

PLANT POWER

GOD GOD GUIDE

Til plantebaseret iværksætteri



plant
power

Boosting Innovation for Food SMEs

2025
Vejledning i god praksis

Af
Plant Power Consortium

www.plantpowerproject.eu



Co-funded by
the European Union

Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA) synspunkter. Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig for



Indhold

01	Indledning _____	4
02	Plantebaseret iværksætteri _____	7
03	Gode praksiseksempler _____	13
	• Generelt overblik	14
	• Casestudier fra Irland	16
	• Casestudier fra Spanien	30
	• Casestudier fra Slovakiet	44
	• Casestudier fra Danmark	58
	• Grækenlands casestudier	73
04	Ordliste _____	85
05	Afsluttende bemærkninger _____	87
06	Bibliografi _____	89



Co-funded by
the European Union



Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis synspunkter og meninger hos Den Europæiske Union eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA). Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig for disse.

Denne licens giver genbrugere ret til at distribuere, remixe, tilpasse og bygge videre på materialet i ethvert medium eller format, så længe ophavsmanden krediteres. Licensen tillader kommerciel brug. CC BY indeholder følgende elementer: BY: ophavsmanden skal krediteres.

Vejledningen præsenterer **25 gode praksis eksempler** fra forskellige nationale kontekster – **Irland, Slovakiet, Spanien, Grækenland og Danmark** – der hver især adresserer centrale aspekter af plantebaseret innovation.

Vejledningen præsenterer 25 gode praksis eksempler fra forskellige nationale kontekster: Irland, Slovakiet, Spanien, Grækenland og Danmark – hver især med fokus på centrale aspekter af plantebaseret innovation. Disse praksis eksempler omfatter initiativer, forretningsmodeller, produkter og politikker, der bidrager til produktion og promovering af plantebaserede fødevarer. Ved at fremhæve disse eksempler ønsker vejledningen at øge bevidstheden om, hvor vigtigt det er at opkvalificere fødevarefagfolk. For at øge denne vejlednings pædagogiske værdi og engagement har vi indarbejdet semistrukturerede interviews, der præsenteres i både podcast- og videoformat. Disse interviews giver

førstehåndsblik fra brancheeksperter, iværksættere og andre interessenter, der er involveret i plantebaseret innovation.

Vejledningen har angivet relevante aldersgrupper for hver casestudie: **begynder (13-15)**, **mellemniveau (16-18)** og **avanceret (18+)**. Denne vejledning kan bruges af undervisere til at anvende casestudierne i klassesamtaler, gruppearbejde, projektbaseret læring eller til forskningsopgaver.

Bemærk, at der er en ordliste med tekniske termer i slutningen!

Inkludering af multimedier. Indhold, der er afgørende af flere årsager:.

- 01** **Fanger** elevernes opmærksomhed mere effektivt end tekst alene, hvilket gør læringsoplevelsen mere engagerende og mindeværdig.
- 02** **Podcasts og videoer** kan tilgås på forskellige enheder og platforme, så eleverne kan engagere sig i indholdet, når det passer dem.
- 03** **Forskellige elever har forskellige præferencer** for, hvordan de forbruger information. Ved at tilbyde indhold i flere formater imødekommer man en bredere vifte af læringsstile.
- 04** **Interviews med fagfolk fra branchen** giver praktisk indsigt og eksempler fra virkeligheden, der kan inspirere og informere eleverne.

Vejledningens
innovative praksis
viser potentialet for
positive forandringer i
fødevarerindustrien og
tilbyder praktiske
løsninger til en mere
bæredygtig fremtid.



25

God
Gode



5

Lande



5

Videointervi
ews



4

Podcasts



25

Kort
beskrivelse

01

Indledning



Plant Power Inspirational Good Practice Guide er omhyggeligt udviklet for at give fødevareentreprenører, undervisere og SMV'er værdifuld indsigt og innovative praksis inden for plantebaserede fødevarer. Da EU's marked for plantebaserede fødevarer fortsætter med at vokse, fungerer denne guide som en omfattende ressource, der er designet til at inspirere og informere dem, der er engagerede i at have en positiv indvirkning på både miljøet og den plantebaserede industri.

Den forskningsramme, som denne vejledning er baseret på, er en kombination af kompetencebaseret uddannelse (CBE) og narrativ forskningsmetode (StM). Disse metoder er valgt for at sikre, at vejledningen ikke kun er lærerig, men også engagerende og tilbyder praktisk viden, der kan anvendes i virkelige situationer.

Kompetencebaseret uddannelse (CBE)

Denne metode er en innovativ tilgang, der anvendes i videregående og ikke-formel uddannelse, hvor læringsmaterialet og dets formidling organiseres i henhold til de kompetencer/færdigheder, der behandles, og hvor læringsudbyderens læring vurderes på baggrund af det resultat, som undervisningsmaterialet sigter mod, i stedet for at følge et mere "kursusbaseret" skema, der er organiseret efter timer eller kreditpoint (Oroszi, 2020).

En ressource organiseret efter kompetencer måler elevernes fremskridt ved hjælp af et specifikt kriterium baseret på, hvilke konkrete færdigheder undervisningsmaterialet sigter mod at undervise i. Disse færdigheder skal kunne anvendes i virkelige scenarier. Dermed tilbyder den afgrænsede læringsresultater, der er skræddersyet til en praktisk tilgang, hvor den lærende ikke behøver at udvikle et

komplekst netværk af akademiske associationer. Af den grund er denne type læring ideel for fagfolk, der ønsker at opgradere deres virksomheder eller opnå en konkret konkurrencemæssig fordel, der kan anvendes i deres daglige arbejde.

Desuden er CBE-læring velegnet til online- og hybriduddannelse. Guideens online-karakter giver de lærende mulighed for at følge en kontinuerlig læring og viser engagement i tilgængelig læring. Materialerne kan let tilpasses til onlinebrug, herunder interaktivt indhold såsom webinarer, videoer, podcasts og lignende ressourcer. Tilbuddet af en bred vifte af interaktive ressourcer styrker ikke kun relevansen af asynkron læring, men styrker også effektiviteten af CBE-metodologien ved at opbevare de uddannelsesmæssige resultater i et digitalt format, som den lærende kan tilgå når som helst. (Kim, Park, O'Rourke, 2017)



Storytelling Narrative

Forskningsmetode (StM)

Denne metode er særligt velegnet til den type uddannelsesresultater, der udvikles. Det skyldes, at storytelling ikke kun kommunikerer og fremmer interessenternes engagement, men også giver de lærende mulighed for at bearbejde, fortolke og genfortolke kvalitative resultater ved at udløse en dybere refleksion og analyse af specifikke emner eller kompetencer.

StM er en kvalitativ forskningsmetode, der bygger på vigtigheden af 'kildeshistorier'. I dette tilfælde refererer kilderne til personers historier (erfaringer, opfattelser og fortolkninger af begivenheder). De rige indsigter, realiteter og nuancer i feltoplevelser kan ofte være udfordrende for forskere at oversætte til akademisk skrivning. Desuden går fortællingerne ofte i dybden med specifikke emner, som kan være vanskelige at undersøge og formidle ved hjælp af konventionelle metoder. StM præsenteres derfor som en ramme, der giver en løsning på dette problem. StM anvender derfor en narrativ tilgang, der fokuserer på de kvalitative input, som kilderne leverer, og udforsker deres komplekse, levede historier i stedet for blot at indsamle objektive data (Landrum, Brakke, McCarthy, 2019).

Storytelling Fortælling Forskning. Metodologi.

0

Analyse af
konkrete
emner

02

Virkelige
eksempler

03

Fokus på
den
specifikke
narrative
input

04

Mulighed
for
interaktivt
indhold
(podcasts,
optagelser)

01

Fokus på
konkrete
færdigheder
/kompetencer

0

Forbedre
praktisk
viden, der
kan
anvendes i
dagligdagen

0

Resultatorien
teret

04

Tilpasset
onlineunder
visning

Kompetence - Baseret Uddannelse

02

Plantebaseret Iværksætteri



SEKTORER

Plantebaseret iværksætteri i fødevarer sektoren vinder hurtigt frem og får stadig større opmærksomhed, da forbrugerne i stigende grad prioriterer miljømæssige og etiske forretningsmetoder.



Ikke alle **plantebaserede initiativer** er dog ens, og som de gode eksempler viser, findes der mange relevante typer:

01. Fødevarer og drikkevarer

Denne sektor er den vigtigste for plantebaseret innovation, da den fokuserer på at skabe alternativer til animalske produkter inden for mange forskellige områder (kød, mejeriprodukter, fisk og skaldyr osv.) samt på måden, hvorpå fødevarer produceres (klar til brug, frosne osv.). Drivkraften bag er normalt at tilbyde alternativer i forhold til kosten og dermed give det voksende marked for vegetariske/veganske produkter større variation.

02. Ingrediensleverandører

Leverandører er en integreret del af plantebaseret innovation, da plantebaserede ingredienser giver store muligheder for integration i fødevarer-, kosmetik- og andre relaterede industrier. Eksempler på disse leverandører kan være proteiner (soja, ris, bønner), naturlige sødestoffer (stevia), olier, fedtstoffer eller andre ingredienser (fibre, gummi osv.).

03. Kosmetik

Kosmetikbranchen integrerer i høj grad plantebaserede ingredienser på grund af deres naturlige virkning og mildere indvirkning på kroppen, især i følsomme områder (hud, hår, generel hygiejne osv.). Erstatning af aggressive kemikalier med naturlige ingredienser er en tendens, hvor plantebaserede ingredienser spiller en vigtig rolle.

04. Emballage og materialer

Udvikling af alternativer til plast og andre petroleumbaserede materialer har fået særlig opmærksomhed i kampen mod klimaforandringer og implementeringen af bæredygtige praksisser. Aktiviteter såsom udvikling af biologisk nedbrydelige materialer, komposterbar emballage gennem plantebaserede løsninger (tang, majsstivelse, træ, naturlige harpikser...)

05. Bylandbrug og landbrug

Denne sektor anses også for at være meget relevant for plantebaserede produkter, især i byområder. Udvikling af teknologi og specifikke teknikker til bæredygtigt landbrug skaber muligheder for vækst inden for regenerativt landbrug og permakulturvirksomheder.



Muligheder

De **25 gode praksiseksempler**, der præsenteres her, er perfekte eksempler på **iværksættere, der så en mulighed, et hul i markedet, og greb chancen for at investere i det.**



Nogle muligheder er:

01. Produktinnovationer

Dette er den mest oplagte mulighed. Efterspørgslen efter forskellige og spændende plantebaserede produkter stiger, og iværksættere må derfor eksperimentere med nye kategorier eller forskellige sektorer (f.eks. fra fødevarer og drikkevarer til kosmetik), da meget af denne viden kan overføres.

02. Markedsvækst

Efterspørgslen vokser hurtigt, da flere forbrugere søger bæredygtige produkter, og deres valg er baseret på dette. Nye data viser, at den plantebaserede sektor fortsætter med at vokse. Selvom det skaber konkurrence, giver det også betydelige muligheder for plantebaserede virksomheder.

03. Sundheds-/wellnessbranchen

I øjeblikket lægger samfundet stor vægt på kosten (da de negative virkninger af hurtige og forarbejdede produkter bliver mere og mere kendte og dokumenterede). Plantebaserede produkter er blevet en fast del af fitness-, ernærings- og holistiske sundhedskredse. SMV'er, der positionerer deres produkter som både nærende og funktionelle, kan udnytte dette marked.

04. Støttepolitikker

Markedsvæksten understøttes i høj grad af en offentlig vilje til at støtte denne type virksomheder, da grønne og bæredygtige politikker er udbredt. I EU findes der mange initiativer, der har til formål at øge den plantebaserede industri. Offentlig støtte fremmer innovationsfinansiering og fremskynder industripolitikker, der har til formål at støtte den plantebaserede sektor.



Udfordringer

De 25 præsenterede eksempler på god praksis lægger også stor vægt på de forskellige udfordringer, som overgangen til en plantebaseret tankegang og plantebaserede produkter medfører.



Disse udfordringer svarer til almindelige mønstre, som derfor generelt kan anvendes på alle plantebaserede iværksætterinitiativer.

01. Markedsmætning

Jo flere plantebaserede produkter der kommer på markedet, jo større bliver konkurrencen. For at skille sig ud skal virksomheder udvikle en unik branding, introducere innovative formuleringer og udarbejde overbevisende markedsføringsstrategier, der fanger forbrugernes interesse.

02. Pålidelighed i forsyningskæden

Det kan være uforudsigeligt at skaffe plantebaserede ingredienser af høj kvalitet, især for SMV'er. Sæsonudsving og regionale ændringer i efterspørgslen kan påvirke tilgængeligheden og omkostningerne. Etablering af stærke leverandørrelationer og diversificering af ingredienskilder kan bidrage til at mindske disse risici.

03. Lovgivningsmæssige krav

I regioner som EU varierer standarder for fødevarer- og hygiejnesikkerhed, mærkningslovgivning og godkendelse af ingredienser fra land til land, hvilket skaber en ekstra bureaukratisk byrde for plantebaserede mærker.

04. Forbrugeroplysning

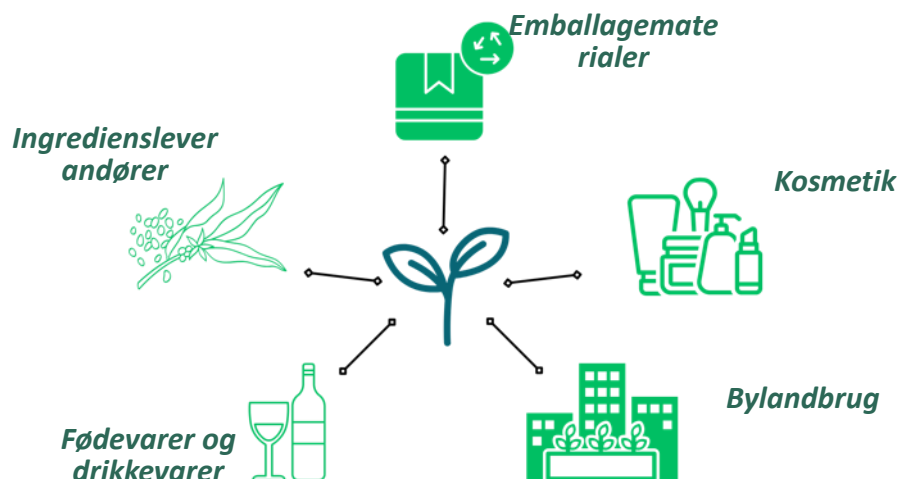
Mens interessen for plantebaserede fødevarer vokser, er der stadig misforståelser omkring smag, ernæring og pris. SMV'er skal aktivt engagere forbrugerne gennem gennemsigtig kommunikation, klare fordele ved at bruge plantebaserede produkter og tilgængelig produktinformation for at opbygge tillid og fremme anvendelsen.





SEKTOR

De præsenterede gode praksis tilhører de 5 nævnte hovedsektorer. Du kan derfor som læser se, hvordan plantebaseret innovation kan anvendes inden for disse områder



MULIGHEDER

Produktinnovation

Sundheds- og velværeindustrien

Markedsvækst

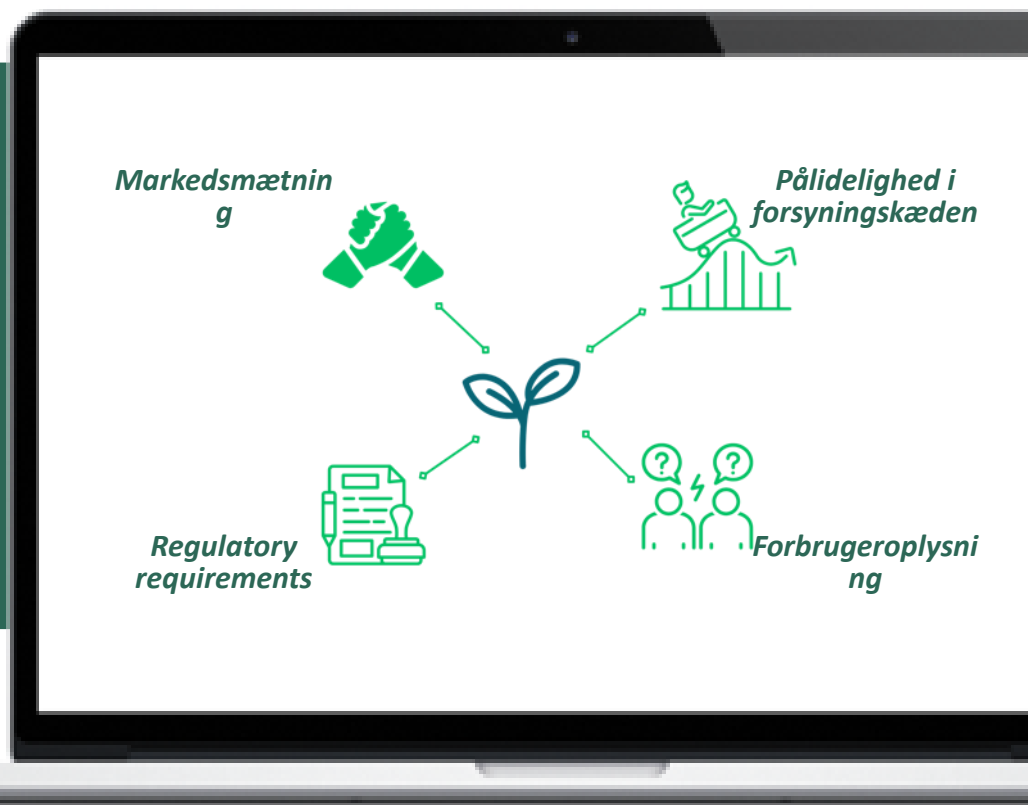
Støttepolitikker

Alle gode praksiseksempler er resultatet af en udnyttet mulighed, hvor mindst én af de nævnte muligheder er blevet benyttet!



UDFORDRINGER

De gode praksiseksempler har stået over for mindst en af de nævnte udfordringer og giver interessante indblik i, hvordan de har overvundet dem.



03

God praksis



GENERELT

Formålet med **Plant Power Good Practices** er at fremhæve succesfulde modeller, der bidrager til bæredygtig innovation og markedsintroduktion.

I forbindelse med dette projekt skal udtrykket "god praksis" beskrive et konkret eksempel på en initiativ, virksomhed, produkt, tilgang, metode, politik eller generel løsning, der adresserer klimaforandringer og relaterede problemer.

Vigtige fokusområder for planter Power Gode praksiseksempler

- 01** Produktion af plantebaserede produkter.
- 02** Afbødning af klimaændringernes virkninger ved at imødekomme den stigende efterspørgsel efter plantebaserede produkter.
- 03** Øge bevidstheden om vigtigheden af at reducere emissioner fra fødevaresystemet (især fra intensivt landbrug eller kødproduktion).
- 04** Opgradering af fødevareiværksættere, udbydere af erhvervsuddannelse inden for fødevarer og andre relevante fagfolk i, hvordan de kan skifte til plantebaserede produkter.

Disse **gode praksiseksempler** giver konkrete eksempler på, hvordan virksomheder, forskere og politiske beslutningstagere kan fremme væksten af plantebaserede alternativer og samtidig imødekomme miljøhensyn, forbrugernes krav og udfordringer i branchen.

Den gode praksis præsenteres gennem storytelling. Hver god praksis fortæller en historie om transformation – hvordan en idé blev født, motivationen bag den og de skridt, der blev taget for at realisere den, herunder oprindelsen og de identificerede muligheder (f.eks. huller i markedet). Alle eksempler beskrives som en udviklingsrejse med hver sin milepæl, partnerskaber og resultater, der former den konkrete sag.

Et af de vigtigste formål med at fremhæve disse gode praksiseksempler er at adressere deres specifikke udfordringer og de løsninger, der er fundet, da det er den vigtigste indsigt, som brugerne kan lære af. Innovation i den plantebaserede sektor er ikke uden forhindringer.

De første brugere og pionerer står over for mange udfordringer, som kan skyldes:

01. Tekniske barrierer

Tekniske barrierer, såsom manglende infrastruktur og udstyr, men også viden og teknisk uddannelse.

