

Fødevarer sikkerhed fra et foodservice perspektiv

➤ DRC strategi for at fremme økologiske grønsager i foodservice

1. Restaurationsbranchen og økologi
2. DRC i partnerskabet med Dansk Cater
3. DRC og økologi

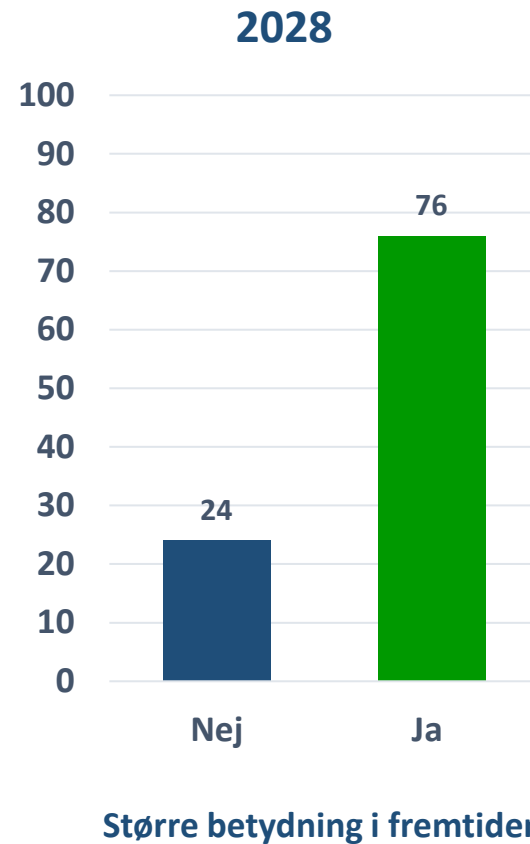
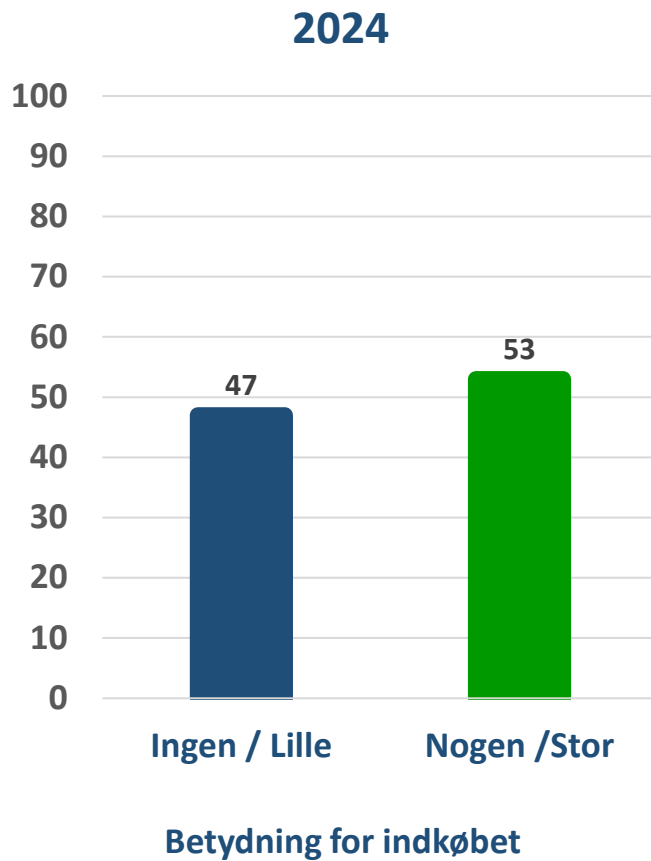
Danmarks Restauranter & Cafeer - DRC

DRC er restauratørernes brancheorganisation, som tilbyder medlemskab til alle danske restauranter, cafeer, barer, diskoteker, hoteller, cateringvirksomheder mv. Branchefællesskabet tæller ca. 1.200 medlemsvirksomheder og hele landet. DRC er den største repræsentant for restaurationsbranchen.



Restauratøren og økologi

Tendens ! - Økologi får nok større betydning i foodservice 😊



Lokale fødevarer og i sæson - stor betydning!

