



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Landbrugsstyrelsen



FONDEN FOR  
**PLANTEBASEREDE**  
FØDEVARER

# Strategi

**Flerårig strategi for Fonden for Plantebaserede Fødevarer**

# Om Plantefonden

**F**ødevaresektoren spiller en vigtig rolle i løsningen af de voksende klima- og miljøudfordringer. Derfor blev Fonden for Plantebaserede Fødevarer (Plantefonden) etableret som led i den grønne omstilling af dansk landbrug og madforbrug.

Fødevareproduktionen udgør en stor andel af Danmarks klimaaftryk, og ud over at en større andel af plantebaserede fødevarer i produktionen og på vores tallerkener vil bidrage til at reducere danskernes klima- og miljøaftryk, så vil det også være godt for folkesundheden.

I Danmark spiser vi i dag meget mere kød, end vi har gjort tidligere. Vi skal ikke mange generationer tilbage, før danskerne spiste mere planterigt, og det skal vi tilbage til. Nøglen til denne udvikling ligger i, at fødevaresektoren arbejder med smagen, ernæringen og madens kvalitet, så vi får lyst til nye valg og i sidste ende nye vaner.

Opbygningen af et stærkt hjemmemarked for plantefødevarer vil reducere danskernes klimaaftryk men også medvirke til, at danske virksomheder står stærkere på eksportmarkerne. Hvis den danske plantefødevaresektor skal i førertrøjen internationalt, er der stadig lang vej for en sektor, som på flere områder stadig er i eksperimentfasen. Derfor er Plantefondens formål at bidrage til at udvikle sektoren, så både vi herhjemme og udlandet kan nyde godt af fremtidens danske plantebaserede fødevarer. Fonden kan ifølge lovgrundlaget "(...) yde tilskud til vidensoverførsel og informationsaktioner, rådgivning, forskning og udvikling, herunder sortsudvikling, dyrkning og forarbejdning, og til fremstødsforanstaltninger for plantebaserede fødevarer, deltagelse i kvalitetsordninger og lignende".

Plantebaserede fødevarer defineres i loven som "alle fødevarer, der er fremstillet af planter samt spiselige svampe, alger og gavnlige mikroorganismer, herunder både uforarbejdede og forarbejdede råvarer og ingredienser evt. i kombination med enzymer og andre ikke-animalske ingredienser, der er egnede til fødevarefremstilling". Dvs. alt fra rodfrugter til hele planter, stængler, knopper, blomster, frugter og frø i alle afskygninger og svampe og gær samt tang og alger fra havsåvel som landbaseret brug mv.

Halvdelen af fondens midler skal søges målrettet projekter, der vedrører plantebaserede økologiske fødevarer. Danmark har en politisk målsætning om at fordoble det økologiske areal i 2030, og det kan Plantefonden bidrage til. Derudover er økologisk fødevareproduktion en succeshistorie, som en spirende dansk plantefødevaresektor kan opnå synergi-effekter med. Med klima- og miljøudfordringer som omdrejningspunkt for den grønne omstilling er bæredygtighed et centralt element i fondens måde at arbejde på. Bæredygtighed indebærer også, at de løsninger vi finder, skal bidrage til menneskers sundhed. Derfor er det vigtigt at sikre viden om sundhed og ernæring i alle led fra jord til bord, når vi udvikler nye madvarer, og sammensætter vores mad på nye måder.

Plantefondens strategi er flerårig og udarbejdes af fondens bestyrelse. Strategien vil senest blive revideret inden udgangen af 2026. Bestyrelsen laver desuden årlige handlingsplaner, der beskriver, hvilke områder fonden i særlig grad vil prioritere i det pågældende år.

# Vision

**Plantefondens vision er, at plantebaserede fødevarer skal spille en betydningsfuld rolle til gavn for fødevareerhvervets udvikling og for menneskers og klodens sundhed.**

# Strategiske udviklingsområder

Plantefonden har identificeret **tre strategiske udviklingsområder**, der vil være styrende for fondens aktiviteter frem mod 2030. Det drejer sig om efterspørgselsfremme, udbudsfremme og sektorbrobygning.



