

Fonden for økologisk landbrug - Bevillingsoversigt for 2022

Fonden for økologisk landbrug har i forbindelse med de afholdte ansøgningsrunder i 2. halvår af 2021 givet tilskud til en række projekter under puljen Eksportfremme. Nedenfor findes en oversigt over de projekter, som bestyrelsen besluttede at støtte i 2021. På de efterfølgende er der en kort beskrivelse af de støttede projekter.

2. Pulje: Eksportfremme

Beløb i 1000 kr.	Basis- budget 2022
Note	

VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

Økologisk Landsforening i alt

4.350**Afsætningsfremme**

1	BioFach 2022 – platform for kommercial udbytte, netværk og videndeling	2.100
2	Økologisk markedsmodning i Sverige	850
3	Branding som døråbner til økologisk eksport	800
4	BioFach 2023 – økologisk fællesstand	600

Afsætningsfremme i alt

4.350

Landbrug & Fødevarer i alt

3.899**Afsætningsfremme**

5	Deltagelse og markedsføring af økologiske produkter på BIOFACH CHINA 2022	719
6	Udvikling af økologisk eksport til Sydeuropa	630
7	Opkvalificering af økologi i den tyske foodservicesektor	595
8	Udvikling af øko-eksport til foodservicebranchen i Tyskland	537
9	Øget økologieksport til Norden - virtuelle salgsmøder	515
10	Markedsadgang og samarbejde – Kina, øvrige Asien og Mellemøsten	453
11	Markedsadgang og udvikling af det britiske økologiske marked	450

Afsætningsfremme i alt

3.899

Food from Denmark i alt

1.455**Afsætningsfremme**

12	Fokus på økologisk private label – dansk fællesstand på PLMA Amsterdam	858
13	Markedsføring af dansk økologi på SIAL 2022	597

Afsætningsfremme i alt

1.455

2. Pulje: Eksportfremme

Note	Beløb i 1000 kr.	Basis-budget 2022
Dansk Industri i alt		700
Afsætningsfremme		
14	US Organic Market Academy 2022	700
Afsætningsfremme i alt		700
Producentsammenslutningen BAD (Bio Aus Dänemark) i alt		468
Afsætningsfremme		
15	ISM 2022 – Organic Meeting Point og TravelRetail-markedet for økologiske snacks og sødevarer	468
Afsætningsfremme i alt		468
Puljen i alt		10.872

Pulje - Eksportfremme

1. BioFach 2022 – platform for kommerciel udbytte, netværk og videndeling

Økologisk Landsforening

"Formålet med projektet er at øge og styrke eksporten af økologiske fødevarer til nære og fjerne eksportmarkeder ved at bygge videre på erfaringerne fra tidligere års fællesstand på verdensstørste økologiske fødevaremesse, BioFach. Målet er at skabe en dansk fællesstand med 30-35 udstillere, som fungerer som et flagskib for dansk økologi og derved er omdrejningspunkt for kommercielt udbytte, inspiration, netværk og videndeling til gavn for den økologiske eksport.

Projektet indeholder nedenstående aktiviteter, som er baseret på tidligere års gode erfaringer og resultater:

Forberedelse og planlægning af den økologiske fællesstand

Videreudvikling af en stærk visuel og bæredygtig profil for fællesstanden

Kommerciel indsats før, under og efter BioFach målrettet de internationale beslutningstagere

Opbygning og etablering af fællesstanden i samarbejde med standopbygger

Gennemførelse, værtskab og formidling af økologiske budskaber på den danske fællesstand

Presseberedskab og markedsføring på sociale medier før, under og efter messen

Opfølgning og evaluering med udstillere og internationale beslutningstagere

Qua en succesfuld gennemførelse af den danske fællesstand på BioFach 2022, forventes projektet at bidrage til en øget økologisk eksportomsætning for derigennem at bidrage til regeringens mål om at fordoble den økologiske eksport inden 2030. Styrket økologisk eksport giver producenterne flere forretningsben at stå på, da det giver flere afsætningsmuligheder, ligeledes bidrager projektet til at styrke præferencen for økologi blandt de internationale beslutningstagere qua inspirationen fra den økologiske fællesstand."