02. Forbrugernes skepsis

Forbrugernes skepsis, da mange forbrugere stadig er tilbageholdende med at forbruge plantebaserede produkter på grund af smagen eller de høje priser.

Disse gode praksis **fremhæver** imidlertid ofte, **hvordan disse udfordringer** er blevet overvundet. Løsningerne kan inddeles i følgende kategorier:

01. Indførelse af innovative forarbejdningsteknikker

Anvendelse af innovative forarbejdningsteknikker Investering i den nyeste teknologi, men også ændring af tilgange og åbenhed over for nye og anderledes måder at levere det endelige produkt på.

02. Inddragelse af forbrugerne

Inddragelse af forbrugerne gennem marketingkampagner, gennemsigtighed og skabelse af et brand, som forbrugerne kan relatere til og være loyale over for.

03. Integration af principper for cirkulær økonomi

Integration af principper for cirkulær økonomi. F.eks. lokal sourcing, genbrug og genanvendelse samt affaldshåndtering.

Samlet set viser disse casestudier de fordele, de giver både deres egne initiativer og den plantebaserede sektor. I overensstemmelse med den kompetencebaserede læringsmetode er hver case repræsentativ for en specifik færdighed og viser, hvordan denne færdighed anvendes i den plantebaserede sektor.

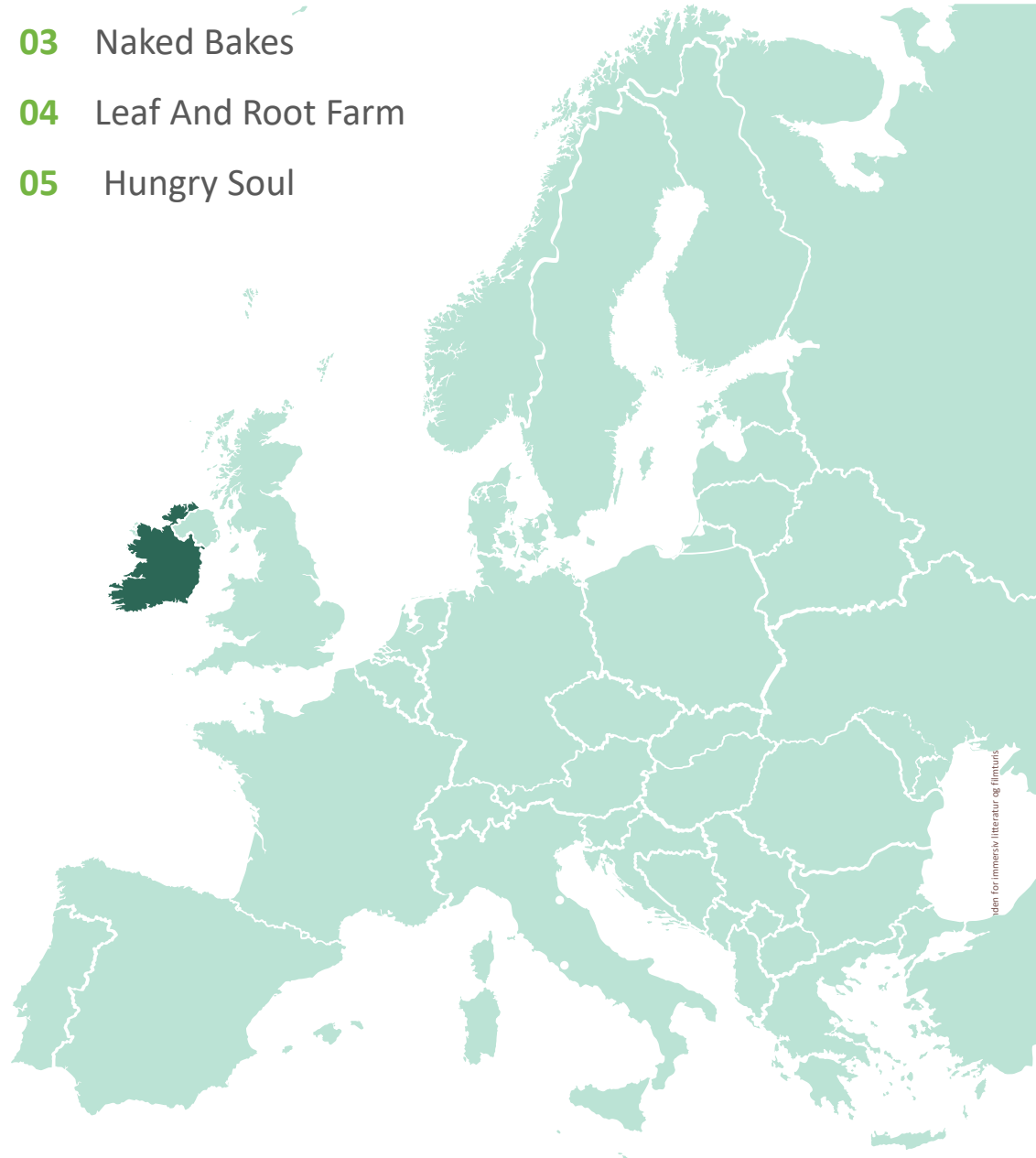




Irland Gode praksis



- 01 Stærke rødder
- 02 DeDanú
- 03 Naked Bakes
- 04 Leaf And Root Farm
- 05 Hungry Soul



Begynder



Strong Roots

Land

Irland, Storbritannien, USA, Australien, Canada

Type

Produktudvikling og bevidstgørelse

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser og miljøvenlige processer

Færdigheder/kompetencer, der adresseres

Brug af bæredygtighed som drivkraft for innovation

Udfordring/behov:

Fremstilling af naturlige frosne snacks

Kort beskrivelse.

Strong Roots tilbyder et bredt udvalg af opskrifter på frosne grøntsager (snacks, bites), som de selv dyrker, hvilket sikrer, at de bevarer deres friskhed gennem hele forarbejdnings-, emballerings- og leveringsprocessen. De leverer til de vigtigste supermarkeder i den angelsaksiske verden og er meget engagerede i bæredygtighed.

Strong Roots er en plantebaseret virksomhed, der sælger frosne produkter med speciale i snackprodukter fra gartneriet (pommes frites, chips, hashbrowns, bites, nuggets ...). Alle disse produkter er fremstillet af forskellige grøntsager, som de selv dyrker.

De leverer til de vigtigste supermarkeder i Irland, Storbritannien, USA, Australien og Canada. Deres produkter følger en streng produktionsudvikling, der undgår GMO'er, kunstige smags- og farvestoffer og mættet fedt. Derfor ligger deres unikke karakter i deres veganske ingredienser og fiberindhold. Takket være dette tilføjer deres produkter frosne måltider friske fødevarekarakteristika (sundhed og balance). Strong Roots sigter mod at bringe producenter og kunder tættere sammen ved at tilbyde ægte produkter, der gennemgår en minimal forarbejdningsproces, og ved at bevare "rødderne" i det, forbrugerne får.

Denne casestudie er meget relevant for projektet, da den viser, hvordan bæredygtighed kan blive drivkraften for innovation og udgøre en mulighed for vækst inden for plantebaserede virksomheder. Samuel Dennigan, CEO, har været omgivet af markedet for friske produkter det meste af sit liv, hvor han er vokset op med landbrugsafgrøder i sin egen baghave og har lært alt om landbrugsindustrien ved at arbejde sammen med sin far. I 2015 grundlagde han Strong Roots med det mål at gøre plantebaserede produkter mere spændende og originale. I begyndelsen fandt han det svært at komme ind på markedet for friske grøntsagsprodukter, så han begyndte at forske i og udvikle produkter til frossen kategorien og indså, at der var mere plads til fornyelse i denne kategori end i kategorien for friske produkter. Han forstod, at forbrugerne strømmede til kødalternativer, men at de i virkeligheden længtes efter ambitiøse grøntsager som

rødbeder og butternut squash frem for de kedelige grøntsagsblandinger i frossen kategorien. Desuden var frosne plantebaserede produkter på det tidspunkt relativt ukendte i Dublin og næsten ukendte i Storbritannien. Da de også bemærkede, at catering til flexitarer var i vækst i Irland, besluttede Samuel og hans team at omlægge produktionen til frosne, velsmagende og naturlige plantebaserede alternativer. Efter hurtigt at have etableret sig i Irland og Storbritannien trådte Strong Roots med succes ind på det amerikanske marked i 2019 og har siden da løbende udvidet sin rækkevidde.

Derfor troede mange af deres forretningspartnere, at Strong Roots ville nå sit højdepunkt og slutte der. Denne kortsigtede vision påvirkede deres forhold til andre mærker og endda forbrugerne, hvilket skabte et stort pres. Strong Roots har bæredygtighed i sin kerne, da de er forpligtet til bæredygtige praksis, ikke kun i indkøbet af deres fødevarer, men også i deres fødevarereproduktion (ved at sikre, at deres faciliteter opsamler regnvand, der falder fra fabrikstagene, og opbevarer det til senere brug efter korrekt behandling), affalds- og energistyring (genbrug af deres affald, såsom skræller, der omdannes til biogas, der bruges til at fryse og dampe deres grøntsager) og emballage (brug af næsten ingen plast og fuldstændig genanvendelig emballage).



Dette er deres vigtigste drivkraft for innovation. De er engagerede i fødevarerikkerhed, som blev en vigtig prioritet, så snart de startede på det amerikanske marked. For at sikre friskheden fryses deres dyrkede grøntsager 30 minutter efter høst. Bæredygtighed spores også takket være deres samarbejde med Carbon Clouds ClimateHub, herunder Strong Roots i deres database, som giver brugeren mulighed for at kontrollere de estimerede CO2-emissioner/kg for alle deres produkter.

Derudover har de lanceret flere sociale missioner, hvor de donerer varer (for at undgå madspild), indsamler midler og samarbejder med andre initiativer mod madspild (FoodCloud, City Harvest). Alt i alt har dette resulteret i en reduktion på 36 % til 28 % i transportvægten på tværs af deres produktportefølje.

Strong Roots er i øjeblikket det eneste frosne fødevareremærke, der er B Corp-certificeret (opnået i 2020) og opfylder høje standarder for miljø og bæredygtighed. Forbrugere kan finde Strong Roots-produkter i Irland, Storbritannien og USA i næsten alle nationale detailhandlere, herunder Tesco i Storbritannien og Walmart og Whole Foods i USA. Strong Roots' produkter sælges også i over 8.000 butikker over hele verden, herunder Singapore, Island, De Forenede Arabiske Emirater, Australien, Holland og Frankrig. Strong Roots er således et godt eksempel på, hvordan bæredygtighed kan blive den vigtigste drivkraft for innovation og vækst.



Alt dette er deres vigtigste drivkraft for innovation. Strong Roots er også engageret i fødevarerikkerhed, som blev en vigtig prioritet, så snart de startede på det amerikanske marked.

KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.strongroots.com

Kontakt

e: hello@strongroots.com t: 353 1 872 7677

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#) [Twitter](#)





DeDanú

Land

Irland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser, innovativ teknologi

Færdigheder/kompetencer

Sammenlægning af teknologi og økologisk produktion

Udfordring/behov:

Udvikling af en CO2-neutral, plantebaseret hudplejeserie

Kort beskrivelse.

DeDanú er et af de bedste eksempler på, hvordan iværksættere kan skifte til en plantebaseret virksomhed. Leah Fletcher, grundlægger af DeDanú, etablerede sin virksomhed som leverandør af fremstillede hudpleje- og skønhedsprodukter, der kombinerer cirkulære bioteknologiske metoder, klinisk forskning og lokale landbrugsressourcer, hvilket resulterer i innovative plantebaserede produkter. Hendes eksempel viser, hvordan iværksættere kan tænke ud af boksen for at udvikle nye plantebaserede produkter, der ikke er fødevarer.

DeDanú er en irsk virksomhed, grundlagt af Leah Fletcher, en kvindelig iværksætter, der har viet hele sin professionelle karriere til plantebaseret innovation.

DeDanú er en virksomhed, der producerer wellness-, skønheds-, hudpleje- og sundhedsprodukter. Alle deres produkter er økologiske og fremstillet af plantebaserede ingredienser. DeDanú udvikler, fremstiller og distribuerer alle deres produkter fra deres topmoderne fabrik. Deres plantebaserede produkter er lokalt producerede, og de tilstræber at bruge de mest naturlige, lokalt dyrkede og botaniske ingredienser.

DeDanú har opbygget et stærkt partnerskabsnetværk med landmænd, urtelæger og andre leverandører, der sikrer et produkt af højeste kvalitet. Denne kvalitet afspejles i deres allergenfri egenskaber, hvor unaturlige kemikalier, duftstoffer, toksiner, kræftfremkaldende stoffer, fyldstoffer eller genetisk modificerede ingredienser undgås.

De er forpligtet til at skabe CO2-neutrale produkter. Deres emballage er genbrugsglas, og de bruger kun cirkulære fremstillingsprocesser. Desuden holder de deres distributionsnetværk centraliseret for at kunne levere lokalt.

DeDanú er et godt eksempel på, hvordan teknologisk innovation kan anvendes i plantebaserede virksomheder, i dette tilfælde med fokus på wellness- og skønhedssektoren. Dette er meget relevant for Plant Power-projektet, da det viser, at plantebaseret innovation strækker sig ud over fødevarer og drikkevarer til sundhed, skønhed og hudpleje som et bredere eksempel på innovation.

Leah Fletcher, der oprindeligt kommer fra Athlone i Irland, vendte hjem efter 10 år i Vancouver for at lancere Irlands første CO2-neutrale sundheds- og wellness-brand. Mens hun var i Canada, bemærkede Leah en hurtig stigning i antallet af syntetiske hudplejeprodukter på markedet, der lovede hurtige resultater, men desværre førte til langvarige hudproblemer. Hun bemærkede derefter et hul i markedet for CO2-bevidste og plantebaserede produkter. Hun erkendte muligheden mellem farmaceutisk og wellness-teknologi og nye sundhedstrends.

I sidste ende var dette en mulighed for hende til at bygge bro mellem ægte bæredygtighed, bevidste forretningsmetoder og produkttransparens. I 2017 grundlagde Leah Arbutus, et innovationscenter for plantebaserede virksomheder. Efter at have observeret det potentiale, som forskning og teknologisk anvendelse kunne bringe, grundlagde hun DeDanú og skiftede dermed til en plantebaseret virksomhed.

Den største udfordring, Leah stod over for, var økonomisk. Hun havde nok til at investere i DeDanú takket være overskuddet fra Arbutus. Det var dog ikke tilfældet for Arbutus.



For at få finansiering ansøgte hun om Connected Hubs Scheme, en statslig fond for eksisterende hubs og bredbåndsforbindelser. Disse midler hjælper med at opbygge deres aktiver og deres forbundne arbejdsøkosystem. Da Arbutus var på plads, udnyttede Leah deres farmaceutiske udstyr til at udvikle DeDanú-produkter og drage yderligere fordel af det.

Deres forretningsmodel er baseret på Slow Beauty, et system bestående af de nyeste ekstraktionsteknologier, der udnytter den gamle plantekraft fra hamp og CBD. Disse to egenskaber reducerer betændelse og styrker immunforsvaret, samtidig med at de tilføjer en kraftig antioxidantbeskyttelse. Deres kliniske undersøgelser efter brug af deres produkter viste imponerende resultater for deltagere, der led af psoriasis, solpletter, acne, eksem, dermatitis... De tester konstant nye

løsninger for regelmæssigt at holde øje med det, de tidligere har formuleret.

DeDanú har modtaget officiel anerkendelse for sin virksomhed og vandt prisen for 'Bedste high-end CBD-brand' i 2020 og 'Mest bæredygtige hudplejemærke' i 2021. Efter at have etableret sig som en af de mest pålidelige plantebaserede virksomheder i regionen eksporterer DeDanú i øjeblikket til Nordamerika og har planer om at udvide sit irske team og samtidig lancere sine canadiske aktiviteter i de kommende år. DeDanú-produkterne er fremstillet efter farmaceutiske standarder, bæredygtige praksis og med et minimalt CO2-aftryk, så brugerne kan nyde luksus uden den skyldfølelse, der ofte følger med mainstream-produkter fra skønhedsindustrien.

Denne historie er et eksempel på en iværksætter, der så en mulighed for at drive og omstille sin virksomhed til en plantebaseret virksomhed. Den er også et eksempel på, hvordan **teknologi og planteproduktion kan være til gavn** for både virksomheden og miljøet.

Hjemmeside:

www.dedanu.ie

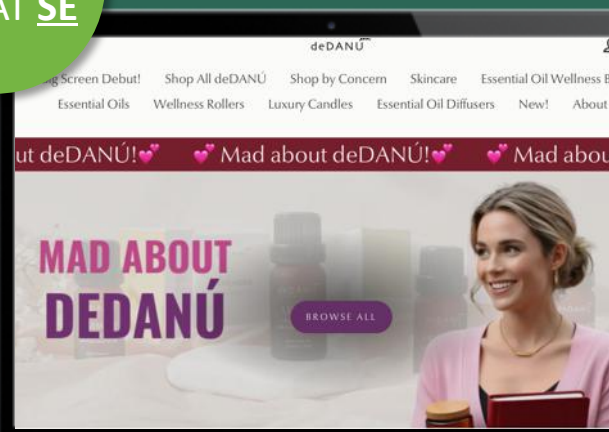
Kontakt

e: info@dedanu.ie t: +353 085 8602837

Sociale medier:

[LinkedIn](#). [Instagram](#)

KLIK
FOR AT SE



Mellem

NAKED BAKES



Naked Bakes

Land

Irland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser, produktion og distribution

Færdigheder/kompetencer

Reinventing business og identificering af markedsmuligheder

Udfordring/behov:

At bringe smagen af traditionelle bagværk til veganske kunder uden at gå på kompromis med smagen

Kort beskrivelse.

Naked Bakes er et vegansk, plantebaseret bageri, der tilbyder veganske bageriprodukter. De er et eksempel på, hvordan plantebaserede fødevarevirksomheder fusionerer med traditionelt bageri (med hensyn til smag og emballage) uden at gå på kompromis med essensen af vegansk bageri. Denne innovative virksomhed har formået at finde nye markeder og kunder, som ikke nødvendigvis er veganere, ved at genopfinde deres branding og emballage.

Naked Bakes er et plantebaseret vegansk bagerimærke, der ejes af Aisling Tuck, en iværksætter, der har skabt et innovativt produkt, der er populært blandt irske forbrugere. Hovedformålet er at tilbyde kunderne plantebaserede bageriprodukter, der er 100 % ikke indeholder animalske produkter.

Traditionelle bagerier er stærkt afhængige af æg, smør, mælk og forarbejdede fedtstoffer. I modsætning hertil skiller Aislings virksomhed sig ud som et plantebaseret alternativ, der ikke kun omfavner innovation, men også leverer bæredygtige produkter, der imødekommer en stærk efterspørgsel på markedet.

Naked Bakes historie viser styrken i innovation og vigtigheden af at genopfinde virksomhedens mission. Naked Bakes blev født som en rebranding af 'Oh Happy Treat', den tidligere plantebaserede bagerivirksomhed, som Aisling finansierede. Denne nye rebranding har løftet forretningsidéen til et nyt niveau, nået et større publikum og gjort den mere relevant. Det er et godt eksempel fra det irske land på vigtigheden af at tænke ud af boksen og være villig til konstant at genopfinde sig selv gennem innovation inden for plantebaserede produkter.

I 2017 begyndte Aisling at bage i sine forældres køkken. Hun gjorde det ved kun at bruge veganske ingredienser i overensstemmelse med sin kostvalg. Hendes hobby blev hendes passion, og hun besluttede at begynde at sælge sit overskud. Efter at have kontaktet sine naboer og lokale butikker så hun et stort marked for veganske bagværk og begyndte at professionalisere sin virksomhed. Det vigtigste innovative element var, at disse veganske produkter smagte, takket være kombinationen af forskellige plantebaserede ingredienser (frø, bælgrugter, mel, nødder og selvfølgelig sukker), det samme som traditionelle bagværk. Veganske forbrugere (som var i hurtig vækst) kunne nu fortsætte med at nyde smagen af traditionelle bagerier uden at gå på kompromis med deres kost.