EFTERSPØRGSELSFREMME



UDBUDSFREMME



SEKTORBROBYGNING

# Indsats- områder

Under hvert af de tre overordnede strategiske udviklingsområder, har fonden udpeget nogle **konkrete indsatsområder**, hvor fonden ønsker at støtte projektaktiviteter. De seks indsatsområder ses herunder.



## Strategisk udviklingsområde: EFTERSPØRGSELSFREMME

Plantefonden vil bidrage til at understøtte en større efterspørgsel efter plantebaserede fødevarer, og til at gøre danske plantefødevarer til et attraktivt valg i Danmark og udlandet. De tre konkrete indsatsområder er:

- 1 Øge andelen af plantebaseret mad i offentlige og private storkøkkener og foodservices
- 2 Øge danskernes private forbrug af plantefødevarer
- 3 Øge efterspørgslen på danske plantefødevarer på eksportmarkederne



## Strategisk udviklingsområde: UDBUDSFREMME

Med fokus på udbudsfremme vil Plantefonden bidrage til, at der i Danmark produceres plantefødevarer, der er attraktive for både forbrugere og industri såvel herhjemme som i udlandet og under hensyntagen til miljø- og klima. De konkrete indsatsområder er:

- 4 Øge mængden og kvaliteten af de planteprodukter, der kommer på markedet
- 5 Øge volumen i dansk plantefødevareproduktion til lands og til vands



## Strategisk udviklingsområde: SEKTORBROBYGNING

Med fokus på sektorbroygning vil Plantefonden bidrage til at udvikle en sammenhængende plantefødevaresektor med et stadig større kendskab, vidensdeling og samarbejde på tværs af de mange forskellige aktører i værdikæden. Indsatsområdet beskrives her:

- 6 Styrkelse af hele værdikæden

# Mål

## I fondens første år er der ikke formuleret konkrete mål for fondens seks indsatsområder.

**A**lle projekter registreres, hvor relevant, på hvilke/t af strategiens indsatsområder de bidrager til. Dette gør det muligt at føre statistik over anvendelsen af fondens midler til brug ved evaluering af fondens virke samt ved videreudvikling af strategien og udarbejdelse af de årlige handlingsplaner. Desuden skal erfaringen med fondens første ansøgningsrunde/r danne baggrund for udarbejdelse af mere konkrete mål, som vil blive beskrevet i strategien i kommende år.

### Allerede fra fondens første år opererer Plantefonden dog med tre overordnede mål:

**1** Mindst 60 pct. af fondens midler går til partnerskabsprojekter. Det vil sige, at der i det enkelte projekt deltager mindst to selvstændige aktører fra forskellige led i værdikæden. Dette mål dækker alle projekter på tværs af fondens tre strategiske udviklingsområder, og dermed ikke kun projekter, der konkret har til formål at styrke sektorbrobygning eller værdikædeprojekter i anden forstand.

**2** Plantefonden har som målsætning, at mindst 70 pct. af projekterne når deres konkrete projektmål. Målet om 70 pct. skal muliggøre en balance mellem det resultatorienterede og viljen til at tage risici i stræben efter innovation. Fonden imødekommer altså både den type projekter, hvor sikkerheden for leverancer og dermed resultater er relativt høj, såvel som de projekter, hvor der er større risiko forbundet med projektets leverancer, men hvor innovationsambitionerne til gengæld er højere.

**3** Idet mindst halvdelen af fondens midler ifølge fondens lovgrundlag skal søges målrettet projekter og aktiviteter, der vedrører økologiske plantebaserede fødevarer, tilstræbes det med denne handlingsplan at mindst 50 pct. af fondens midler anvendes til økologiprojekter. Ekstraordinært for Plantefondens første år er 25 mio. kr. af fondens pulje blevet udmøntet inden første ansøgningsrunde. Dette er sket gennem Fonden for Økologisk Landbrug, og betyder, at der allerede ved ansøgningsrundens start er blevet uddelt 25 mio. kr. til projekter vedrørende økologiske plantefødevarer.

# Efterspørgsels- fremme

Plantefonden vil bidrage til at understøtte en mere plantebaseret madkultur og til at gøre danske plantefødevarer til et attraktivt valg i Danmark og udlandet.