2. Økologisk markedsmodning i Sverige

Økologisk Landsforening

Formålet med projektet er at fremme afsætningen af økologiske fødevarer til Sverige. Målet er at modne det svenske marked via indledende dialoger med relevante beslutningstagere hos detailkæder og grossister i Sverige samt at etablere en 100% økologisk fællesstand på Nordic Organic Food Fair i Malmø med 15-20 deltagende virksomheder.

Projektet består af følgende aktiviteter:

MARKEDSMODNING AF SVERIGE

(Deltagelse på Ekogalan i Stockholm

(Udarbejdelse af markedsrapport for Sverige

(Indledende møder med detailkæder og grossister

FÆLLESSTAND PÅ NORDIC ORGANIC FOOD FAIR (NOFF)

(Planlægning af 100% økologisk fællesstand

(Afholdelse af forberedende seminar med udstillende virksomheder

(Gennemførelse af en 100% økologisk fællesstand med en økologisk og bæredygtig profil

FORMIDLING OG OPFØLGNING

(Løbende PR og SoMe-indsats målrettet det svenske marked

(Opfølgning og evaluering med udstillende virksomheder og svenske kæder/grossister

Projektet bidrager til at styrke præferencen for økologiske fødevarer hos nordiske beslutningstagere og dermed øge den økologiske eksportomsætning til Sverige for derigennem at bidrage til regeringens mål om at fordoble den økologiske eksport inden 2030. Styrket økologisk eksport giver producenterne flere forretningsben at stå på, da det giver flere afsætningsmuligheder.

3. Branding som døråbner til økologisk eksport

Økologisk Landsforening

"Projektets formål er at øge afsætningen af økologiske fødevarer på eksisterende og nye eksportmarkeder via branding af Danmark som foregangsland for økologi, innovation og bæredygtighed. Målet er at åbne døre for dansk økologi til internationale beslutningstagere, meningsdannere og politiske aktører på eksportmarkederne qua formidling af viden og erfaringer om den danske model og økologiens styrkepositioner.

For at sikre det bedst mulige grundlag for at indfri projektets formål vil projektet indeholde nedenstående aktiviteter, som bygger videre på resultatmæssige gode erfaringer fra tidligere års branding-projekter. Projektet er opdelt i tre overordnede aktiviteter, der kan foregå sideløbende:

- Brandingfremstød på eksportmarkeder
- Markedsføring og formidling
- Opfølgning

Qua branding af Danmark som foregangsland for økologi, innovation og bæredygtighed forventes projektet at bidrage til en øget økologisk eksportomsætning for derigennem at bidrage til regeringens mål om at fordoble den økologiske eksport inden 2030. Styrket økologisk eksport giver producenterne flere forretningsben at stå på, da det giver flere afsætningsmuligheder, ligeledes bidrager projektet til at styrke præferencen for økologi blandt de internationale beslutningstagere qua den viden og inspiration, som bliver formidlet i projektet."

4. BioFach 2023 – økologisk fællesstand

Økologisk Landsforening

"Formålet med BioFach 2023 er at gennemføre en værdiskabende forberedelse af fællesstanden på BioFach 2023, som vil bidrage til at styrke den økologiske eksport. Målet er at opnå en rettidig og effektiv planlægning og koordinering af BioFach 2023, som vil afspejle sig positivt i udstillernes deltagelse under BioFach. Den danske fællesstand på BioFach er meget mere end en messestand; den er et flagskib for dansk økologi samt en platform for international afsætning, netværk og branding. Det kræver derfor en stor og koordineret indsats at sikre en succesfuld gennemførelse af en fællesstand med 30-40 virksomheder, hvor alle delmål bliver realiseret.

