Archived at http://orgprints.org/27678

HealthyGrowth

Healthy Growth:
From niche to volume with integrity and trust

- ✓ EU-prosjekt under CORE organic II
- ✓ Danmark, Sverige, Finland, Norge, Tyskland, Frankrike, Slovenia, Østerrike, Litauen og Tyrkia
- ✓ 2013 – 2015

Bygdeforskning

HealthyGrowth

Mellomstore verdibaserte øko-kjeder

- ✓ Bakgrunn:
  - ✓ Korte økologiske verdikjeder - utfordringer med vekst
  - ✓ Storskala «konvensjonelle» verdikjeder - utfordringer kommunisere økologiske verdier
  - ✓ Søkelys «mid-scale» øko-kjeder - kombinerer volum og verdi
- ✓ Mål:
  - ✓ Studere vekst i vellykkede «mid-scale» økologiske verdikjeder der kunnskapen skal bidra til å
  - ✓ støtte utvikling av økologiske bedrifter, nettverk og initiativ

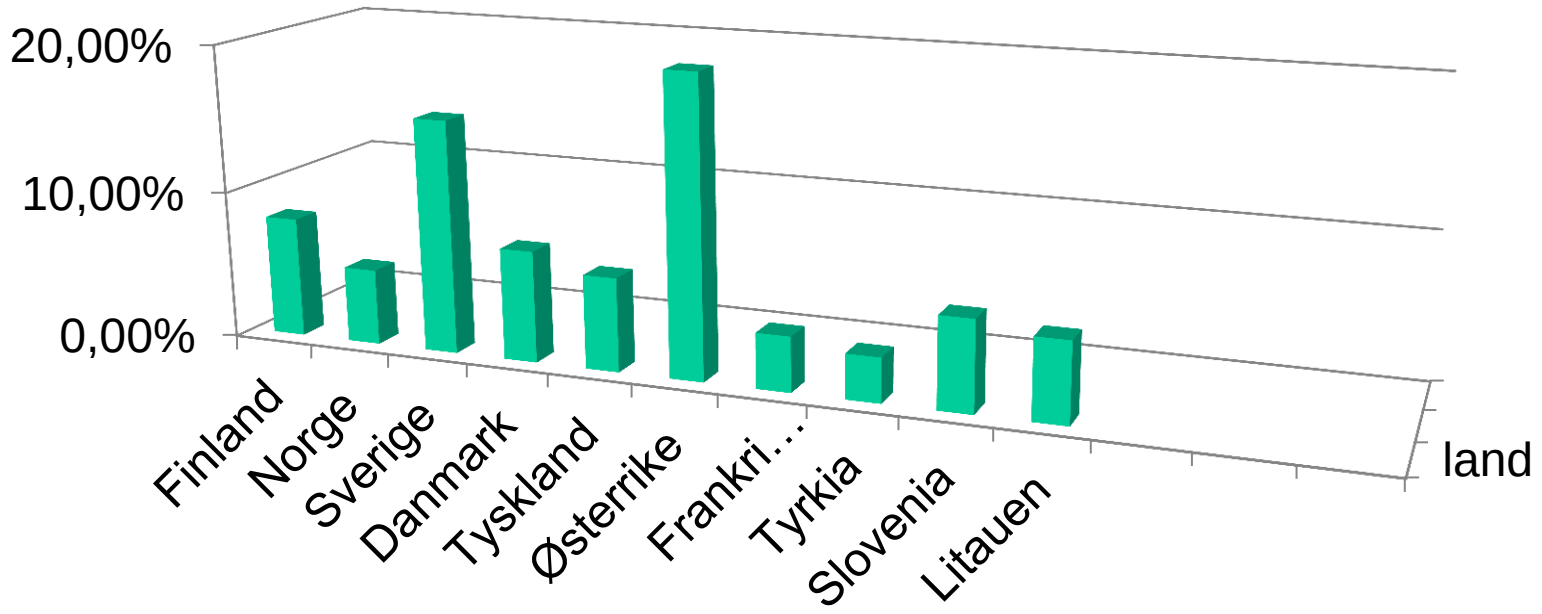
Bygdeforskning

Status økologisk landbruk

- ✓ Andel økologisk areal
- ✓ Andel økologisk forbruk

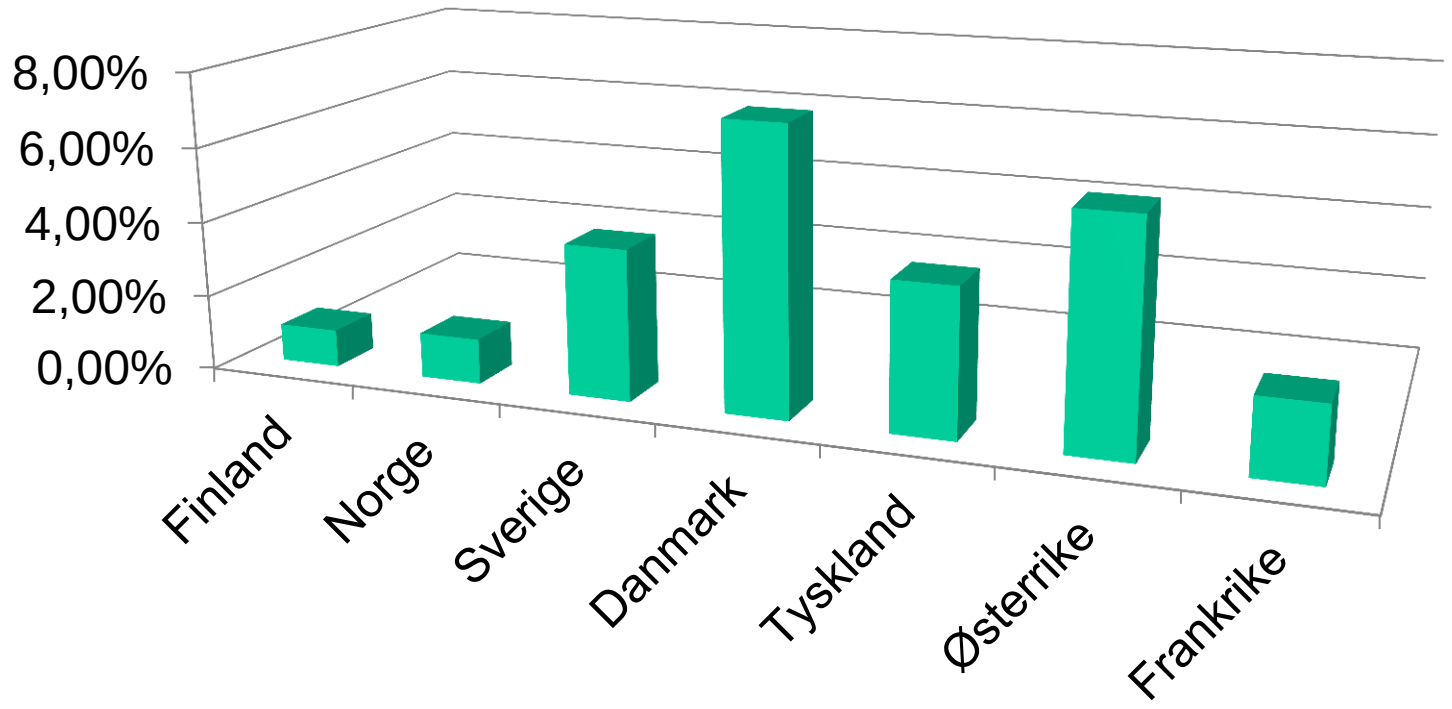
HealthyGrowth

Andel økologisk areal



Bygdeforskning

Andel økologisk konsum



HealthyGrowth

Mål og måloppnåelse

- ✓ Mål å øke produksjonen og noen også forbruk
- ✓ Virkemidler mot bønder, etterspørselssiden, etc.
- ✓ Norge langt fra å nå mål om 15 prosent innen 2020:
  - ✓ Motstridende mål & ny regjering
  - ✓ Oppfatning/holdning til økologisk mat
  - ✓ Distribusjon utfordring - små kvanta
  - ✓ Økende etterspørsel…..
- ✓ Finland stor satsing økologisk - Institutt for økologisk FoU, offentlig innkjøp økomat, etc.

Bygdeforskning

Karakteristika vellykkede verdikjeder

1) Vektlegger verdier koblet til maten som produseres *og*

2) verdier koblet til forretningsrelasjoner i verdikjeden

Verdier/kvaliteter koblet til produkter:

- ✓ geografisk nærhet (*lokale/regionale produkter*)
- ✓ Spesielle produktegenskaper (tradisjonell fremstilling, spesielle ingredienser, uten tilsetninger, mathåndverk, etc.)
- ✓ sosiale og etiske forhold (*rettferdig pris*, dyrevelferd, etc.)
- ✓ miljømessige forhold (økologisk- gjerne ut over regelverk)
- ✓ regional utvikling

Differensierer langt ut over økologiske standard

HealthyGrowth

Karakteristika vellykkede verdikjeder

- ✓ Aktører i verdikjeden - strategiske partnere
  - ✓ Bevisst valg av samarbeidspartnere - samme verdier
  - ✓ Relasjoner - kommunisere kvaliteter
- ✓ Selger gjennom en rekke kanaler:
  - ✓ Dagligvare – mest vanlig
  - ✓ HoReCa
  - ✓ Bondens Marked
  - ✓ Spesialbutikker/helsekost
  - ✓ Eget gårdsutsalg
  - ✓ Internettsalg, etc.
  - ✓ Anbonnementsordninger

Bygdeforskning

Case-studier Norge

Rørosmeieriet as

Røroskjøtt as

St.Olavs hospital - Catering

HealthyGrowth

Forskningsspørsmål

1. What are successful organizational forms of mid-scale food values-based chains?
2. What are the business and management logics and what are the process behind ensuring economic performance and efficiency in mid-scale food values-based chains?
3. What is the balance (trade-off) between quality, volume and economic performance?
4. How is the communication of values, qualities, and motivations supported along the values-based chains from producer to consumer vice versa?
5. What dimensions of qualities linked to primary production do food value chains mediate to consumers, and what are the preconditions of the food value chains to mediate (to value) qualities?
6. What is the long-term perspective of the different value-chains studied and how do they deal with change and fluctuations?
7. What are the prerequisites for establishing and managing successful mid-scale food values-based chains?

Bygdeforskning