Motiveret af sin vision startede hun et år senere sit veganske bageri, *Oh Happy Treats*. Hun begyndte i et lille køkken, hvor hun leverede til en lille gruppe kunder, og gradvist udvidede hun forretningen. Fra begyndelsen fokuserede virksomheden på enkelhed og tilbød bagværk med kun otte ingredienser. Konceptet var enkelt: skær, bag og nyd.

Da COVID-19-pandemien ramte og lockdown begyndte, så hun en mulighed. Da hjemmebagning var i fremgang, besluttede hun at pakke den kagedej, de allerede lavede til caféer. Ideen tog fart og udnyttede den stigende efterspørgsel efter praktisk bagning af høj kvalitet derhjemme.

Aisling tilbød et vegansk alternativ til ambitiøse hjemmebagere og pakkede sin plantebaserede kagedej og gjorde den til et detailprodukt. Hun formåede at imødekomme efterspørgslen efter frisk kagedej lavet af plantebaserede naturlige ingredienser, der ikke går på kompromis med smagen. Som hun forklarer, har hendes største udfordring været at udvikle de rigtige produkter. Det er ikke let at producere veganske produkter, da alle ingredienser er ret specialiserede og ikke let kan findes i engroshandlen.

Hun kombinerede de begrænsede ingredienser på en måde, der efterligner smagen af ikke-veganske bageriprodukter. Det betød, at hun måtte bruge mere tid og penge på udviklingsprocessen. Hun fandt denne proces nyttig, fordi hun med hver mislykket opskrift eller kombination fik meget konkret viden, som hun kunne bruge i den næste opskrift. For hvert nyt produkt måtte hun gennemgå mange portioner dårlige cookies. Ifølge hende tog nogle af hendes bedste opskrifter et år at udvikle.



Efter 2020 og i lyset af, at hendes virksomhed havde store muligheder for ekspansion, besluttede hun at gennemføre en ny rebranding og ændrede det oprindelige navn "Oh Happy Treats" til Naked Bakes. Dette var et vendepunkt for hendes virksomhed. Rebrandingen medførte en stigning på 25 % i salget af hendes produkter, og hun åbnede fysiske butikker. Som hun nævner i flere interviews, designede hun selv den nye rebranding i Canva. Under sin tid i den veganske branche indså hun, at veganske produkter blev opfattet anderledes, som noget der kun blev købt af en meget lille niche af forbrugere. Hun indså, at hendes produkter kunne sælges perfekt sammen med traditionelle bageriprodukter, men da de havde mærket "vegansk", kunne ikke-veganere tro, at de smagte anderledes. Derfor rebrandede hun sin virksomhed og gav den et friskt nyt look for at vise, hvad de var: helt naturlige, men alt andet end kedelige. Den nye emballage med lyse farver og sjove skrifttyper minder mere om typiske bageriprodukter end om specialprodukter.

Den nye branding påvirkede ikke deres kerneværdier. Ved at bruge udelukkende irske ingredienser er de forpligtet til bæredygtighed og arbejder hen imod en miljøvenlig model. Som en plantebaseret virksomhed er de allerede naturligt ret bæredygtige med hensyn til de ingredienser, de bruger. Også når det gælder emballagen, gør de deres bedste for at være så bæredygtige som muligt. For eksempel kan det brune papir, som kagedejen rulles op i, bruges som bagepapir, når de skal bages. Det eneste, man skal gøre, er at skære det ud og bage.

Naked Bakes vokser hurtigt, og i 2023 modtog de guldprisen ved Blas na Éireann Irish Food Awards og blev nomineret til yderligere to priser ved prisuddelingen i 2024. Samme år begyndte Naked Bakes at levere til Lidl- og SuperValu-butikker som led i en to-ugers kampagne og blev senere fast leverandør til deres butikker. De har en succesrig produktionsfabrik i Tallaght, hvor de beskæftiger 12 medarbejdere. På mellemlang sigt er Naked Bakes åbent for at undersøge mulighederne for ekspansion i Storbritannien.

Eleverne kan drage nytte af dette eksempel ved at forstå **vigtigheden af at finde huller i markedet og anerkende den betydning, som plantebaserede produkter har for forbrugernes efterspørgsel.**

Hjemmeside:

www.nakedbakes.ie

Kontakt

<https://nakedbakes.ie/pages/contact-us>

Sociale

[LinkedIn](#), [Instagram](#)

KLIK
FOR AT SE



Avanceret

LEAF AND ROOT



LEAF AND ROOT FARM

Land

Irland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser, miljøvenlige strategier

Færdigheder/kompetencer

Opbygning og etablering af en agroøkologisk gartnerivirksomhed

Udfordring/behov:

At bringe landmænd med jord sammen med producenter af økologiske produkter

Kort beskrivelse.



*Podcast med
Fergal Anderson
på næste side*

Leaf and Root er en certificeret økologisk gård i Irland, der er medstiftet af Fergal Anderson, som er den person, der interviewes i denne podcast. Ved at omfavne agroøkologi integrerer gården bæredygtig fødevareproduktion med naturlige økosystemer og styrker lokale samfund gennem uddannelse og Community Supported Agriculture (CSA). Som en del af Talamh Beo er Fergal fortaler for fødevareruverenitet og bæredygtige landbrugsmetoder, der inspirerer til innovation og samarbejde inden for landbruget.



A photograph of a video recording session. Two people are seated at a desk with microphones and a laptop. A screen in the background displays the 'plant' logo and a diagram of a plant cell.

KLIK
FOR AT SE



Mellem

Interview med Jacques
Brennan på næste side



Hungry Soul

Land

Irland

Type

Plantebaseret ost

Temaområder.

Bæredygtig fødevareproduktion,
plantebaserede alternativer,
fødevareinnovation

Færdigheder/kompetencer

Kombination af innovation,
bæredygtighed, kvalitet og sundhed i
naturlige fødevarer.

Kort beskrivelse.

Hungry Soul, en producent af plantebaserede fødevarer i County Clare, Irland, grundlagt af Jacques, der begyndte at udforske plantebaserede alternativer for at forbedre sit helbred. Hans rejse startede med en kokebog, 'Hungry Soul', som udviklede sig til praktisk forskning i veganske fødevarer. Utilfreds med de begrænsede muligheder for ostealternativer, vendte Jacques sig mod produktudvikling. Oprindeligt eksperimenterede han med faste plantebaserede oste, men det var hans **bløde plantebaserede flødeost**, der faldt mest i smag hos smagsdommerne. Han erkendte potentialet i et højkvalitets, smagfuldt og **alsidigt vegansk alternativ** og udviklede **Hungry Soul Spread It!**, en plantebaseret flødeost. Den enkle produktionsproces gjorde det muligt at komme hurtigere på markedet. Udfordringer med emballagen – såsom holdbarhed – blev overvundet gennem gentagne tests. Det, der adskiller Spread It! fra andre produkter, er, at det også fungerer godt i madlavning og bagning. Brandets kernemission er at levere nærende, etisk mad uden at skade dyr. For Hungry Soul-teamet er det den virkelige succes.



[Interview](#) med **Jacques Brennan** fra Hungry Soul

Klik for at se...



Hjemmeside:

www.hunrysoulplantpower.com

Kontakt

<https://hunrysoulplantpower.com/contact/>

KLIK
FOR AT SE



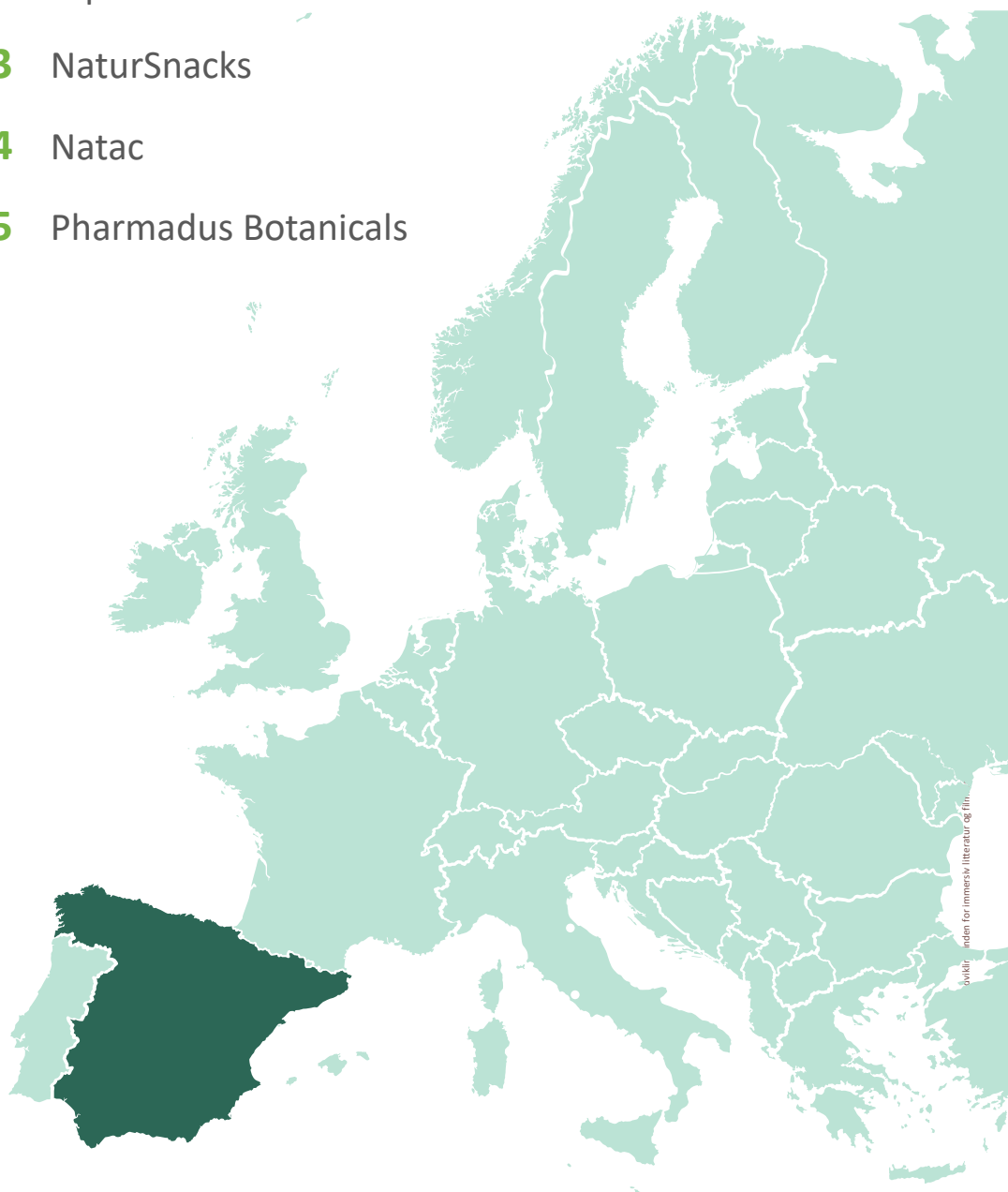


Spanien

Gode praksis



- 01 Molinos Del Duero (Mærke: Alere Vital)
- 02 Hiperbaric
- 03 NaturSnacks
- 04 Natac
- 05 Pharmadus Botanicals





Molinos Del Duero

(Mærke: Alere Vital)

Land

Spanien

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser,
miljøvenlige strategiprocesser

Færdigheder/kompetencer

Sammenlægning af teknologi og spiring
som en bæredygtig bioproc

Udfordring/behov:

Innovation og diversificering på
melmarkedet og udvikling af
næringsrige og funktionelle
plantebaserede meltyper fra spiring

Kort beskrivelse.

Alere Vital er et brand, der har dedikeret sig til **forarbejdning af kornprodukter** med det formål at forbedre **menneskers velvære** og skabe initiativer, der inspirerer til en sundere livsstil. Alere Vital har gennemført forsknings- og udviklingsarbejde i en stræben efter naturlige, bæredygtige, miljøvenlige og kvalitetsrige produkter, der bidrager til en sund og naturlig livsstil.

Selvom spiring er en gammel strategi til fremstilling af spirer, der er meget udbredt i Asien, har produktionen af plantebaserede meltyper spredt sig over hele verden og vundet interesse i løbet af det sidste årti, sandsynligvis i forbindelse med miljøhensyn, sundhedsbevidsthed og nye forbrugerpræferencer. Sundhedsmæssige fordele, cirkulære strategier og bæredygtighed er sandsynligvis de vigtigste drivkræfter bag spiringens succes.



Ideen om at bruge kornspiring som strategi til at fremstille plantebaserede meltyper med forbedret næringsværdi og ændrede funktionelle egenskaber er måske enkel, men på den anden side kræver det en trinvis optimering af processen for at sikre tilfredsstillende resultater.

Spiring indebærer, at frøene lægges i blød i vand, hvor de får lov til at spire under kontrollerede forhold med hensyn til fugtighed og temperatur. Denne proces forbedrer frøenes ernæringsprofil, men udgør også en betydelig udfordring, da høje fugtighedsniveauer og varme temperaturer skaber et ideelt miljø for mikrobiel vækst, hvilket resulterer i kort holdbarhed og opbevaringsproblemer med risiko for forekomst af fødevarebårne patogener.

Optimering er relativt ligetil, men det var nødvendigt at fastlægge de nødvendige betingelser. Den første hurdle var at standardisere spirebetingelserne, som varierer betydeligt afhængigt af korntype og endda sorter. Parametre som spiringstid, temperatur og lysudsættelse skulle optimeres for at maksimere de ernæringsmæssige fordele og samtidig minimere mikrobielle risici.

For eksempel kræver byg en relativt lav spiringstemperatur for at bevare sin strukturelle integritet, mens quinoa kræver højere temperaturer for at opnå fuld spiring. Tilpasning af spireprocessen vil også sikre ensartede resultater og forbedre mål såsom næringsstoffers biotilgængelighed eller reduktion af antinæringsfaktorer, såsom fytinsyre.

Når spiring er afsluttet, er den næste udfordring

konservering, hvor tørring bliver det afgørende trin. Traditionelle tørringsmetoder resulterer ofte i uensartet tekstur og farve og i reduktion af bioaktive forbindelser. Innovative teknikker, såsom dehydrering ved lav temperatur og vakuumtørring, kan hjælpe med at bevare spirernes funktionelle og organoleptiske egenskaber.

På grund af den øgede risiko for mikrobiel kontaminering af spirer var det nødvendigt at etablere en forebyggelsesprotokol. Denne omfattede desinficering af frøene før spiring, overvågning af vandkvaliteten og mikrobiel stabiliseringsbehandling efter spiring. Anvendelse af milde varmebehandlinger og naturlige antimikrobielle midler var to teknologiske muligheder for yderligere at reducere den mikrobielle belastning uden at kompromittere spirernes ernæringsmæssige integritet. Ved at imødegå disse sikkerhedsproblemer kunne man sikre overholdelse af EU-reglerne for produktion af spirede frø, hvilket øger chancerne for en bred markedsaccept.

Den sidste tekniske udfordring er at omdanne de tørrede spirer til funktionelle meltyper. Formaling krævede omhyggelig kalibrering for at fremstille et fint, ensartet pulver, samtidig med at spirernes forbedrede ernæringsmæssige egenskaber bevares. Det færdige mel udviste forbedrede teknisk-funktionelle egenskaber, såsom højere vandabsorption og forbedrede bindingsegenskaber, hvilket gør det velegnet til forskellige anvendelser i fødevareindustrien, såsom instant supper og cremer.

Spirede meltyper har potentielle anvendelsesmuligheder, f.eks. i glutenfri brød eller proteinrige snacks. Hver anvendelse har sine egne unikke fordele, såsom øget fiberindhold, forbedret fordøjelighed og bioaktive forbindelser, der har sundhedsmæssige fordele, f.eks. reduceret inflammation og oxidativt stress.

Denne tekniske rejse handler ikke kun om at overvinde udfordringer, men om at skabe en plan for bæredygtig fødevareproduktion. Spiring er en proces, der kræver minimale ressourcer (mindre energi, vand osv.), hvilket gør den til et miljøvenligt alternativ til traditionel fødevareproduktion. Muligheden for at spire en række forskellige frø, herunder bælgrugter, pseudocerealer og gamle kornarter, fremmer biodiversiteten og understøtter lokale landbrugssystemer.

Kombinationen af teknisk præcision og bæredygtighed lægger grundlaget for et blomstrende nyt marked. Selvom det stadig er i sin vorden, har spirede meltyper et enormt potentiale til at revolutionere plantebaserede kostvaner og imødekomme forbrugernes efterspørgsel efter næringsrige, smagfulde, funktionelle og miljøvenlige produkter.

Spiringsprocessen er en bæredygtig innovationsmodel, da den forener tradition og teknologi. Ved at omfavne teknisk innovation i alle led, fra spiring til tørring og formaling, har denne tilgang forvandlet en enkel naturlig proces til en skalerbar, bæredygtig praksis. Hver dag bruger flere SMV'er denne strategi til at producere plantebaseret mel. Molinos del Duero er en spansk virksomhed, der er begyndt at implementere denne strategi for at producere mere bæredygtige og sundere nye plantebaserede meltyper.

Virksomheden Molinos del Duero har skabt Alere Vital, et ungt brand med ekspertisen fra en langvarig virksomhed, der blev grundlagt med det formål at innovere inden for mel og bringe produkter med nye egenskaber, der forbedrer velvære, på markedet. Med dette mål for øje har de gennemført forsknings- og udviklingsarbejde på en rejse mod det naturlige, bæredygtige og respektfulde over for miljøet og kvaliteten, som bidrager til en sund og naturlig livsstil. Deres spirede kornmel er fremstillet af fuldkornsmel og økologisk dyrket, med kontrolleret spiring, tørring ved lav temperatur og til sidst malet i en stenmølle.

Virksomheden Molinos del Duero har skabt Alere Vital, et ungt brand med ekspertisen fra en langvarig virksomhed, der blev grundlagt med det formål at innovere inden for mel og bringe produkter med nye egenskaber, der forbedrer velvære, på markedet.

KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.molinosdelduero.com www.alerevital.com

Kontakt

e: info@alerevital.com t: +34 980 56 95 04

Sociale medier

[Instagram](#). [Facebook](#) [LinkedIn](#)



Avanceret



Hiperbaric

Land

Spanien

Type

Plantebaserede ingredienser,
innovativ teknologi

Temaområder.

Innovativ teknologi og digitalisering

Færdigheder/kompetencer

Højtryksforarbejdningsteknologi til
plantebaserede fødevarer og
drikkevarer

Udfordring/behov:

Skabe sikre produkter med HPP, der
udnytter ressourcerne effektivt

Kort beskrivelse.

Højtryksbehandling (HPP) er synonymt med minimalt forarbejdede, spiseklare produkter af højere sensorisk og ernæringsmæssig kvalitet med længere holdbarhed, hvilket reducerer madspild og sikrer total fødevareresikkerhed. HPP kan anvendes på emballerede produkter (In-Pack), hvorved krydskontaminering undgås, eller direkte på flydende bulkvarer for at opnå større produktivitet og uden begrænsninger med hensyn til emballering (In-Bulk). Denne teknik gør det muligt at reducere eller eliminere brugen af konserveringsmidler eller tilsætningsstoffer i fødevarer (clean label-produkter).

I de senere år har forbrugernes adfærd ændret sig dramatisk. **En stigende fokus på sundhed, bæredygtighed og etiske valg har fremmet en ny model af forbrugere, der prioriterer plantebaserede produkter.** Forbrugerne forventer proteinrige, næringsrige drikkevarer med tilsatte funktionelle fordele såsom præbiotika, antioxidanter eller andre fordele, der har indflydelse på deres velvære. Desuden har behovet for at bekæmpe klimaforandringer gjort bæredygtige valg endnu mere attraktive. Plantebaserede drikkevarer har et mindre CO₂-aftryk sammenlignet med mejeriprodukter eller animalske alternativer.