Lokale 66 %

Sæson 78 %

Regenerative fødevarer

Nogen/stor betydning

39 %

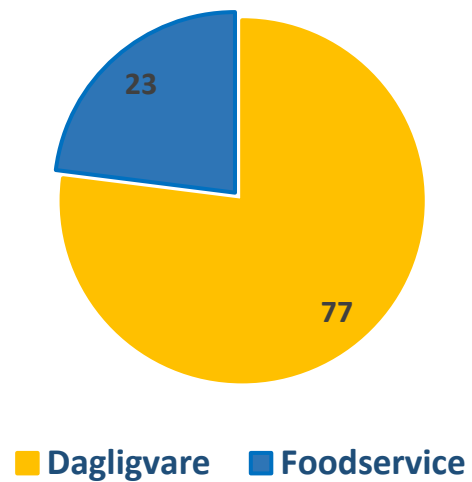
Top 3 mærker

- 
- 
- 
- 

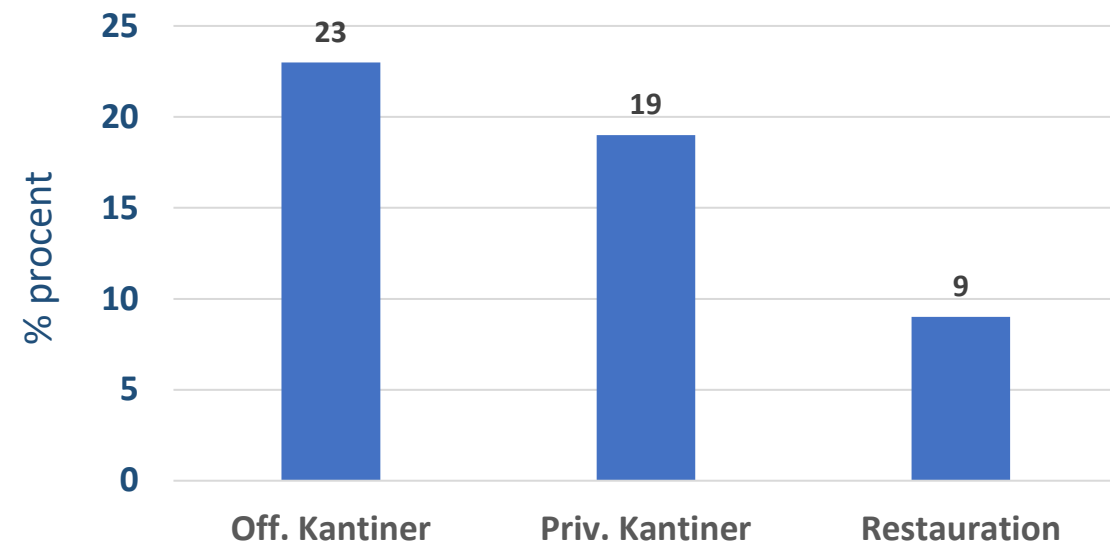
Foodservice og økologi



Økologisk omsætning (procent)



Foodservice og økologiske markedsandel



Restauratøren og Spisemærket - trækvognen for økologi



450 spisemærker i restaurationsbranchen

3.548 spisemærker i alt

- 72% i det offentlige
- 13% i restaurationsbranchen
- 15% i private kantiner og catering

