

Charter for en sundere fødevarekultur

Konsortiet for fremtidens sunde fødevarer har som ambition er at sætte sig i spidsen for udviklingen af en fødevarekultur, der inddrager befolkningen i realiseringen af et sundere liv.

Formålet med denne satsning er overordnet at igangsætte en levedygtig indsats, der kan styrke befolkningens sundhed og medvirke til et bedre liv. Ved at konceptualisere en ny måde at tænke sundhed og sunde fødevarer skaber vi en platform for at udvikle sundere fødevarekoncepter og andre initiativer, der kan medvirke til en sundere fødevarekultur. Denne tilgang skal sikre fortsat økonomisk vækst i den danske fødevaresektor ved at give grobund for udviklingen af en milliardindustri for sundere fødevarer.

Et globalt vækstmarked

Kroniske livsstilssygdomme er et stigende problem, der udfordrer hele den vestlige verden. På en lang række områder er Danmark imidlertid godt rustet til at drive udviklingen af nye typer fødevarer fremad. Inden for ernæringsforskning, lægevidenskab, gastronomi, jordbrugsforskning, fødevarerforskning og -industri, medicinalindustri og ingrediensindustri indtager Danmark stærke positioner. Det samme gælder den samfundsvidenskabelige forskning på fødevarerområdet. Dertil kommer, at Danmark er et land, der historisk set er præget af stor, social innovationskraft. Der er stærke traditioner for innovation

gennem partnerskaber, som set i andelsbevægelsen, og for brugerdrevet innovation.

Markedet for sunde fødevarer vil vokse dramatisk i de kommende år på globalt plan. Med en stor og sammenhængende indsats kan Danmark komme til at indtage en særdeles fremtrædende position på dette marked såvel som indenfor følgeindustrier, der udvikles i takt hermed. Dette vil være til gavn for dansk økonomi, men vigtigst til gavn for de mange forbrugere, hvis liv forringes af forkert ernæring.

Et engageret partnerskab

Konsortiet for fremtidens sunde fødevarer blev etableret under Innovationsrådet i 2004. Udover fødevarerproducerende virksomheder repræsenterer konsortiets medlemmer ingrediensindustrien, landbruget, patientforeninger, forskningsinstitutioner og myndigheder.

Blandt de nuværende deltagere er følgende: Arla Foods, Chr. Hansen, Danmarks Fødevareforskning, Fødevarestyrelsen, Hjerteforeningen, Institut for Human Ernæring og Institut for Fødevarevidenskab (KVL), Kræftens Bekæmpelse, Landbrugsraadet, Levnedsmiddelcentret (LMC), MAPP Centret (ASB), MeyerFood, Ministeriet for Familie- og Forbrugeranliggender (MINFF), Novozymes, Oxford Health Alliance, Slagteriernes Forskningsinstitut og Udviklingscenter Aarslev.

Den brede deltagerkreds understreger behovet for at nedbryde traditionelle branche-grænser og i stedet skabe

partnerskaber, der kan nytænke industrien samt udvikle idéer og koncepter, der sætter brugernes behov og efterspørgsel i centrum. Adgangen til komplementære og tværiindustrielle kompetencer og viden giver konsortiets deltagere særlige fordele i forhold til at udvikle en sundere fødevarekultur og nye innovative fødevarekoncepter.

I de kommende år vil konsortiet arbejde for at forankre og udbrede visionen om en sundere fødevarekultur i Danmark. Det vil vi gøre ved at indgå i dialog og partnerskab med danske og internationale initiativer og vidensmiljøer samt med bredere kredse af "ambassadører" og praktikere, der arbejder for en sundere fødevarekultur, herunder detailsektoren, læger og sundhedsplejersker, diætister og kokke, pædagoger og undervisere, uddannelsesinstitutioner, fagforeninger, forbrugernetværk m.fl.

En levedygtig indsats for fødevarekulturen

Produktudvikling alene kan ikke udgøre svaret på fedmeepidemien, ligesom informationskampagner heller ikke er tilstrækkelig i forhold til at ændre befolkningens spisevaner. Vi vil introducere begrebet fødevarekultur som udtryk for de værdier, vaner, forventninger og behov, som omgiver det enkelte produkt og forbrugssituationen. Dermed ønsker vi at fremhæve, at der er behov for en bred, koordineret indsats, der sætter brugeren i centrum. Konsortiet for fremtidens sunde fødevarer rummer interessenter fra mange dele af samfundet, og repræsenterer mange af de nøglekompetencer og viden om fødevarer, ernæring, sundhed, samt brugernes behov, der er nødvendige for at realisere vores ambition. Vi har iværksat en række initiativer, der udgør et første skridt på vejen, og med dette charter ønsker vi at rejse en debat om de vigtigste innovationsbehov og opfordre andre til at deltage i dialogen og partnerskabet om det videre arbejde.