Det er dog ikke nogen nem opgave at producere og konservere disse drikkevarer. I slutningen af 1980'erne revolutionerede et innovativt laboratorium i Japan fødevarerindustrien med en ny pasteuriseringsmetode uden varme, der blev kaldt High-Pressure Processing (HPP). Ved hjælp af vand og tryk opdagede man en måde at fremstille sikre produkter uden temperatur, der bevarede den oprindelige farve, smag og aroma.

I første omgang blev denne teknologi anvendt til kød, marmelade og saucer. Med tiden blev dens alsidighed tydelig, og teknologien spredte sig til drikkevarer, hvor den sikrer fødevarerens sikkerhed og holder produkterne friske og lækre. Men den virkelige transformation fandt sted, da HPP blev anvendt til friske og næringsrige plantebaserede drikkevarer. HPP passer perfekt til clean label-trenden, da den giver producenterne mulighed for at bevare den naturlige friskhed uden kemiske konserveringsmidler og fremstille koldpressede drikkevarer.

Selvom teknologien tilbyder en hurtig, reproducerbar og sikker proces til fremstilling af friske drikkevarer, er vejen til udbredelse af teknologien og metodologien ikke let og har måttet overvinde forskellige forhindringer.

HPP-maskinen kræver betydelige investeringer, og ikke alle virksomheder har råd til det. Store innovative offentlige faciliteter og private virksomheder tilbyder dog tolling-tjenester, hvor virksomheder kan bruge

faciliteterne til at forarbejde deres produkter og få hjælp til at optimere processen. Det kan også være en udfordring for små virksomheder, der har brug for hjælp til at finde den optimale behandling, at finde det ideelle tryk (typisk 300-600 MPa) og holdetid for effektivt at inaktivere patogener og samtidig bevare sensoriske og ernæringsmæssige kvaliteter.

Miljøbevidste tænkere søger også måder at ændre konventionel plastemballage til biologisk nedbrydelig emballage i overensstemmelse med bæredygtighedsmål. I dag fortsætter HPP med at ekspandere i Spanien, og Castilla y León har en af de få producenter af denne teknologi, Hiperbaric, der er førende med banebrydende udstyr og forskning, mens lokale producenter udnytter dens potentiale til unikke produkter.

Historien om Hiperbaric er en spændende rejse gennem 25 års arbejde, indsats og passion. Det begyndte i 1999 med en drøm: at revolutionere fødevarerindustrien med innovativ og sikker teknologi. Den drøm blev til virkelighed med fødslen af Hiperbaric, en pioner inden for udvikling af udstyr til højtryksbehandling (HPP). Siden da er Hiperbaric fortsat med at vokse og udvikle sig, drive innovation



Som det ofte er tilfældet med store historier, begyndte det hele i et lille værksted, hvor der blev fremstillet kedler. Der blev i 1999, under ledelse af Andrés Hernando, CEO og grundlægger af Hiperbaric, og med hjælp fra et ungt team, den første prototype af et industrielt fødevarerforarbejdningsudstyr til højtryksbehandling (HPP) født. "Dengang fandtes HPP-teknologien kun i laboratorier; det var os, der udvidede den til industriel skala," påpeger Hernando.

Virksomheden har modtaget forskellige nationale og internationale priser for sit bidrag til innovation og teknologisk fremskridt og har derfor investeret massivt i forskning og udvikling, hvilket har gjort det muligt at udvikle stadig mere effektivt og sikkert udstyr samt udvide anvendelsen af HPP-teknologien til nye sektorer

såsom medicinalvarer, kosmetik og bioteknologi.

Hiperbaric ser optimistisk og ambitiøst på fremtiden. Virksomheden planlægger at fortsætte investeringerne i forskning og udvikling for at udvikle nye innovative løsninger, der imødekommer fødevarerindustriens og forbrugernes behov. Andrés Hernando forsikrer, at "HPP-teknologien har et enormt potentiale for at bidrage til fødevarerens sikkerhed. Hos Hiperbaric er vi fast besluttet på at fortsætte med at drive innovation inden for dette område for at skabe en bedre fremtid".

Hiperbarics rejse er et eksempel på innovation, passion og engagement. En historie, der har forandret fødevarerindustrien og fortsætter med at skrive en mere sikker og bæredygtig fremtid for alle. I takt med at forbrugernes efterspørgsel efter sundere og mere bæredygtige alternativer vokser, står HPP klar til at imødekomme disse krav og støtte lokale landmænd i produktionen af plantebaserede drikkevarer.

Hjemmeside:

www.hiperbaric.com/en/

Kontakt

e: marketing@hiperbaric.com

t: +34 947 473 874

Sociale medier:

[LinkedIn](#) [YouTube](#) [Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE



Mellem



NaturSnacks

Land

Spanien

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser, innovativ teknologi, miljøvenlige strategier, processer og produktion

Færdigheder/kompetencer

Kombination af innovation, bæredygtighed, kvalitet og sundhed i naturlige fødevarer

Udfordring/behov:

Fremme sunde og bæredygtige alternativer i daglige måltider

Kort beskrivelse.

NaturSnacks er et førende eksempel på innovation inden for sund fødevarerindustrien. Sandra de Blas, grundlægger af NaturSnacks, har specialiseret sig i **produktion af naturlige snacks gennem dehydreringsprocesser**, hvor hun kombinerer bæredygtighed, lokale landbrugsressourcer og banebrydende fødevareteknologi. Ved at tilbyde praktiske og nærende alternativer til traditionelle snacks viser NaturSnacks, hvordan virksomheder kan imødekomme den stigende efterspørgsel efter sundere og mere bæredygtige spisevaner og dermed bane vejen for innovation, der går ud over de konventionelle fødevarerproduktionsmetoder.

I dag står landmænd og små og mellemstore virksomheder (SMV'er) over for et overskud af frugt og grøntsager med begrænset holdbarhed. **Genanvendelse af frugt og grøntsager til nye produkter er en fremragende måde at opnå nul affald på**, skabe innovative og bæredygtige produkter og reducere miljøpåvirkningen. Tørringsprocessen kan omdanne affaldet til en ny mulighed for at producere varer med høj værdi.



Det meste af innovationen ligger i nye markedstendenser og forbrugernes efterspørgsel. Den globale bevidsthed om bæredygtighed og sundhedsbevidste spisevaner understreger behovet for næringsrige produkter, der er holdbare og praktiske. Samtidig søgte det lokale marked efter måder at håndtere landbrugsaffald effektivt.

Traditionelt har tørringsmetoder været anvendt til konservering af fødevarer, men soltørring er en uensartet proces, der ofte går ud over fødevarernes kvalitet og er vanskelig at gentage over tid. Konventionelle tørringsprocesser havde svært ved at opfylde de to krav om kvalitetsbevarelse og skalerbarhed. De indledende installationer krævede betydelige energitilskud og logistiske udfordringer, såsom kontrol af ensartet opvarmning og krydskontaminering under tørringsprocessen.

Imidlertid kan nye teknologiske tørringsmetoder inden for traditionel viden integreres i avanceret teknik og bringe bemærkelsesværdige innovationer til udviklingen af nye fødevarerprodukter. Tørring viste sig at være en gamechanger. I modsætning til konventionelle metoder reducerer denne teknologi behovet for kemiske konserveringsmidler og forlænger holdbarheden uden køling. Den lave temperatur under tørringen gør det muligt at producere spiseklare frugter og grøntsager fulde af tekstur.

Tørring giver en spændende mulighed for at revolutionere måden, hvorpå frugt og grøntsager konserveres, markedsføres og forbruges. Tørring bevarer næringsstoffer, smag og tekstur, hvilket gør det ideelt for forbrugere, der søger praktiske og sunde snacks. Fremhævelse af produktets oprindelse og rejse kan øge dets tiltrækningskraft.

Forbrugerne tiltrækkes af produkter, der viser miljøansvar. Tørring reducerer madspild ved at konservere overskydende eller "imperfekte" frugter og grøntsager, og dette kan være et vigtigt salgsargument. Denne teknologi giver mærker mulighed for at tilpasse produkter til specifikke markeder og forbrugere, der søger sunde snacks og spiseklare produkter.

Tørreindustrien står dog over for flere udfordringer, der påvirker dens vækst, effektivitet og udbredelse. Den største ulempe er sandsynligvis det høje energiforbrug, da processen i dag er energikrævende og kræver betydelig strøm til tørring. Desuden kan udgifterne til udstyr og drift gøre det mindre tilgængeligt for små producenter. Investeringer i energieffektive teknologier, vedvarende energikilder og forbedret isolering af tørreovne for at reducere driftsomkostningerne kan dog let gennemføres og bidrage til implementeringen af teknologien.

Variationer i produktkvaliteten, såsom ujævn tørring eller ændringer i teksten, kan opstå på grund af forkert indstilling af parametre. Der er dog udviklet standardiserede protokoller for forskellige fødevarer, og der investeres i realtidsovervågningssystemer for at sikre ensartet kvalitet.

Denne teknologi er et vigtigt skridt i forbedringen af frugt- og grøntsagssektoren. For at fremme den er det dog nødvendigt at oplyse forbrugerne om fordelene ved tørrede produkter gennem markedsføringskampagner, samarbejde med detailhandlere og klar mærkning af næringsindhold og anvendelsesmuligheder.

NaturSnacks er en lille spansk virksomhed beliggende i Pedrajas de San Esteban, Valladolid, grundlagt af Sandra de Blas, der brænder for at tilbyde et sundt og bæredygtigt alternativ i fødevarersektoren. NaturSnacks

har specialiseret sig i produktion af sunde snacks, fremstillet af 100 % naturlige og plantebaserede ingredienser. Virksomheden udvikler, producerer og distribuerer alle sine produkter og sikrer høje standarder for kvalitet og bæredygtighed.

De ingredienser, NaturSnacks bruger, er nøje udvalgt, hvor der lægges vægt på lokale produkter og fremme af bæredygtige landbrugsmetoder. Denne tilgang sikrer, at produkterne er fri for allergener, kunstige konserveringsmidler, farvestoffer og genetisk modificerede organismer.

Et særligt aspekt ved NaturSnacks er dets stærke engagement i bæredygtighed. Virksomheden bruger genanvendelig emballage og følger en cirkulær produktionsmodel for at minimere sit CO2-aftryk. Derudover arbejder den tæt sammen med lokale avlere og fremmer en forretningsmodel baseret på fair trade og udvikling af landdistrikter.

NaturSnacks er et eksempel på, hvordan **teknologisk innovation kan anvendes i sundhedsfødevarersektoren**. Dette eksempel viser ikke kun, hvordan plantebaseret innovation kan blive en realitet på snackmarkedet, men også den positive indvirkning, det kan have på forbrugernes sundhed og miljøet.

Hjemmeside:

www.natursnacks.es

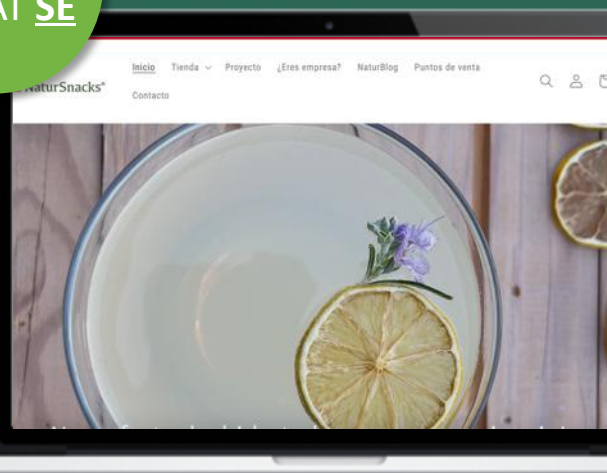
Kontakt

e: toctoc@natursnacks.es t: +34 983 605 817

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE





Natac

Land

Spanien

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser, innovativ teknologi

Kompetencer

Produktion af nye ingredienser

Udfordring/behov:

Udvikling af nye ingredienser

Kort beskrivelse.



Podcast med
**José María
Pinilla** på næste
side

Natac er et miljøvenligt firma, der bruger de mest **avancerede ekstraktions- og rensningsteknologier til produktion af plantebaserede ingredienser af højeste kvalitet**. Deres portefølje omfatter ekstrakter fra oliven, safran, rhodiola, echinacea, artiskok og mange andre traditionelle planter, der er veldokumenterede i videnskabelig litteratur. Hvert ekstrakt er koncentreret med sin egen profil af bioaktive forbindelser, såsom polyfenoler, flavonoider og triterpener, blandt andre. Mangfoldigheden i deres botaniske portefølje giver en række sundhedsmæssige fordele, såsom forbedring af hjerte-kar-beskyttelse, støtte til mental velvære, styrkelse af immunforsvaret og meget mere. Disse kraftfulde fordele kan differentiere dine produkter og få dig til at skille dig ud på markedet. Takket være deres ekspertise, deres store produktionskapacitet, en integreret bæredygtighedsmodel og økologisk certificering fortsætter Natac med at flytte grænserne som førende inden for den globale botaniske industri.



Podcast-interview med José María Pinilla fra Natac Group

Klik for at se...



Hjemmeside:

www.natacgroup.com

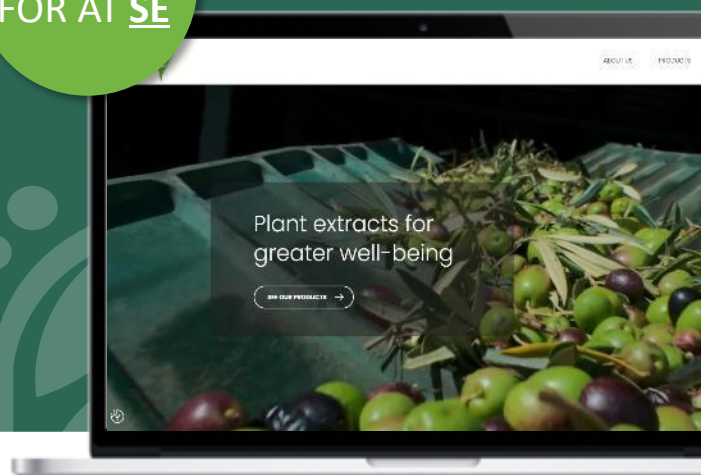
Kontakt

www.natacgroup.com/en/contact/

Sociale medier:

[LinkedIn](#)

KLIK
FOR AT SE



Mellem

Interview med
Beatriz Escudero på
næste side



Pharmadus®
BOTANICALS



Pharmadus Botanicals

Land

Spanien

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser,
innovativ teknologi

Relevante færdigheder/kompetencer

Nye urteprodukter

Udfordringer/behov:

Udvikling af nye velvære-teer

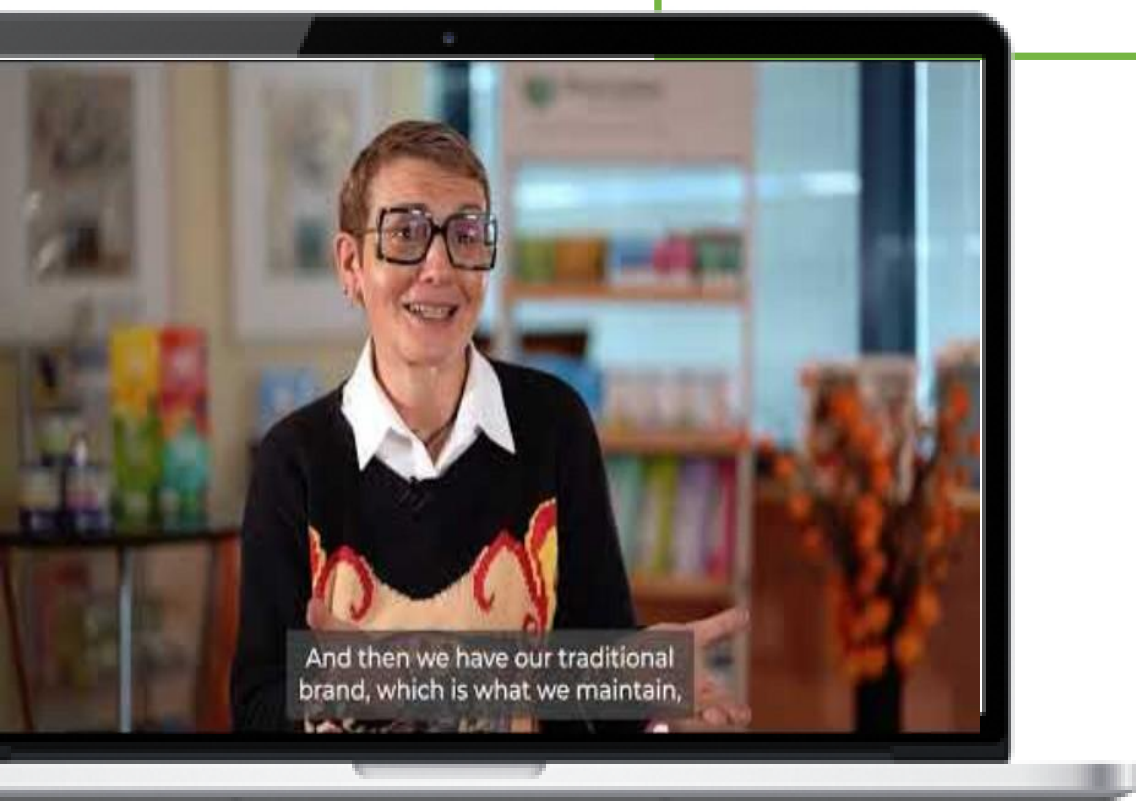
Kort beskrivelse.

Pharmadus Botanicals blev grundlagt i 1965 i Ponferrada. Omgivet af natur og beliggende i regionen Bierzo boede familien Escudero. Her startede "Infusiones La Leonesa", **et håndværkssværksted, der senere blev til en industriel virksomhed**, altid med et klart mål: at **tage vare på folks sundhed gennem urtete**. Det første produkt, der kom ud af denne nye fabrik, var **Manasul**: en eksklusiv og effektiv formel til vægtkontrol og forstoppelse. Manasul fandt vej til kopperne i millioner af hjem over hele verden. Det var så succesfuldt, at virksomheden skiftede navn og blev omdøbt til "Manasul Internacional". Det var den første spanske multinationale virksomhed inden for lægeplanter med hovedkvarter i Schweiz, Korea, Chile og USA. Faciliteterne og processerne er designet til at tage særligt hensyn til produktet og overholder de højeste standarder for fødevarer sikkerhed: kontrollerede atmosfærer, farmaceutiske renrum, trykreguleret SAS, vores eget mikrobiologiske og fysisk-kemiske laboratorium (bestemmelse af aktive principper, kontrol af pesticider, forurenende stoffer og tungmetaller). Pharmadus Botanicals udvælger sine leverandører ved kilden for kun at få de bedste planter og overvåger konstant sine produkter med kvalitetskontrol. Vi bruger kun økologiske urter, der opfylder vores standarder for høj kvalitet.



Interview med **Beatriz Escudero** fra Pharmadus Botanicals

Klik for at se...



KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.pharmadus.com/en

Kontakt

e: info@pharmadus.com t: (+34) 987 464 072

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)





Slovakiet

Gode praksis



- 01** Biofarm Príroda
- 02** Alfa Sorti
- 03** Vegget Microfarm
- 04** McCarter
- 05** Slovakisk fødevarevidenskabelig selskab





Biofarm Príroda

Land

Slovakiet

Type

Bæredygtig økologisk gård

Temaområder.

Økologiske teknologiske strategier, bæredygtig fødevarerproduktion, cirkulær økonomi

Relevante færdigheder/kompetencer

Økologisk landbrug, vandbesparelse, affaldsfri forvaltning og permakultur

Udfordring/behov:

Efterspørgsel efter økologiske, lokalt producerede fødevarer; minimering af miljøpåvirkningen

Kort beskrivelse.