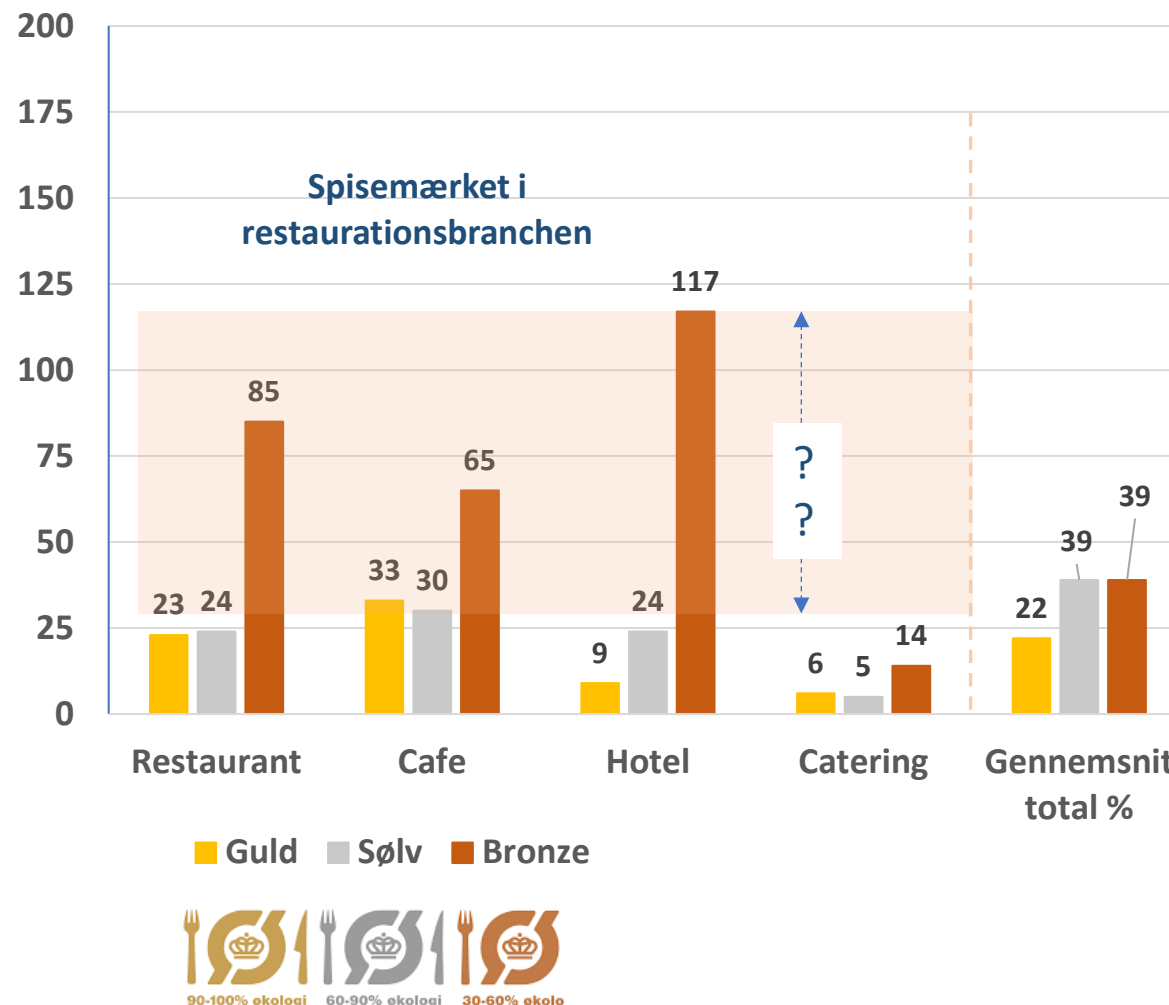
Koncepter og økonomi påvirker beslutninger