For at sikre en effektiv gennemførelse af projektets formål vil projektet indeholde nedenstående aktiviteter, baseret på resultatmæssige gode erfaringer fra tidligere års deltagelse:

1. Dialog og forhandling med BioFach-ledelsen i Nürnberg om standareal, placering m.m.
2. Rekruttering af udstillere med økologisk sortiment til fællesstanden på BioFach 2023
3. Administration af tilmeldinger, indsamling af De Minimis og forventningsafklaring med udstillerne
4. Etablering af et BioFach online univers
5. Forberedelse af kommercielle tiltag målrettet internationale beslutningstagere
6. Forhandling med leverandører og samarbejde med standopbygger
7. Gennemførelse af et informationsmøde for fællesstandens udstillere

Effekten af projektet vil være en succesfuld gennemførelse af BioFach 2023, som derved vil bidrage til at understøtte den økologiske fødevarerexport, idet 30-40 virksomheder får mulighed for at udbygge deres eksportpotentiale. Effekten vil også være at cementere økologien som en styrkeposition på eksportmarkederne."

5. Deltagelse og markedsføring af økologiske produkter på BIOFACH CHINA 2022/

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektets formål er at udvikle og øge eksporten af økologiske fødevarer til Kina. En fælles dansk stand på økologimesen BIOFACH CHINA i Shanghai og øvrige aktiviteter i projektet understøtter mulighederne for at nå ud til relevante kunder på markedet for både etablerede samt nye eksportører.

Virksomhedsrettede fremstød til Kina har været udfordret siden primo 2020 pga. coronapandemien og rejserestriktioner, og de danske virksomheder er derfor klar til igen at komme ud og møde og skabe forbindelser til gamle og nye kunder. Med en fælles dansk økologisk indsats på den førende økologiske udstilling i Asien, BIOFACH CHINA i 2022 vil de danske økologiske virksomheder igen få muligheden for at blive profileret og præsenteret på en fælles stand målrettet kinesiske detailkæder, grossister og distributører. Fællesstanden giver de økologiske virksomheder en platform for bredt at kunne eksponere deres produkter og herved påbegynde og/eller udvikle eksporten til Kina. Indsatsen, der både gennem en fælles dansk stand på messen suppleret af en digital markedsføringsindsats målrettet markedet og netværksmuligheder, vil samlet understøtte formålet om udvikle eksporten af økologiske fødevarer til Kina.

Mulighederne og eksponeringen af de økologiske fødevarer på BIOFACH CHINA vil sikre en stabil og stigende interesse for økologi på markedet. Samtidigt vil virksomhederne få nye, væsentlige kontakter og samarbejdspartnere på markedet. Fysisk tilstedeværelse er afgørende for forretningsrelationerne og yderligere udvikling, hvilket projektet understøtter. Eksporten til Kina medvirker til at afhængigheden til de nære markeder, der ellers står for klart størstedelen af den danske

eksport, bliver mindre. Muligheden for at eksportere til flere markeder og afsætningskanaler er en væsentlig styrke for virksomhederne og den økologiske produktion i Danmark."

6. Udvikling af økologisk eksport til Sydeuropa

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektets formål er at skabe muligheder for videreudvikling af økologisk eksport til de sydeuropæiske markeder. Der har i løbet af 2020 og 2021 været gennemført en række forskellige eksportindsatser for at synliggøre og understøtte den økologiske udvikling på markederne, og dette projekt vil bygge videre på de allerede eksisterende platforme og kontakter, der er skabt de senest år.