Biofarm Príroda er et eksempel på en bæredygtig landbrugsvirksomhed i Slovakiet, der **integrerer økologiske teknologier og direkte distribution fra gård til bord**. Gården fokuserer på økologisk grøntsags- og husdyrproduktion, hvor syntetiske pesticider og gødning er udelukket, og hvor permakulturprincipper anvendes. Der anvendes regnvand til vanding, kompostering og genanvendelig emballage for at minimere det økologiske fodaftryk. Direkte salg til kunderne gør det muligt for gården at opretholde konkurrencedygtige priser og samtidig sikre friske økologiske fødevarer af høj kvalitet.

Denne model kan tjene som inspiration for landmænd, der ønsker at omstille sig til økologisk landbrug, men er bekymrede for de økonomiske eller tekniske udfordringer. Den viser, at en kombination af traditionelle og moderne tilgange gør det muligt at skabe en konkurrencedygtig økologisk virksomhed.



Biofarm Príroda er et eksempel på en bæredygtig landbrugsvirksomhed, der kombinerer økologiske teknologier, minimering af miljøbelastningen og lokal produktion. Denne model er særlig relevant i forbindelse med projektet, da den viser, hvordan små og mellemstore virksomheder kan implementere økologiske strategier og samtidig bevare deres konkurrenceevne på markedet. Den forklarer, hvordan landbrugsbedrifter kan bidrage til den cirkulære økonomi og støtte bæredygtige fødevarekæder.

Biofarm Príroda blev etableret som svar på den stigende efterspørgsel efter økologiske fødevarer i Slovakiet. Gårdens grundlægger, der har mange års erfaring inden for landbrug, indså, at forbrugerne var stadig mere interesserede i fødevarernes oprindelse, hvordan de blev dyrket, og landbrugsproduktionens miljøpåvirkning. Muligheden lå i at skabe en gård, der kombinerede traditionelle landbrugsmetoder med moderne økologiske teknologier og samtidig tilbød lokale og friske produkter direkte til kunderne.

Gården stod over for flere udfordringer i begyndelsen. Et af de største problemer var den højere pris på økologiske produkter i forhold til konventionelle fødevarer, hvilket gjorde det vanskeligt at komme ind på markedet. Det krævede også betydelige investeringer i grønne teknologier, såsom et regnvandsklimatiseringssystem og naturlige plantebeskyttelsesmetoder. Gården overvandt disse udfordringer ved at sælge direkte til kunderne, fjerne mellemlid i distributionen og øge priskonkurrenceevnen. Den deltog også i forskellige

miljøinitiativer og opnåede økologisk certificering, hvilket hjalp med at opbygge kundernes tillid.

Biofarm Príroda er kendetegnet ved flere innovative elementer. Det første er indførelsen af permakulturprincipper, som understøtter naturlig biodiversitet og reducerer behovet for eksterne input. Det andet innovative element er brugen af genanvendte materialer til produktemballage og implementeringen af en nul-affaldspolitik, som minimerer affald. Fra et forretningsmæssigt perspektiv bringer gården en bæredygtig forretningsmodel, der viser, at økologisk landbrug ikke kun kan være miljømæssigt ansvarligt, men også økonomisk rentabelt. Fra et socialt perspektiv bidrager det til udviklingen af den lokale økonomi, skaber arbejdspladser og leverer sunde og kvalitetsfødevarer til forbrugerne.

Biofarm Príroda er i øjeblikket aktiv og udvider konstant sin produktion. Der er planer om at udvide til andre regionale salgskanaler og samarbejde med større detailkæder, samtidig med at direkte leverancer til kunderne opretholdes. På mellemlang sigt er der planer om at indføre agroturisme, hvor besøgende kan lære om principperne for økologisk landbrug og prøve landbrugsaktiviteter. Det langsigtede mål er at udvide uddannelsesaktiviteterne inden for økologisk landbrug og blive en modelgård for andre virksomheder, der ønsker at skifte til bæredygtigt landbrug.

Denne model kan tjene som inspiration for landmænd, der ønsker at omstille til økologisk landbrug, men er bekymrede for de økonomiske eller tekniske udfordringer. Den viser, at en kombination af traditionelle og moderne tilgange gør det muligt at skabe en konkurrencedygtig økologisk virksomhed. En anden fordel er, at den viser, hvordan man effektivt kan kommunikere værdierne ved økologisk landbrug til kunderne og opbygge et brand baseret på gennemsigtighed og tillid.

Biofarma Příroda er en succesfuld model for økologisk landbrug, der kombinerer bæredygtige teknologier, direkte leverancer til kunderne og gennemsigtig kommunikation. Dette eksempel viser, at økologisk landbrug kan være økonomisk rentabelt, hvis forretningsstrategien er korrekt fastlagt, og moderne teknologier anvendes effektivt. Biofarma kan således tjene som model for lignende initiativer, der ønsker at opnå en bæredygtig fødevareproduktion uden negative virkninger på miljøet.

Biofarm Příroda er kendetegnet ved flere innovative elementer. Det første er indførelsen af **permakulturprincipper**, som understøtter naturlig biodiversitet og reducerer behovet for eksterne input. Det andet innovative element er brugen af genanvendte materialer til produktemballage og implementeringen af **en nul-affaldspolitik**, som minimerer affald.

Websted:

www.biofarma.sk

Kontakt

e: info@biofarma.sk

Sociale medier

[Instagram](#)

KLIK
FOR AT SE





Alfa Sorti

Land

Slovakiet

Type

Producent af plantebaserede fødevarer

Temaområder.

Bæredygtig fødevareproduktion, plantebaserede alternativer, fødevareinnovation

Relevante færdigheder/kompetencer

Plantebaseret fødevareforarbejdning, bæredygtig emballage, innovation inden for fødevareteknologi

Udfordring/behov:

Stigende efterspørgsel efter plantebaserede kødalternativer af høj kvalitet

Kort beskrivelse.

Alfa Sorti er et slovakisk firma, der har specialiseret sig i produktion af **plantebaserede fødevarer** og udvikler innovative kødfri produkter ved hjælp af avancerede forarbejdningsteknologier. Deres produkter har et højt proteinindhold, er kolesterolfri og fri for kunstige konserveringsmidler. **Bæredygtige** emballageinitiativer og fokus på at reducere deres CO2-aftryk bidrager til et mere **miljøvenligt fødevarer** system, samtidig med at de opretholder en stærk konkurrenceevne på markedet.

Alfa Sorti blev grundlagt med det formål at tilbyde forbrugerne **sunde og velsmagende alternativer til traditionelle kødprodukter**. Virksomhedens grundlæggere identificerede en stigende efterspørgsel efter plantebaserede produkter, der kunne tilfredsstille behovene hos veganere, vegetarer, men også flexitarer og mennesker, der søger sundere spisemuligheder



Alfa Sorti er en slovakisk virksomhed, der har specialiseret sig i produktion af vegetabiliske fødevarer, der kan erstatte kød. Deres brand "Goody Foody" tilbyder et bredt udvalg af veganske og vegetariske produkter, der bidrager til udviklingen af markedet for plantebaserede fødevarer i Slovakiet. Deres innovative tilgang til produktion og emballering af disse produkter er i tråd med projektets mål om at støtte bæredygtige og økologiske løsninger i fødevareindustrien. Alfa Sorti viser, hvordan plantebaserede alternativer kan implementeres i den bredere fødevarekæde og dermed støtte ernæringsmæssig diversificering og reducere miljøbelastningen.

Alfa Sorti blev grundlagt med det formål at tilbyde forbrugerne sunde og velsmagende alternativer til traditionelle kødprodukter. Virksomhedens grundlæggere identificerede en stigende efterspørgsel efter plantebaserede produkter, der kunne tilfredsstille behovene hos veganere, vegetarer, men også flexitarer og mennesker, der søger sundere spisemuligheder. Denne tendens blev understøttet af en øget interesse for sund livsstil og bæredygtighed samt voksende bekymring blandt forbrugerne om dyreproduktionens miljøpåvirkning. Markedet manglede

kvalitetsalternativer på plantebasis, der kunne ligne traditionelle kødprodukter i smag og konsistens, hvilket Alfa Sorti så som en vigtig mulighed.

Virksomheden stod over for flere udfordringer i udviklingen af sine produkter. Den første udfordring var at skabe plantebaserede produkter med en konsistens og smag som kød, hvilket krævede investeringer i forskning og udvikling af nye teknologier til forarbejdning af plantebaserede ingredienser. Virksomheden afprøvede forskellige metoder, såsom ekstrudering og fermentering af planteproteiner, for at opnå en autentisk smagsprofil.

En anden udfordring var at overbevise traditionelle forbrugere om fordelene ved plantebaserede alternativer. I Slovakiet var plantebaserede alternativer indtil for få år siden ikke så populære som i vestlige lande, hvilket betød, at Alfa Sorti måtte investere i marketingkampagner, smagninger og samarbejde med influencere inden for sund ernæring. En vigtig del af deres strategi var også at få produkterne ud i almindelige supermarkeder, så de blev tilgængelige for offentligheden.

Alfa Sorti har implementeret innovative teknologier i produktionen af sine produkter, hvilket har gjort det muligt at opnå høj kvalitet og autentisk smag. Deres vigtigste innovationer omfatter anvendelse af højtryksforarbejdning af plantebaserede ingredienser for at opnå en kødlignende konsistens samt optimering af opskrifter for at opnå maksimal næringsværdi. Deres produkter er rige på proteiner, kolesterolfri og fremstillet uden kunstige konserveringsmidler, hvilket giver sundhedsmæssige fordele for forbrugerne.

Fra et miljømæssigt perspektiv bidrager de til at reducere deres CO2-aftryk ved at tilbyde alternativer til kød, hvis produktion er ressourcekrævende. Plantebaserede alternativer har en betydeligt lavere indvirkning på vand- og jordressourcerne og bidrager dermed til fødevaresystemets bæredygtighed. Derudover har virksomheden investeret i udvikling af bæredygtig emballage og dermed reduceret plastikaffaldet.

Alfa Sorti er et eksempel på, hvordan plantebaseret innovation kan integreres i de almindelige fødevaremarkeder. Denne case viser, hvordan produktudvikling, forbrugeroplysning og bæredygtig emballage kan skabe attraktive kødalternativer, der understøtter en sundere kost og reducerer miljøpåvirkningen.

Hjemmeside:

www.alfasorti.sk

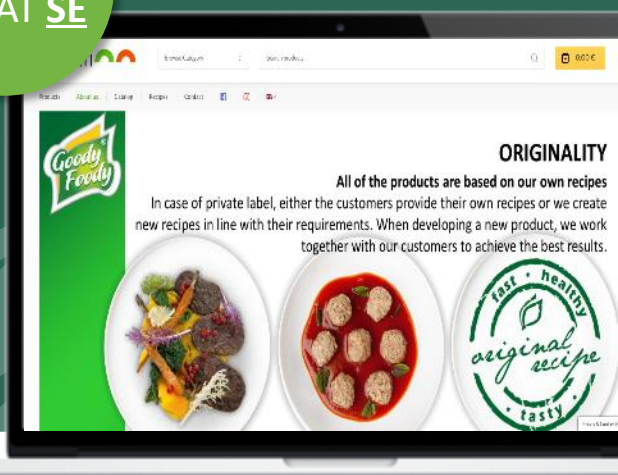
Kontakt

e: info@alfasorti.sk t: +421 915 989 341

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE





Vegget Microfarm

Land

Slovakiet

Type

Innovativ urban mikrolandbrug

Temaområder.

Bylandbrug, bæredygtig fødevareproduktion, cirkulær økonomi

Færdigheder/kompetencer

Vertikal landbrug, økologisk dyrkning, vandbesparende kunstvanding, samfundsengagement

Udfordring/behov:

Begrænset plads til fødevareproduktion i byområder, reduktion af emissioner

Kort beskrivelse.

Vegget Microfarm integrerer vertikal landbrug og økologiske dyrkningsteknikker **til produktion af friske grøntsager, urter og mikrogrøntsager i et urbant miljø**. De følger en nul-affaldsfilosofi, hvor alt organisk affald komposteres, og der anvendes biologisk nedbrydelig emballage. Ud over fødevareproduktion **er Vegget dybt engageret i lokalsamfundet** gennem workshops, åbent hus-arrangementer på gården og uddannelsesprogrammer, der fremmer bæredygtigt landbrug.

Vegget-modellen kan være en inspiration for andre lignende initiativer, der søger måder at **udnytte byrum effektivt til produktion af sunde, bæredygtige fødevarer.**



Vegget Microfarm er en model for moderne bylandbrug, der fokuserer på bæredygtig plantebaseret fødevarerproduktion i bymiljøer. Deres tilgang kombinerer økologiske landbrugsmetoder med samfundsengagement og offentlig uddannelse, hvilket skaber merværdi ikke kun for forbrugerne, men også for hele byinfrastrukturen. Dette eksempel er relevant for projektet, fordi det viser, hvordan små landbrugsinitiativer kan integrere økologiske metoder og samtidig støtte lokal fødevarerproduktion og -forbrug. Vegget-modellen kan være en inspiration for andre lignende initiativer, der søger måder at udnytte byrum effektivt til produktion af sunde, bæredygtige fødevarer.

Vegget Microfarm blev oprettet som svar på den stigende efterspørgsel efter friske, økologisk dyrkede fødevarer i byområder. Mange mennesker er bevidste om vigtigheden af lokal fødevarerproduktion og dens indvirkning på miljøet, samtidig med at de ønsker at have adgang til friske råvarer uden at skulle importere dem fra fjerne egne. Gårdens grundlæggere så denne mulighed og besluttede at skabe et koncept for bæredygtig mikrolandbrugsproduktion i Bratislava, nærmere bestemt i bydelen Vannoy.

Den største mulighed var at udnytte den tilgængelige byjord effektivt til dyrkning af plantebaserede produkter, hvilket sikrer maksimal friskhed og reducerer CO₂-aftrykket fra transport af fødevarer. Ud over selve produktionen ønskede gårdens

grundlæggere at øge bevidstheden om fordelene ved bylandbrug og give mulighed for at uddanne offentligheden gennem workshops og aktiviteter i lokalsamfundet.

Grundlæggerne stod over for flere udfordringer, da de oprettede gården. En af de største var tilgængeligheden af egnet jord i et bymiljø. Byjord er ofte ikke egnet til dyrkning, da den kan være forurenet eller have en struktur, der er uegnet for planter. Løsningen var at bruge højbede og hydroponiske systemer, som gør det muligt at kontrollere kvaliteten af substratet og næringsstofferne til planterne effektivt.

En anden udfordring var at sikre tilstrækkelige vandkilder til vanding. Vegget Microfarm har implementeret effektive vandingssystemer, der minimerer vandforbruget og udnytter regnvand til at opretholde jordens fugtighed.

Den tredje store udfordring var at overbevise byens beboere om vigtigheden af lokal fødevarerproduktion og at vække deres interesse for fællesskabslandbrug. Til dette formål begyndte landmændene at arrangere uddannelsesarrangementer, åbent hus-arrangementer på gårdene og workshops, hvor beboerne i Bratislava kan lære om dyrkning af fødevarer og de miljømæssige fordele herved.

Vegget Microfarm skiller sig ud med flere innovative elementer, der adskiller det fra traditionelle landbrugsmodeller.

1. **Vertikal landbrug og intensiv udnyttelse af pladsen** – Da bygårde har begrænset plads, bruger Vegget vertikale landbrugsteknikker og hævede bede, hvilket gør det muligt at maksimere udbyttet på områder med begrænset plads.
2. **Økologiske landbrugsmetoder** – Landmændene bruger ikke kemiske gødningsstoffer eller pesticider, men anvender naturlige metoder til plantebeskyttelse, såsom biologisk sprøjtning, sædskifte og kompostering.
3. **Affaldsminimering og nul-affaldsfilosofi** – Gården fokuserer på nul affald, bruger genanvendelig og biologisk nedbrydelig emballage, og alt organisk affald komposteres og returneres til jorden.
4. **Samfundsengagement og uddannelse** – Der arrangeres regelmæssigt arrangementer, hvor beboerne kan prøve landbrugsarbejde, lære om bæredygtigt landbrug og bidrage til udviklingen af samfundslandbrug.

De forretningsmæssige fordele er, at Vegget har skabt en succesfuld forretningsmodel for urbant landbrug med direkte salg til kunder, hvilket øger rentabiliteten og eliminerer distributionsomkostningerne. De sociale fordele omfatter støtte til den lokale økonomi, styrkelse af relationerne i lokalsamfundet og øget bevidsthed om økologiske metoder i landbruget.

Vegget Microfarm er i øjeblikket aktiv og udvider

konstant sit produkt- og serviceudbud. De producerer friske bladgrøntsager, urter, blomster og mikrogrøntsager, som de sælger direkte til kunder og samarbejder med lokale restauranter.

I fremtiden planlægger de at:

- Udvide deres dyrkningsareal og investere i nye dyrkningsteknologier.
- Udvikle samarbejdet med andre restauranter og hoteller, der er interesserede i friske lokale råvarer.
- Styrke uddannelsesaktiviteter og skabe flere programmer for skoler og lokale organisationer.
- Implementere andre elementer af cirkulær økonomi, såsom brug af bioaffald til produktion af kompost og biogas.

Vegget Microfarm tilbyder en masse inspiration og uddannelsesmuligheder for enkeltpersoner og iværksættere inden for økologisk landbrug. Interesserede kan besøge gården, deltage i workshops og få praktisk erfaring med at dyrke planter i et bymiljø. Denne casestudie viser også, hvordan moderne metoder kan bruges til at øge produktionen uden at påvirke naturen negativt.

Vegget Microfarm er et eksempel på en vellykket integration af landbrug i bymiljøet med fokus på bæredygtighed, fællesskab og kvalitet. Deres model viser, hvordan man effektivt kan bruge byrum til at producere fødevarer og samtidig fremme miljøbevidsthed og fællesskab.

Hjemmeside:

www.vegget.sk

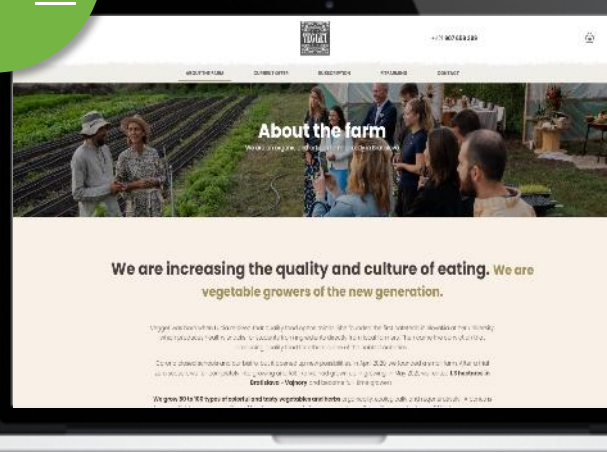
Kontakt

e: vegget.microfarm@gmail.com

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE





McCarter

Land

Slovakiet

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Bæredygtig plantebaseret
fødevareteknologi og cirkulære
fødevareforarbejdningskæder

Færdigheder/kompetencer

Design og drift af innovative
forarbejdningslinjer til frugt- og
plantebaserede råvarer

Kort beskrivelse.

McCarter har været førende på drikkevaremarkedet i Slovakiet siden 1997. De tror på kraften i naturlige ingredienser og de funktionelle fordele ved deres produkter. Deres filosofi bygger på værdier, der præger hvert trin i deres arbejde – fra udvælgelse af råvarer til det færdige produkt. De tror på **naturlige ingredienser uden kompromiser**, hvor hver drik kun indeholder det bedste, naturen har at byde på. Innovation er nøglen, og de stræber efter konstant at forbedre opskrifter og fremstille nye produkter, der giver reelle sundhedsmæssige fordele og understøtter en balanceret og bevidst livsstil for deres kunder. I interviewet med Juraj Durec beskrives, hvordan virksomheden udvikler energieffektive forarbejdningslinjer – der dækker vask, skæring, pulping, tørring, opbevaring og distribution – til en bred vifte af frugter og andre planteingredienser. Gennem samarbejde med universiteter og udenlandske partnere skaber de skræddersyet udstyr, når der ikke findes noget, isolerer næringsstoffer fra naturlige kilder i stedet for kemikalier, driver deres faciliteter med vedvarende energi og forbereder sig på kommende IFS-standarder. Det overordnede mål er en fuldt bæredygtig, affaldsfri forsyningskæde, der kan levere plantebaserede fødevarer af høj kvalitet i stor skala.