Restauration - brede forretningskoncepter

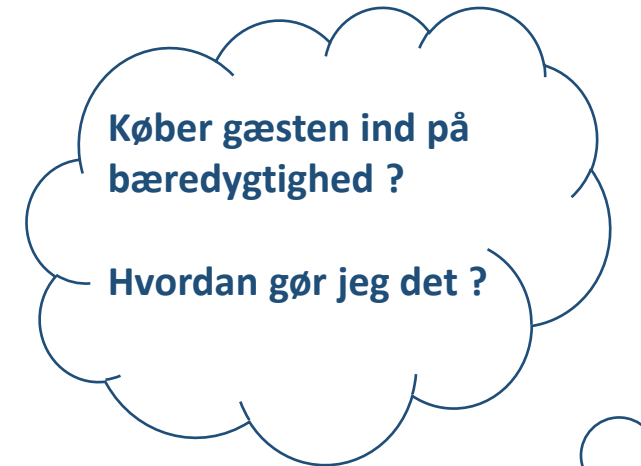
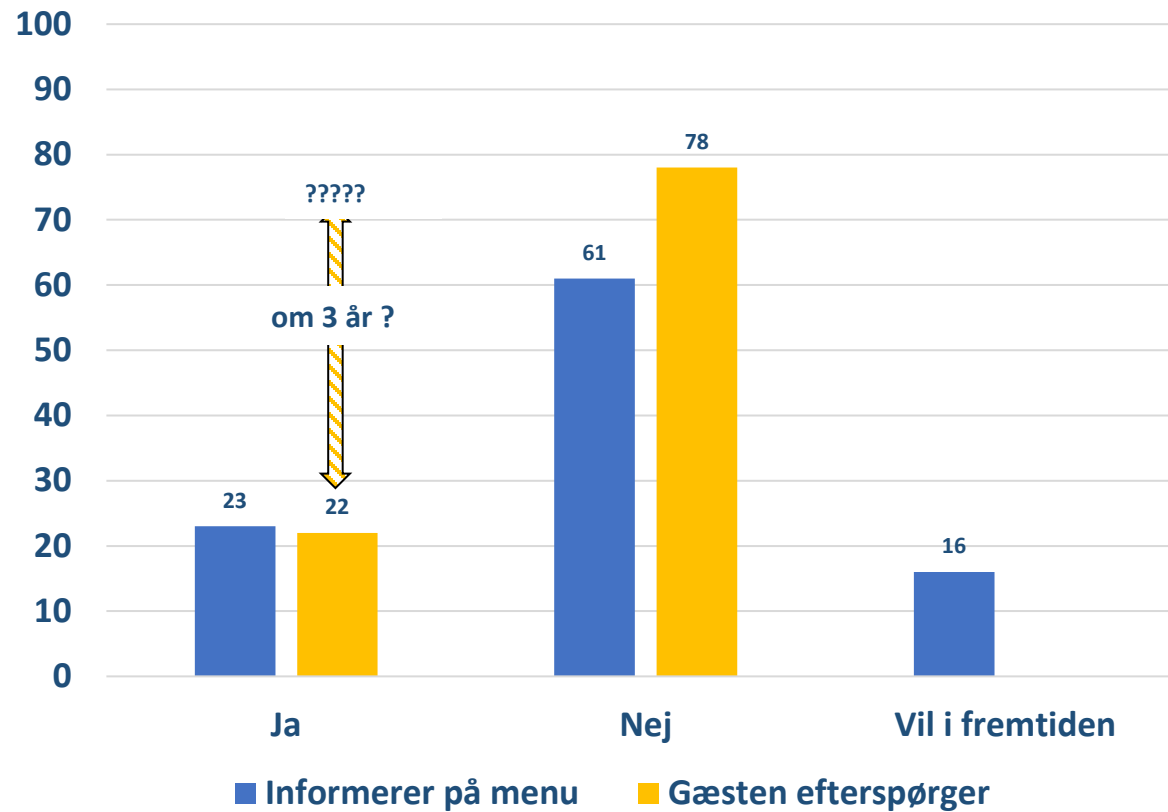
- Indkøber mange fødevarer
- Tilbyder vin og spiritus-menu
- Økonomi skal prioriteres

Offentlige og private kantiner

- Politisk motiverede
- ESG og rapportering
- "Andre betaler"



Gæstens efterspørgsel - bæredygtighed på menuen



Anbefaling !

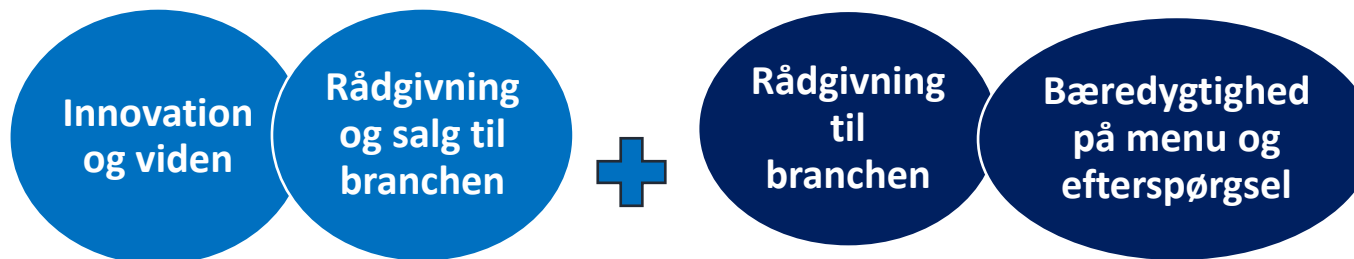
Info på menu skaber efterspørgsel !

Få indsigt i tendenserne og tro på dem !



