13. Projektbeskrivelse

Det i parentes anførte slettes ved skemaudfyldelsen.

13. 1. Projektets formål.

Potteplantebranchen profilerer og markedsfører det danske sortiment af prydplanter på de toneangivende europæiske blomstermesser. Messeaktiviteterne er nødvendige for at synliggøre bredden i det danske sortiment.

Fællesstandene på blomstermesserne anvendes som et samlende midtpunkt og trækplaster for de omkringliggende pavilloner af danske udstillere. Udstillingsformen er "dansk" og giver optimale muligheder for at udnytter synenergieffekterne ved samlet optræden i markedet og interaktion med gæsterne på udstillingerne. Desuden inddrages elementer af sundhed for krop og sjæl.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet.

Udstillinger er i dag det bedste kontaktforum og samlingspunkt for aktørerne indenfor blomsterindustrien. Det skyldes at udstillingerne i høj grad fungerer som markedspladser, hvor nuværende og nye kunderelationer udbygges eller cementeres. Udstillingsformen giver mulighed for at præsentere produkter, salgskoncepter og serviceydelser overfor besøgende kunder. Den fysiske og intense præsentationsform giver mulighed for at give de besøgende en positiv oplevelse og indtryk af udbudt produktkvalitet. Det er muligt under messer direkte at sammenligne produkter, etablere og udbygge personlige relationer til kunder, opfange impulser og videreformidle visioner om produktbegreber, produktanvendelse og præsentationsformer.

Den internationale blomsterudstilling IPM i Essen har i dag meget stor betydning for den europæiske blomsterindustri. Messen er blevet et internationalt mødested, hvor repræsentanter fra kædernes centralindkøb kommer for at orientere sig i markedet forud for de hektiske forårsmåneder, hvor langt den største del af branchens omsætning ligger koncentreret.

Potteplantebranchen i Danmark har i en årrække koordineret og gennemført fælles udstillingsaktiviteter på de toneangivende blomsterudstillinger i Europa. Den danske 'fællesstand' på IPM-udstillingen i Essen er blevet branchens varemærke udadtil og årets største markedsføringsmæssige begivenhed. Udstillingen i Tyskland markerer sæsonpremieren for en perlerække af større udstillinger, hvoraf potteplantebranchen har udvalgt Salon de Vegetal i Angers, Miflor i Padova og Elmia Garden i Jonköping.

Fællesstandene tilrettelægges som flerårige aktiviteter, fordi de er stærkt medvirkende til at løfte branchens image og attraktivitet overfor professionelle plantehandlere i hele Europa.

13. 3. Projektets indhold

Projektstyringen er kritisk og selve forberedelsesfasen er omfattende, fordi den involverer en masse forskellige aktører og interessenter, herunder 200 potteplantegartnerier og hen ved 20 blomstereksportører. Det er et fælles anliggende for branchen at få repræsenteret det danske sortiment optimalt og få inddraget så mange gartnerier og eksportører som overhovedet muligt.

Projektaktiviteterne omfatter koordinations- og udstillingsaktiviteter ved gennemførsel af fællesstandene på følgende messer:

IPM i Essen, Tyskland, februar 2013
Salon de Vegetal i Angers, Frankrig, februar 2013
Miflor i Padova, Italien, september 2013
Elmia Garden, Sverige, oktober 2013

På vegne af potteplantebranchen udsendes løbende information om messerne og der indsamles forhåndstilmeldinger til årets udstillinger. Der laves forhåndsreservationer af udstillingsarealer, udarbejdes af brochurer samt design og komposition af fællesstanden.

Fællesstandene udsmykkes med prydplanter leveret fra udstillerne. Fællesstanden er ikke bemandet, men designet og udviklet med henblik på produktpræsentation.

Salgsselskaberne har til formålet opbygget deres egne separate udstillingspavilloner i umiddelbar tilknytning til fællesstanden. Herfra servicerer de indbudte forretningsforbindelser og besøgende. Fællesstanden er neutralt område, hvor alle deltagende salgsselskaber kan fremvise planteprodukter og salgskoncepter.