Projektet vil udnytte eksisterende platforme som f.eks. virtuelle seminarer og arrangementer samt fysiske møder. I samarbejde med VisitDenmark/Trade Council Rom vil der være aktiviteter i forbindelse med tidligere og aktuelle sydeuropæiske indsatser og her synliggøres specifikke økologiske budskaber på etablerede konferencespør i målrettede fora. Herigennem fastholdes fokus på økologiens udvikling på markederne med Italien som hovedfokus. 2020 viste en fortsat udvikling (både på direkte salg samt økologiske produkter i sortiment i Italien på det økologiske marked under COVID-19. Dette på trods af at den almene italieneres økonomiske ramme faldt betydeligt. Økologien er for italieneren knyttet til personlig sundhed og det er den vinkel detailkæderne promoverer igennem deres private labels. Projektet vil således spille ind i den aktuelle dagsorden, hvor relevante stakeholders involveres såvel som pleje af eksisterende relationer ifm. FØL-projektet fra 2021. Italien vil være hovedfokus, men også aktiviteter i Frankrig og Spanien vil finde sted, for at sikre en videreudvikling af Sydeuropa generelt. Begge lande har vist vækst i økologiforbruget over de seneste år.

Effekten af projektet afspejles i en øget eksport af økologiske fødevarer til markedet gennem større synlighed for dansk økologi på de sydeuropæiske økologiske markeder. Projektet bygger videre på indsatsen de seneste to år og sikrer således en opfølgning og mulighed for videreudvikling af eksporten på markedet. Projektet understøtter udviklingen og sikrer både fastholdelse af eksisterende kontakter samt udvikling af nye kommercielle kontakter på markederne."

7. Opkvalificering af økologi i den tyske foodservicektor

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektets formål er at understøtte og øge efterspørgslen af økologiske fødevarer baseret på både myndighedsfokus i foodservicektoren i Tyskland, samt at præge udviklingen i kølvandet på den seneste tids nedlukning og skiftende forbrugsmønstre, hvor særligt økologi i detailhandlen har taget et markant ryk på 22% i Tyskland og få kanaliseret denne positive udvikling over i foodservice sektoren.

Indsatsen vil være rettet mod foodserviceaktiviteter, der understøtter den positive udvikling i økologi-andele i både offentlige og private storkøkkener. Med en stadig mere grøn dagsorden i Tyskland, der kræver økologi og bæredygtighed tænkt ind i politiske retningslinjer og krav, vil aktiviteterne bane vej for en konstruktiv og konkret diskussion. Særligt sygehussektoren og patientbespisning er et omdiskuteret emne, som projektet bl.a. vil kunne tage afsæt i. Gennem aktiviteterne i projektet vil der deltages og præsenteres værktøjer (fx det økologiske spisemærke) på en række økologiske platforme, der giver brancheindsigt og netværk. Udviklingen af den økologiske efterspørgsel følges tæt og kontakter og netværk vedligeholdes i form af synlighed og organisationsdeltagelse på bl.a. lokale/nationale branchetræf. Herudover er der en større kompetenceudviklingsaktivitet, hvor udvalgte tyske foodserviceaktører inviteres til Danmark og præsenteres for udviklingen og arbejdet med økologi-omlægningen i form af både offentlige og private tiltag og cases, produktion, myndigheds- og uddannelsesniveauer.

Projektet sikrer opmærksomhed i tysk foodservice på økologiske fødevarer, som er afgørende for gennemslagskraften, hvor kontinuitet og genkendelse er vigtigt på et marked som det tyske. Effekten af markedsføringen af økologi vil således understøtte en stabil og stigende interesse for økologiske løsninger og produkter i foodservicektoren. Med dette foodserviceprojekt forventes det således, at flere aktører (grossister, kantiner, institutioner etc.) vil øge efterspørgslen på økologiske produkter og udvikle det økologiske sortiment, hvilket vil give øget indtjening til både virksomheder og landmænd."

8. Udvikling af øko-eksport til foodservicebranchen i Tyskland

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektets formål er at understøtte og øge eksporten af danske økologiske fødevarer til Tyskland gennem distributionskanaler (grossister, distributører etc.) målrettet foodservicektoren, der pt står overfor en positiv både markedsdrevnen

og politisk udvikling. I 2020 steg den tyske detailhandels salg af øko-fødevarer med 22% sammenlignet med 2019. Hermed ses en øget efterspørgsel efter økologiske fødevarer, hvorfor en kontinuerlig øko-indsats indenfor i Tyskland er vigtig til fordel for den danske eksport af økologiske fødevarer.

