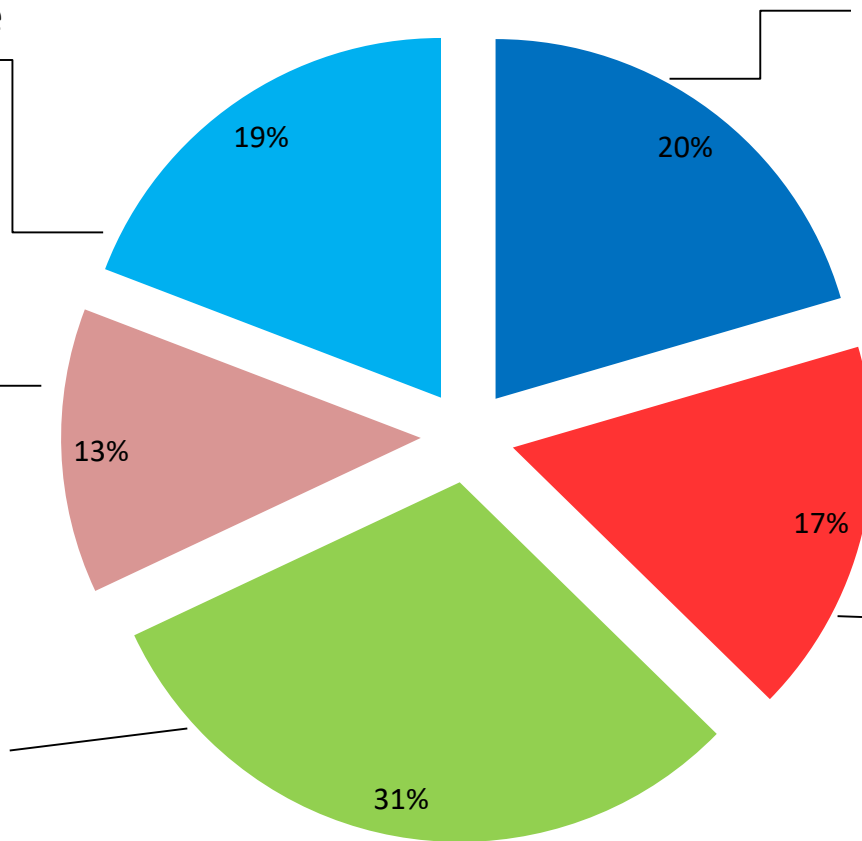
7% 

**Idealister:** Rent, bæredygtigt og fra bunden

30% 

**Madelskere:** Smag, oprindelse og kvalitet

11% 



# Idealisterne bærer det økologiske salg – men vil de have mere kød?

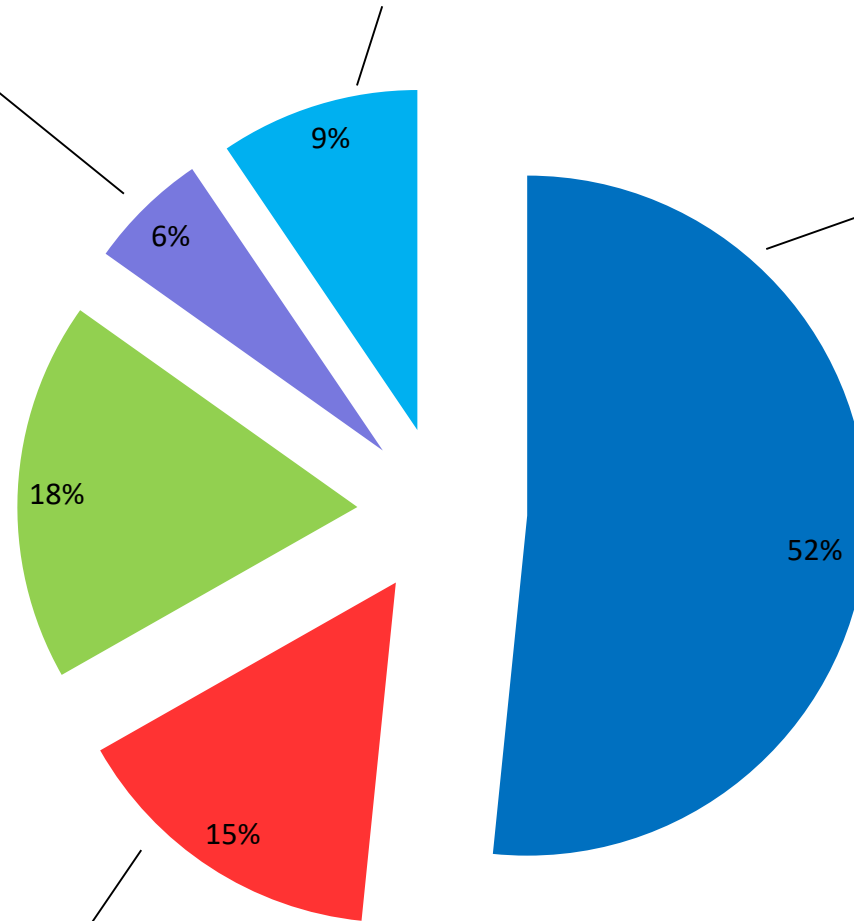
**De magelige:** Billige polske grise!

