

Fremtidens Landbrug 6 februar 2015

Hvad ønsker forbrugerne fra fremtidens landbrug?

Anja Philip
Formand

Forbrugerrådet
Tænk

Mission:

**Vi styrker
forbrugernes
handlekraft**

Vision:

**Et Danmark,
hvor alle
forbrugere
kan foretage
et trygt valg**

Hvem er vi?

Privat

Forbrugerrådet
Tænk

En medlems- og interesseorganisation der arbejder uafhængigt af offentlige myndigheder, erhvervsliv og politiske partier.

Varetager forbrugerinteresser gennem aktiv forbrugerpolitik, information, rådgivning, repræsentation, interessevaretagelse, test osv.

Offentlig

Ministerier og styrelser, fx:


ERHVERVS- OG VÆKSTMINISTERIET

Konkurrence- og
Forbrugerstyrelsen

Finanstilsynet

...

Forbruger-
klagenævnet

Forbruger-
ombudsmanden

Forbrugerrådet
Tænk

Rådsforsamlingen lægger den politiske linje 2 repræsentanter pr. organisation og for de personlige medlemmer

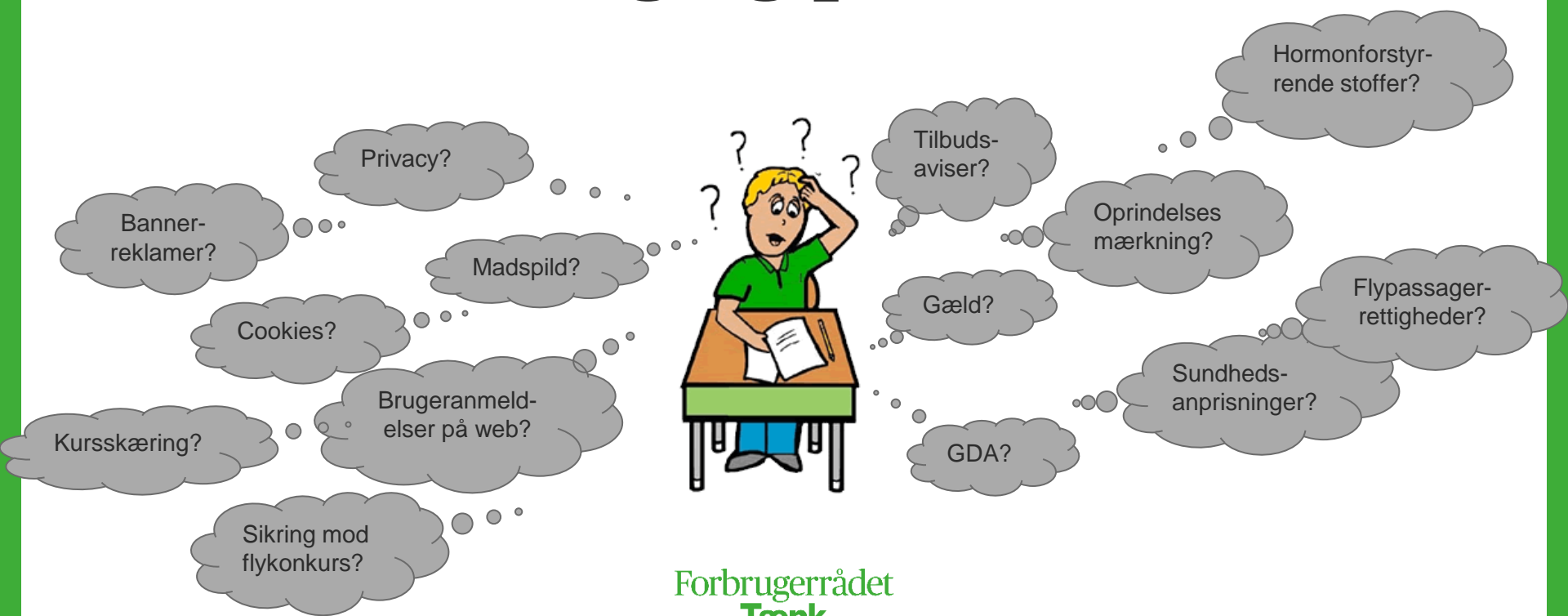
Ca 71.000 personlige medlemmer

32 organisationer og forbrugergrupper:

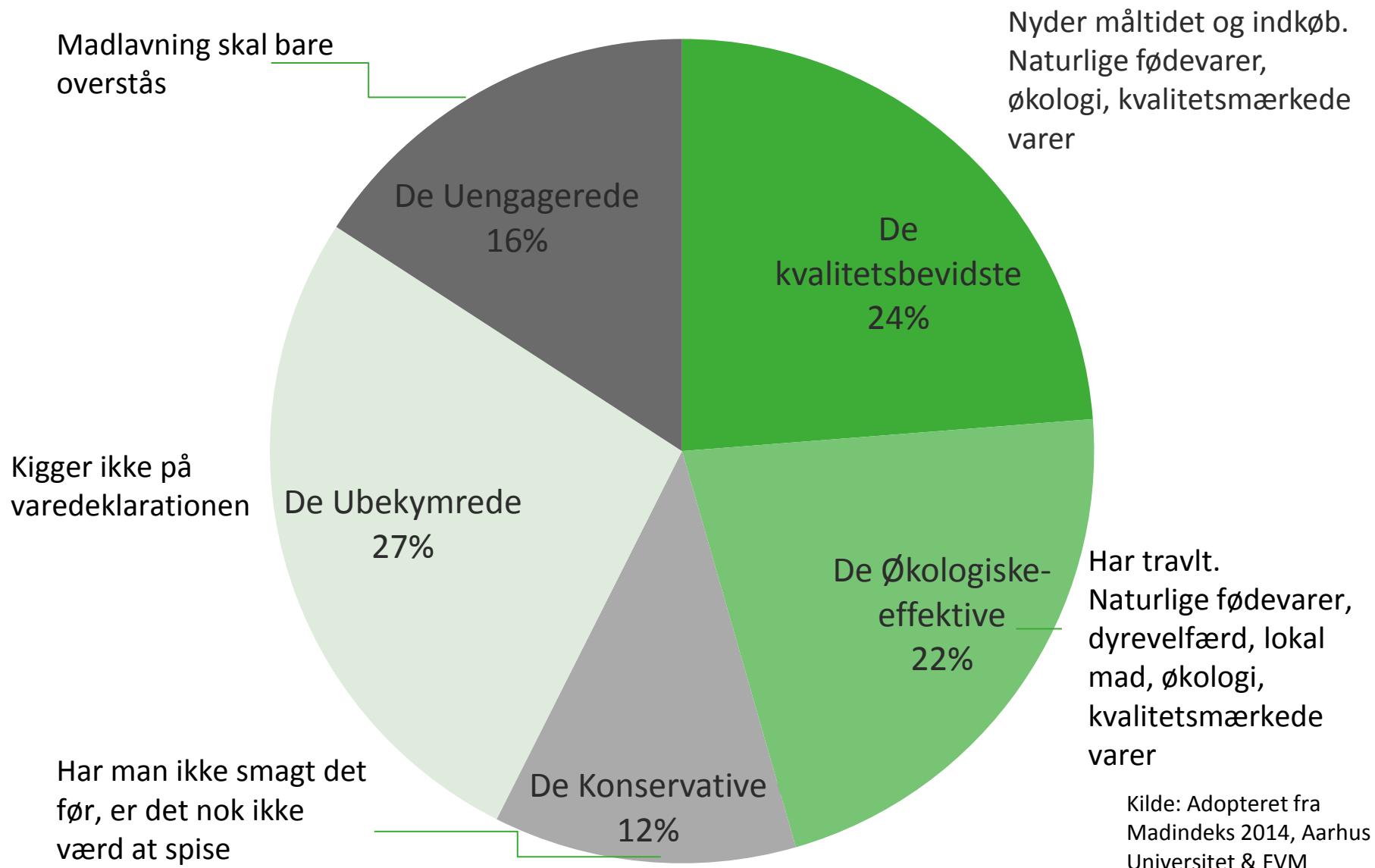
- Aktive Forbrugere
- Alkohol & Samfund
- AOF Danmark
- Astma-Allergi Danmark
- Cyklistforbundet
- Dansk Aktionærforening
- Dansk Gymnasieelevers Sammenslutning
- Danske Seniorer
- Dansk IT
- Dansk Magisterforening
- Danske Studerendes Fællesråd
- Danske Ølentusiaster
- Den Danske Dyrlegeforening (sektion)
- Det Økologiske Råd
- DL-Patient/Administration/Kommunikation
- Dyrenes Beskyttelse
- Fairtrade Mærket Danmark
- Finansforbundet
- Forbrugsforeningen
- Landbrug & Fødevarers Familieudvalg
- Fritidshusejernes Landsforening
- FTF
- Foreningen for Madkundskab
- Jordbrugsakademikerne
- Kost & Ernæringsforbundet
- Kvinderådet
- Landsforeningen Praktisk Økologi
- Lejernes Landsorganisation
- Patientforeningen Danmark
- Serviceforbundet
- Vaccinationsforum
- 1 lokal forbrugergruppe