Interview med Juraj Durec fra McCarter

Klik for at se...



Hjemmeside:

www.mccarter.sk

Kontakt

e: mccarter@mccarter.sk

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE





Slovak Food Science & Technology Society

Land

Slovak

Type

Digital transformation

Temaområder.

Nye teknologier til en ressourceeffektiv og transparent fødevarerindustri

Færdigheder/kompetencer, der adresseres

Implementering af datadrevet beslutningstagning
fødevarerproduktion og e-handel

Udfordringer/behov, der adresseres:.

Stigende efterspørgsel efter gennemsigtige
forsyningskæder og verificerbare data fra
myndigheder og forbrugere

Kort beskrivelse.

Unionen af Slovakiske Videnskabelige og Tekniske Samfund (ZSVTS) er en frivillig, almenyttig, non-profit, demokratisk og ikke-politisk sammenslutning af professionelle videnskabelige og tekniske samfund, udvalg og territoriale koordineringscentre. Det Slovakiske Samfund for Fødevarervidenskab og -teknologi hører under ZSVTS og ledes af professor Vietoris fra SPU.

I ekspertinterviewet om seks emner kortlægger Vladimir Vietoris (formand for foreningen) fødevarersektorens vigtigste innovationsbaner: eksponentielle fremskridt inden for automatisering, **AI-assisteret produkt design og blockchain-baseret sporbarhed**. Digitalisering fremstilles som en katalysator for besparelser og hurtigere beslutninger, hvilket illustreres af en slovakisk e-shop for kosttilskud, der allerede driver det meste af sin virksomhed på basis af realtidsdataanalyse. Robotteknik og AI reducerer manuelt arbejde i både fabrikker og servicevirksomheder (f.eks. HORECA), mens syntetiske AI-genererede "personas" fremskynder sensorisk forskning uden at skulle rekruttere store forbrugerpaneler. **Blockchain sikrer uforanderlige optegnelser over oprindelse og kvalitet**, selvom omkostninger og knowhow fortsat udgør barrierer for mindre producenter. Endelig fremhæver eksperten alternative proteiner – især plante- og tangprodukter – som en anden vigtig søjle og understreger behovet for integrerede, automatiserede forarbejdningslinjer for at bringe disse bæredygtige fødevarer op i skala.



Interview med **Vladimir Vietoris** fra ZSVTS

Klik for at se...



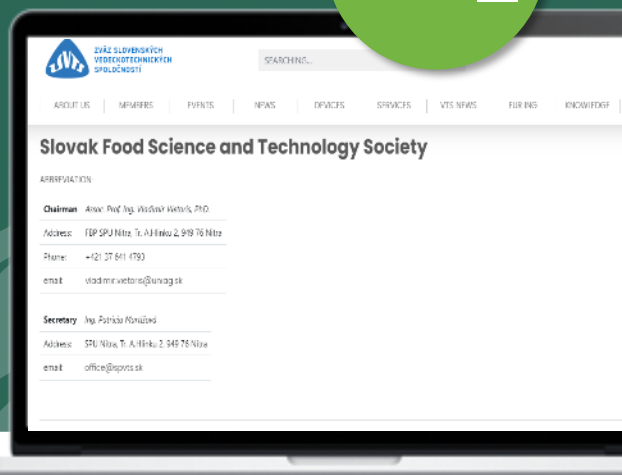
KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.zsvts.sk

Kontakt

e: office@spvts.sk



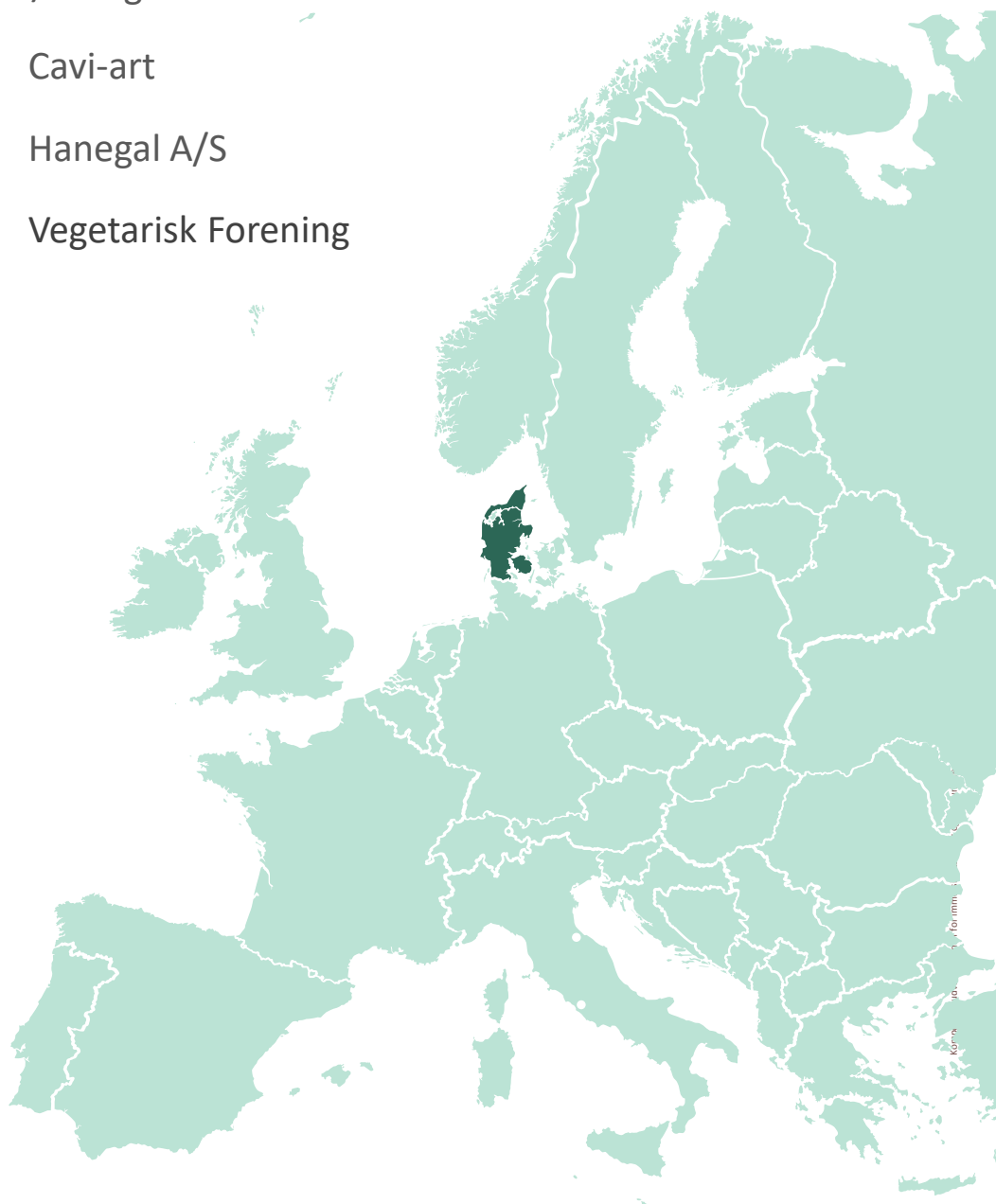


Danmark

Gode praksis



- 01 Naturli' Foods
- 02 Økologisk Danmark
- 03 Cavi-art
- 04 Hanegal A/S
- 05 Vegetarisk Forening



Begynder



Naturli' Foods

Land

Danmark

Type

Virksomhed/produktproducent

Temaområder.

Innovation inden for plantebaserede fødevarer; Bæredygtige fødevaresystemer; Forbrugerbevidsthed

Kompetencer/færdigheder

Produktudvikling; Markeds tilpasning; Klimavenligt iværksætteri

Udfordring/behov:

Behov for almindelige plantebaserede fødevarealternativer, der lever op til forventningerne til smag og konsistens; Støtte til forbrugerne i at ændre deres kostvaner

Kort beskrivelse.

Naturli' Foods er en dansk førende virksomhed inden for **plantebaseret innovation, der tilbyder et bredt udvalg af kød- og mejerialternativer**. Med fokus på smag, konsistens og klimabevidst produktion gør de det lettere for forbrugerne at træffe bæredygtige valg i hverdagen.

Naturli' Foods er en dansk virksomhed, der er blevet et førende navn inden for plantebaseret kost i hele Europa. Virksomheden blev grundlagt i 1988 med en enkel, men stærk mission: at tilbyde naturlige, bæredygtige alternativer til animalske fødevarer.

Naturli' fokuserede oprindeligt på økologiske produkter, men tilpassede sig hurtigt den stigende globale bevidsthed om klimaforandringer, dyrevelfærd og sundhed. I midten af 2010'erne identificerede virksomheden et hul i markedet: Mange forbrugere var åbne over for at reducere deres forbrug af kød og mejeriprodukter, men havde svært ved at finde plantebaserede alternativer, der matchede den smag og konsistens, de var vant til. Naturli' udnyttede denne mulighed ved at udvikle produkter, der tilbød velkendte smagsoplevelser og gjorde plantebaseret kost både tilgængelig og velsmagende.

Denne ændring blev styret af nøje observation af forbrugeradfærd, feedback fra fokusgrupper og stærke relationer til danske detailhandlere. Naturli' indså, at hvis plantebaserede produkter skulle accepteres af et bredere publikum, skulle de ikke positioneres som alternativer, men som dagligvarer. Et vigtigt eksempel på denne tankegang var deres insisteren på, at Naturli' Minced, et 100 % plantebaseret kødalternativ, skulle være at finde i supermarkedernes ferskvareafdeling. Dette mødte oprindeligt modstand, men Naturli' holdt fast i sin overbevisning om, at normalisering af

plantebaserede valg betød, at de skulle placeres der, hvor forbrugerne allerede traf beslutninger om aftensmaden. Strategien gav pote – detailhandlerne oplevede øget salg, og forbrugerne begyndte at se Naturli' som et praktisk og attraktivt valg frem for et nicheprodukt.

Som enhver pionervirksomhed stødte Naturli' på flere udfordringer. Disse omfattede skepsis fra de store detailhandlere, overvindelse af negative opfattelser af plantebaserede fødevarer som smagløse eller stærkt forarbejdede samt tekniske forhindringer i forbindelse med at perfektionere smag og konsistens uden brug af kunstige tilsætningsstoffer. Naturli' tacklede disse udfordringer med en holdning, der var rodfast i vedholdenhed og kvalitet. Virksomheden investerede i produktudvikling og smagstest, forfinede opskrifter med rigtige kokke og indførte fuld gennemsigtighed i ingredienser og sourcing. Deres team valgte en praktisk, men optimistisk tilgang: Innovation skulle være meningsfuld, forankret i forbrugernes oplevelse og tjene et større miljømæssigt mål.



Naturli' betragtes som meget innovativt for sine realistiske alternativer til kød og mejeriprodukter, såsom deres hakket kød, kyllingefri stykker og plantebaseret smør. Disse produkter er fremstillet af ingredienser som ærter, mandler, soja, havre og kokos uden GMO'er eller kunstige konserveringsmidler. Deres miljømæssige fordele er betydelige – ved at erstatte animalske fødevarer med plantebaserede hjælper Naturli' forbrugerne med at reducere deres CO2-aftryk, mindske forbruget af jord og vand og støtte biodiversiteten. På det sociale plan går virksomheden også ind for inkluderende kostvaner og skaber muligheder, der passer til veganere, flexitarer og personer med kostbegrænsninger.

I dag er Naturli' Foods en aktiv og voksende virksomhed. Dens produkter findes i danske supermarkeder og i stigende grad på andre europæiske markeder. Virksomheden fortsætter med at innovere og arbejder på nye formater og smagsvarianter for at imødekomme forbrugernes skiftende smag. Den er fortsat dedikeret til sin bredere mission: at bidrage til at omforme madkulturen og fremme en overgang til bæredygtige, klimavenlige kostvaner.

På mellemlang til lang sigt **ønsker Naturli' at internationalisere sit produktsortiment yderligere**, udvide sine oplysningsindsatser om plantebaseret kost og fortsætte med at flytte grænserne for både smag og funktion. For Naturli' handler succes ikke kun om markedsandele – det handler om at inspirere til en fremtid, hvor god mad er bedre for planeten.



KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.naturli-foods.com

Kontakt

e: info@naturli-foods.com

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#) [TikTok](#)





Økologisk Danmark

Land

Danmark

Type

Forening/sektorstøtte

Temaområder.

Økologiske og plantebaserede fødevarer; Politik og fortalervirksomhed; Bæredygtigt landbrug

Færdigheder/kompetencer

Netværk og udvikling af værdikæder; Omstilling af sektoren til bæredygtighed; Uddannelse i fødevarer

Udfordringer/behov:

Behov for struktureret sektorstøtte og fortalervirksomhed for vækst inden for plantebaserede og økologiske fødevarer; Sammenkobling af interessenter i økosystemet for økologiske fødevarer

Kort beskrivelse.

Økologisk Danmark støtter producenter, virksomheder og forbrugere i **overgangen til økologiske og plantebaserede fødevarer**.

Deres arbejde forbinder uddannelse, politik og markedsføring og bidrager til at opbygge en bæredygtig landbrugs- og fødevarersektor i Danmark.

Økologisk Landsforening (Økologisk Landsforening) er den førende organisation for økologisk landbrug, fødevarerproduktion og forbrug i Danmark.

Den blev grundlagt i 1981 af en gruppe visionære landmænd og forbrugere, der ønskede at skabe et bæredygtigt alternativ til det industrielle landbrug.

I dag repræsenterer organisationen et mangfoldigt medlemskab af økologiske landmænd, fødevarer virksomheder og engagerede borgere. Målet er klart: at skabe en stærk, modstandsdygtig økologisk sektor, der ikke kun understøtter menneskers og planetens sundhed, men også imødekommer forbrugernes skiftende krav og det bredere fødevarer system.

Fra starten identificerede Økologisk Danmark en vigtig mulighed – der var et voksende ønske blandt danske borgere om gennemsigtighed, bæredygtighed og tillid til fødevarer. Økologisk Danmark fungerede som en bro mellem disse forbrugere og producenter, der delte de samme værdier. Gennem kampagner, forskning og markedsengagement arbejdede organisationen for at øge både udbuddet og efterspørgslen efter økologiske produkter. Den blev en national frontløber i arbejdet for politiske ændringer, støtte til innovation inden for økologisk landbrug og oplysning af offentligheden om, hvorfor økologiske og plantebaserede tilgange er afgørende for fremtiden. I takt med at bevidstheden om klimaforandringer og kødproduktionens miljøpåvirkning voksede, begyndte Økologisk Danmark at sætte større fokus på plantebaserede fødevarer inden for den økologiske sektor.

Gennem årene har organisationen stået over for flere udfordringer, herunder skepsis fra de store detailhandlere, politisk inerti og kompleksiteten ved at

kvaliteten. Der var også strukturelle udfordringer omkring forsyningskæder og markedsadgang for mindre producenter. Økologisk Danmark har imidlertid tacklet disse udfordringer med en langsigtet, partnerskabsbaseret tankegang. Organisationens arbejder tæt sammen med ministerier, forskere, supermarkeder og internationale partnere for at påvirke politik, forbedre standarder og skabe solide markedsvilkår for økologiske og plantebaserede varer. Deres løsninger er ofte baseret på samarbejde, hvor de tilbyder praktiske værktøjer og rådgivning til landmænd og virksomheder, samtidig med at de har et klart fokus på bæredygtighed.

Økologisk Danmark udmærker sig ved sin rolle i mainstreaming af økologiske produkter i Danmark. Landet har nu den højeste markedsandel af økologisk fødevarerforbrug i verden – i høj grad takket være Økologisk Danmarks indsats. Dets arbejde omfatter fremme af plantebaseret innovation som en central klimastrategi. Det støtter landmænd, der ønsker at diversificere til plantebaseret produktion, og samarbejder med brands om at lancere nye, økologiske plantebaserede produkter. Fra havredrikke og veganske smørbare pålæg til økologisk tofu og plantebaserede færdigretter hjælper organisationen med at gentænke, hvordan bæredygtige fødevarer systemer kan se ud. Dens iværksætterfordele ligger i at styrke de danske økologiske producenters konkurrenceevne og hjælpe dem med at reagere på skiftende forbrugertrends.





De samfundsmæssige og miljømæssige fordele ved Økologisk Danmark's arbejde er betydelige. Ved at støtte økologisk landbrug fremmer de biodiversitet, jordens sundhed, reduceret brug af pesticider og bedre dyrevelfærd. Deres fremme af økologiske plantebaserede kostvaner bidrager til reducerede drivhusgasemissioner, mere bæredygtig arealanvendelse og sundere samfund. De går også ind for madundervisning i skolerne, støtter innovation gennem pilotprojekter og fungerer som en central stemme for Danmarks økologiske og bæredygtige fremtid.

I dag er Økologisk Danmark meget aktiv, ikke kun på nationalt plan, men også på tværs af Europa og internationalt. Organisationen er involveret i flere EU-finansierede projekter og netværk og fortsætter med at rådgive om politikker, der støtter økologiske, plantebaserede fødevarer. I de kommende år planlægger organisationen at uddybe sit engagement med fødevarerproducenter, yderligere fremme økologisk plantebaseret innovation og styrke Danmarks rolle som global leder inden for bæredygtige fødevarer.

For Økologisk Danmark ligger fremtiden i samarbejde, klimansvar og i at sikre, at økologiske og plantebaserede fødevarer ikke kun er et alternativ, men normen.

KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

www.okologi.dk/international

Kontakt

e: info@okologi.dk

Sociale medier

[Facebook](#) [LinkedIn](#) [Instagram](#) [YouTube](#)



Begynder



Cavi-art®



Cavi-art

Land

Danmark

Type

Erhverv / Bæredygtig produktinnovation

Temaområder.

Marinebaserede plantealternativer;
Cirkulær økonomi; Innovation inden for
fødevarer sustainability

Relevante færdigheder/kompetencer

Udvikling af alternative proteiner;
Cirkulær innovation; Ansvarlig
udnyttelse af marine ressourcer

Udfordring/behov:

Behov for at mindske afhængigheden
af overfiskede marine arter; Stigende
efterspørgsel efter veganske og fisk- og
skaldyrsfri alternativer

Kort beskrivelse.

Cavi-art® er et alternativ til fiskerogn baseret på tang, udviklet af Jens Møller Products. Det er en plantebaseret løsning, der beskytter havets økosystemer og samtidig leverer et luksusprodukt til fødevarerproducenter og kokke.

Cavi-art er en dansk virksomhed, der producerer kaviaralternativer baseret på tang og har skabt sig en unik niche inden for plantebaserede fødevarer. Virksomheden blev grundlagt af Jens Møller i 1990'erne og startede med en stærk miljømæssig mission: at skabe et bæredygtigt, havvenligt alternativ til traditionel fiskerogn

Idéen opstod på baggrund af den voksende bekymring for overfiskeri og kaviarproduktionens ødelæggende indvirkning på havets økosystemer. Cavi-art erkendte både et markedspotentiale og en økologisk mulighed og satte sig for at udvikle et produkt, der kunne erstatte fiskerogn uden at gå på kompromis med smag, udseende eller funktionalitet. Denne tidlige vision – at beskytte havets dyreliv gennem innovation – er stadig retningsgivende for virksomhedens arbejde i dag.

Den første udfordring var teknisk: hvordan man kunne genskabe kaviarens delikate smag og salte aroma ved hjælp af udelukkende plantebaserede ingredienser. Efter omfattende eksperimenter lykkedes det teamet at udvikle Cavi-art® – små perler fremstillet af ansvarligt høstet tang, forarbejdet og krydret for at give den velkendte smag af fiskerogn. Produktionen foregår i Danmark, hvor virksomheden har fuld kontrol over kvalitet og bæredygtighed. En anden udfordring var at overbevise kokke, detailhandlere og forbrugere om at prøve noget nyt i en kategori, der typisk er domineret af luksuriøse animalske produkter. Teamet overvandt denne udfordring gennem vedholdende opfølgende arbejde, smagsprøver og samarbejde med kulinariske fagfolk. Deres åbne tankegang og vilje til at tilpasse sig førte til voksende tillid og accept, især blandt bæredygtighedsbevidste fødevarerleverandører og gourmetkøkkener.

