

Markedsføringskampagne frugt og grønt.

Frugt og grønt – friskhed og sundhed (sæson for god smag)

1. Projektets formål

At øge danskernes forbrug af frugt og grønt.

Forøgelse af danskernes sundhed, målt ved en forøgelse af voksnes daglige forbrug af frugt og grønt fra 13 % til 25 % af den anbefalede mængde.

Det samme mål for børn og unge er fra 22 % til 35 %.

2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet.

Danskernes forbrug af frisk frugt og grønt er stagneret i perioden 2001-2004, hvor der i samme periode er sket en stigning i forbruget af sukkerholdige produkter. Projektet tager udsping i udviklingsprojektet 6 om dagen, som blev afsluttet ved udgangen af 2003.

Projektet løber over tre år, i samarbejde med EU hvor erhvervets andel udgør 50 % finansieret ved produktionsafgiftsmidler. Der er således tale om et projekt med et samlet budget på 16,5 mio.kr..

3. Projektets indhold.

Programmet består af 3 foranstaltninger.

1. Frugtfest hvis grundide er fejring af frugthøsten med fokus på æbler og jordbær.

2. Bedst lige nu grøntsager med fokus på sæsonaktuelle grøntsager for inspiration af forbrugeren til at bruge netop disse.

3. Kommunikation - frugt og grøntsager med fokus på at forbedre frugt og grøntsags produkternes image som friske og naturlige samt hjælpe forbrugerne til at forstå sæsonbegrebet.

Frugt.

Der er indrykket 2 forskellige annoncer i alt 20 gange i div. ugeblade og magasiner samt 2 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider.

Fælles hjemmeside www.saesonforgodsmag.dk blev lanceret i april og er løbende opdateret. www.aeblefest.dk er løbende opdateret. Der er udsendt diverse nyhedsbreve.

Der er udsendt i alt 7 pressemeddelelser og afholdt pressemøde d. 20. juni 2008, hvor årets jordbærpris blev uddele til skuespiller Hella Joof.

Magasinet Sæson blev lanceret i april og udgivet i alt 3 gange i 2008. Magasinet er i A3 format, 24 sider og hver udgave er trykt i 150.000 eksemplarer, som er distribueret via Coops butikker. Æblefesten blev afholdt 20. september 2008 i Sakskøbing og der blev i den forbindelse produceret skilte med navne på æblesorter, 3 store bannere, skørt til baren, skilte til baren, konkurrence-kuponer, dækkeservietter og forklæder. Produktion og indrykning af annonce til lokalavisen. D. 17. juli 2008 blev der afholdt kirsebær kick-off i København. I forbindelse med projektet "Frugtkvarter" blev folderen fra 2007 genoptrykt og udsendt til diverse skoler. Der er blevet givet sponsorater i forbindelse med messerne EAT 08 og Winning and Dinning samt til æbleevent på Fyn for fynske folkeskoler.

Grøntsager.

Der er indrykket 5 forskellige annoncer i alt 21 gange i diverse ugeblade og magasiner samt 5 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider. Der er udsendt i alt 6 pressemeddelelser. Fælles hjemmeside www.saesonforgodsmag.dk samt sæson magasin blev lanceret i april, se yderligere information under afsnittet om "Frugt"

Der er udviklet undervisningsmateriale (klassesæt bestående af 30 x elevfoldere og 1 x lærevejledning og supplerende elevark til download fra hjemmesiden). Der er indrykket annoncer for materialer i diverse fagblade og nyhedsbreve. I december blev der lanceret en free card kampagne, hvor der blev distribueret 60.000 stk. gratis postkort til cafeer og restauranter over hele landet. GAU har deltaget med stand på det fynske dyrskue 14. juni 2008, kulturnatten 10. oktober 2008 samt på Feminakvindemessen 24.-26. oktober 2008. Der er produceret 5.000 flyere med opskrifter.

Der er givet sponsorater til Fair Trade festivalen og stafet for livet.

Fælles kommunikation frugt og grøntsager.

1 annonce er indrykket i alt 7 gange i div. Ugeblade og magasiner og 3 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider. Der er udsendt 7 forskellige pressemeddelelser. De er gennemført en opdatering af online-shoppen samt implementeret et visningssystem, så Sæson magasinet kan læses online. Derudover er der produceret 1.500 stk. display til sæsonmagasinet.

4. Udbyttet af projektet.

Evaluering

I maj 2008 blev resultaterne for programmets 1. år præsenteret. Der kunne konstateres en stigning af forbruget af frugt og grønt. Denne udvikling må dog også tilskrives andre påvirkninger og ikke kun dette projekt. Det må konstateres, at der stadig er langt igen idet over halvdelen af befolkningen stadig spiser under 300 gr. Frugt og grønt om dagen, hvilket er under halvdelen af den anbefalede mængde på 600 gr.. Resultaterne for evaluering af 2008 forventes at foreligge i marts 2009.

5. Offentliggørelse.

Projektets resultater er offentliggjort i Frugt & Grønt bladet samt GartnerTidende. Herudover aktiviteter/resultater vist på projektets hjemmeside www.saesonforgodsamg.dk.

Artikler i Gartner Tidende:

- Nr.3 Markedsføringsindsats i højt gear.
- Nr.5 Nyt magasin (sæson) skal inspirere forbrugerne
- Nr.9 Trendy frugt- og grøntsagsmagasin er nu på gaden
- Nr.12 GAU/EU markedsføringsprojekt
- Nr.13 Sæson nr.2 nu på gaden
- Nr.14 Kirsebær kick off 2008
- Nr.15 Stilken, bøffen og blommen
- Nr.18 Sæson tager endnu en sæson i 2009, magasinet sæson nr. 3 er nu på gaden, gartnerne bakker flot op om kulturnatten

Artikler i Frugt og Grønt:

- Nr. 2 GAU kampagne med fokus på kvinder
- Nr.3 Nyt gratis magasin (sæson) skal inspirere forbrugerne
- Nr.5 Trendy frugt- og grøntsagsmagasin er nu på gaden
- Nr.7/8 Hella Joof vinder jordbærprisen
- Nr.9 Kom til æblets dag 2008
- Nr.10 Forrygende flot fest i Sakskøbing
- Nr.10 Frugt og grønt gennem livet

6. Resumé

Formålet med projektet var, at øge danskernes forbrug af frugt og grønt. Forøgelsen af danskernes sundhed, skal måles ved en forøgelse af voksnes daglige forbrug af frugt og grønt fra 13 % til 25 % af den anbefalede mængde. Det samme mål for børn og unge er fra 22 % til 35 %.

I starten af året 2007 blev der udsendt spørgeskema og indsamlet indkøbsdata. 2. måling forelå i marts 2008, hvor der kan spores en positiv udvikling i forbrugsmønsteret.

Projektet er kontraktbundet med Direktoratet for FødevarerErhverv i henhold til detaljerede aktivitetsplaner. Programmet "Frukt og grønt-friskhed og sundhed" er i hovedtræk gennemført som planlagt. Programmets indhold er ændret på visse områder i 2008, hvilket videreføres i 2009 for at optimere markedsføringseffekten.