

Viventes

Food Trends 2020

Viventes, Nytåret 2020

Vi lægger et årti bag os og tager hul på 20-erne. I den anledning kommer Viventes' bud på tendenser i 2020 målrettet fødevarereproducenter.

"Food Trends 2020" er ikke en prognose, men snarere en øvelse i at finde frem til ideer, der kan vende verden på hovedet og sætte gang i en refleksion om, hvorvidt forretningsmodellen holder på sigt.

Hvad lærte vi af det seneste årti?

I det sidste årti har vi set, hvordan mobilteknologi og algoritmer kan bruges til at sprede propaganda på de sociale medier og undergrave demokratiet. Streaming og E-handel lukker fysiske butikker - vi hyrer taxa og feriebolig på mobilen og skaber underbetalte midlertidige jobs, der forstærker uligheden.

Mobilen sætter dataspor overalt hvor vi færdes med en mobil i lommen, hvor vi bruger kreditkort og handler på internettet. Med dataanalyse kan virksomhederne forudsige forbrugeradfærd og efterspørgsel. Du kender dine digitale kunder bedre end dem du snakker med i butikken.

Når man går 10 år tilbage, lander vi præcis der, hvor finanskrisen rigtigt slog igennem. Efter finanskrisen er forbruget aldrig rigtig kommet op i samme gear. Dagligvareaktører anno 2020 lider desuden under konkurrence fra E-handel, madkasseordninger, take-away, og convenience. Vi spiser også meget mere ude. Kæderne skal tjene penge, så de skubber prispresset videre ud på producenter og leverandører. Det er kun de industrielle volumenproducenter, der kan levere under de betingelser. Økologien er blevet mainstream og industrialiseret, så vi alle har råd til at handle discount økologi. Kæderne hjemtager en større del af avancen ved at vride armen rundt på producenterne, som i stigende grad leverer kædernes private label i stedet for at sælge egne brands.

Heldigvis kom der modbevægelser med lokale fødevarer, gårdbutikker og E-handel direkte mellem producent og forbruger. Nogle forbrugere vil vide hvor maden kommer fra. De er villige til at betale for kvalitet, transparens og hyggen ved at købe juleanden hos bondemanden.

Globaliseringens endeligt?

OECD forventer at den globale økonomi stiger med 2,9 pct. i 2020. Mens Vismændene forventer en beskeden dansk vækst på kun 1,3%. Vi holder fortsat forbruget nede og sparer endnu mere op, selvom Centralbankerne holder renten negativ, så vores pensionsopsparing bliver udhulet, alt imens vi venter på næste recession.

Tyngdepunktet er flyttet fra USA til Kina. Handelskrig og global rivalisering mellem Kina og USA raser videre og kommer til at inkludere Europa. Kunstig intelligens og internettet splittes op i en kinesisk, amerikansk og russisk løsning. Globalisering med multilateral problemløsning rulles tilbage – jungleloven får mere plads.

Vi får stigende fokus på robusthed (resilience) i alle typer af systemer – politiske systemer, økosystemer, finansielle systemer, it- og kommunikationssystemer, fødevarer systemer etc.

Vi kommer til at se mere global usikkerhed, der øger behovet for tryghed, fællesskabet og lokale løsninger.



[The European Green Deal](#)

Klimaforandringerne er vor tids vigtigste udfordring. Vi oplever selv, at klimapåvirkningerne bliver større og større med økosystemer der vælter og forårsager klima-flygtninge, alt imens Greta Thunberg skælder verdens ledere ud over manglende handlekraft. Det er vores børn, der tager action og bliver kaldt klimatosser. Det er dem, der skal leve med klimakatastroferne.

Klimaet overgår økonomisk vækst som hovedprioritet. Det kommende årti vil transformere den måde vi lever, arbejder, producerer og konsumerer. EU Kommissionen arbejder ihærdigt på at operationalisere visionen om at blive det første klimaneutrale kontinent i 2050. Et af indsatsområderne er produktion af kvalitetsfødevarer 'Farm to Fork' strategi, som lanceres i 2020.

Vi får en omlægning af EU's landbrugsstøtte, så den understøtter klimaneutral og miljømæssige hensyn i produktion af kvalitetsfødevarer og grønne ordninger.

Danmarks nye klimalov

Den nye klimalov vil sikre 70 procent reduktionsmålet i 2030. Med en bred opbakning blandt Folketingets partier må vi forvente, at klimaloven er bindende.

Klimaloven kommer til at sætte spor i landskabet, hvor man forventer årligt at udtage 1.500 ha lavbundsjord. Klimabevidstheden vil sætte nye begreber i spil som "Conservation Agriculture" med kulstof opsamling i landbrugsjorden.