Det, der gør Cavi-art innovativt, er ikke kun selve produktet, men også principperne bag det. Virksomheden er dybt engageret i FN's verdensmål for bæredygtig udvikling nr. 14 – Livet under vandet – og bruger kun tang, der høstes uden at skade marine økosystemer. I modsætning til fiskerogn, der bidrager til udfiskningen af vilde fiskebestande, er tang en regenerativ afgrøde, der absorberer CO₂ og understøtter biodiversiteten i havet. Virksomheden undgår også brug af kunstige farvestoffer og konserveringsmidler i sin produktion, hvilket sikrer et rent produkt med minimal miljøpåvirkning. Denne kombination af teknisk innovation og miljøansvar har gjort det muligt for Cavi-art at udvikle et virkelig fremtidsorienteret produkt. Set fra et iværksættermæssigt perspektiv har mærket vist, at etisk innovation kan konkurrere med animalske luksusfødevarer på smag og æstetik.

Ud over de miljømæssige fordele støtter Cavi-art den bredere overgang til plantebaserede produkter ved at tilbyde fødevareproducenter og kokke en måde at gøre deres retter mere bæredygtige uden at gå på kompromis med smagen. Produktsortimentet kan bruges i alt fra kanapéer og sushi til gourmetretter og færdigretter. Virksomheden arbejder også på at udvikle nye anvendelsesmuligheder for sin tangteknologi og udforsker områder som saucer, dressinger og endda 3D-madprint.

Ved at fortsætte med at investere i forskning og udvikling viser Cavi-art sit engagement i langsigtet innovation og diversificering. I dag er Cavi-art en aktiv, hurtigt voksende virksomhed med kunder i hele Europa og udenfor. Dens produkter er meget udbredt i foodservice og bliver stadig mere tilgængelige i detailhandlen. Virksomhedens mål på mellemlang og

lang sigt omfatter udvidelse af den internationale rækkevidde, øget bevidsthed om tang som en bæredygtig ingrediens og fortsat udvikling af alternativer til fødevarer af marint oprindelse. I en tid, hvor havets økosystemer er under et hidtil uset pres, er dette en bæredygtig løsning.



Cavi-art er et konkret eksempel på, hvordan gennemtænkt, plantebaseret innovation kan bidrage til at gøre hele brancher mere bæredygtige – uden at gå på kompromis med smagen.

Hjemmeside:

www.cavi-art.com

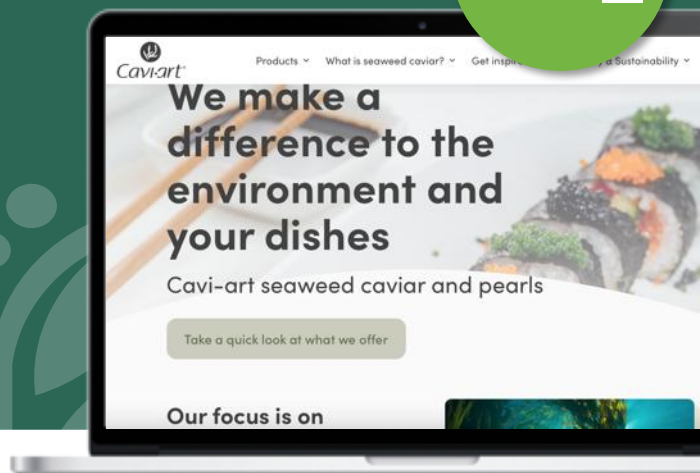
Kontakt

e: mail@jensmoller.dk

Sociale medier

[LinkedIn](#)

KLIK
FOR AT SE



Mellem

HANEGAL¹⁹⁸⁰
MERE END ØKOLOGI



Hanegal A/S

Land

Danmark

Type

Virksomhed / Producent af
økologiske fødevarer

Temaområder.

Økologisk færdigretter; Tilsætningsfrie
plantebaserede produkter; Udvikling af
flexitar-markedet

Kompetencer

Bæredygtig innovation inden for
færdigretter; udvikling af produkter
med ren mærkning; etisk
fødevareiværksætteri

Udfordring/behov:

Behov for bekvemme, plantebaserede
alternativer med gennemsigtig
oprindelse; Forbrugernes efterspørgsel
efter etiske fødevarer af høj kvalitet

Kort beskrivelse.

Hanegal A/S er en økologisk fødevareproducent, der tilbyder en række færdigretter og pålæg, herunder flere plantebaserede varianter. Hanegal er kendt for kvalitet og gennemsigtighed og støtter en bæredygtig fødevareomstilling gennem etisk convenience-mad.

Hanegal er en banebrydende dansk fødevarer virksomhed, der siden 1994 har sat standarden for økologisk og bæredygtig fødevarerproduktion. Hanegal blev grundlagt på et dybt engagement i sundhed, kvalitet og miljøansvar og startede som en lille virksomhed med en dristig mission: at skabe ærlige fødevarer uden tilsætningsstoffer, fremstillet af økologiske ingredienser og med udgangspunkt i gennemsigtighed.

Fra starten var Hanegal drevet af overbevisningen om, at forbrugerne fortjente mad, der var god for både kroppen og planeten. Gennem årene har virksomheden udviklet sig til et førende økologisk brand i Danmark, der tilbyder et bredt udvalg af kød-, vegetar- og veganske produkter til både detailhandlen og foodservice-sektoren.

Skiftet til plantebaserede produkter var ikke en marketingtrend for Hanegal – det var en naturlig forlængelse af virksomhedens værdier. Da klimaforandringer og dyrevelfærd blev stadig vigtigere for forbrugerne, erkendte teamet hos Hanegal det presserende behov for at tilbyde alternativer, der understøttede et mere bæredygtigt fødevarer system. De identificerede en stigende efterspørgsel blandt flexitarer og miljøbevidste forbrugere efter høj kvalitets, praktiske plantebaserede alternativer, der ikke gik på kompromis med smag eller ernæring. Disse indsigter blev indsamlet gennem markedsundersøgelser, kundedialog og nøje observation af skiftende kosttrends, især blandt de yngre generationer.

Som enhver pioner i en traditionel branche stod Hanegal over for udfordringer i begyndelsen. Udviklingen af kødfri produkter, der kunne matche smagen, konsistensen og tilfredsstillende af de traditionelle produkter, krævede både teknisk ekspertise og vilje til at eksperimentere. Virksomheden opretholdt en stærk intern forsknings- og

udviklingskultur og arbejdede tæt sammen med fødevarerforskere, kokke og ernæringseksperter for at perfektionere sine opskrifter. Virksomheden måtte også tage højde for forbrugernes opfattelse – især blandt loyale kunder, der var vant til Hanegals økologiske kødprodukter – ved at sikre, at det nye plantebaserede sortiment levede op til de samme høje standarder for smag og håndværk. Dette blev opnået gennem en gradvis lancering, omhyggelig branding og løbende dialog med kunderne. Virksomheden valgte en åben, nysgerrig og respektfuld holdning til det skiftende fødevarer landskab.

Hanegals innovation ligger i den holistiske tilgang til fødevarerproduktion. Uanset om det drejer sig om økologisk charcuterie eller vegansk paté, anvender virksomheden de samme principper: 100 % økologiske ingredienser, ingen tilsætningsstoffer, fuld gennemsigtighed og dyb respekt for naturen. Det plantebaserede sortiment omfatter færdigretter, pålæg og alternativer til traditionelle kødpålæg, der tilbyder variation og bekvemmelighed for moderne forbrugere. Hanegal er en af de få virksomheder, der fuldt ud integrerer etisk produktion i alle aspekter af sin virksomhed, fra indkøb til emballering. Virksomheden fortsætter også med at innovere med nye opskrifter og formater og udforsker måder at reducere miljøpåvirkningen gennem valg af ingredienser, affaldsreduktion og bæredygtig energianvendelse.



Hanegal bidrager i høj grad til den voksende bevægelse mod klimavenlige kostvaner. Ved at tilbyde plantebaserede fødevarer, der er tilgængelige og tiltalende, støtter virksomheden en sundere livsstil og mindsker afhængigheden af industriel kødproduktion. Miljømæssigt fremmer de økologiske metoder jordens sundhed, biodiversiteten og reducerer udledningen af drivhusgasser. Hanegal spiller også en vigtig rolle i uddannelse og oplysning – ved at hjælpe med at ændre offentlighedens forståelse af, hvad god mad er, og hvorfor vores valg er vigtige.

I dag er Hanegal en blomstrende virksomhed med en voksende tilstedeværelse i danske supermarkeder og fødevareleverandører, herunder skoler, kantiner og hospitaler. Virksomheden fortsætter med at drive sin forretning med en stærk etisk kompas og opretholder gennemsigtighed og tillid hos sine kunder. Fremadrettet er virksomheden fast besluttet på at udvide sit plantebaserede sortiment, trænge ind på nye markeder og øge sin indflydelse.

Dette omfatter investeringer i produktudvikling, bæredygtige emballageinnovationer og strategiske partnerskaber med ligesindede organisationer. Hanegals langsigtede vision er at gøre bæredygtige, økologiske og plantebaserede fødevarer til det naturlige valg i hverdagen – ved at bevise, at de kan være lige så lækre, praktiske og mættende som alle andre produkter på hylderne. For Hanegal er fremtiden for fødevarer ikke kun plantebaseret – den er baseret på principper.

Hjemmeside:

www.hanegal.dk

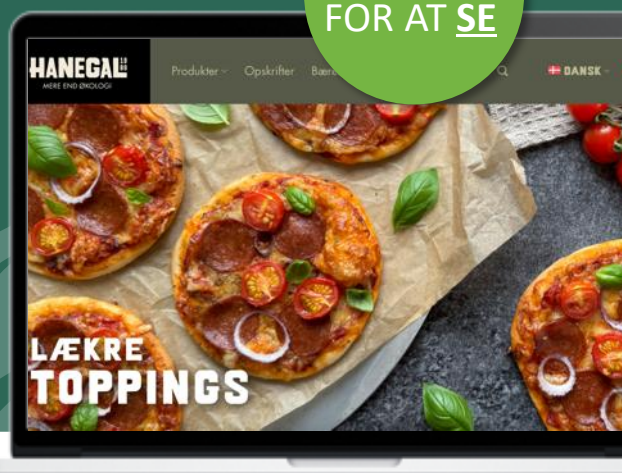
Kontakt

e: info@hanegal.dk

Sociale medier:

[Facebook](#) [LinkedIn](#) [Instagram](#)

KLIK
FOR AT SE





Danmarks Vegetariske Samfund

Land

Danmark

Type

Ikke-statslig organisation (NGO)

Temaområder.

Overgang til plantebaseret kost;
Politik og fortalervirksomhed;
Offentlig bevidstgørelse

Kompetencer

Tværsektorielt samarbejde

Udfordringer/behov:

Strukturelle barrierer; Afmystificering

Kort beskrivelse.

Dansk Vegetarisk Forening er en veletableret non-profit organisation, der arbejder for at fremme overgangen til en mere plantebaseret kost og fødevarer systemer i Danmark. Foreningen blev grundlagt i 1896 af læger og sundhedspersonale og arbejdede oprindeligt for plantebaseret kost af sundhedsmæssige og etiske årsager. I dag er foreningens mission udvidet til også at omfatte **klimaindsats, fødevarer sikkerhed og bæredygtighed**, hvilket afspejler en holistisk forståelse af fordelene ved at reducere afhængigheden af animalske produkter.

Foreningen arbejder på flere niveauer – fra politik til offentlig engagement – og samarbejder med regeringen, fødevarer producenter, kokke, sundhedspersonale og forbrugere. Den har spillet en central rolle i udformningen af Danmarks plantebaserede dagsorden, herunder bidrag til oprettelsen af verdens første nationale handlingsplan for plantebaserede fødevarer og en offentlig tilskudsordning på 170 millioner euro til innovation. Gennem kampagner, uddannelse, træning og samarbejde fremmer den praktiske løsninger – såsom plantebaserede måltider som standard i offentlige institutioner og kokkeuddannelsesprogrammer – for at gøre bæredygtige kostvaner mere tilgængelige. Foreningen støtter også internationalt outreach og deler Danmarks erfaringer med andre lande gennem det, den kalder "plantebaseret diplomati".



plant power
Boosting innovation for Food SMEs

Numer: Christoffer Bragstad - Dansk Vegetarisk Forening



Grækenland Gode praksis



- 01** Liofyllo
- 02** VioLife
- 03** BioPack
- 04** Green Cola
- 05** Innova



Mellem

Liofyllo



Liofyllo

Land

Grækenland

Type

Specialfremstillede produkter

Temaområder.

Innovation, bæredygtighed, håndværk

Relevante færdigheder/kompetencer

Custom Lab, teambuilding-events, designatelier, GreenPath-workshops

Udfordring/behov:

Markedets accept

Kort beskrivelse.



*Podcast med
Alexandra
Makrygeorgou
på næste side*

Liofyllo-teamets mission er en inderlig blanding af innovation, bæredygtighed og bevarelse af kultur, der er dybt forankret i essensen af Middelhavsområdet og den græske arv. Ved at omdanne landbrugsaffald fra olivenblade, et biprodukt der ofte kasseres som affald, til et miljøvenligt materiale, puster Liofyllo nyt liv i et ældgammelt symbol på velstand – oliventræet. I en verden, hvor menneskets handlinger ofte belaster miljøet, fungerer Liofyllo som et lysende håb, der viser det enorme potentiale i en cirkulær økonomi. Liofyllos mission handler ikke kun om at genanvende affald, men om at skabe et arv. Hvert panel, de fremstiller af olivenblade, er gennemsyret af bæredygtighed og bruger biologisk nedbrydelige og biobaserede klæbemidler for at minimere miljøpåvirkningen og samtidig maksimere innovationen. Liofyllos mission er drevet af en forpligtelse til at ære naturens gaver og samtidig imødekomme det presserende behov for bæredygtighed.



Podcast-interview med **Alexandra Makrygeorgou** fra Liofyllo

Klik for at lytte...

Mrs Alexandra Makrygeorgou
Founder, Liofyllo, Greece



Hjemmeside:

www.liofyllo.com

Kontakt

e: info@liofyllo.com

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#)

KLIK
FOR AT SE

Liofyllo [HOME](#) [ABOUT](#) [OUR SERVICES](#) [SHOP](#) [BLOG](#) [ESG](#) [🛒](#)

Passionate
about **style**

Our idea is a combination of functionality and beauty in minimalist objects created by talented craftsmen for the coziness of your place.

[VIEW OUR PRODUCTS](#)

Begynder

Violife
100% Plant Based



Violife

Grækenland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Plantebaserede ingredienser,
innovativ teknologi

Relevante færdigheder/kompetencer

Udvikling af mælkefri,
plantebaserede ostealternativer

Udfordring/behov:

Tilbyde bæredygtige og veganske
ostealternativer for at reducere
miljøpåvirkningen fra
mælkeproduktion

Kort beskrivelse.

Violife, med base i Thessaloniki, Grækenland, er førende inden for produktion af innovative plantebaserede ostealternativer. Virksomheden har **udviklet et bredt udvalg af mejerifrie osteprodukter, der imødekommer den stigende efterspørgsel efter veganske og miljømæssigt bæredygtige fødevarer**. Violifes produkter er fri for almindelige allergener, GMO'er og konserveringsmidler, hvilket afspejler virksomhedens engagement i sundhedsbevidst og miljøvenlig produktion. Violife kommer fra det græske ord Vios, der betyder liv. Det er altså liv i anden potens, lev livet fuldt ud.

Violife tilbyder et bredt udvalg af plantebaserede ostealternativer, herunder skiver, blokke, revet ost og cremede smøreoste i forskellige smagsvarianter, såsom cheddar, gouda, mozzarella og røget. Deres produkter er designet til at smelte, grille, rive, riste og smøre, hvilket giver alsidighed til forskellige kulinariske anvendelser.

Violife er blevet et globalt anerkendt brand, der leverer produkter til store detailhandlere og fødevareleverandører.

Virksomheden har planer om at udvide sit produktsortiment med innovative nye smagsvarianter og udforske andre plantebaserede mejerialternativer. Violife viser, hvordan fødevare-SMV'er kan skalere bæredygtige produkter. Brugere kan komme i kontakt via deres hjemmeside.

Alle Violife-produkter er fri for almindelige allergener, GMO'er og konserveringsmidler, hvilket er i tråd med bæredygtige og sundhedsbevidste forbrugere. Deres engagement i plantebaserede alternativer understøtter miljømæssig bæredygtighed ved at reducere afhængigheden af animalsk landbrug.

Med over 30 års erfaring i udvikling af veganske produkter har Violife etableret en global rækkevidde og distribuerer til mere end 50 lande. Som verdens førende inden for plantebaserede ostealternativer støttes de af Upfield, verdens største plantebaserede fødevareforarbejdningsvirksomhed, hvilket styrker deres innovationskapacitet og markedsrækkevidde.

Demonstrerer, hvordan innovation inden for plantebaserede fødevarer kan drive global forandring, hvilket gør det til et fremragende eksempel for andre at følge.

Violife er på linje med Plant Power-projektet ved at fremme plantebaseret innovation, reducere drivhusgasemissioner fra mejeriproduktion og tilbyde løsninger, der tilskynder til en overgang til bæredygtige fødevarer systemer.



KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

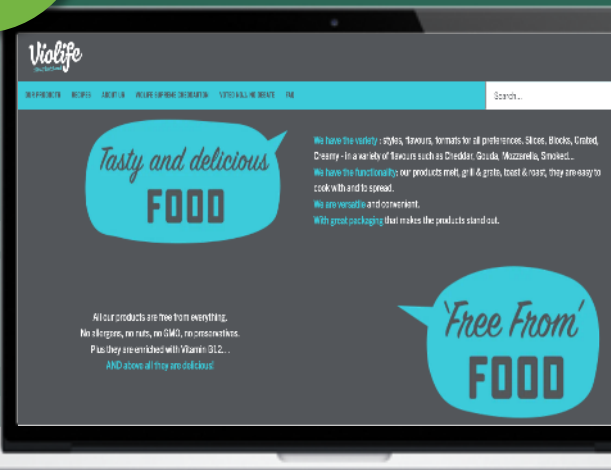
[Violife](https://violifefoods.com)

Kontakt

e: info@violifefoods.com, t: +30 2311 990 700

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#) [TikTok](#)



Mellem



BioPack

Land

Grækenland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Bæredygtig emballage og innovativ teknologi

Relevante færdigheder/kompetencer

Udvikling af biologisk nedbrydelige og komposterbare emballageløsninger

Udfordring/behov:

Reduktion af plastforurening og tilbud om miljøvenlige emballagealternativer til SMV'er i fødevarebranchen

Kort beskrivelse.

BioPack er en banebrydende græsk virksomhed, der har specialiseret sig i **udvikling af biologisk nedbrydelige og komposterbare emballagematerialer**. Virksomheden tackler den kritiske miljøudfordring, som plastikaffald udgør, ved at tilbyde **bæredygtige emballageløsninger, der er skræddersyet til fødevareindustrien**. Deres innovative tilgang kombinerer lokale ressourcer med banebrydende teknologi, hvilket fremmer en cirkulær økonomi og støtter SMV'er i deres bæredygtighedsindsats.

BioPack udvikler biologisk nedbrydelig og komposterbar emballage til fødevarer for at reducere miljøaffald. De leverer miljøvenlige alternativer til engangsplast. Dermed hjælper de virksomheder med at reducere deres CO2-aftryk og bidrager til en cirkulær økonomi.

BioPack bidrager til at reducere emissioner og affald i fødevaresystemer, hvilket er i tråd med Plant Power-projektets fokus på miljøvenlige innovationer. BioPack blev grundlagt i Athen for at tackle det voksende problem med plastforurening. Teamet identificerede en mulighed for at udvikle komposterbare emballageløsninger, der er skræddersyet til SMV'er inden for fødevarebranchen.