**Traditionalister:**  
Krebinetter!

**Idealister:** Laver mad fra bunden, men spiser mindst kød af alle

**Funktionalister:**  
Kan man bruge svin til pulverlasagne, for jeg orker ikke frikadeller på en hverdag...

**Madelskere:** Smag, oprindelse og kvalitet



# Økologitrappen 2017



Gris: Prisen er en barriere, og de skal overbevises i butikken

Dybfrost  
færdigretter  
Is  
Vin  
Dressing & saucer  
Konfekturer  
Pålæg

= Nydelsesvarer og kategorier, man ikke forbinder med økologi.

Fersk kød  
Mellemmåltider  
Ris  
Saft & juice  
Brød  
Krydderurter

= Prisfølsomme hverdagsvarer. Fokus på iscenesættelse i butikken

Øl  
Gryn  
Pasta  
Æg  
Frugter  
Grøntsager  
Mælk

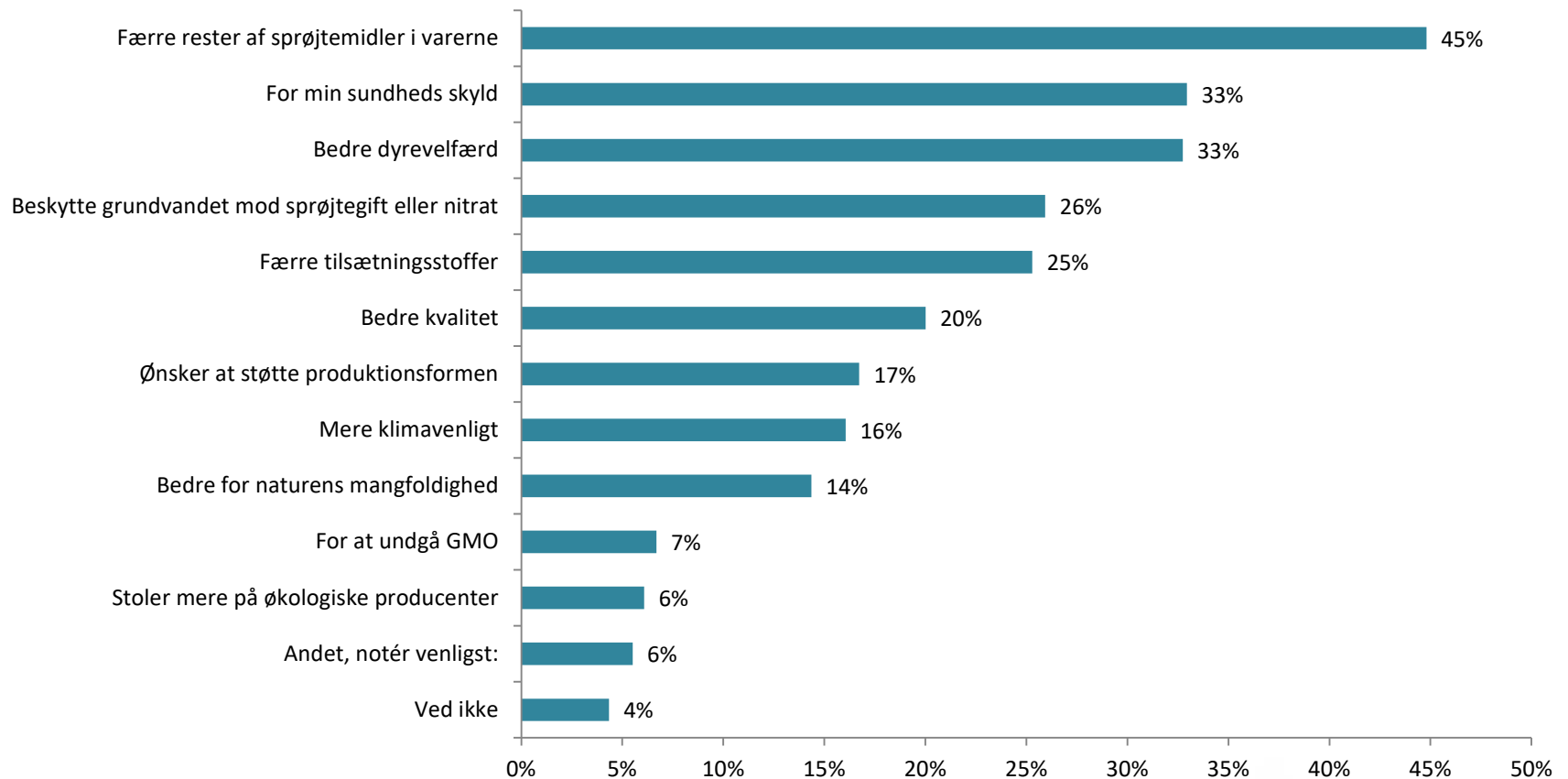
= Billige basisvarer og trafikskabere. Her er plads til differentiering inden for kategorien



# Sundhed (= renhed) og dyrevelfærd bør være argumenterne

## Q3 Af hvilke årsager køber du økologiske fødevarer?

*n = 763 (de der køber økologi)*



# Enkeltsagsanprisning er kommet for at blive – men er der plads *over* økologien?

- GMO-fri
- Medicinfri, hormonfri. **Antibiotikafri?**
- Salmonella-fri, campylobacterfri. **MRSA-fri?**
- Dyrevelfærd i mange niveauer...
- Uden stråforkorter. **Uden nedvisningsmidler/glyphosat?**