Endelig ser det ud til at både EU's og Danmarks klimalovgivning og regulering kommer på plads. Det vil give virksomheder rammer og tryk til at lave nødvendige, store og langsigtede grønne investeringer.

På sigt får vi en grøn Dansk Grundlov



Barista "mælk" fremstillet på ærteprotein. Planteprotein erstatter i stigende grad mælk og kød.

Klima og fødevarer

Fødevarer står for ca. 20 pct. af klimabelastningen. Fødevareindustrien har set skriften på væggen, hvor f.eks. Arla har meldt ud, at målet er klimaneutralitet for hele koncernen i alle lande i 2050. Virksomheden kommer til at arbejde med klimaaftryk per kilo produceret mælk. Arla understøtter sine 10.000 andelshavere i klimaoptimering på deres gårde. Derudover har Arla selvfølgelig fokus på at reducere klimaaftrykket i produktion, logistik og emballage.

Afsætningen fra de mindre fødevarerproducenter og gårdbutikkerne oplever et bæredygtigheds-pres, fordi de som mindre virksomheder har større klimabelastning pr. produceret enhed end fødevareindustrien. Desuden har kunderne et stort CO₂-bidrag ved kørsel til gårdbutikken. Til gengæld kan de små producenter

arbejde mere cirkulært, transparent og formidle bæredygtighed i fødevarerproduktionen - men de får en stor dokumentations- og formidlingsopgave.

Æraen hvor vi kunne forbruge uden konsekvenser er forbi.

Mådehold

Bevidste forbrugere og især unge har klimaangst, flyskam, går i genbrug, "skralder", køber sæsonens danske råvarer, spiser mere plantebaseret kost og undgår madspild. Antallet af vegetar-restauranter er fordoblet i 2019.

Vi forventer en langt større dansk produktion af proteinafgrøder i form af ærter og bønner til erstatning af animalsk protein, især fra de firbenede produktionsdyr.

Salget af ikke-alkoholiske cocktails, øl, vin og spiritus med lave alkoholprocenter har været stigende de seneste par år. Det er en global trend. I USA har 52 pct. af den voksne befolkning forsøgt at reducere deres alkoholindtag. I Spanien er tallet 95 pct. I Danmark steg salget af alkoholfri øl med 19 % det seneste år.

Simple living bliver en nødvendighed. Giv os interessante alternativer til tømmermænd, oksekød og udlandsrejser.

Ferien holdes hyperlokalt

Klimabelastningen kræver, at vi skærer ned på udlandsrejserne og holder mere ferie i eget hjem eller sommerhuset, hvor cyklen kan være et vigtigt transportmiddel. Derfor er det vigtigt at udvikle kvaliteten og udbuddet af lokal attraktivitet, med gode madoplevelser på landet.

Selv [Michelin Guiden](#) har opdaget charmen i små, uafhængige restauranter, ofte i landdistrikter. Det er typisk restauranter med et lille team af kokke, der laver en enkelt smagemenu på små spisesteder med plads til tyve gæster. Det er back to basics – gode råvarer og ukompliceret mad i gourmetkvalitet.

Vi søger mening, oplevelser og menneskelig kontakt. Det får vi på de små cafeer, madhåndværkere, restauranter og gårdbutikker, hvor kunden møder mennesket bag maden.



"Plant-based everything" - planter er i stigende grad på menukortet og plantebaserede færdigretter fylder mere i supermarkederne og take-away.

Convenience i grøn omstilling

En større del af måltiderne tilberedes ikke længere derhjemme, hvilket giver en fortsat stigning i levering, måltidskasser, abonnementstjenester og take-away. Vi får flere "placeless" restauranter. Maden bestilles via apps og leveres. Kunderne bliver mere loyale over for tredjeparts leveringsapps (ex. Just Eat, Deliveroo og Wolt) end over producenter og restauranter.

Udbuddet og kvaliteten stiger år for år og bliver mere plantebaseret. Kød bliver brugt som et krydderi i stedet for basisingrediens, men når der så skal kød på bordet, skal det være godt og der skal være skruet op for dyrevelfærden. Vi vil have lov til at spise færdigretter med god samvittighed.

Færdigmaden er ikke et fravalg af at lave maden fra bunden - det er et tilvalg af tid med familien. Men der er nok et stigende kundesegment, der ikke kan lave mad.

Det næste årti kommer til at byde på radikal omstilling, som vi endnu kun kan se konturerne af. Det kan virke overvældende, men giver nye forretningsmuligheder. Hvordan tilpasser du din virksomhed til den grønne omstilling?

Husk, du skaber selv fremtiden.

Godt Nytår

Viventes, Sønksen & Solheim