De udfordringer, de er stødt på, er høje produktionsomkostninger og begrænset kendskab til biologisk nedbrydelige løsninger blandt virksomhederne.

Men ved at samarbejde med lokale leverandører og udnytte EU-finansiering er de i gang med at udvide deres aktiviteter og oplyse kunderne.

Virksomheden udviser innovation ved at designe emballagematerialer, der nedbrydes naturligt uden skadelige rester. Dette hjælper igen fødevarer-SMV'er med at overholde miljøkrav, reducere plastikaffaldet i fødevarefordelingen betydeligt og øge bevidstheden om bæredygtige emballageløsninger.

BioPack betjener et stigende antal græske og internationale SMV'er inden for fødevarebranchen. Virksomheden har planer om at udvide produktionskapaciteten og investere i forskning og udvikling af nye materialer.

SMV'er kan konsultere BioPack for miljøvenlige emballageløsninger, inspiration og læringsmuligheder.



BioPack viser, hvordan innovation inden for emballage kan løse presserende miljøudfordringer og kan tjene som inspiration til bæredygtige forretningsmetoder inden for fødevarerektoren.

KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

<https://bio-pack.bg/en>

Kontakt

e: info@biopack.gr, t: +30 2310 631 294

Sociale medier:

[Instagram](#) [Facebook](#). [TikTok](#)



Begynder

green
cola



Green Cola

Land

Grækenland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Innovative drikkevarer og
plantebaserede ingredienser

Færdigheder/kompetencer

Udvikling af naturlige, sunde
alternativer til læskedrikke

Udfordring/behov:

At tilbyde et sundt, kaloriefattigt
alternativ til traditionelle sukkerholdige
læskedrikke uden at gå på kompromis
med smagen

Kort beskrivelse.

Green Cola er et græsk firma, der har revolutioneret læskedrikindustrien ved at introducere sunde, naturlige alternativer til traditionel cola. Green Cola bruger stevia som naturligt sødemiddel og tilbyder en række drikkevarer uden sukker og kunstige ingredienser. **Virksomheden fokuserer på bæredygtighed og sundhed** og imødekommer den stigende efterspørgsel på markedet efter mere naturlige og funktionelle drikkevarer.

Green Cola støtter Plant Power-projektet ved at fremme innovation i drikkevareindustrien ved hjælp af plantebaserede ingredienser, støtte sundere forbrugervalg og reducere miljøpåvirkningen fra traditionel produktion af læskedrikke.

Green Cola har specialiseret sig i at producere innovative, sundere kulsyreholdige drikkevarer, der bruger naturlige sødestoffer og ingredienser, som er et sundere alternativ til traditionelle læskedrikke.

De reducerer sukkerforbruget ved at bruge naturlige sødestoffer som plantebaseret stevia og fremmer bæredygtige praksis i drikkevareproduktionen.

Green Cola blev grundlagt som svar på forbrugernes stigende efterspørgsel efter sundere læskedrikke. Virksomheden identificerede et hul i markedet for kulsyreholdige drikkevarer, der både er kaloriefattige og fri for aspartam, fosforsyre, sukker og konserveringsmidler.

For at sikre, at produktet bevarer smagen og fornemmelsen af traditionel cola, mens der anvendes naturlige sødestoffer, har Green Cola udviklet en unik formel med stevia som naturligt sødestof sammen med andre naturlige ingredienser for at skabe en cola, der lever op til sundhedsbevidste forbrugeres forventninger.

Virksomheden udviser sine iværksætterevner ved aktivt at udvide sin produktlinje og markedsandel og distribuerer sine drikkevarer i flere lande verden over,

hvilket har etableret Green Cola som en pioner på markedet for sunde drikkevarer. Gennem fortsat innovation med nye smagsvarianter og produkter, der er i tråd med tendenser inden for sundhed og bæredygtighed, er Green Cola et eksempel på, hvordan drikkevarevirksomheder kan innovere for at imødekomme moderne sundhedstendenser og samtidig bevare deres markedsappel.

Fra et socialt og miljømæssigt perspektiv bidrager det reducerede sukkerforbrug blandt forbrugerne til bedre sundhed, og virksomheden støtter bæredygtige landbrugsmetoder.

Markedsvækst: Virksomheden har oplevet en betydelig vækst, drevet af stigende forbrugerefterspørgsel efter sundhedsorienterede produkter og væksten fra sukkerholdige drikkevarer. Udover den klassiske Green Cola tilbyder virksomheden varianter som Green Cola Lemon, Green Orange og andre aromatiserede kulsyreholdige drikkevarer og udvider løbende sit sortiment for at imødekomme forskellige forbrugersmag.



Funktionelle ingredienser: Nogle produkter indeholder naturlig koffein fra grønne kaffebønner, hvilket er i tråd med tendensen mod funktionelle, sundhedsfremmende drikkevarer.

Ved at erstatte sukker med stevia bidrager Green Cola til at sænke det samlede sukkerforbrug og imødegår dermed sundhedsmæssige problemer som fedme og diabetes. Brugen af stevia og grønne kaffebønner understøtter bæredygtige landbrugsmetoder og fremmer miljøvenlige landbrugsmetoder.

Green Cola er forpligtet til at minimere sin

miljøpåvirkning med fokus på miljøvenlig emballage og reduktion af sit CO₂-aftryk under produktionen.

Selvom Green Cola stammer fra Grækenland, har virksomheden med succes udvidet sin tilstedeværelse til flere lande i Europa, Asien og Nordamerika og øget sin brandgenkendelse.

Mærket appellerer til sundhedsbevidste forbrugere, der søger kaloriefattige drikkevarer baseret på naturlige ingredienser, og differentierer sig dermed fra traditionelle konkurrenter inden for læskedrikke.

Ved at erstatte sukker med stevia bidrager **Green Cola** til at sænke det samlede sukkerforbrug og dermed imødegå sundhedsmæssige problemer som fedme og diabetes. Brugen af stevia og grønne kaffebønner understøtter bæredygtige landbrugsmetoder og fremmer miljøvenlige landbrugsmetoder.

Hjemmeside:

<https://gr.greencola.com/>

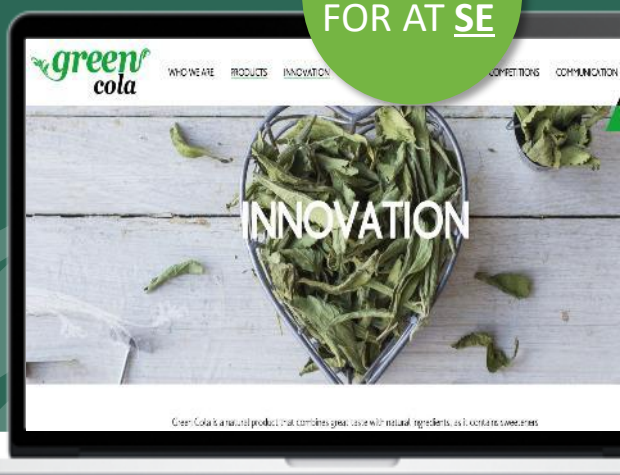
Kontakt

e: contact@greencola.gr t: +30 2108002980

Sociale medier:

[Facebook](#) [Instagram](#)

KLIK
FOR AT SE



Avanceret

iNNova Health Foodlabs

Land

Grækenland

Type

Produktudvikling

Temaområder.

Innovativ teknologi.

Kompetencer

Udvikling af naturlige og sunde fødevarer.

Udfordring/behov:

Forbrugernes efterspørgsel efter fødevarer af høj kvalitet.

Kort beskrivelse.

iNNova Health Foodlabs er et laboratorium for ernæringsforskning og udvikling af innovative funktionelle fødevarer. Dr. Panagiotis Panopoulos er medicinsk biokemiker og projektleder der. Han er involveret i flere europæiske projekter og har offentliggjort adskillige forskningsartikler om sit arbejde. Hans mission hos iNNova Health Foodlabs er at øge konkurrenceevnen i landbrugsfødevarersektoren og fødevarerindustrien ved at fokusere på høj kvalitets fødevareranalyse og forskning. Dette giver dem mulighed for at skabe personlige ernæringsløsninger, der maksimerer effektiviteten, kvaliteten og sundhedsfordelene over tid. De arbejder med uddannelse, erhvervsuddannelse, udvikling af læseplaner og tilrettelæggelse af workshops for at bygge bro mellem forskning og praktisk anvendelse inden for ernæring og fødevarervidenskab. Under samtalen fortalte han om deres udfordringer med investeringer i udstyr, så de kan videreudvikle deres forskning og metoder. Han nævner, at deres fokus er på trofometri, som giver dem mulighed for at analysere og forbedre fødevarer på molekylært niveau. Dette gør det muligt for dem at skabe personlige fødevarer, der er skræddersyet til individuelle ernæringsbehov, hvilket sikrer maksimal effektivitet og sundhedsmæssige fordele. Hvad er deres indflydelse? Lyt med for at høre mere.



Interview med Dr. Panagiotis Panopoulos fra
iNNova Health Foodlabs

Klik for at se...



KLIK
FOR AT SE

Hjemmeside:

<http://innovahealth-foodlabs.com>

Kontakt

e: info@innovahealth-foodlabs.com



INNOVA HEALTH FOOD LABS
Trophometry Experts

Ordliste

Ord/udtryk	Kort forklaring
Blockchain-baseret sporbarhed	Et digitalt regnskabssystem, der bruges til at registrere og verificere hvert trin i fødevareforsyningskæden. I plantebaserede fødevaresystemer sikrer det gennemsigtighed, forhindrer svindel og understøtter bæredygtighedskrav ved sikkert at spore data om oprindelse, forarbejdning og distribution.
Bioadgængelighed	Henviser til den del af et stof, f.eks. et næringsstof, et kontaminant eller et bioaktivt stof, der frigives fra fødevarematrixen i mave-tarmkanalen og bliver tilgængelig for absorption i tarmen. Det repræsenterer den potentielle mængde af stoffet, der kan absorberes i blodbanen efter fordøjelsen, men før den faktiske absorption måles.
Cirkulær bioteknologi	Bruger naturlige processer til at omdanne affald til nyttige produkter, så ressourcerne forbliver i brug (lukket kredsløb).
Cirkulær økonomi	Minimering af affald ved genbrug, reparation og genanvendelse af ressourcer i et lukket kredsløb.
Certificeret økologisk	Et produkt er fremstillet uden syntetiske kemikalier, GMO'er eller skadelige pesticider i overensstemmelse med strenge økologiske landbrugsstandarder.
Miljøvenlig	Et produkt eller en praksis, der ikke skader miljøet.
Flexitar	En person, der primært følger en plantebaseret kost, men lejlighedsvis spiser kød eller animalske produkter.
Fødevarebårne patogener	Mikroorganismer, der kan forurene fødevarer og forårsage sygdom hos mennesker, når de indtages. Disse patogener kan formere sig i fødevarer under gunstige forhold og producere toksiner eller direkte inficere mave-tarmkanalen, hvilket kan føre til fødevarebårne sygdomme. Almindelige eksempler er <i>Salmonella</i> , <i>Escherichia coli</i> (E. coli), <i>Listeria monocytogenes</i> , <i>Norovirus</i> og <i>Clostridium botulinum</i> .
GMO	Genetisk modificerede organismer – planter eller dyr, hvis DNA er blevet ændret for at opnå bestemte egenskaber.
Drivhusgasemissioner	Drivhusgasemissioner er gasser som kuldioxid og metan, der udledes til atmosfæren og bidrager til global opvarmning og klimaforandringer.
HPP	En ikke-termisk metode til konservering af fødevarer, der bruger ekstremt højt tryk (typisk mellem 100 og 600 megapascal) til at inaktivere mikroorganismer og enzymer i fødevarer, hvorved holdbarheden forlænges, samtidig med at næringsværdien, smagen og konsistensen bevares. Processen foregår ved eller tæt på stuetemperatur, hvorved fødevarernes friskhed bevares uden brug af varme.

Ordliste (fortsat)

Ord/udtryk	Kort forklaring
IFS-standarder	International Featured Standards er globalt anerkendte certificeringer, der sikrer fødevarer sikkerhed, kvalitet og overholdelse af reglerne i hele forsyningskæden. For SMV'er i den plantebaserede sektor øger IFS-certificering tilliden, gennemsigtigheden og markedsadgangen.
Organoleptiske egenskaber	De sensoriske egenskaber ved et stof, især fødevarer eller drikkevarer, som opfattes af smags-, lugt-, syns-, føle- og undertiden høresansen. Disse egenskaber omfatter karakteristika såsom smag, aroma, farve, konsistens og udseende, som samlet set påvirker forbrugernes opfattelse og accept.
Permakultur	Et holistisk landbrugssystem, der efterligner naturlige økosystemer for at skabe selv bærende fødevarerproduktion med lav miljøpåvirkning. Det lægger vægt på biodiversitet, jordens sundhed og minimale eksterne input i overensstemmelse med bæredygtige plantebaserede praksis.
Trykbaseret SAS	En avanceret ekstraktionsteknik, der kombinerer brugen af superkritiske væsker, oftest superkritisk kuldioxid, med konventionelle opløsningsmidler for at øge ekstraktionseffektiviteten af bioaktive forbindelser, forurenende stoffer eller andre målstoffer fra faste eller flydende matricer. Den superkritiske væske fungerer som opløsningsmiddel eller medopløsningsmiddel under specifikke temperatur- og trykforhold, hvilket forbedrer opløseligheden, masseoverførslen og selektiviteten, samtidig med at den fungerer ved relativt milde temperaturer, der hjælper med at bevare termisk følsomme forbindelser.
Vertikal landbrug	Dyrkning af afgrøder i stablede lag, ofte ved hjælp af kontrollerede miljøer (CEA). Det muliggør helårlig produktion af plantebaserede fødevarer med effektiv udnyttelse af plads, vand og energi, hvilket gør det ideelt til bæredygtighed i byerne.

Afsluttende bemærkninger

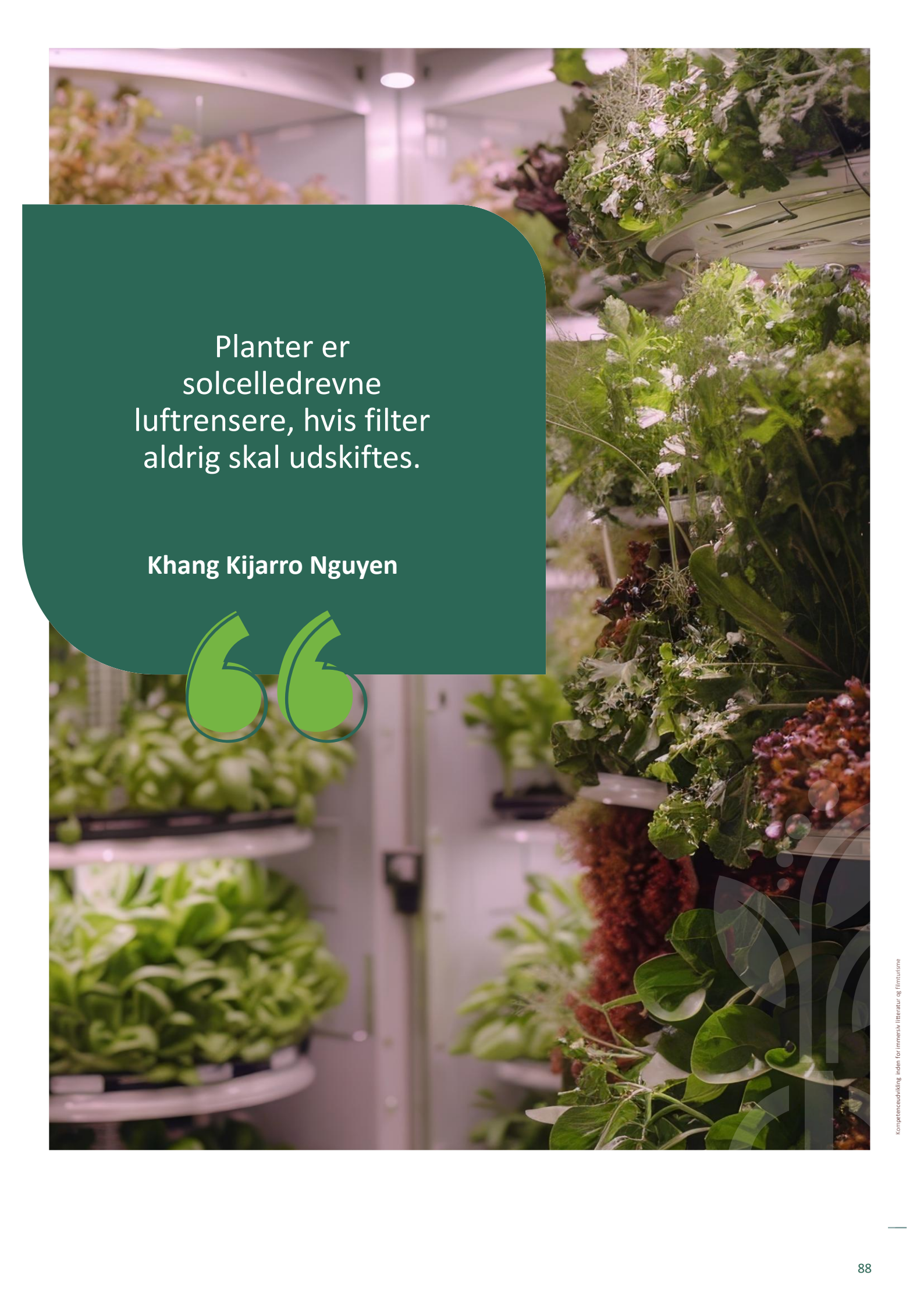


De casestudier, der præsenteres i denne vejledning, giver et spændende indblik i den mangfoldige innovation, der præger Europas plantebaserede sektor. Eksemplerne, der spænder over fødevarerproduktion, hudpleje, bylandbrug og bæredygtig emballage, understreger det plantebaserede iværksætteriets potentiale til at levere sundhedsbevidste, klimavenlige og økonomisk bæredygtige løsninger.

Hver god praksis illustrerer, hvordan en klar vision, kreativ tænkning og engagement i lokalsamfundet kan omdanne nye huller i markedet til succesrige virksomheder. Fra banebrydende teknologier til traditionelle økologiske metoder har de fremhævede virksomheder ikke kun overvundet sektorspecifikke udfordringer, men også sat standarder, som andre kan følge.

Sammen bekræfter disse historier, at overgangen til plantebaserede produkter er mulig, og at den allerede er i gang. Iværksættere, undervisere og politiske beslutningstagere kan alle trække på disse modeller for at fremme inklusiv, bæredygtig vækst i fødevarer systemet og andre sektorer.





Planter er
solcelledrevne
luftrensere, hvis filter
aldrig skal udskiftes.

Khang Kijarro Nguyen



Bibliografi



- Davey N.G, Benjaminsen G., (2021). Telling Tales, Digital Storytelling as a Tool for Qualitative Data Interpretation and Communication. International Journal of Qualitative Methods Volume 20: 1–10
- Kim, S., Park, C., & O'Rourke, J. (2017). Effektiviteten af online simulationstræning: Måling af fakultetets viden, opfattelse og intention om at indføre. Nurse Education Today, 51, 102-107 doi: <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2016.12.022>
- Landrum, R. E., Brakke, K., & McCarthy, M. A. (2019). Den pædagogiske kraft i historiefortælling. Scholarship of Teaching and Learning in Psychology. doi <http://dx.doi.org/10.1037/stl0000152>
- Oroszi, T. (2020) Kompetencebaseret uddannelse. Creative Education, 11, 2467-2476. doi: 10.4236/ce.2020.1111181
- Rooney T., Lawlor K., Rohan E., (2016). Telling Tales; Storytelling som metodisk tilgang i forskning. The Electronic Journal of Business Research Methods 14, nr. 2



Boosting Innovation for Food SMEs

KLIK
FOR AT SE



www.plantpowerproject.eu

følg vores rejse



Co-funded by
the European Union

Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis synspunkter og meninger hos Den Europæiske Union eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA). Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes