

Ansøgning om tilskud i 2022

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 dækkende titel for projektet (Max 120 tegn)

Forbrugerrettet markedsføring af potteplanter via digitale kanaler

2. a. Projektets hjemmel

Fonden kan i henhold til landbrugsstøtteleven yde tilskud til projekter, der falder ind under de til højre anførte hovedformål. Fondens midler skal anvendes i overensstemmelse med EU's statsstøtteregler, hvilket tager udgangspunkt i bekendtgørelse nr. 2129 af 17. december 2020 om støtte til fordel for primærlandbrugsproduktionen m.v.

Kapitel 2.

Støtte til viden overførsel og informationsaktioner samt rådgivning

Kapitel 3.* se pkt. 12

Støtte til forskning og udvikling

Kapitel 4.

Støtte til afsætningsfremme

X

Andet.

Støtte til medfinansiering af projekter under EU-programmer, EU Interreg-programmer samt Erhvervsudviklingsordningen.

Sæt X (der kan kun anføres én hjemmel).

2. b. Projektets relation til fondens strategi

Sæt X (der kan sættes flere krydser).

Bæredygtighed

X

Fødevarerikkerhed & sundhed

Nye produkter & produktkvalitet

Ny teknologi & nye produktionsmetoder

Arbejds miljø

Markedsføring og viden

X

3. Projektoplysninger

Start dd.mm. åååå.

Slut dd.mm. åååå.

Anfør projektets start og slut tidspunkt

01.01.2022

31.12.2022

Tidligere ansøgning/bevilling

Ansøgt tidligere

År

Bevilget kr.

År

Projektet ansøgt tidligere

(Ved ja og bevilling i 2021 skal punkt 13.9. udfyldes).

JA

2021

950.000

2021

Projektet ansøgt tidligere med et lignende indhold

(Ved ja og bevilling i 2021 skal punkt 13.9. udfyldes).

JA/NEJ

Kommende ansøgning/bevilling

Forventes

År

Forventet kr.

Forventes projektet genansøgt

JA

2023

950.000

<p>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 hovedaktørrers kompetencer inden for det pågældende område kort beskrives. Vedlæg eventuelt CV, kopi af vedtægter o.l.</p>	<p>Flora Dania er en branchesektor i Dansk Gartneri for producenter og salgsselskaber, der producerer og afsætter prydblplanter. Sektoren arbejder med at styrke produktion og afsætning gennem tilrettede logistikløsninger, fælles markedsføring, målrettede rådgivningsaktiviteter samt forsknings- og forsøgsarbejder. Kopi af vedtægter kan hentes på: www.floradania-org.dk</p>			
<p>5. Projektets budget Indsæt efter behov rækker i tabellen.</p>	2022 Timeantal	2022 Timesats	2022 kr.	Ved flerårigt projekt Hele projektet i kr.
1. Intern lønomkostning	900	500	450.000	
2. Ekstern bistand ifølge regning Eksternt bureau (samarbejde omkring bla. målgruppeanalyse og sociale medier)			444.000	
3. Materialer & udstyr Bloggerevent, styling og fotooptagelser			48.000	
4. Rejser & møder (anfør art, indsæt linjer efter behov)				
5. Andre udgifter (max 5 % af total)				
6. Andele af regnskab og revision			8.000	
Total (totalen for 2022 skal stemme med totalen pkt.6).			950.000	
6. Finansiering i 2022	Ansøgt Sæt X	Bevilget Sæt X	Kr.	%
Denne ansøgning	X		950.000	100
Andre offentlige midler (specificer arten nedenfor)				
Bidrag samarbejdspartnere				
Andre tilskud/bidrag				
Egenfinansiering				
Total (totalen skal stemme med total 2022 pkt.5).			950.000	100
<p>7. Ansøger Navn og adresse anføres</p>	Flora Dania, Sektor i Dansk Gartneri, Axeltorv 3, 1609 København V			
<p>8. Projektansvarlig Navn, telefonnummer og e-mail</p>	Peter Larsen-Ledet, Mob: +45 2216 7714, pll@floradania-org.dk			
<p>9. Samarbejdspartnere</p>	Hillebro.com, Johan Skjoldborgs Vej 8, 8700 Horsens CVR-nr.: 37595373			