Fællesstandene manifesterer branchens samlede formåen og giver de besøgende mulighed for at lade sig inspirere af de betagende blomsterfarver, diversiteten i planternes udtryk og komposition samt mulighed

for ved selvsyn at mærke og undersøge produkterne.
Desuden vil der på fællesstandene indgå en tema/event-baseret udstilling, hvor man søger at inddrage områder inden for oplevelsesøkonomien eller over temaet sundhed/bæredygtighed. De grønne produkter skal præsenteres som værende en del af såvel Urban Gardening, d.v.s. udendørsarealer, som en del af den sunde arbejdsplads "Plants for a better life", d.v.s. i indemiljøet.
I messerne er der en væsentlig grad af medfinansiering fra deltagerne.

13. 4. Udbyttet af projektet

Potteplantebranchen i Danmark vil være repræsenteret med fællesstande på de vigtigste europæiske blomsterudstillinger. Fællesstandene fungerer som afsætningsmæssig platform for hele branchen og optimale betingelser for blomstereksportørernes markedsføring af hele det brede sortiment af prydplanteprodukter. Den internationale blomsterudstilling IPM bliver det centrale omdrejningspunkt for erhvervets samlede indsats for kickstarte den nye sæson og profilere sortimentet af danske potteplanteprodukter. De efterfølgende blomstermesser tilføjer nye dimensioner til afsætningsarbejdet og markerer en vedholdende markedstilstedeværelse og engagement.

Delmålene er derudover to:
Sortimentsbredden - Der opstår let et ensidigt indtryk af en branche domineret af de store kulturer såsom Kalanchoë, Potteroser og Campanula. De mindre sæsonkulturer bliver nemt overset og glemt i slipstrømmen på hovedkulturerne. Sortimentsbredden er overordentlig vigtig for at fastholde kundernes interesse og kontinuiteten i afsætningen.
Differentieringen – Planterne har ud over deres prydværdi også mange funktionelle værdier, som glemmes i den daglige debat. Ønsket er at få øget fokus på disse funktionaliteter i såvel ude- som indemiljøet.

13. 5. Planer vedr. offentliggørelse

Det er selve projektets kerne at få informationerne offentliggjort via branchens egen hjemmeside. Ligeledes vil der ske en mangfoldiggørelse via mails og elektroniske udsendelser. Dernæst er selve udstillingerne en direkte offentliggørelse.

13. 6. Uddybning af tidligere ansøgning

Den fælles udstillingsaktivitet har tidligere være en integreret del af et større samlet markedsføringsprojekt, under produktionsafgiftsfonden. Det grundlæggende indhold i det tidligere projekt er med i dette projekt. Men der ændres i fokuseringen i udstillingsaktiviteten, som nævnt under punkt 13.4.

13.7. Angivelse af evt. nyhedsværdi.

Som et markedsføringsprojekt lægges der i projektet vægt på de nye tilgange og vinkler på markedsføringen. Messerne får præg af oplevelsesøkonomi, d.v.s. ikke kun produktpræsentation, men at de besøgende også inddrages i præsentationen og anvendelsen af planterne for dermed at skabe merværdi og differentiere sig fra bulk-produkterne.
Det påtænkes ikke at søge eneretsbeskyttelse eller patent på resultaterne, hvilket heller ikke er relevant i dette projekt.

14. Bilagsliste

Medfinansiering

Projekterne vil forsøges medfinansieret med midler fra fonde inden for Oplevelsesøkonomi og Sundhed/velfærd, samt Eksportrådet.

Specificering af budget

	Salon-d-V	IPM	Miflor	Elmia	Akk
Forberedelse og planlægning	80.000	160.000	80.000	80.000	400.000
Leje af standarealer	170.000	800.000	200.000	400.000	1.570.000
Opsætning af stande + transp.	40.000	90.000	40.000	90.000	260.000
Eventstande	40.000	60.000	40.000	50.000	190.000
Total	330.000	1.110.000	360.000	620.000	2.420.000

Modtages der mod forventning ikke tilskud fra eksportrådet eller øvrige fonde, vil det være nødvendigt, at justere i projektets aktiviteter eller finansiering. I givet fald informerer Danske Prydplanter snarest herefter GAU omkring de konkrete justeringer og de afledte konsekvenser.

Se i øvrigt:
Danske Prydplanter: www.danskeprydplanter.dk
Projektet forventes gennemført via markedsføringsbureau med særlig kompetencer indenfor området Floradania Marketing A/S.