Aktiviteterne i projektet vil danne ramme for at økologiske fødevareeksportører på en effektiv og skræddersyet platform vil kunne komme i kontakt med udvalgte indkøbere, der netop matcher deres produkter/kategori. Parterne vil således være forberedte til et uforstyrret og målrettet møde. En enkelt virksomhed vil kunne møde 3-4 relevante indkøbere og have helt konkrete leads til at kunne tage dialogen fremadrettet med indkøberen. Projektets hovedaktivitet består således af 30-40 målrettede 1:1 møder mellem danske økologiske fødevareproducenter og tyske indkøbere fra 3-4 grossister/distributører. Landbrug & Fødevarer sørger for et professionelt og effektivt set-up, som er skræddersyet deltagerens virksomhed og produkter, og understøtter deres møde med indkøberen. Deltagerne bliver forberedt inden møderne ved, at der 2-3 uger forud for salgsmøderne afholdes forberedelsesmoduler med markeds gennemgang og præsentation af grossisterne, samt individuelle forberedelsesmoduler med de danske deltagere.

Effekten af projektet ses i øget eksport til Tyskland, hvor projektet vil skabe direkte adgang til de relevante indkøbere. Tyskland er Danmarks største økologiske eksportmarked (40% i 2019) og det er vigtigt fortsat at holde fast i eksisterende kunder, men i høj grad også at skabe nye kontakter. I kølvandet på Covid19 har der i høj grad udelukkende været fokus på eksisterende kunder. Med dette projekt, vil de danske producenter få mulighed for at opdyrke flere nye distributionskanaler på det tyske marked og hermed stå stærkere konkurrencemæssigt."

9. Øget økologiekseport til Norden - virtuelle salgsmøder

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektets formål er at øge eksporten af økologiske fødevarer til de nordiske lande. Målet er at give danske økologiske fødevareeksportører direkte adgang til nye kunder og herfra udvikle eksporten. Dette gøres gennem distributionskanaler (grossister, distributører etc) målrettet detailhandlen og foodservicesektoren, der pt. står overfor en positiv både markedsdrev og politisk udvikling.

Aktiviteterne i projektet vil danne rammer for at økologiske fødevareeksportører på en effektiv og skræddersyet virtuel møde-platform vil kunne komme i kontakt med i forvejen udvalgte indkøbere, der netop matcher deres produkter/kategori i nabolandene. De nordiske lande er afgørende eksportmarkeder for danske økologiske virksomheder, hvor Sverige alene står for næsten 400 mio DKK af eksporten (2019). I Finland og Norge, der historisk har været bagefter på økologimagendaen, er der stort potentiale for at udvikle markederne og den danske eksport yderligere, da begge markeder er i vækst, og der politisk bliver sat fokus på økologiens produktionsmetoder og forbrug.

Aktiviteterne i projektet tager udgangspunkt i matchene mellem økologiske fødevareproducenter og de nordiske kunder. Landbrug & Fødevarer sørger for at rammerne for projektet er professionelle og effektive og at deltagerne er bedst muligt forberedt inden møderne. Dette betyder blandt andet at der 2-3 uger forud for selve salgsmøderne afholdes forberedelsesmoduler med markeds gennemgang og præsentation af de udvalgte nordiske kunder, herunder fx deres indkøbsprocedurer, samt individuelle forberedelsesmoduler med alle danske deltagere, så setuppet er skræddersyet præcist deres virksomhed og produkter og bedst muligt understøtter deres præsentation/møde med indkøberen.

