

25 års fødselaren



Att.: Fødevareminister Dan Jørgensen

DLG Food
Vesterbrogade 4a
1620 København V
Tel 3368 3010
Fax 3368 8710
Reg SE 16 21 01 10

9. januar 2015

<http://www.dlgfood.dk/>

Side 1 af 2

Hjertelig tillykke til det "danske Ø-mærke"

Fornyet indsats omkring økologiske varer i 2015 – giver det vareknaphed?

Masser af gode initiativer er i gang inden for fødevarer, produktudvikling – og varer som skal være lokale, bæredygtige og hvor vi skal have et personligt forhold til det vi putter i munden. – Dette blandt andet takket være "Dagens fødselar – det røde Ø-mærke"

Som repræsentanter for en dansk fødevarevirksomhed (DLG Food – Frugt & Grønt), der dagligt kæmper for sine ejere, er det dejlige toner, som synges ud i alle medier, madprogrammer og stort set alle steder tales der mad.

Inden for den danske grønsags- og frugtproduktion, kan vi endnu engang rose os af, at alle i erhvervet løser dette vigtige vareområde med respekt for kvaliteten, smagen og brug af få hjælpepestoffer langt under det tilladelige. Så at spise hvad der er produceret af vegetabiliske produkter i Danmark, kan vi være stolte af, hvad enten det er konventionelt dyrket eller økologisk.

Et trængt erhverv, kan se frem til den fokus på bæredygtighed, nærhed, som det fortjener. Om en vare er lokal, når den er dyrket 20 kilometer fra butikken eller i en radius af 150-200 km som er definitionen i andre lande - er et temperaments spørgsmål. Selv syntes vi at Danmark er så lille et land, at vi som helhed burde kunne opfatte det som lokalt – således at varer dyrket på Bornholm, Samsø, Lammefjorden og andre fortræffelige steder, kunne høste respekten – som en lokalvare, der også kan købes i større geografisk område.

Økologien er på dagsordenen i alle danske butikskæder og nu også i forhold til den offentlige forplejning – skoler, plejehjem, sygehuse, kommunale køkkener og andre steder hvor der tilberedes mad til andre.

I lighed med satsningen i sommeren 1993, introducerer Coop nu igen lavere priser på økologiske produkter. Det kan alle naturligvis byde velkomment. Resultatet fra Coops konkurrenter kender alle – prisnedsættelser og et nyt niveau er skabt til glæde for forbrugerne.

Bagsiden af medaljen er herefter, hvordan vi sammen sikrer, at der er tilstrækkelige med økologiske produkter og erhvervet kan opnå den nødvendige merpris som regelsættet og det mindre udbytte resulterer i. Vores lovgivning har jo omlægningsperioden på de 2 år!

Varemangel var det store problem, som der opstod i 1993 – blandt købmændene og Brugserne hvor der skete hamstring for at få de fornødne varer til deres kunder og mange butikker måtte melde udsolgt.

Situationen bliver endnu vanskeligere i 2015, hvor hele Foodservice branchen, skal have varer til rådighed som i perioden betyder et øget behov af økologiske produkter på 3,5 – 4 mia. kroner kr. for opfyldelse af de offentlige handlingsplaner, om at 60% skal være økologisk i 2020. Samtidig er der meldinger om en 5-dobling af eksport inden for økologi.

Super initiativer- som er meget velkomne – bare at det betyder øget behov for danske økologiske produkter!!

Det der hidtil er sket, er som bekendt øget import i vækstrater som aldrig før – hvilket betyder at varerne fragtes over meget lange afstande hvor 1000 kilometer er mere normen end undtagelsen.

Så er det danske – det nære – det økologiske, hvor man ved selvsyn kan se produkterne vokse på markerne, ikke længere en mulighed i det omfang økologien fortjener.



Tillykke med fejringen af økologiens røde mærke som bliver 25 år i år – en super flot rejse samlet set, siden 1980 hvor FDB sammen med Svanholm Gods forsøgte at afsætte de første 5 tons økologiske gulerødder er der sket rigtig meget.

Det er med mange gode menneskers indsats, lykkedes at flytte økologien fra en apoteker/helsekost vare til en normal dagligvare i detailhandelen. En respekt der er globalt kendt!

Målet med denne fødselsdagsskrivelse er, ud over lykønskningen af 25 års jubilæet at opfordre til, at alle med interesse for at levere det kunderne efterspørger – sætter sig sammen og sikrer, at danske forbrugere fortsat kan lægge de samme værdier i den økologiske varekurv som hidtil, nemlig at produkterne er korrekt produceret og fra danske marker, når det er i sæson!

Om det så betyder nye måder at samhandle på for at kunne sikre leveringerne – kunne også være en spændende fornyelse.

De bedste hilsener og ønsker har vi til de næste 25 år

Cees Kuypers / Jan Kristensen

DLG Food – www.dlgfood.dk