## EFTERSPØRGSELSFREMME

**E**n stor udfordring for udviklingen af den plantebaserede fødevaresektor er, at efterspørgslen blandt danske forbrugere halter. En større produktion af plantebaserede fødevarer er ikke rentabel, hvis efterspørgslen mangler. Vi har travlt, hvis vi skal nå målsætningerne for den grønne omstilling, og selvom der lanceres stadig flere nye planteprodukter, så er efterspørgslen kun svagt stigende. Hvis vi skal rykke procenter og ikke promiller af befolkningen, kræver det en justering af vores madkultur mod mere plantebaseret mad. Mange produkter lever ikke op til forbrugernes forventning til smag og kvalitet. Det giver skuffede forbrugere, der ikke laver genkøb. Der er desuden et begrænset udbud inden for flere kategorier af plantebaserede fødevarer, og inden for andre er variationen begrænset.

Det handler om måltider, og derfor om mennesker og de oplevelser vi har med vores mad. Derfor skal de gode madoplevelser, pris, tilgængelighed og convenience prioriteres i det arbejde, Plantefonden støtter. I udviklingen af et nyt produkt betyder det, at der skal være fokus på konsistens, kvalitet og smag. Også måden, vi omtaler fødevarer på, kan have stor betydning for den udvikling, Plantefonden skal bidrage til. Plantemad skal ikke klinge elitært eller ekskluderende. Det skal bare igen være lige så normalt at spise overvejende plantebaseret mad, som det var tidligere. Taler vi f.eks. om "erstatninger" og om at "undvære" om "klima" og "ernæring"? Eller siger vi "tilvalg", "planterig" og "flere lækre, lokale råvarer i vores måltider"?

Plantefonden vil arbejde for, at danskerne kommer til at sætte det grønne forrest, når der skal handles. Vil vi derhen, skal vi give danskerne mulighed for at opleve plantemad som lækkert, tilgængeligt og til den rette pris, så flere planter bliver et naturligt valg.

Økologien er i forhold til efterspørgselsfremme et vigtigt redskab i fondens bidrag til den grønne omstilling. Økologien kan bruges som løftestang på hjemmemarkedet, hvor den er i særlig høj kurs. Økologisk mad forbindes af mange danske forbrugere med bedre smagsoplevelser, sundhed og hensyn til miljøet, og dette gælder ikke mindst økologiske plantefødevarer. Derudover er den danske økologistrategi en faktor, som kan bruges aktivt i Plantefondsprojekter på plantefødevarerområdet. F.eks. kan økologimærkningen i offentlige stor- ►



- køkkener bruges som løftestang for at få flere planter på menuen. Økologiske køkkenomlægninger går ofte hånd i hånd med en øget planteandel i indkøbene, da dette muliggør en omkostningsneutral omlægning. Det er oplagt for projekter vedr. efterspørgselsfremme at bidrage til den dynamik.

Formålet med etableringen af Plantefonden rækker desuden ud over Danmarks grænser. Hvis fondens bidrag skal have en reel effekt for de grønne målsætninger og sektorens økonomiske vækst- og arbejdspladspotentiale, skal plantefødevareproduktionen op i en væsentlig større volumen. I den opskalering kan international salg fremme være en afgørende katalysator. Derfor skal eksporten tænkes ind, når Plantefonden adresserer udfordringerne på efterspørgselsiden. Danmarks førerposition på økologiområdet kan også bruges aktivt i arbejdet med efterspørgselsfremme ude over landets grænser. På baggrund af dette udfordringsbillede er det altså vigtigt at satse på forskellige tiltag og effekter samtidig på både kort og langt sigt, og med øje for både lokale, nationale og internationale potentialer.