Fra vision til virkelighed

For at den ny fødevarekultur kan blive til virkelighed, er der behov for et paradigmeskifte med hensyn til udvikling, produktion, distribution og forbrug af sunde fødevarer, hvor brugerne sættes i centrum, og hvor konsekvenserne af en brugerorienteret tilgang tænkes igennem i alle led. Alle dele af samfundet må engageres i en fælles satsning om *innovation på flere niveauer*:

Opgør med vanetænkning

Mindset innovation: Der må gøres op med de opfatelser og den vanetænkning, der traditionelt præger fødevarerektorens brancher og industrier. Forudsætningen for at realisere brugerdreven innovation er, at der i alle led skabes en åben indstilling over for nye muligheder. En måde at realisere potentialerne er at opsøge alternative alliancepartnere og bruge nye grænseflader til at skabe rum for nytænkning. I regi af konsortiet er der igangsat et konkret konceptudviklingsarbejde, der på denne måde netop involverer patientforeninger, ernærings- og samfundsforskere samt producenter i udviklingen af nye sunde fødevarer-koncepter og -produkter målrettet børnefamilier. I de kommende år vil konsortiet arbejde målrettet for at inddrage nye og flere partnere i arbejdet med at redefinere den måde, hvorpå sundhed og brugernes behov indgår i fødevarerektorens arbejde og selvforståelse.

Øget udbud af sunde fødevarer

Produktinnovation: Fødevareproducenterne skal intensivere udviklingen af nye produkter, der ikke alene inddrager den nyeste forskning om fødevarer-sundhed, teknologi og kvalitet, men også udnytter tilgængelig viden om betydningen af produkternes smagsmæssige kvalitet og sammensætning i et måltid, deres emotionelle indpakning og brand samt kommunikation i øvrigt til forbrugeren. I 2006-2008 gennemfører konsortiet med støtte fra Det Strategiske Forskningsråd forskningsprojektet "Breaking Down Barriers for Healthier Eating", der har til formål at generere ny viden om de faktorer, der forhindrer eller faciliterer køb og forbrug af sunde fødevarer, samt udnytte denne viden i udviklingen af konkrete nye produktkoncepter. Konsortiet vil også fremover arbejde for at identificere og udvikle nye muligheder for udvikling af sundere fødevarer-koncepter, herunder convenience produkter og ydelser målrettet travle børnefamilier.

Bredere tilgængelighed

Markedsinnovation: Der er et særligt behov for at tænke nyt, når det gælder udvikling, konceptualisering, markedsføring og distribution af sunde fødevarer. De sunde produkter skal fremstå mindst lige så attraktive for forbrugerne som usunde fødevarer og være lige så tilgængelige distributions- og prismæssigt. Hvis man for alvor skal nå ud til forbrugeren med de sunde budskaber og produkter, må der udvikles nye partnerskaber med detail-sektoren og opdyrkes alternative distributionskanaler. Konsortiet har været katalysator for udviklingen af et nyt koncept for distribution af sunde middagsmåltider til medarbejdere via arbejdspladsernes kantiner, som vil blive afprøvet i et pilotprojekt i 2007. Desuden vil konsortiet i det kommende år arbejde for at identificere og etablere nye partnerskaber med detailsektoren om markedsføring og distribution af sunde fødevarer.

Øget efterspørgsel efter sunde fødevarer

Forbrugsinnovation: Der er behov for initiativer, der er målrettet en stærk inddragelse af brugerne med henblik på at udvikle nye spisemønstre og uddanne brugerne til i højere grad at stille krav til tilgængeligheden af sunde fødevarer af høj kvalitet. Fremtidens forbrugere skal forstå, hvad fødevarer er for noget, deres oprindelse og anvendelse som del af et sundt måltid. Konsortiet vil i løbet af det kommende år udvikle og teste nye koncepter, der kan føre til varige forbedringer i forbrugeradfærd.