Forbrugerrådet
Tænk

Hvad er forbrugernes forventninger til fremtidens landbrug og produkter?

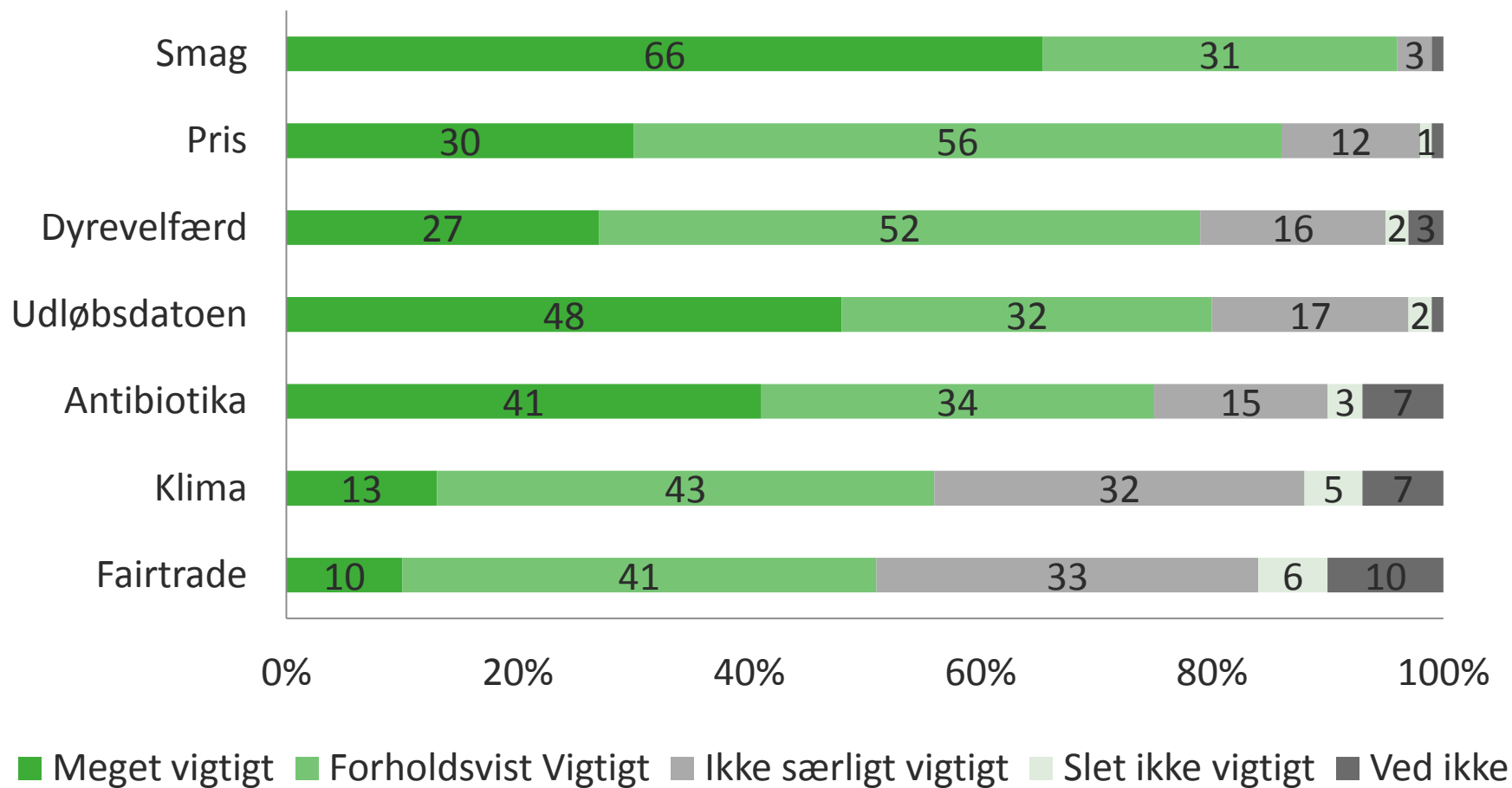


Hvem er forbrugerne?



Kilde: Adopteret fra Madindeks 2014, Aarhus Universitet & FVM

Hvor vigtigt er følgende, når du køber fødevarer?



Vi handler ikke altid efter holdning

Det kan skyldes mangel på:

- tillid til merværdien
- tiltro til, at netop mit valg nytter
- vilje eller evne til at betale, når andre ikke gør

Hvad spiller ind på "det rigtige valg"?

- økonomi, tid, sundhed, smag, praktik...
- uigennemskuelighed

Man kan ikke smage etikken



Foto: Thinkstock

Vi vil have let ved at træffe et trygt valg i supermarkedet

- Valgmuligheder på pris og kvalitet
- Klar mærkning og deklARATION
- Ingen vildledende markedsføring
- Tydelig oprindelse
- Produkter vi ikke bliver syge af



Foto: iStockfoto

Vi vil have lokalt produceret mad!

- Kortere afstand mellem producent og forbruger skaber tillid
- Handler ikke kun om geografisk afstand
- 76 % ville købe mere lokal mad, hvis tilgængeligheden blev bedre
- 67% af dem der køber lokal mad, gør det for at støtte lokale producenter



Foto: Forbrugerråde Tænk

Vi vil have en bæredygtig og etisk fødevareproduktion!

- Mere økologi
- Mindre madspild
- Mindre antibiotikaforbrug
- Dyrevelfærd
- Fokus på miljøet og det globale klima
- Ingen skadelig kemi



Foto: iStockphoto

Vi vil have ordentlige rammer og vilkår!

- Lovgivning nationalt og på EU-niveau skal sikre at bundniveauet er i orden
- Case - Forbrugerne vælger buræg fra:
 - Buræg i løssalg:
2010: 63%, 2014: 47%
 - I fødevareindustrien bruges næsten kun buræg



Konklusion

- Forbrugerne forventer en etisk og bæredygtig fødevarerproduktion
- Gode og gennemskuelige rammevilkår
- Lette, tilgængelige og trygge valg



Foto: Jens Dresling, Politiken.dk



Tak for
opmærk-
somheden!

Forbrugerrådet
Tænk