Effekten af projektet ses i øget eksport til de nordiske markeder, hvor projektet vil skabe direkte adgang til de relevante indkøbere. Særligt Sverige udgør i forvejen en stor del af dansk økologisk eksport, men der skal arbejdes på at fastholde og udvikle eksporten for fortsat at være relevant. Effekterne af projektet afspejles i fastholdelse og udvikling af den økologiske eksport til hhv. Sverige, Finland og Norge, hvor der i kølvandet på coronaepidemien skal etableres nye afsætningskanaler og afdækkes nye forretningsmuligheder."

10. Markedsadgang og samarbejde – Kina, øvrige Asien og Mellemøsten

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Projektet skal medvirke til at fremme eksporten af økologiske fødevarer til Kina, øvrige Asien og Mellemøsten via en smidig markedsadgang samt øget kendskab til økologi og det danske kontrolsystem hos landbrugsmyndigheder og beslutningstagere i landene. I de senere år har L&F sammen med Fødevareministeriet og Udenrigsministeriet udviklet et godt og tillidsfuldt samarbejde med bl.a. de kinesiske landbrugsmyndigheder og disse relationer er af stor betydning for at udvikle og gennemføre en samarbejdsaftale som bl.a. gør det lettere at eksportere økologiske fødevarer til Kina.

Projektet indeholder aktiviteter som skal pleje myndighedsrelationer og styrke økologisamarbejdet mellem Danmark og

Kina, dvs. afholdelse af økologiseminar i Kina samt gensidige besøg og rundbordsmøder på myndighedsniveau, hvor der er mulighed for at videreudvikle samarbejdet samt drøfte udfordringer, herunder gennemføre en smidig markedsadgang. Projektet vil desuden videndele om økologiske fødevarer, og hvad der gøres konkret for at udvikle økologien fra jord-til-bord i Danmark i forbindelse med danske myndigheders besøg og eksportfremstød i andre lande i Asien og Mellemøsten.

Et styrket økologisamarbejde med bl.a. smidig markedsadgang og øget kendskab til økologi forventes at øge eksporten af økologiske fødevarer til især Kina, men også andre lande i Asien og Mellemøsten, idet markederne herefter også vil være interessante for mindre virksomheder. Det er således meget realistisk, at den samlede økologiekспорт til Asien (incl. Kina) og Mellemøsten fordobles fra 489 mio. kr. i 2019 til én milliard i 2025 via dette og andre eksportprojekter. Vækst i økologiekporten er med til at øge potentialet for økologisk produktion i Danmark og dermed skabe og opretholde arbejdspladser, ofte i geografiske yderområder. Projektet understøtter regeringens målsætning om fordobling af det økologiske areal og eksport i 2030."

11. Markedsadgang og udvikling af det britiske økologiske marked

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

"Det britiske marked har grundet Brexit såvel som COVID-19 restriktioner haft det svært de seneste år. Ny lovgivning på det handelspolitiske område som direkte årsag af Storbritanniens udmelding af EU samt en yderst begrænset mulighed for fysisk at deltage i eksportfremmende aktiviteter har medført, at danske virksomheder enten har tabt eller mistet interessen for det britiske marked, som historisk set har været et vigtigt nærmarked for Danmark.

Projektets aktiviteter består af to vigtige led for at kunne fremme den økologiske eksport til Storbritannien. Første del af projektet vil tage udgangspunkt i det regulatoriske aspekt af Storbritanniens udmelding og de nye handelspolitiske følger. Med oplæg fra faglige eksperter vil de nuværende muligheder for eksport til Storbritannien samt fremtidens udsigter belyses. Dette både i forhold til handelslovgivning – og regler såvel som økologi-regler i lyset af udmeldingen.

Herefter vil projektets omdrejningspunkt være detailhandlen og grossister. Med tanker på de nye britiske tiltag, som ville skulle implementeres og som naturligt vil tage tid, er det en vigtig og oplagt mulighed for at påbegynde relationsopbygning til potentielle kunder inden for detailhandlen og grossister. Således sikrer virksomhederne en løbende positiv dialog om afsætning til det britiske marked samtidig med at virksomhedens omstilling til det 'nye' britiske marked finder sted og optimerer derfor både tid og muligheder, hvilket kan vise sig afgørende i markedskonkurrencen.

