Ansøgning om tilskud i 2017

Der må ikke skrives eller raderes i de grå tonede felter.
Den kursiverede vejledning bedes slettet ved udfyldelsen.

Angiv prioriteret hvilken fond der søges (A=1. prioritet B=2. prioritet)	
Promilleafgiftsfonden for frugtavlen og gartneribruget	**B**
Produktionsafgiftsfonden for frugt og gartneriprodukter	**A**

1. Projektets titel Kort men samtidig dækkende titel for projektet Max 50 tegn	Integreret markedsføring for potteplantersektoren	
2. Projektets formål afkryds det eller de vigtigste områder	Forskning og forsøg	
	Produktudvikling	
	Rådgivning	
	Uddannelse	
	Afsætningsfremme	X

3. Projektoplysninger Ved ja og bevilling i 2016 skal punkt 13.6. udfyldes.	Start dd.mm. åååå.		Slut dd.mm. åååå.	
	01.01.2017		31.12.2017	
Tidligere ansøgning/bevilling	Ansøgt tidligere	År	Bevilget kr.	År
a) Er projektet ansøgt tidligere	NEJ			
b) Er ansøgt tidligere med et lignende indhold	JA	2016	3.000.000	2016
Kommende ansøgning/bevilling	Forventes	År	Forventet kr.	
Forventes projektet genansøgt	JA	2018	3.000.000	

4. Kort beskrivelse af ansøger Der skal anføres om der er tale om en forening, organisation, offentlig institution o.l. efterfulgt af en kort beskrivelse af enheden herunder ansøgers/projektets hovedaktørers kompetencer inden for det pågældende område kort beskrives. Vedlæg eventuelt CV, kopi af vedtægter o.l.	Flora Dania er en brancheforening for producenter og salgsselskaber, der producerer og afsætter prydplanter. Foreningen arbejder med at styrke produktion og afsætning gennem branchetilrettede logistikløsninger, fælles markedsføring, målrettede rådgivningsaktiviteter samt forsknings- og forsøgsarbejder.

5. Projektets budget Indsæt efter behov rækker i tabellen.	2017 Timeantal	2017 Timesats	2017 t. kr.	Ved flerårigt projekt Hele projektet i t. kr.
Intern lønomkostning (1 linje pr. kategori)	100	650	65	
Intern lønomkostning (1 linje pr. kategori)				
Ekstern bistand Floradania Marketing A/S Anden ekstern assistance (Reklamebureau Idebureauet, Analysebureau GfK)			**3.800** (2.600) (1.200)	
Materialer - Kampagnematerialer - Standmaterialer/standleje			**2.000** (1.000) (1.000	
Projektmedfinansiering (projektbeskrivelse vedlægges)				
Andre udgifter (max 5 % af total)				
Andele af regnskab og revision			**30**	
Total (totalen for 2017 skal stemme med total pkt.6).			**5.895**	

6. Finansiering i 2017	Ansøgt Sæt X	Bevilget Sæt X	t. Kr.	%
Denne ansøgning	X		3.400	57,7
Landdistriktsmidler				
Andre offentlige midler (specificer arten nedenfor)				
Bidrag samarbejdspartnere			2.495	42,3
Andre tilskud/bidrag				
Egenfinansiering				
Total (totalen skal stemme med total 2017 pkt.5).			5.895	100

7. Ansøger Navn og adresse anføres	Flora Dania, Hvidkærvej 29, 5250 Odense SV
8. Projektansvarlig Navn, telefonnummer og e-mail	Peter Larsen-Ledet, 6317 3450, pll@floradania-org.dk
9. Samarbejdsparter Hvis projektet gennemføres i samarbejde med andre parter/projektdeltagere skal det anføres hvem der er tale om.	Floradania Marketing A/S Hvidkærvej 29, 5250 Odense SV
10. Pengeinstitut Ansøgers pengeinstitut samt konto anføres (H-reg. nr., reg. nr. og kontonummer)	Nordea Bank, Vestre Stationsvej 7, 5000 Odense C Reg. Nr. 2211 Konto nr. 6880 969 151
11. Revisor Revisors navn, firma, adresse, telefon nr. og e-mail adresse anføres. Revisor skal være en statsautoriseret revisor eller registreret revisor. Er ansøger en statsinstitution skal navn, telefon nr., e-mail anføres for den regnskabsansvarlige.	Kovsted & Skovgård, Statsautoriseret Revisionsaktieselskab, Vester Ringgade 61, 8200 Århus N.
12. Sted og dato	**13. Titel, navn og underskrift**
Odense d. 31/08/2016	**Adm. Direktør** **Peter Larsen-Ledet**

13. Projektbeskrivelse (skal skrives med 12 dpi, ikke fed, ikke kursiv, enkelt linjeafstand)

Det i parentes anførte slettes ved skemaudfyldelsen.