### 1 Øge andelen af plantebaseret mad i offentlige og private storkøkkener og foodservices

Plantefonden kan på kort sigt, men også i det lange perspektiv få effekt på efterspørgslen ved at facilitere introduktionen af nye plantefødevarer i stor skala. Det kunne være via projekter, der handler om at facilitere partnerskaber mellem plantefødevareproducenter og food services eller andre storkøkkener såsom i offentlige kantiner eller institutioner. Et sådant partnerskab giver på kort sigt afsætning af de pågældende varer. Opkvalificering af køkkenpersonale i offentlige og private storkøkkener er et andet vigtigt satsningsområde. Alene offentlige storkøkkener serverer dagligt op mod 650.000 måltider til danskerne. Derfor vil en justering i forholdet mellem animalsk og vegetabilsk på tallerkenene, som kommer fra disse køkkener, få stor effekt. Af den grund kunne undervisning og udvikling af undervisningsmateriale til private og offentlige storkøkkener i institutioner, food services, kantiner mm. med fokus på kostrådene, være oplagte støtteområder for Plantefonden. Samlet set kan et succesfuldt arbejde med at øge andelen af plantefødevarer i offentlige og private storkøkkener også få indflydelse på forbrugernes madvaner generelt. På sigt kan f.eks. arbejdskantinens introduktion af velsmagende, mere plantebaserede retter inspirere medarbejderne til at udvide paletten hjemme i de private køkkener.

### 2 Øge danskernes private forbrug af plantefødevarer

Et eksempel på en langsigtet satsning er at understøtte udviklingen af en fremtidig madkultur i Danmark, som i højere

grad bygger på plantebaseret mad. Plantefonden vil blandt andet arbejde for, at en større andel af danskerne i 2030 spiser efter de officielle danske kostråd om plantefødevareindtag. Det, der afgør, hvad der kommer i indkøbskurven kan være så forskellige ting som smag, pris, næringsværdi, klimavenlighed, økologi, lokal produktion eller bare hvor hurtigt, man kan tilberede en ret. Fonden ønsker at støtte variationer af indsatser, der konkret kan fremme andelen af plantebaserede fødevarer i danskernes måltider. Det kan være konkrete initiativer for at øge andelen af plantebaserede fødevarer i convenience-produkter, måltidskasser, eller hvordan forbrugerne eksponeres for flere og bedre plantefødevarer på måder, der gør dem mere attraktive. Fonden støtter alt fra initiativer, der fremmer danskernes forbrug af friske råvarer til højt forarbejdede produkter, der erstatter animalsk med plantebaseret. Fonden kan f.eks. støtte projekter, der handler om at etablere en kortere vej fra jord til bord, så forbrugerne i højere grad præsenteres for friske, lokale råvarer, herunder skal ikke mindst frisk danskproduceret frugt og grønt gøres mere tilgængeligt.

At udvikle en mere plantebaseret madkultur kræver også inddragelse af relevante fagfolk såsom kokke, køkkenprofessionelle, madsociologer, ernæringseksperter, diætister, sundhedsplejersker m.fl. Det kræver også at plantedagsordenen forankres i uddannelsessystemet. Et bidrag hertil kan f.eks. være at styrke undervisning af børn og unge i mere plantebaseret madlavning. Særligt børn og unges maddannelse kan involvere hele processen fra jord til mave, for at give en forståelse af sammenhængen mellem mad, miljø og mennesker. Praktisk erfaring af den art kan blandt andet give forståelse for noget så fundamentalt som råvarers oprindelse og fordelene i både pris, smagfuldhed og næringsværdi ved at spise efter årstiderne. Hvis fremtidens forældre skal putte mere plantebaseret mad i indkøbskurven, så skal opvæksten byde på oplevelser af, at mere plantebaseret mad kan være både nemt og lækkert. Det kan ikke forventes, at travle børnefamilier tager den opgave på sig, men Plantefonden kan støtte aktører, der kan bidrage til dette.

### 3 Øge efterspørgslen på danske plantefødevarer på eksportmarkederne

Plantefonden vil også bidrage til, at primærproducenter og/eller forarbejdningsleddet kan gå sammen om salg fremstød herhjemme såvel som i udlandet. Støtte til f.eks. deltagelse på internationale messer kan bidrage til at åbne udlandets øjne for danske fødevarers kvaliteter. Grundet den relativt høje danske fødevarer sikkerhed og den stigende efterspørgsel på dansk økologi har danske plantefødevarer et stærkt brand og nogle eksisterende salgskanaler at læne sig op ad i arbejdet for at øge den internationale efterspørgsel på danske produkter, ikke mindst i nærmarkederne.

# Udbudsfremme

Plantefonden vil bidrage til, at der i Danmark produceres plantefødevarer, der er attraktive for både forbrugere og industri såvel herhjemme som i udlandet og under hensyntagen til miljø- og klima.



## UDBUDSFREMME

**N**ogle af de store udfordringer på udbudssiden består i at sikre tilstrækkelig viden, den rette kvalitet, tilgængelighed og en større volumen i produktionen og udviklingen af danske plantefødevarer. Der skabes stadig flere nye produkter og eksperimenteres med dyrkningsmetoder i jord og akvakultur, indførsel af nye og genindførsel af historiske sorter, ligesom der arbejdes med nye former for forarbejdning, så nye typer plantefødevarer kan imødekomme forbrugernes behov. Her kan f.eks. smag eller viden om den ideelle ernæringsmæssige sammensætning i et forarbejdet produkt, eller om hvorvidt en råvare egner sig til humant konsum være en udfordring.

Vi skal blive bedre til at sikre, at det der produceres og afsættes, også er det, der fungerer for forbruger, samfund og miljø på både kort og langt sigt. Innovationen skal tage højde for både menneskers og naturens sundhed, men også en hel række andre ting som f.eks. anvendelsesmuligheder og tilgængelighed. De komplekse krav kalder på helhedsorienterede løsninger, hvor parter der supplerer hinandens viden arbejder sammen fra projektidé til forbruger. Det samarbejde er også afgørende for succesfulde produktlanceringer. Det er vigtigt, at nye produkter er gennemtestet for bl.a. kvalitet, sundhed, lødighed og forbrugeraccept, før de kommer på markedet. Produktlanceringer, der giver anledning til negative madoplevelser, kan have negativ effekt på indsatsen for at gøre danske plantefødevarer mere attraktive.

Et andet vigtigt element er gennemsigtighed. Vi har brug for at vide, hvad vores mad er lavet af, hvor den kommer fra, og hvilke produktionsmetoder der er blevet anvendt. Derfor er f.eks. sporbarhed noget producenter af plantefødevarer skal forholde sig til. Det gælder produkters sporbarhed i den direkte forbrugerkommunikation og i forhold til viden og dataopsamling om fødevarekvalitet og oprindelse gennem hele værdikæden. Et sidste opmærksomhedspunkt er skalering og effekt. Hvis den danske produktion af plantefødevarer skal bidrage mærkbart til de politiske målsætninger om bl.a. klimareduktioner, så kræver det, at vi kommer op i en meget større volumen, end det er tilfældet for produktionen i dag. Derfor vil fonden støtte op om tiltag, der bidrager til at øge den samlede volumen af råvarer til plantefødevareproduktionen, hvad enten de dyrkes til lands eller til vands. ►

#### 4 Øge mængden og kvaliteten af de plante-produkter, der kommer på markedet

Hvad enten man udvikler et produkt, dyrker en ny sort eller laver kampagner om plantefødevarer, er det vigtigt at alliere sig med partnere med den relevante viden. Derfor støtter Plantefonden samarbejdsprojekter om f.eks. produktudvikling, der inddrager relevant forskning og viden. Smag og sundhed skal selvsagt i højsædet i projekter, som Plantefonden støtter. Bl.a. skal produktionen af frisk frugt, bær og grønt til direkte konsum og til industri i stigende grad være en del af jordbruget på tværs af landet. I det hele taget skal variationen i råvaregrundlaget øges af hensyn til de forskellige anvendelsesformål, og for at kunne sikre den bedste smagsoplevelse og det ønskede ernæringsindhold.

Derudover er viden om ernæring centralt i alle led på udbudssiden. Selvom en afgrøde for eksempel er meget rig på proteiner, betyder det ikke, at netop denne plantes proteiner omsættes effektivt hos mennesker. Ernæringskvaliteten kan altså være meget anderledes end man umiddelbart kan antage. Der er mange faktorer, der har betydning for forbrugeren, for produkters succes og dermed for, at vi kan fremme udbuddet. Plantefonden lægger derfor også generelt vægt på, at produkter og løsninger er markedsparate, før de møder forbrugeren. Også her kommer forskning og vidensdeling ind i billedet. Forskningen kan f.eks. bidrage til at teste forbrugeraccept i forhold til smag, konsistens eller anvendelighed i en travl hverdag.