Effekten af projektet skal ses i tydeliggørelse af de britiske regler for virksomhederne. Virksomhederne skal efter fremstødet kende til de nye regler, og hvordan de skal/kan implementere dem for at sikre sig adgang til det britiske marked. Derudover vil de introduceres til aktører fra detailhandlen og/eller grossister, som kan vise sig vigtige kunder i deres fremtidige eksport til Storbritannien."

12. Fokus på økologisk private label – dansk fællesstand på PLMA Amsterdam

Food from Denmark

"Projektets formål er at skabe rammerne for en fortsat vækst af danske økologiske fødevarer på eksportmarkederne via en fællesstand på private label messen PLMA Amsterdam 2022, hvor 20 virksomheder vil skabe kontakt til internationale beslutningstagere.

Projektet vil indeholde følgende aktiviteter:

- 1) planlægning og koordinering af fællesstanden for 20 virksomheder, hvor projektet markedsføres overfor de danske økologiske virksomheder. Der koordineres et informationsmøde, hvor alle danske virksomheder er velkomne og her afstemmer man forventningerne til projektet.
- 2) markedsføring af projektet overfor udvalgte internationale beslutningstagere, som inviteres til at besøge den danske fællesstand via posts på LinkedIn og direkte mailing kampagner.
- 3) udstilling på fællesstanden – her vil virksomhederne udstille deres produkter, skabe omtale og indgå i dialog med potentielle kunder.
- 4) markedsføring på sociale medier før, under og efter messen.
- 5) opfølgning og evaluering med udstillerne."

13. Markedsføring af dansk økologi på SIAL 2022

Food from Denmark

"Projektets formål er at sikre den fortsatte vækst af den økologiske fødevareeksport på det europæiske marked og dermed også øge den samlede produktion af dansk økologi hos producenterne idet deltagerne i projektet markedsfører deres økologiske produkter på verdens største fødevaremesse i 2022 – SIAL Paris.

Aktiviteter: Projektets aktiviteter deles op i:

- a) planlægning og koordinering: under denne fase koordinerer man projektets aktiviteter som samling af en gruppe på 10 virksomheder; der arrangeres et koordineringsmøde, hvor alle de interesserede virksomheder kan deltage og høre mere om projektet. Projektet koordineres med den rette messebygger samt med messen.
- b) markedsføring: under denne fase markedsføres projektet overfor relevante udenlandske indkøbere, men projektet markedsføres også i Danmark, hvor man fortæller om den danske deltagelse på SIAL.
- c) udstilling på messen: under denne fase udstiller virksomhederne på en dansk fællesstand på messen.
- d) opfølgning: efter messens afslutning følger med op med virksomhederne og de opnåede resultater.

På lang sigt vil projektet være med til at sikre en fortsat grobund for økologisk vækst på eksportmarkederne og det bidrager også til et bredere sortiment af økologiske fødevarer hos internationale detailkæder og grossister. Den opnåede viden og kontakter på eksportmarkederne samt en øget økologisk eksport vil være med til at fremme økologi i Danmark – landmændene vil opleve at eksporten af deres økologiske primærprodukter er i vækst. Øget eksport har en positiv effekt på et øget økologisk areal, og en række positive resultater for dansk natur, vand, miljø og grøn vækst. Når den økologiske fødevareeksport vokser, så har dette en positiv effekt på den samlede fødevareeksport. "

14. US Organic Market Academy 2022

Dansk Industri

"DI ønsker at understøtte danske økologiske virksomheders eksport til USA med et længerevarende fokus på markedet. Dette skal opnås ved at skabe det første danske "US Organic Market Academy" (US-OMA), som gennem et 12 måneders forløb vil tage virksomhederne i hånden ved både at genoprette, diversificere og øge eksporten. US-OMA henvender sig både til virksomheder med- og uden erfaring fra USA.