13. 1. Projektets formål

Projektet har til formål at støtte afsætningen af potteplanter gennem profilering på primært messer, hvor planterne iscenesættes efter nyeste strømninger inden for Content Marketing.
Såvel sæsonkulturer som helårskulturer skal præsenteres sammen med nyheder og koncepter, således den professionelle indkøber inspireres hvad enten man er faghandel, dagligvarerepræsentant eller grossist.
Messepræsentationerne skal understøttes med bl.a. analyser inden for indkøbsadfærd, ligesom nye procedure for profilering af plantenyheder undersøges.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet

Potteplantebranchen nyder en fornuftig efterspørgsel fra detailbutikkerne, idet potteplanter indgår som en naturlig del af indkøbet når forbrugerne foretager deres indkøb i *convenient stores* (dagligvarebutikker). Konkurrencen kategorierne imellem er imidlertid intens, idet potteplanter konkurrerer med tusinde og atter tusinde andre varer, der indgår i butikkernes sortiment.
Ofte får potteplanter ikke den fornødne opmærksomhed, idet potteplanter omvendt mange andre hyldevare kræver både pasning og anderledes iscenesættelse. Iscenesættelsen er vigtig, idet analyser har vist, at 64% af alle planteindkøb er impulskøb (GfK data), d.v.s. det står ikke på forbrugerens indkøbsseddel, når de går ind i butikkerne. Og andelen af impulskøb er tilmed helt oppe på 73% for udplantningsplanter. Det er derfor vigtigt, at potteplanter (nyheder, koncepter, anvendelse) allerede over for den professionelle indkøber får den rette iscenesættelse, således at produktkategorien ikke reduceres til et lavinvolveringsprodukt, der kun afsættes i dagligvarekæderne og uden forbrugerpræferencer.
For at skabe kendskab til, hvilke markedsføringsparametre der skal anvendes, er det derfor vigtigt at indhente den fornødne markedsindsigt for at tilbyde det rette produkt og skabe det rette marketingsmix.

13. 3. Projektets indhold.

Nærværende projekt har primært sigte på den professionelle indkøber af potteplanter, der gerne skal påvirkes til at betragte planterne som en mere integreret del af boligen, og dermed som livsstilsprodukt. Desuden skal præsentationen tilpasses tidens tendenser både udseendemæssigt, men også være med til at opbygge meningsfulde kunderelationer. Projektet indeholder følgende delprojekter:

<u>Delprojekt 1: Messer</u>

De store toneangivende plantemesser i Europa tiltrækker fortsat titusindvis af besøgene og er derfor en vigtig platform til at få fremvist sortimentet. Messerne gennemgår en udvikling fra at være salgsmesser til i stedet at fungere som relations- og inspirationsmesser. En udvikling, der har betydet, at den blotte tilstedeværelse på messerne ikke længere er tilstrækkelig, men at det på nutidens messer er nødvendigt med interaktion og særlig iscenesættelse af planterne for at opbygge meningsfulde kunderelationer. Tilstedeværelse med både sortimentsstande og særlige temastande på de toneangivende messer er derfor ønskelig.
Tyskland – IPM Essen 2017 (den mest toneangivende blomster- og plantemesse i Europa)
Holland – FloraHolland Trade Fair/IFTS 2017 (den mest toneangivende messe for grossister og detailkæder)
Danmark og Norden – Handelspladserne 2017 (mindre handelsmesser, hvor særlige temabaserede udstillinger giver indkøbere mulighed for at fordybe sig)

<u>Delprojekt 2: Temabaseret salg</u>

Delprojektet temabaseret salg skal bidrage til at iscenesætte potteplanterne i overordnede plantetemaer. I en gruppe sammensat af eksterne specialister og folk fra branchen udvikles salgstemaer til potteplanter, der præsenteres bredt for indkøbere på fagmesser med salgsfremmende markedsføringsmateriale præsenteret til lejligheden. Plantetemaerne kan udfoldes individuelt i detailleddet eller på messer med mersalg som resultat. Præsentationen bliver mere ”redaktionel” og mindre kommerciel.

Delprojekt 3: Produktudvikling
Udviklingen af nye produkter inden for potteplanter er nødvendigt lige som i stort set alle andre brancher, for at forstærke brugernes interesse og i sidste ende efterspørgslen på planter. Hvor der i 2016 blev arbejdet på, at etablere et "Produktudviklings Community" inklusiv et "Forbruger-smags-panel" blandt følgerne på "Floras Grønne Fortællinger" (gruppe af planteinteresserede på Facebook) skal projektet udvides til at inkludere de professionelle indkøbere, der gennem en simpel procedure vil sørge for, at interesserede indkøbere løbende kan blive præsenteret for produktnyheder på en professionel og enkel måde.

Delprojekt 4: Markedsinformation
De mange data fra branchen giver et overordnet billede af udviklingen, dog er der tilsvarende "sorte huller" omkring planternes vandring rundt i Europa. Det er vigtigt at analysere disse upræcise statistikker, således man bedst muligt kan planlægge og tilpasse produktionen til efterspørgslen.

