



# Velkommen til workshoppen: Øget afsætning af økologiske kyllinger – hvad skal der til?

**13. Maj 2015**

**Gothenborg**

**MultiChick projektet**

# Multichick

## Diversitet og troværdighed i økologisk slagtefjerkræ-produktion

- Baggrund:
- På nuværende tidspunkt er markedsandelen af økologiske slagtekyllinger meget lav: <1%.
- Prisen for økologiske slagtekyllinger er væsentlig højere end for konventionelle, og derfor er en høj grad af troværdighed nødvendig for at øge den lave markedsandel
- Det er uhensigtsmæssigt, at den nuværende produktion af økologiske slagtekyllinger har visse udfordringer med dyrevelfærd (eks. trædepude-sundhed) og er afhængig af en udenlandsk forældredyrsproduktion
- Der er derfor behov for systemer, der i højere grad tilgodeser de økologiske principper samt forbrugernes forventning om høj dyrevelfærd og positiv miljø-/klimapåvirkning.

# Multichick – Formål



- At bidrage til en øget vækst – og højere markedsandel - i den danske økologiske slagtefjerkræproduktion:
- Revurdering af produktionssystemerne:
  - Forbedring af den eksisterende økologiske slagtekyllingeproduktion
  - Nye produktionssystemer: Integreret plante- og slagtekyllingeproduktion:
    - Agroforestry koncept
- Nye genotyper fra danske forældredyrsbesætninger
  - Differentierede kyllingeprodukter begynder med genotypen
- Fokus på høj dyrevelfærd og positiv miljø- og klimapåvirkning
- Værdibaseret afsætning af økologiske kyllinger

Udvikling af alternative afsætningsnetværk



# Multichick

## Forventet udbytte af projektet

- En øget produktion af økologiske slagtekyllinger i forskellige produktionssystemer
- Øget bæredygtighed i integrerede produktionssystemer
- Udvikling og etablering af en dansk forældredyrproduktion, der kan bidrage til en mere sikker leverance af daggamle kyllinger til producenterne og mindske afhængigheden af importerede udenlandske rugeæg
- Nye genotyper bedre tilpasset en økologisk produktion med adgang til udearealer – langsommere tilvækst og bedre fourageringsadfærd
- Værdiforøgelse af den økologiske kylling, der forventes at øge forbrugernes interesse
- Etablering af alternative afsætningsnetværk



# Workshoppens grundpræmis



- Det hjælper ikke at gøre mere af det, der ikke virker
- For at handle anderledes er det en forudsætning at have en ide om, at tingene kan være anderledes
- At tingene kan være anderledes, opdager man enten ved, at ens verden bryder sammen;
- Eller ved at se, at der er andre måder at gøre tingene på



# HealthyGrowth: fra niche til volumen med integritet og tillid



- Forskere fra 10 EU-lande
- 18 afsætningsinitiativer



# Bred vifte af initiativer

- **Enkelt produkt til vifte af produkter**
- **Fra nye former for samarbejder med traditionelle markeds aktører til helt nye typer afsætningsnetværk f.eks.:**
  - Gram Slot/Rema 1000 Thise/Irma (GoLocal)
  - Biocoop Frankrig, Landwege Nordtyskland
  - Kolonihagen, Årstiderne (Kasse ordninger)
  - Fødevarerefællesskaberne (AMAPS)
  - Offentlig kartering – skolemad ordninger

# Hovedkonklusioner fra HealthyGrowth:



- Gennemsigtighed, der rækker helt ud til det landbrug, er en del af kæden:
  - Det styrker tilliden, at man rent fysisk kan besøge det landbrug, hvor varen er produceret
  - Flere værdier og kvalitet kan knyttes til produktet, (f.eks. en særlig indsats for husdyrvelfærd),
  - Endelig kan produktionsstedet i sig selv tilføje værdier og kvalitet til produktet (historisk eller geografisk)



# Hovedkonklusioner fra HealthyGrowth:



- Alle initiativer arbejder med værdier og kvaliteter, der rækker ud over de økologiske regler
- Der er en entydig sammenhæng mellem den måde aktørerne samarbejder på, og de værdier og kvaliteter, der kan medieres fra jord til bord
  - En enkelt aktør er nok til at bryde denne mediering, og gøre produktet til et helt andet "produkt" (F.eks. Private label)

# Hovedkonklusioner fra HealthyGrowth:



- Alle initiativer bygger på en form for partnerskab mellem aktørerne, en form for fælles vision:
  1. Gensidig gensidighed
    - Begge parter skal kunne se hinanden 'i sig selv'. De skal være i stand til at anerkende, at deres egen succes er afhængig af den anden
  2. Tillid som kompleksitetsreduktion
    - For at kunne anerkende den andens rettigheder og muligheder, er partnerskabet afhængigt af gensidigt tillid
  3. Tid som forventningsstruktur
    - Partnerskaber muliggør en længere tidshorisont end kontrakter, en længere 'fremtid'

# Rammerne for dagen



9:30 **Velkomst, internationale erfaringer og introduktion til MultiChick-projektet**

*Egon Noe & Sanna Steinfeldt – Aarhus Universitet*

9.55 **Kyllingen som mad, nu og i fremtiden**

*Birgitte Escherich - Kostkompagniet*

10: 25 **Fremtidens øko-kylling – bedre eller billigere?**

*Martin Bregnballe, partner i Nordic Foodworks*

10:55 **Hvordan får vi retfærdiggjort, at den økologiske kylling er 2-3 gange så dyr som en konventionel?**

*Klaus Bentzen - Newdan Food Trading*

11:25 **Kyllinger kan tænkes alternativt (Introduktion og kyllingesafari på Gothenborg)**

*Lone Hedegaard – Gothenborg*

12:20 **Frokost**

12:55 **Marked, ressourcer og relationer - lokale fødevarer, helt frem til forbrugeren**

*Bjarne Agger Sidelmann – GO LOCAL*

13:15 **Identifikation af nye udviklingsveje for økologiske fødevarekæder for slagtekyllinger**

Arbejde i grupperne

14:30 **Præsentation og fælles opsamling**

15:00 **Tak for i dag**