US-OMA består af 4 aktivitetstyper, som strækker sig over hele 2022 og foregår i både Danmark & USA. Nedenfor er en kort opsummering af udvalgte aktiviteter:

Bootcamps: En bootcamp, som består af workshops, oplæg fra sektoreksperter og gruppesessioner. Dette er centralt i forberedelsen af virksomhederne til det amerikanske marked. Programmet for hver bootcamp vil blive tilpasset efter virksomhedernes ønsker, behov og eksporterfaring.

Fremstød: Det er centralt at afprøve markedet og efterspørgslen. DI ønsker at skabe en omkostningseffektiv platform for danske økologiske virksomheder til at udstille deres produkter for centrale stakeholders på markedet. Dette sker via en fælles danske pavillon på en toneangivende økologiske fødevaremesse i USA. (Expo West: 8-12 marts, 2022 (Anaheim, Californien eller BIOFACH AMERICA: 29 september - 1 oktober 2022 (Philadelphia)).

Alumni-netværk: For at opnå projektets formål om at skabe øget vækst og et gennemgående vidensløft bliver alle virksomheder tilbudt at deltage i et alumni-netværk, som skal startes op under forløbet og leve videre efterfølgende.

Ved afslutning af US Organic Market Academy forventes følgende effekter:

- 4 virksomheder, som inden deltagelse ikke havde salg til USA, starter eksport dertil
- 15 eksportåbninger på det amerikanske marked kan dokumenteres
- 50% af deltagende virksomheder har øget salg i USA
- 90% af deltagende virksomheder oplever en forbedret forudsætning for eksport
- Outreach til 10.000+ personer i USA og Danmark

"

15. ISM 2022 – Organic Meeting Point og TravelRetail-markedet for økologiske snacks og sødevarer Bio Aus Dänemark

"Formål og mål: At tilvejebringe viden om hvilke nøglekunder i TravelRetail-segmentet, der brander sig ved at udbyde økologiske produkter, og hvordan de danske økologiske producenter af snacks og sødevarer finder ud i distributionen til

disse kunder. Endvidere at formidle økologi via et "Organic meeting point" i tilknytning til den danske stand som får støtte fra TC i 2022.

Aktiviteter: Projektet inddeles i 2 arbejdsopgaver (AP):

AP1. Markedsrapport om TravelRetail på tysktalende markeder: metodisk desk research afdækker segmenter inden for TravelRetail og der udvælges 3-5 nøglekunder af særlig interesse for danske snack- og sødevarerproducenter. En nøglekunde kan f.eks. være et luftfartsselskab, en butikskæde i rejsesegmentet eller en coffee-shopkæde med et bredt sortiment af hurtige måltids- og snackløsninger. Kunderne bliver kontaktet og der foretages dybdeinterviews med strategiske medarbejdere, som skal afdække de danske producenters mulighed for at sælge til kunderne og afdække distributionen hertil. Der udarbejdes en markedsrapport til danske virksomheder inden for snack- og sødevarersegmentet, som formidles igennem relevante medier, hjemmesider og messer.

AP2: Organic Meeting Point: Der etableres et Organic Meeting Point på ISM 2022, som har til formål at formidle viden om dansk økologi og hvordan vi i Danmark arbejder med sødevarer og snacks inden for økologisk produktion. Kunderne inviteres til Organic Meeting Point på ISM for at få et indblik i dansk økologi og for at mødes med producenterne.

Effekter: Viden om TravelRetail segmentet fører til kontakt med relevante nøglepersoner og dermed til vækst i de eksporterende virksomheder. Viden om økologi til de udenlandske kunder skaber opmærksomhed omkring vores kompetencer i Danmark og kan også motivere danske producenter til at etablere en økologisk produktion, som ikke har det i forvejen. Endvidere forventes det, at der skabes personlig kontakt til 3-5 udvalgte key accounts, som kan præsenteres for danske producenter på messer, f.eks. BioFach, PLMA og SIAL.