13. 4. Udbyttet af projektet

Udbytte Delprojekt 1: Messer
Udbyttet af Delprojekt 1 Messer er, at:
- Skabe øget opmærksomhed omkring anvendelsen og iscenesættelsen af potteplanter
- Skabe øget dialog med de professionelle indkøbere
- Skabe inspiration for faghandlen gennem koncepter og temaer
- Øge afsætningen af potteplanter igennem ovenstående

Udbytte Delprojekt 2: Temabaseret salg
Udbyttet af Delprojekt 2 Temabaseret salg er, at:
- Være indkøberne behjælpelige med at få overblik over sortimentet på en simpel og effektiv måde
- Synliggøre sortimentets bredde og dybde over for indkøberne på alternativ måde
- Synliggøre potteplanternes mange anvendelsesmuligheder
- Øge afsætningen af potteplanter igennem ovenstående

Udbytte Delprojekt 3: Produktudvikling
Udbyttet af Delprojekt 3 Produktudvikling er, at:
- Fastholde og styrke fokus på udvikling af produktion af nye kulturer
- Øge afsætningen af og skærpe interesse for nye kulturer
- Etablering af fora for producenter, salgsselskaber og kunder
- Øge afsætningen af potteplanter igennem ovenstående

Udbytte Delprojekt 4: Markedsinformation
Det forventede udbytte af Delprojekt 4 vil være:
- Minimum 4-5 rapporter, der afdækker produktionen og afsætningen i Europa.
- Analyserne på produktionen skal sikre et bedre billede af kulturer, hvor udbud og efterspørgsel oplever et mis-match.
- Analyserne af afsætningen skal sætte fokus på udviklingen inden for kundesegmenterne, således at man kan målrette sin afsætning og markedsføring via de rette distributionskanaler.
- Øge afsætningen af potteplanter igennem ovenstående

13. 5. Planer vedr. offentliggørelse
Vedr. offentliggørelsen af de forskellige delprojekter vil dette ske gennem artikler i GartnerTidende, ligesom offentliggørelsen i nogle tilfælde vil være i selve projektet:
- Koncepter og særudstillinger på messer – IPM Essen, FloraHolland Trade Fair, Handelspladsen m.fl.
- Pressemeddelelser
- Internetportalen www.floradania.dk

Der søges ikke patent eller eneretsbeskyttelse på nogen elementer i forbindelse med projektet.

13. 6. Uddybning af tidligere ansøgning

Projektet Integreret Markedsføring fra 2016 forløb planmæssigt, og de foreløbige evalueringer viste en god modtagelse blandt producenter, grossister og indkøbere, hvorfor projektet i flere aspekter ønskes videreført. Denne ansøgning bygger derfor videre på de bedste erfaringer fra projektet i 2016 med tilpasninger, samtidig med at projektet udbygges med nye tiltag.

13.7. Angivelse af evt. nyhedsværdi.

Content Marketing er et af de seneste skud på markedsføringsstammen og handler om at opbygge meningsfulde kunderelationer i et overfyldt markedsføringsunivers. Dette skal med nærværende projekt forsøget gjort ved at få tiltagene til at fremstå som redaktionelle budskaber og hvor værdien af budskaberne underbygges med troværdighed.

14. Bilagsliste (*liste over evt. bilag vedlagt ansøgningen f. eks CV'er, vedtægter o.).*

De samlede <u>omkostninger</u> fordelt på delkomponenterne:

Delprojekt	Titel/overskrift	Beløb kr.
1.	Messer (inkl. Medfinansiering) - IPM Essen 2017, Tyskland - FloraHolland Trade Fair 2017, Holland - Handelspladser, Danmark -	5.095.000
2.	Temabaseret Salg - Udarbejdelse af temaer - Udarbejdelse af tilhørende markedsførings-koncepter	300.000
3.	Produktudvikling - Etablering af forum - Workshops	250.000
4.	Markedsanalyse - Indkøb analyser - Bearbejdning af analyser - Formidling af analyser	250.000
I alt	**Integreret markedsanalyse og markedsføring**	**5.895.000**

Det samlede forventede <u>tilskud</u> fra Produktionsafgiftsfonden fordelt på delkomponenterne:

Delpro-jekt	Titel/overskrift	Beløb kr.
1.	Messer - IPM Essen 2017, Tyskland (kr. 1.100.000) - FloraHolland Trade Fair 2017, Holland (kr. 500.000) - Handelspladser, Danmark og Norden (800.000)	2.400.000
2.	Temabaseret Salg - Udarbejdelse af temaer - Udarbejdelse af tilhørende markedsførings-koncepter	500.000
3.	Produktudvikling - Etablering af forum - Workshops	250.000
4.	Markedsanalyse - Indkøb analyser - Bearbejdning af analyser - Formidling af analyser	250.000
Total	**Integreret markedsanalyse og markedsføring**	**3.400.000**