Hvis projektet gennemføres i samarbejde med andre parter/projektdeltagere skal det anføres hvem der er tale om her og i arbejdsbeskrivelsen i pkt. 13.4		
10. Pengeinstitut Ansøgers pengeinstitut samt konto anføres (H-reg. nr., reg. nr. og kontonummer)		Nordea: reg. nr. 2100, konto nr. 59079 66587
11. Revisor (anerkendt) Revisors navn, firma, adresse, o.s.v. Er ansøger en statsinstitution skal navn, o.s.v. anføres for den regnskabsansvarlige.		Deloitte, Tværkajen 5, 5100 Odense C Gert Rasmussen, Statsautoriseret revisor E-mail: grasmussen@deloitte.dk Mob: +45 2053 5619
*Når der søges om tilskud til forskning og udvikling jf. kapitel 3 stilles der krav til ansøger. Se vejledning for ansøgning om tilskud. Ved afkrydsning erklæres med nedenstående underskrift, at ansøger opfylder kravene om at være en privat eller offentlig forsknings- og vidensformidlingsorganisation.		
På vegne af ansøger erklærer jeg, at den virksomhed, som ansøger er en del af, ikke er kriseramet som defineret i artikel 2, nr. 14, litra a- d i Europa-Kommissionens forordning nr. 702/2014 om forenelighed med det indre marked efter artikel 107 og 108 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde af visse kategorier af støtte i landbrugs- og skovbrugssektoren og i landdistrikter. *(se vejledningen).		
På vegne af ansøger erklærer jeg, at den virksomhed, som ansøger er en del af, har efterkommet ethvert krav om tilbagebetaling af støtte, som Europa-Kommissionen ved en tidligere afgørelse har fundet ulovlig og uforenelig med det indre marked.		
12. Sted og dato		13. Titel, navn og underskrift
Odense, d. 01/09 2021.		Peter Larsen-Ledet, Sektordirektør

13. Projektbeskrivelse Det i parentes anførte slettes ved skemaudfyldelsen.
<p>13. 1. Projektets formål Forbrugerrettet markedsføring af potteplanter via digitale kanaler har til formål at fremme afsætningen af potteplanter gennem profilering af planterne på digitale platforme, hvor forbrugerne primært bevæger sig i dag. Planterne italesættes direkte over for forbrugeren i situationer, hvor forbrugerne er modtagelige over for påvirkning og gennem samarbejde med bloggere til bloggerevents påvirkes forbrugerne fra flere sider. Professionelle indkøbere bruger også de digitale platforme til at søge inspiration, hvorfor tilstedeværelsen på disse platforme er af stor betydning. Særligt producenternes fokus på miljørigtig produktion og bæredygtighed vil blive promoveret.</p>
<p>13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet Selv om potteplanter og naturen er kommet højere op i bevidstheden hos forbrugeren, er der fortsat et efterslæb i forbrugerens kendskab til planter. Der er kommet et efterslæb i forhold til tidligere generationer, der havde et større kendskab og et større forbrug af planter, hvor man både kendte sæsonen for forskellige kulturer og indrettede hver enkelt rum med planter. COVID-19 var med til at skabe en ny bølge af interesse for planter, idet mange nu pludselig var hjemsendt fra arbejde og derfor tilbragte mere tid i hjemmene og i haverne. Derfor fik mange forbrugere en fornyet lyst til style boligen og haven med planter. Denne interesse blev fulgt op med mange inspirerende opslag på de sociale medier, hvorved interessen blev bredt endnu mere ud.</p>

Denne positive tendens er det nødvendigt at bygge videre på, såfremt bølgen ikke blot skal løbe ud i sandet. Dette skal gøres ved at branchen struktureret bliver ved med at påvirke forbrugerne med motiverende budskaber til at anvende sæsonaktuelle planter og derved blive ved med at pirre forbrugernes nysgerrighed.

Projektet skal lanceres via de digitale medier, således branchens parter, producenter og salgsselskaber, får forståelse for nødvendigheden af konstant at kommunikere via de digitale platforme med materiale, der kan inspirere de digitale forbrugere og i sidste ende motiverer til køb af flere planter.

På den måde kan planteb Branchen kommunikere deres fokus på bæredygtighed, planternes gavnlige effekt på indeklimaet samt planternes prydværdi som en del af interiør og indretning. Områder, som passer naturligt ind i de tendenser, der ses blandt trend-settere og bloggere på de digitale platforme.

13. 3. Projektets indhold

Projektet vil komme til at indeholde følgende arbejdsopgaver:

AP1: Hjemmeside

Hjemmesiden www.Floradania.dk skal løbende optimeres op mod søgemaskiner (SEO) og fungerer som ankerside for brancherelateret information og inspiration. Det er også via hjemmesiden, at der gives adgang til et stort fotomateriale, der løbende opdateres med sæsonaktuelle billeder.

