

Landdistrikter udfordres af affolkning og vigende økonomisk vækst. Landbrug og fødevarerproduktion spiller en forholdsvis betydelig rolle i disse områder, men der er behov for at øge værdiskabelsen i fødevarersektoren, hvis den skal bidrage til at imødegå affolkningen og den vigende økonomiske vækst i landdistrikterne.

### Undersøgelsesområde

Formålet med LOCO var at:

- Operationalisere begrebet 'lokale afsætningskanaler' gennem udvikling af en typologi for økologiske fødevarekæder med forskellige aspekter af 'lokal-hed' i produktion og distribution
- Undersøge forbrugernes opfattelse af autenticitet, troværdighed, kvalitet og sikkerhed for alternative typer lokale fødevarekæder
- Undersøge forbrugernes indkøbsadfærd i forhold til økologiske og lokale fødevarer
- Undersøge forbrugernes købs- og betalingsvillighed for økologiske fødevarer fra forskellige typer fødevarekæder med forskellige geografiske karakteristika.

### Lokale økologiske fødevarer - et uudnyttet potentiale?

Organic RDD 2.2-projektet LOCO har undersøgt danske forbrugeres efterspørgsel efter geografiske aspekter i forhold til økologiske fødevarer, samt identificeret måder at aktivere denne efterspørgsel til markedspotentiale for geografisk differentierede, økologiske fødevarer. Undersøgelserne er gennemført ved hjælp af en kombination af kvalitative og kvantitative metoder, henholdsvis fokusgruppeundersøgelser med forbrugere og spørgeskemaundersøgelser til forbrugere, primærproducenter, forarbejdningsvirksomheder, forhandlere samt foodservicevirksomheder.





### Vil forbrugerne betale mere for lokale varer?

Forbrugernes opfattelse af lokale fødevarer kredser omkring to overordnede definitioner: Lokal = dansk; og Lokal = produceret i nærområdet. Undersøgelserne viser, at smag og støtte til lokalområdet er blandt de væsentligste motiver til for at købe lokale varer, men også andre motiver som ønsker om diversitet i mad-udbuddet, regionalt særpræg, renere varer eller miljøhensyn spiller en rolle.

LOCO fandt, at forbrugerne er villige til at betale mere for produkter, som er dansk producerede, mens der ikke er så stor yderligere betalingsvillighed for en mere snæver geografisk afgrænsning af den lokale vares produktionssted.

Undersøgelsen viser en rimelig fælles forståelse af begrebet 'lokale fødevarer' på tværs af interessenter i hele fødevarekæden fra jord til bord, og der er ligeledes en nogenlunde fælles opfattelse af, hvilke fordele der forbindes med lokale fødevarer.

### Konklusioner og anbefalinger

Der kan være markedspotentialer i en øget geografisk produktdifferentiering for såvel økologiske som konventionelle fødevarer. Forbrugerne tillægger det værdi, at fødevarerne er af dansk oprindelse, så alene en synliggørelse heraf vurderes at kunne tilføre økologiske produkter ekstra værdi.

En del forbrugere med et højt økologi-forbrug kunne være interesserede i at købe flere lokale produkter, hvis de også er økologiske. Omvendt tillægger en del forbrugere lokale varer nogle af de samme egenskaber som økologiske, og her kunne en øget satsning på afsætning af lokale varer komme til at ske på bekostning af tilsvarende økologiske varer.



### LOCO ud fra et stakeholderperspektiv

#### Lokal autenticitet og godt håndværk

Projektet LOCO har bidraget med viden om, hvordan virksomheder kan opbygge deres 'brand' på lokal autenticitet. Der findes nu belæg for, hvordan man skal markedsføre lokalproducerede, økologiske fødevarer i forhold til forskellige grupper og i forskellige landsdele. Desuden har undersøgelserne i projektet vist, at forbrugere gerne vil vide, at produkterne er produceret af lokale råvarer. Forbrugerne forbinder lokalt producerede produkter med godt håndværk.

#### For lille til at lege med de store?

LOCO har givet et tankevækkende indblik i, hvor små de lokale producenter rent faktisk er, og hvor stor en andel, der har en omsætning på under 1 million; vi må spørge os selv, hvad konsekvensen er heraf: Når en virksomhed har en omsætning på under 1 million, kan det være svært at løfte virksomheden til noget større. Det er vanskeligt både at være producent og tænke markedsføring og strategi, når det dybest set kun er én person, der kan leve af omsætningen. De små producenter er hele tiden oppe imod supermarkedernes villighed til at tage deres produkter ind, da det er dyrere for supermarkederne at tage små end store volumener ind.

#### Hjælp til vækst

I et nyt projekt kunne det være relevant at opnå en større viden om, hvad det koster at komme ind i de store butikker, og hvad forbrugernes holdning er til at købe lokalproducerede, kvalitetsfødevarer i de store supermarkeds kæder. Sidst men ikke mindst, kunne det være interessant at lave en sammenligning med Sverige, hvor der sættes et stort fokus på at lave kurser for små producenter for at hjælpe dem til professionalisering og vækst.

**Karin Sloth, Formand i Regional Madkultur Sjælland  
(Medlem af LOCOs følgegruppe)**

# Interesse og betalingsvillighed for lokale, økologiske fødevarer - LOCO



## Resultaternes betydning for samfundet

Projektets resultater har givet øget viden om nogle af de egenskaber, som forbrugerne efterspørger ved økologiske og konventionelle fødevarer og hos producenterne. En udnyttelse af disse indsigter i produktudvikling og markedsføring vil kunne give forbrugerne en større tilfredsstillelse ved de produkter, de køber, og samtidig give producenter og forhandlere større værditilvækst og indtjening. Sidstnævnte kan i nogen udstrækning komme især mindre fødevarerproducenter til gode.

## Behov for mere viden

En yderligere realisering af ovenstående potentialer vil dog kræve yderligere forskning i relation til de mulige effekter af sådanne initiativer, herunder effekternes variation mellem regioner, produktgrupper, kombinationer af produktkarakteristika, mv. og eventuelt dynamiske effekter af sådanne realiseringer i forhold til forbrugernes opfattelser af lokale og økologiske produkter.

**Projektet LOCO er en del af Organic RDD 2.2- programmet, som koordineres af ICROFS (Internationalt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer-systemer). Projektet har fået tilskud fra Grønt Udviklings- og Demonstrationsprogram (GUDP) under Miljø- og Fødevarerministeriet.**

## Læs mere

Projektets hjemmeside: <http://icrofs.dk/forskning/dansk-forskning/organic-rdd-22/loco/>

## Projektleder

Professor Jørgen Dejgård Jensen  
Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi,  
Københavns Universitet  
Email: [jorgen@ifro.ku.dk](mailto:jorgen@ifro.ku.dk)  
Tlf.: 3533 6859