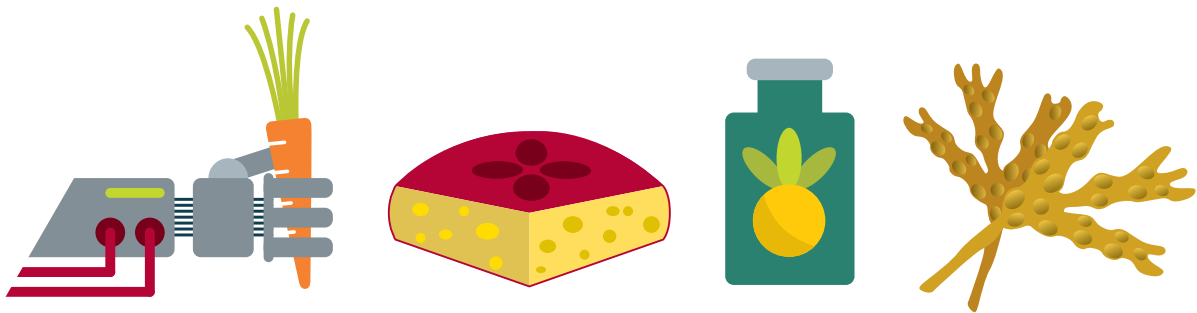


# Hvor er der grøde?

Hvad fødevareraktiviteter kan gøre for at udnytte potentialerne

**Hvor er der grøde i fødevarerhvervene i Region Sjælland? Kan fødevarerrelaterede virksomheder hoppe med på vognen? Det kan en rapport fra projektet "Greater Copenhagen – fremtidens MADmekka" svare på.**



## De spirende områder

Potentialer for fremtiden – hvad siger eksperter?

Region Sjællands egne analyser samt eksperter peger på følgende fødevarerrelaterede områder som spirende:

Eksisterende brancher:

- Landbrugsteknik (landbrugsmaskiner, redskaber m.v.)
- Ingredienser
- Frugt- og grøntavl
- Slik
- Engroshandel

Nye innovative brancher:

- Drikkevarer, især vin, spiritus og ikke-alkoholiske frugtdrikke
- Ost og specialmejeriprodukter
- Vegetabilsk havproduktion
- Babymad

Vækstpotentialerne skal nok findes blandt den innovative del af de mindre virksomheder. Her peges især på de gastronomiske primærproducenter, som samtidig går længere op i værdikæden gennem industriel forarbejdning, distribution og salg.

Som eksempler kan nævnes Knuthenlund og Frederiksdal Kirsebærvin på Lolland samt Dansk Tang og Rørvig Dessert i Odsherred.

Andre eksperter peger på, at vækstpotentialerne er knyttet til store udviklingstræk, nemlig økologi og lokal mad.

Kobling af land og by nævnes også af eksperter som et vækstområde, hvor Region Sjælland har fordel i forhold til andre danske regioner i nærheden til hovedstaden.

Selvom der kan peges på spirende områder med vækstmuligheder, ligger Region Sjælland generelt mindre godt end andre danske regioner for vækstpotentiale i fødevarerhvervet. Derfor skal der arbejdes hårdt for at konkurrere med fødevarer virksomheder i det øvrige Danmark.

## Hvad virksomheder kan gøre for at udnytte potentialerne

### ● Tænk i hele værdikæder

Det er generelt frugtbart for virksomhederne at lave samarbejder med leverandørerne før dem selv i værdikæden og med aftagerne efter dem selv. Avancerede fødevarerproducenter kan f.eks. få stor hjælp til marketing og innovation gennem aftaler med restauranter eller supermarkeds kæder.

### ● Opskaler

Hvis en virksomhed skal vokse, er det nødvendigt at øge produktionen, antallet af ansatte og graden af professionalisme. Virksomheden skal ud på et større marked, evt. eksportmarkedet, og gøre sig kendt. Det fører til en større standardisering af produkterne, som skal balanceres med innovation og gastronomisk kvalitet for at bevare sin værdi for brugerne.

### ● Tilføj en oplevelsesdimension

Oplevelser omkring fødevarerprodukterne sælger – også selvom det er standardprodukter. Virksomhederne kan også tænke oplevelse i forbindelse med turisme, f.eks. gårdbutikker, festivaler, besøg på produktionsstedet m.m.

Måske ligger de største muligheder for Region Sjællands mindre virksomheder på fødevarerområdet i nærheden til det store københavnske marked og i at fokusere på lokal mad.



Artiklen er baseret på rapporten "Regionale styrkepositioner for Region Sjælland på fødevarerområdet". Find den her: <http://cof.ruc.dk/cof/data/uploads/rapport.pdf>