#### 5 Øge volumen i dansk plantefødevareproduktion til lands og til vands

Plantefonden kan støtte projekter, der bidrager til at øge volumen og variation i danskproducerede råvarer. Der er brug for flere danskproducerede råvarer, så industrien ikke i samme grad er nødt til at importere deres råvarer. Samtidig er en større volumen afgørende, for at nå op i den skala, der kræves for at kunne eksportere. Nye sorter og nye krav til miljøhensyn indebærer også, at man går til dyrkning på nye måder. Derfor vil støtte til udvikling af for eksempel dyrkningsvejledninger også være et oplagt bidrag til at øge den danske plantefødevareproduktion. Plantefondsprojekter vedrørende cirkulær ressourceanvendelse vil være relevante, så vi sikrer mere effektiv ressourceanvendelse, ikke mindst projekter der bidrager til at flere arealer anvendt til foderafgrøder omlægges til råvarer til human konsum.

Hvis opskalering af udbuddet skal være attraktivt for producenterne, vil det blandt andet afhænge af, at der er sikkerhed for afsætning gennem de forskellige led i værdikæden. Fonden vil derfor understøtte aktiviteter, der styrker samarbejdet på tværs af værdikæden med det formål at råvareproducen-

ter, forarbejdningsled, distribution og afsætningsled opnår en større sikkerhed for indbyrdes leverancer og afsætning. Hvad enten man producerer råvarer til lands eller til vands er formålet med samarbejder på tværs at øge vidensdeling, så ikke alle behøver lave de samme fejl, men i stedet kan bygge på viden fra hinanden, fra relevante konsulenter og fra forskningsresultater. Vidensdelingen i sådanne samarbejder skal altså bidrage til både at mindske risici i de forskellige led og øge succesraten for produkterne på markedet og i sidste ende for målet om en øget plantefødevareproduktion. Sidst men ikke mindst er der behov for at bidrage til bedre rammer for produktion og forarbejdning. Derfor kan Plantefonden oplagt støtte projekter, der f.eks. har til formål at udvikle eller afprøve nye produktions- og forarbejdningsfaciliteter. Fonden kan ikke yde decideret investeringsstøtte til f.eks. køb af udstyr, men det vil være oplagt at støtte ny- og videreudvikling af produktionsfaciliteter i forbindelse med forsknings- og innovationsprojekter f.eks. i udvikling af nye typer af produkter eller nye måder at forarbejde på.

# Sektor- brobygning

Plantefonden vil bidrage til at udvikle en sammenhængende plantefødevareresektor med et stadig større kendskab, vidensdeling og samarbejde på tværs af værdikædens forskellige aktører.



## SEKTORBROBYGNING

**D**en danske plantefødevaresektor er præget af, at der ikke, som i den animalske produktion, er etableret en stærk og sammenhængende værdikæde. Det skyldes blandt andet, at branchen ikke har en lang historie med de deraf

følgende slagte veje for produktionen, hvad angår det praktiske eller det regulatoriske. Det betyder, at der stadig er mange usikkerheder forbundet med både produktion og forbrug. Inden for disse usikre rammer er der samtidig et stort behov for at eksperimentere og lære nyt, for at opnå en viden om, hvad der fungerer bedst i alle led fra råvareproduktion til tallerkenen. Hvad der for eksempel kan se fornuftigt ud på marken, kan måske blive afvist af forbrugeren eller forarbejdningsled-det på grund af smag, pris eller næringsværdi eller andet. For primærproducenterne kan der være stor usikkerhed forbundet ved at skulle omlægge til nye plantefødevarer, der kan kræve andre dyrkningsteknikker end foderplanter, og stiller højere krav til kvalitet og ensartethed.

For både råvareproducenter, industri og afsætningsledet er der blandt andet behov for en større sikkerhed for, at varerne kan afsættes. Det gælder ikke mindst mindre virksomheder og start-ups, og kan bl.a. opnås ved fordeling af risici. Enhver form for innovation indebærer risici, men hverken primærproducenten, detailledet eller andre aktører ønsker at stå alene med de risici og udgifter, som innovationen i plantefødevaresektoren kan indebære. At overkomme eksisterende barrierer kræver mere effektivt samarbejde, og at opbygge tillid på tværs af værdikæden. Tætte samarbejder kan udvikle og teste nye forretningsmodeller, som kan maksimere effekt og succes lokalt eller internationalt. Tillid står også helt centralt for forbrugeren, og også her er sektorbrobygning af afgørende betydning. Der er brug for dataopsamling på tværs af værdikæden, hvis vi skal sikre produkters sporbarhed ifht. fødevarekvalitet og oprindelse både af hensyn til gennemsigtighed for forbrugerne og ifht. at styrke fødevaresikkerhed. Plantefonden vil derfor lægge vægt på at støtte aktiviteter, som styrker tværgående partnerskaber, der bidrager til at viden deles, og at risici og udgifter fordeles mellem flere parter.