AP2: Sociale medier

Der vil i samarbejde med et eksternt bureau blive udarbejdet en målrettet kommunikationsplan for såvel Facebook- og Instagram-side med samme navn: Floras Grønne Fortællinger. Der skal målrettes content og løbende ajourføring af siderne for især at øge antal følgere og aktivitet på Instagram, da dette må anses for at være den mest benyttede kanal for målgruppen. Der vil ligeledes skulle udarbejdes content til Facebook for de aktuelle følgere.

Til de professionelle brugere vil der også skulle udarbejdes content på LinkedIn, hvor der bl.a. vil blive postet information om aktuelle brancheaktiviteter og -tiltag.

AP3: Billedoptagelser

En væsentlig del af den digitale markedsføring bygges op om sæsonaktuelle billeder, som bliver tilgængelige i den let tilgængelige billeddatabase på hjemmesiden, samt vil blive anvendt til opslag på de sociale medier. Temaerne for fotooptagelserne vil spænde fra plantenyheder til sæsonplanter til fotos iscenesat efter højtider og temaer (fx Mors dag, lufttrensede planter).

AP4: Sæsonkampagner

De digitale platforme vil blive benyttet til kampagner ved højtider og sæsoner, hvor potteplanter allerede udgør en del af forbrugernes mindset, og dermed skubbe dem i retning af at vælge potteplanter frem for andre alternativer, som fx chokolade til Mors dag eller Valentinsdag. Der vil være kampagner ifm. Mors dag, udplantning, Påske, Efterår og Jul.

AP 5: Event for bloggere/influencers

Branchen har gode erfaringer med event for trendsættende bloggere og influencers. Igennem deres ka-

naler på de sociale medier vil branchen kunne nå længere ud med budskabet om planter og deres anvendelse muligheder og ad den vej tiltrække nye følgere og potentielle forbrugere af planter. Der planlægges to årlige bloggerevents, samt samarbejde med minimum to professionelle bloggere i løbet af projektet.

AP6: Kursus for branchen i brug af Sociale Medier

Der vil i løbet af projektet blive afholdt et kursus for branchen i brug af Sociale medier til promovning af producenterne egne produkter på egne platforme. Kurset forventes afholdt i efteråret.

13. 4. Samarbejdspartnere

Som samarbejdspartner til dette projekt vil der blive indgået samarbejde med eksterne bureauer omkring digitale markedsføringsaktiviteter. Der forventes samarbejde med Hillebro.com, der har erfaring med at lave bloggerarrangementer for planteb Branchen. Tilligemed vil der indgås samarbejde med relevante eksterne fagpersoner såsom fotografer og stylisten.

13. 5. Udbyttet af projektet "Output"

Nærværende projekt forventes at kunne skabe en forøgelse af følgere på de Sociale Medier, hvilket forventeligt vil skabe en øget aktivitet på tværs af platformene, samt øget deling og kommentering af opslag.

Mål AP1: Hjemmesiden

Siden www.floradania.dk har i gennemsnit 17.000 sidevisninger om måneden. Dette tal forventes med projektet at stige med ca. 10 % til godt 18.500.

Mål AP2: Sociale medier

Der forventes at blive lavet opslag hver uge, hvilket svarer til 52 opslag på Facebook og 52 opslag på Instagram. Dertil forventes der opslået 6-10 opslag på LinkedIn. Dette skulle gerne i alt genere ca. 4.500 interaktioner med udgangspunkt i tidligere erfaringer samt give godt 70.000 visninger.

Mål AP3: Billedoptagelser

Der forventes afholdt to optagelsesseancer, hvor der bliver taget 15-20 billeder pr. seance. Billederne vil blive uploadet til Billedbanken og Plantedatabasen på www.floradania.dk. De samlede sidevisninger i Billedbanken og Plantedatabasen udgør ca. 55.000 sider pr. år dvs. 26 % af samlede antal sidevisninger på hjemmesiden. Beregnet ud fra datamængden på siden downloades der månedligt ca. 17.000 billeder (ved 8 MB pr. billede). Antallet af downloads forventes at kunne øges med 8-10 %.

Mål AP4: Sæsonkampagner

Sæsonkampagnerne vil ske som opslag på Facebook og Instagram. 6 opslag hvert sted. De promoveres over for sidernes ca. 14.000 følgere.

Mål AP5: Event for bloggere/influencers

Der vil blive afholdt bloggerarrangement, hvor der forventes deltagelse af ca. 20 influencers. Disse har i gennemsnit ca. 8.000 følgere.

Mål AP6: Kursus for branchen i brug af Sociale Medier

Der vil blive afholdt kursus for producenterne, hvor der forventes, der deltager minimum 10 producenter.