- Free from (fx glutenfri, laktosefri)
- Brug af biologisk bekæmpelse
- Fri for palmeolie – **og soja?**
- Lokale varer
- Osv.





# Er forbrugerne klar til antibiotikafri svin?

- De ved ikke, at der bruges antibiotika i økologisk produktion – og at antibiotika ikke er i kødet
- De vil generelt betale ekstra (ud over økologi) for *positive og smagsmæssige* kvaliteter, ikke for minimering af risiko eller ”hygiejnefaktorer”
- I virkeligheden er antibiotikafri ikke interessant – men uden resistente bakterier er...



# Er butikkerne klar?

- Køledisken er for lille
- Kun få steder i landet er koncentrationen af svineglade idealister er høj nok til at bære en ny produktlinje
- For få udskæringer skal bære merprisen, som dermed bliver for stor
- Så nej, faktisk ikke..



# Realistiske veje at gå?

- Markedet er firkantet. Det er enten-eller, eller glemsel...
- Lad os få bragt forbruget så langt ned som muligt uden kompromis i fht. dyrevelfærd
- Undgå sortering – det er systemet, som skal ændres, ikke det enkelte dyr
- Integrer indsatsen som del af et bredere mærkevareprodukt. Det gør kun fortællingen stærkere





**Tak for ordet!**

[thomas.roland@coop.dk](mailto:thomas.roland@coop.dk)