Dansk Cater og DRC i partnerskab - mere bæredygtighed på menuen

Fokus - Fra mark til menu



Fokus på udfordringer og muligheder

- Tendensanalyser årligt
- Kompetencer i værdikæden
- Styrke indsats med de rette værktøjer
- Vidensopbygning igennem Plantefonden
 - Fremme marked : Økologi, dansk grønt/frugt
 - Innovation: plantebaseret fødevarer
 - Forbrugeradfærd og kommunikation

Samarbejde i værdikæden =
Fælles forståelse og handlekraft

Et partnerskabsmål - Styrke marked og indkøb af mere bæredygtige fødevarer og økologi på menuen

Partnerskabet skal fremme viden og forretningsudvikling

Indsigt og forretningsforståelse !!



Hvad pokker vil mine gæster ?

Hvad dælen skal jeg gøre ??

Hvad koster det?

Kan jeg tjene på det ?

OSV!!!

DRC værktøjer – opbygge kompetencer for bæredygtighed i praksis på menuen



MÆRKER TIL DIT INDKØB										
FØDEVARER	Fisk og skaldyr	Kød	Frugt og grønt	Bredt og bageri	Mæjeri	Drinksvarer	Dej, øl og kager	Diverse	Færdigretter	
Økologi*										
Dyrskaffelse og beskyttelse										
Mennesker										
Miljø										
Sundhed										
Klima										
* Økologi betyder ingen brug af kemiske pesticider og kun brug af naturlige pesticider										
ANDRE PRODUKTER										
IT, kontor og konferencer										
Køkken og restaurant										
Beklædning										
Rengøring										
Kosmetik og hygiejne										
Emballager										
Miljø										
Mennesker										
Sundhed										
Økologi										
Klima										



Værktøjer udviklet i samarbejde med
Dansk Cater, Inco, AB Catering og BC Catering

[Link til materialer DRC | Bæredygtighed i praksis](#)

DRC DANMARKS
RESTAURANTER
& CAFEER

1. Hvad kan du bruge guiden til?
2. De 5 indsatser for indkøb af mere bæredygtige fødevarer
3. Læg en plan for mere bæredygtige indkøb
4. Fastlæg ambitioner og mål for mere bæredygtige indkøb



Statskontrolleret Økologi



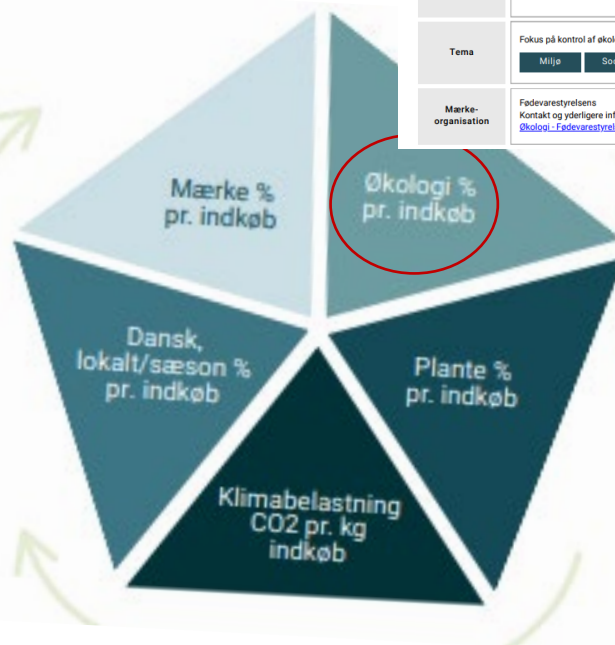
30-60% ekoteeli 90-100% ekoteeli 60-90% ekoteeli

Det økologiske Spisemærke

Det Økologiske Spisemærke er en dansk, statskontrolleret mærkningsordning for professionelle spisesteder, der er registreret under 'Smileyordningen'. Spisemærket er frivilligt og viser, hvor stor en del af de indkøbte fødevarer og drikkevarer på spisestedet, der er økologisk fremstillet efter EU's økologiregler.