I Danmark importeres der fortsat et stort omfang af f.eks. korn, bælgfrugter, frugt, bær og grønt. Plantefonden vil støtte projekter, der bidrager til, at der produceres flere produkter i Danmark, herunder flere råvarer i sæson og mere frisk, lokalt produceret grønt, som når ud til danske kunder på mere di- ►

▶ rekte måder. Samtidig ønsker fonden at bidrage til en generel opskalering af danske produkter – ikke mindst økologiske – der kan imødekomme fødevarerindustriens behov for danskproducerede råvarer. I den opskalering spiller eksport en vigtig rolle. Hvis råvareproduktionen skal nå en volumen og en prissætning, der gør den attraktiv for dansk fødevarerindustri, må eksporten tænkes ind i måden, vi udvikler sektoren på. Endelig er eksporten væsentlig, hvis fondens bidrag til de grønne målsætninger skal have en væsentlig effekt, eller med andre ord: hvis skal rykke procenter og ikke promiller. Derfor bør eksporten, hvor det er relevant, tænkes ind i sektorbrobygningen, og det er oplagt at projekter orienterer sig mod potentialer i store nærmarkeder.

Sektorbrobygning skal altså bidrage til at accelerere nytænkning både i form af konkrete indsatser, og ved at vi udvikler og anvender ny viden. Fordi styrkelse af værdikæden er så grundlæggende for udviklingen af en konkurrencedygtig plantefødevarersektor, står sektorbrobygning helt centralt i Plantefondens virke. Det betyder, at det generelt ses som en kvalitet og en fordel, at projekter drives af flere parter, der supplerer hinandens kunnen og viden på tværs af flere sektorled, uanset om man arbejder med udbuds- eller efterspørgselsrelaterede tiltag. Brobygningen er også et relevant parameter, hvad enten projekter relaterer sig direkte eller indirekte til det traditionelle landbrug, moderne dyrkningsformer, gartneri eller akvakultur. Der kan selvfølgelig også være eksempler på projekter med en enkelt projektholder, der giver mening i egen ret, men overvejende lægger Plantefonden vægt på at støtte samarbejde.

## 6 Styrkelse af hele værdikæden

Hvis Danmark skal gøre en forskel på verdensplan i forhold til omstilling til en mere plantebaseret fødevarerproduktion, ligesom vi har gjort det på f.eks. området for vindenergi, så bør Danmark gå forrest, og udvikle en model, der rykker ved vores madvaner. Det skal være en model, den vestlige verden kan blive inspireret af. Plantefonden vil bidrage til en sådan model, og sektorbrobygning et centralt element i det udviklingsarbejde. Plantefonden ønsker generelt at støtte initiativer, der bidrager til en sammenhængende og konkurrencedygtig plantefødevarersektor. Det kan være etablering eller styrkelse af tværfagligt samarbejde mellem industri, madhåndværkere, uddannelsesmiljøer og fødevarer teknologi, eller initiativer der bidrager til at geare relevante fagfolk til mere plantebaseret produktion og forbrug, så vi sikrer den nødvendige vidensdeling i alle led, herunder også om sundhed. Det afgørende er, at projektholdere gør sig klart, hvordan et projekt spiller ind i den samlede værdikæde og hos mennesker og miljø. Denne viden skal bruges aktivt i tætte samarbejder på tværs af de forskellige led i sektoren, og med øje for præferencer og behov hos slutforbrugeren, hvad enten man orienterer sig mod danske eller internationale markeder.



**Fonden for Plantebaserede Fødevarer**

Flerårig strategi

Plantefonden  
Landbrugstyrelsen  
Nyropsgade 30  
1780 København V

[plantefonden@lbt.dk](mailto:plantefonden@lbt.dk)

[www.plantefonden.dk](http://www.plantefonden.dk)