

Efterfrågedriven innovation för högre kvalitet på nöt- och lammkött

Ett treårigt EU-finansierat projekt med målsättning att skapa bättre förutsättningar för nöt- och lammköttproducenter i regionen Västra Götaland (Sverige), Nord- och Midtjylland (Danmark).

Detta är ett samarbete mellan forskning, lantbruk och industri som verkar inom köttnäringen.

I projektet fokuserar vi på att öka kunskapen om god ätkvalitet och etisk kvalitet från uppfödare till konsument.

Projektid: 2016-09-01 – 2019-08-31



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

- MAPP har tidligere arbejdet med dyrevelfærd i forskellige sammenhænge
- Vi ønsker at bygge videre på disse erfaringer og **at opnå en dybere forståelse for den rolle dyrevelfærd spiller for forskellige interessenters kvalitetsopfattelse af okse- og lammekødsprodukter**
- En værdikæde er et udtryk for den sammenhæng, der er via et givent produkt, er mellem primær producent, forarbejdning, distribution og forbruger
- I et værdikædeperspektiv fokuseres, der blandt andet på de interaktioner, der gør samarbejdet i kæden muligt



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

- ‘Værdi’ har en dobbelt betydning
 - Økonomisk – uden denne dimension kan der ikke skabes god dyrevelfærd i produktionen
 - Normativt/etisk – uden denne dimension reduceres dyrevelfærd til minimumsstandarder
- Hvilke udfordringer knytter der sig til at fastholde begge hensyn på tværs af de forskellige skel i værdikæden



AARHUS UNIVERSITY



Öresund-Kattegat-Skagerrak
European Regional Development Fund



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

- Udfordringen: hvad er så god dyrevelfærd?
- Forskellige perspektiver
 - 1: *Natural living approach* dyret mulighed for en naturlig adfærd
 - 2: *Biological function approach* dyrets adfærd skal ses i relation til de omstændigheder det holdes under
 - 3 *The subjective experience approach* et focus på dyrets følelser
- Der er ikke EN rigtig form for dyrevelfærd



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

- Vi fokuser på to typer af lange kæder
- Lange kæder
 - Detail
 - Ingen personlig interaktion
 - Stor volumen
 - Stabil forsyningsikkerhed
 - Faste forventninger
- Korte kæder
 - F.eks. Producenter med egen gårdbutik
 - Personlig interaktion
 - Lille volumen
 - Dynamiske forventninger



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

Udfordringen er grundlæggende at forskellige forståelser af dyrevelfærd spiller en rolle for forskellige interessenters kvalitetsopfattelse af okse- og lammekødsprodukter

Udfordringerne i henholdsvis korte og lange værdikæder bliver derfor forskellige

- Lange kæder
 - Fastholde etiske værdier igennem hele kæden
 - Skabe en fællesforståelse af hvad dyrevelfærd er og hvad det betyder for kødkvaliteten
- Korte kæder
 - Distribution
 - Ustabil forsyningssikkerhed



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

Udfordringerne omkring dyrevelfærd håndteres forskelligt i kort og lange kæder

- Korte – gennem interaktion (fx gårdbutikker)
 - Fordel: let at kommunikere dyrevelfærd
 - Ulempe: svært at skalere op
- Lange – gennem labels og fx 3 party certifikationer
 - Fordel: standardisering af dyrevelfærdsopfattelse
 - Ulempe: svært at bevæge sig udover standarderne



Delaktivitet 5.1: Dyrevelfærd i et værdikædeperspektiv

Diskussions spørgsmål

- Hvilke løsninger kan bidrage til at løse distributionsproblematikken i korte kæder
- Hvordan fastholdes etiske værdier, så som dyrevelfærd, i lange kæder

Hvilke ideer har i?

Hvilke konkrete eksempler kender i til?



Projektets övergripande mål

Målet för projektet är att finna fler innovativa tekniker och metoder som skapar bättre förutsättningar för primärproducenter och det vidareförädlade ledet inom regional nöt- och lammköttproduktion att möta efterfrågan ifrån olika kundgrupper avseende ätkvalitet och etisk kvalitet och därigenom stärka sin konkurrenskraft såväl nationellt som internationellt. Detta uppnås genom att utveckla, tillämpa och verifiera metoder och tekniker som utvecklats inom forskningen samt genom att stärka kommunikationen gentemot konsument för att öka deras kunskap om kött och köttkvalitet