Styrke	Det høje kendskab til mærket på over 95 procent, hvor 86% af befolkningen har kvalificeret kendskab, og det forhold, at mærket nyder officiel støtte, giver stor gennemslagskraft og forretningsmæssige muligheder over for kunder.
Væsentlige krav	Det fæde B-mærke med teksten "Statskontrolleret økologisk" kan frivilligt sættes på alle typer fødevarer, også færdigretter. B-mærket må også påføres økologiske fødevarer m.v. fra udlandet, hvis påsætningen af mærket sker i Danmark under de danske myndigheds kontrol, da de danske myndigheder ikke fører kontrol i andre lande. Mærket dokumenterer at fødevarer er fremstillet uden brug af pesticider, kunstgødning og tager hensyn til dyrevelfærd. De væsentligste krav er, at virksomheder, der ønsker at påbegynde økologisk aktivitet, både skal opfylde alle de generelle krav i føde- og fødevarerlovgivningen, herunder de generelle krav om autorisation/opkendelse/registrering m.v., og kravene i økologireglerne om bl.a. anmeldelse af økologisk aktivitet.
Tema	Fokus på kontrol af økologiske landbrug og produkter. Miljø Social Sundhed
Mærke-organisation	Fødevarestyrelsen Kontrol og yderligere information på Fødevarestyrelsens web Okologi - Fødevarestyrelsen

Styrke	Det høje kundskab til økologimarkedet på over 95 procent og interessen for at købe økologiske fødevarer smitter af på interessen for at spise hos de professionelle køkkener, som anvender økologiske råvarer. Det er en stor styrke, at Spisemarket har interesi 'støtte', og med målet om at fremme økologisk jordbrug og interessen for det økologiske måltid på offentlige og private spisesteder, som restauranter, catering, cafeer, institutioner og kantiner.
Væsentlige krav	Spisemarkets krav baseres på de danske økologiregler, som kontrolleres af Fødevarestyrelsen. Kun fødevarer, der er godkendt efter EU-økologiforordning kan tælle med i det økologiske mærke, der ligger til grund for tildeling af økologisk. Spisemarket findes i tre kategorier: bronzemærket, sølvmærket og guldmærket. Sølvmærket er 30-60 pct. økologisk, sølvmærket 60-90 pct., og det guldmærke 90-100 pct. økologi. Det Økologiske Spisemarket administreres og kontrolleres af Fødevarestyrelsen. Reglerne for brug af spisemarket administreres via Bekendtgørelse om økologisk storkøkkenindtill nr. 420.
Tema	Fokus på kontrol og brug af økologiske råvarer i det endelige måltid for at fremme interessen for økologi. Miljø Social Sundhed
Mærke-organisation	Fødevarestyrelsen. Økologiske og offentlige information på Hyad er Det Økologiske Spisemarket? A) viden, du har brug for som professionel køkken og som forbruger - Fødevarestyrelsen



MÆRKER TIL DIT INKØB

FØDEVARER	Kød	Frugt og grønt	Bread og bageri	Mæjeri	Drikkevarer	Dessert, slik og kager	Diverse	Færdigretter
KATEGORI TEMA	Flisk og skaldyr							
Økologi*								
Dyrevelfærdt og beskyttelse								
Mennesker								
Miljø								
Sundhed								
Klima								

* Økologikontrollen er en markedsundersøgelse af fødevarer.

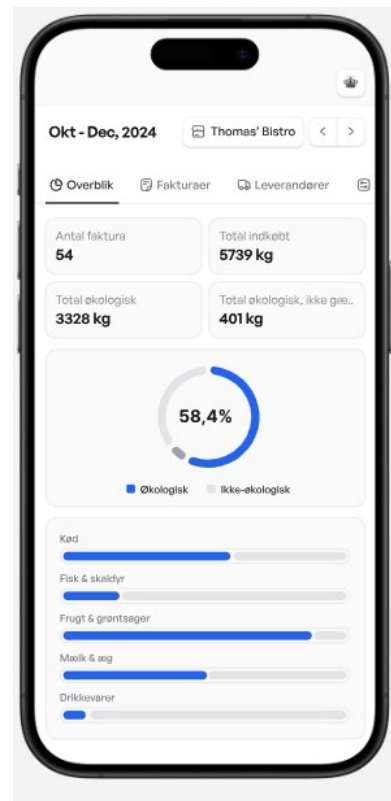
ANDRE PRODUKTER

KATEGORI TEMA	IT, kontor og konferencer	Køkken og restaurant	Beklædning	Rengøring	Kosmetik og hygiejne	Emballager
Miljø						
Mennesker						
Sundhed						
Økologi						
Klima						

Versions 1 - januar 2022

DRÖMMER om... inco all C LIVING af

Digital løsning til økologiregnskab og Spisemærke



Ref: eSmiley

[Link til materialer DRC | Bæredygtighed i praksis](#)

DRC deltager i vidensprojekter der bæredygtighed på menuen

- Centralt er Plantefonden bl.a. med Dansk Cater og andre aktører

Planteriget: Grønnere retter til hele kongeriget

- Vidensdeling og summits

Det grønne valg på buffeten

- Professionelle køkkener, opkvalificering og adfærdsgreb

Målbare Måltider: Udbredelse af planterig og økologisk mødeforplejning.