13. 6. Projektets forventede effekter på kort og mellemlangt sigt

Med kampagnen ønsker man at forbrugerne skal erhverve sig viden inden for anvendelsen af planter, men også viden om, hvordan planter produceres med respekt for miljø og mennesker.

Af konkrete mål på kort og mellemlangt sigt for projektet er:

- En stigning i antallet af følgere på Instagram (+ 15 %)
- Øget aktivitet på de Sociale Medier i form af interaktioner (+ 25%)
- Øge sidevisninger for undersiderne Billedbank og Planter med ca. 10 % i en tid, hvor der er et stort udbud af materiale (udgør i 2020 godt 30 % af alle sidevisningerne på www.floradania.dk)
- Bloggerarrangementer med deltagelse af minimum 20 influencers.
- Mindst 3.000 likes på opslag fra bloggerevents.
- Deltagelse af 10 kursister på kurser i sociale medier

De mange likes og delinger skal gerne i sidste ende være medvirkende til en ændret forbrugeradfærd, der udmøntes i en øget afsætning.

13. 7. Projektets forventede effekter på lang sigt

Igennem promovningen via de digitale platforme er det ambitionen at appellere til forbrugerens emotionelle side (f.eks. planter som udsmykning eller gave) samt til deres mere intellektuelle side mht. planters effekt på indeklimaet. Dette er meget oppe i tiden, hvor bl.a. COVID-19 betød, at flere søgte mod naturen.

På lang sigt forventes det, at dette projekt, vil skabe en øget efterspørgsel, som fører til stigende produktion og dermed sikring af arbejdspladser.

13. 8. Planer vedr. offentliggørelse

Der vil undervejs blive udarbejdet artikler om de enkelte delprojekter til branchens fagblad GartnerTidende, ligesom projektet efter slutdatoen vil blive evalueret og resultatet bragt i GartnerTidende. Desuden bliver der udsendt nyhedsmails til branchen om de forskellige projekter.

Der er ikke planer om patenttagelse.

13. 9. Uddybning af tidligere ansøgning

Projektet har været ansøgt i 2021, hvor ansøgningen også gik på at fremme afsætningen samt at øge kendskabet til potteplanter via aktiviteter på de sociale medier.

Data omkring brugen af www.floradania.dk viser, at mere end 50 % af alle sidevisninger foregår på undersiderne Planter og Billedbanken, hvorfor det er en aktivitet, som vi ønsker at fastholde og forbedre. Endelig fik vi gode erfaringer med digital markedsføring i 2020 og 2021 ifm. Corona-krisen, hvor mange forbrugere viste øget interesse for planter på de sociale medier – og heldigvis også i virkeligheden.

13.10 Angivelse af evt. nyhedsværdi.

Verdensmålene, bæredygtighed og klima er mega-trends, som branchen nødvendigvis må agere i forhold til. Derfor er det essentielt at branchen arbejder hen imod aktiviteter, som tilgodeser disse trends ved at bidrage med inspiration og information om planters luftrensende funktioner såvel som de løbende forbedringer inden for produktionsmetoder.

13.11 Adgangskriterie	
Kriterie	Beskriv match (pkt. 1-5 anfør hvilke kriterier som er opfyldt)
1. Behov & bredde 2. Praksisnærhed 3. Nyskabelse og innovationsværdi 4. Kvalitet og faglighed 5. Økonomisk effektivitet og gennemførelse 6. Effektpotentiale	1. Behov og bredde - Projektets resultater kommer en væsentlig del af sektoren til gavn, idet alle kulturer promoveres - Projektet kommer også andre sektorer til gavn, herunder planteskolevare til udplantning i haver og krukker 2. Praksisnærhed - Projektet vil kunne bidrage til producenternes egen markedsføring - Vidensspredning og vidensdeling sker via publicering (sociale medier) 3. Nyskabelse og Innovation - Vanskeligt konkretiserbart 4. Kvalitet og faglighed - Projektteamet har arbejdet med digital markedsføring i flere år og vurderes derfor kompetente - Det er muligt at kontrollere resultaterne med valid data. 5. Økonomisk effektivitet og gennemførelse - Målene vurderes at kunne nås med de angivne arbejdsplaner - Sparsomhedskriteriet er respekteret, herunder omkring overhead <i>(beskrives under pkt. 13.6. og 13.7.)</i>
13.12 Tildelingskriterie Dette projekt vurderes at opfylde følgende tildelingskriterier i forhold til fondene: - Bæredygtighed og klima (formidling af producenternes indsatser ifm. FNs 17 verdensmål) - Markedsføring og viden (markedsføring med henblik på øget forbrug)	
14. Bilagsliste <i>(liste over evt. bilag vedlagt ansøgningen f. eks CV'er, vedtægter o.).</i>	