- Klima-, plante og økologimål i mødeforplejning

Mad på Farten 2.0: plantebaseret menu i take away

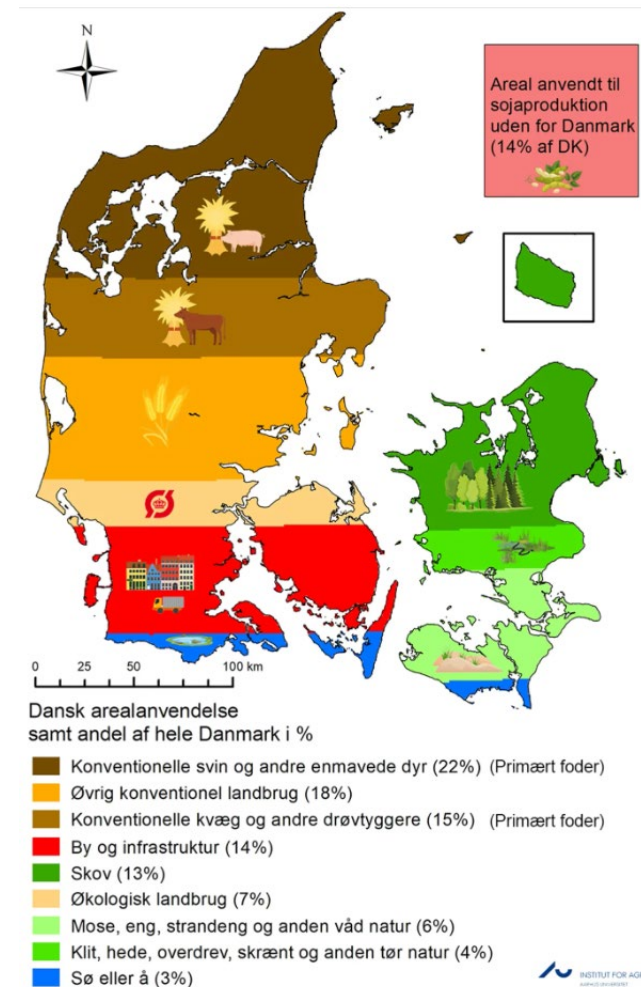
- Udvikling af plantebaseret take away og kommunikation på menuen



DRC Politiske Standpunkt – 5 spor !

- ✓ Økologimærket skal anerkendes som den sikre standard
- ✓ Forsyningsikkerheden skal styrkes fra produktion til tallerkenen
- ✓ Samfundet skal bakke op om økologien - også økonomisk
- ✓ Det Økologiske Spisemærke skal løftes politisk og økonomisk
- ✓ Styrk kampen mod greenwashing – økologi skal ikke udkonkurreres af tomme påstande.

**DRC bakker op omkring
fordobling af det
økologiske areal i 2030**



Anbefalinger fra Foodservice og DRC

1. Tænk regenerativt og produktdiversitet til Foodservice segmentet

Besøg evt. Naturdestination Skovsgaard på Langeland for inspiration (Drives af Cater Grønt)

2. Vær transparent i dine udviklingsplaner med kunde/grossist og få skabt kommittent i samarbejdet.

Syretest jeres udviklingstanker og få medhold i fornyelsen inden produktion sættes i gang.

Producer det som der er behov for og undlad at producere produkter som ikke adskiller sig fra det som allerede er på markedet.

3. Tænk over hvordan diversitet og forlængelse af sæson kan skabe en bedre forretning - brug erhvervets kompetencer og samarbejdsmuligheder

OBS!

Dansk landbrug kan kun udvikles gennem videns samarbejde mellem konventionelle og økologiske producenter –undgå at nedgøre hinanden.

Tak fordi I lyttede 😊