

Delprojekt: Afsætningsfremme – Dansk Akvakultur 2012-2014 (ASC)



Faglig rapport fra Dansk Akvakultur nr. 2014-6

ASC, akvakultur, fisk, afsætning, eksport.

Dansk Akvakultur



DATABLAD

Serietitel og nummer:	Faglig rapport fra Dansk Akvakultur nr. 2014-6
Titel:	Delprojekt "Afsætningsfremme – Dansk Akvakultur 2012 - 2014 (ASC)"
Undertitel:	ASC, akvakultur, fisk, afsætning, eksport
Forfattere:	Brian Thomsen
Institutioner:	Dansk Akvakultur
Udgiver:	Akvakultur Forum
Finansiel støtte:	Fødevarerministeriet og EU: Journal nr.: 33010-12-a-0220
Projekt:	Delrapportering af projekt "Afsætningsfremme og image, Fiskebranchen 2012 – 2013" (Foreningen Fiskebranchen)
Sammenfatning:	Projektet har muliggjort en fortsat profilering og synliggørelse af ASC certificerede fisk fra danske dambrug. Projektet understøtter dermed tidligere tiltag for fremme af det nye ASC mærke for ørreder fra dambrug. Det primære formål er at kommunikere det nye mærke og at skabe troværdighed for leverancer. Den primære målgruppe er detailhandlen ("push" strategi).
Emneord:	ASC, akvakultur, fisk, afsætning, eksport
Forsidefoto:	Christiansminde Dambrug – verdens første ASC certificerede ørreddambrug, foto: Brian Thomsen
ISBN:	978-87-996564-8-6
Internetversion:	www.danskakvakultur.dk/images/projektrapporter

Indhold

1. BAGGRUND OG FORMÅL.....	4
2. ORGANISERING.....	5
3. AKTIVITETER	5
4. PERSPEKTIVERING	8

1. BAGGRUND OG FORMÅL

Projektets primære nyttemål er at øge værditilvæksten af råvarer fra akvakultur, og det primære produktmål er at fremme afsætningen af ASC mærkede akvakulturprodukter fra dambrug.

Dansk Akvakultur har udvalgt ASC mærkede akvakulturprodukter som et prioriteret strategisk indsatsområde. Segmentet bidrager til øget differentiering. ASC mærkede fisk skal opfylde objektive krav i henhold til globale standarder, og der gælder videre, at markedsføringen understøttes af logoer, der også fremmes på anden vis.

ASC er akvakulturens pendant til MSC. Standarder for ansvarlig akvakultur udvikles i globale "akvakultur dialoger" med deltagelse af erhverv, myndigheder, NGO'er, forskere mv. Standarder for opdræt af ørreder i ferskvand (dambrug) og saltvand (havbrug) er nu færdige, og Danmark ønsker at være det første land, der gør brug af de nye standarder. Der udestår en stor opgave i at kommunikere det nye mærke og i at skabe troværdighed for leverancer.

Den primære målgruppe for dette projekt er detailhandlen ("push" strategi) subsidiært at skabe øget synlighed for ASC mærket i den brede befolkning.

På trods af at akvakultur er den hurtigst voksende form for fødevareproduktion i verden, er kendskabet til branchen ikke særlig stort hos hverken detailkæder, politikere eller den brede offentlighed. Derfor er én af målsætningerne at styrke fortællingen om Dansk Akvakultur som en samlet branche med høje teknologiske og etiske standarder.

Forbrugerne efterspørger i stigende grad sunde og miljørigtige fisk. Det store udvalg af fiskeprodukter fra eksempelvis Fjernøsten har dog skabt et behov for større gennemsigtighed i forhold til produktionsmetoderne. Her er det vigtigt at få formidlet de danske producenters pionérstatus på området, hvor der i de dybereliggende budskaber er fokus på tryghed, troværdighed og kompetence.

I denne indledende fase er der fokus på at fremme kendskabet til ASC mærkningen blandt B2B-aftagere med primær fokus på det europæiske detailed. Tilvalget af ansvarligt opdræt skal skabe værdi hos B2B-segmentet og således styrke behovet for ASC-mærkningen.

2. ORGANISERING

Del-projektet er gennemført i perioden januar 2013 til september 2014 med et budget på ca. 0,8 mio. kr.

Dansk Akvakultur har gennemført projektet i samarbejde med Kastors og Illumi, der begge har fungeret som underleverandører i forhold til hhv. PR og kommunikation samt hjemmeside.

Dansk Akvakultur er ansvarlig for projektledelse og -administration.

3. AKTIVITETER

I projektet er der gennemført følgende aktiviteter.

Udvikling af kernefortælling og budskaber v. Kastors

Udarbejdelse af kernefortælling og budskaber er første præmis for det videre arbejde.

Derfor faciliterede Kastors en workshop for medlemmer af Dansk Akvakultur, hvor grundlaget blev lagt for udviklingen af kernefortælling samt hovedbudskaber for ASC-indsatsen. Workshopen blev afholdt den 16. maj 2013 i Vejle.

Efterfølgende opsummerede Kastors pointerne i et budskabsdokument, der siden har dannet grundlag for kommunikationsaktiviteterne

Hjemmeside v. Illumi og Kastors

Der er i samarbejde med Illumi og Kastors udviklet en ny hjemmeside, hvor der er fokus på ASC fortællingen (www.danskakvakultur.dk/ASC). ASC sitet skal være den logiske kilde til viden om ASC-mærkningen for indkøbere i detailbranchen og beslutningstagere i både fødevarerektoren og det politiske miljø. Indhold og visuel fremtoning henvender sig derfor fortrinsvis til B2B-segmentet, men skal samtidig være så tilgængeligt, at det kan læses af personer uden særlig indsigt i branchen.

Udgangspunktet er, at sitet er overskueligt, pædagogisk og visuelt velkomponeret uden at gå på kompromis med troværdighed og seriøsitet.

Illumi har forestået den tekniske opbygning, og Kastors er redaktionel tovholder og udarbejder i tæt dialog med Dansk Akvakultur og branchens aktører historier til sitet. Kaster har således bistået med udvikling af sitemap, opbygning og design samt udvælgelse af billeder og produktion af ASC-tekster. Efter lanceringen har Kastors produceret redaktionelt indhold i form af danske og internationale nyheder om ASC.

Sitet er oversat til både engelsk og tysk.

Informationspjecer v. Kastors

Der er lagt vægt på, at informationsmaterialet fremstår relevant og kortfattet. Det handler om at begrænse sig til de allermost centrale budskaber, så man efterlader læseren med et klart indtryk af emnet.

Kastors har stået for konceptudvikling og produktion af to informationspjecer. Der er udarbejdet en *pixibog* målrettet beslutningstagere og almindelige forbrugere uden særlig indsigt i branchen. I denne er fortællingen om ASC og bæredygtigt opdræt formidlet som en appetitvækker med korte tekster, klare budskaber og stærke billeder. Pixiebogen er oversat til engelsk og tysk

Derudover er der udarbejdet en *informationsfolder*, der har indkøbere i detailkæden som målgruppe. I folderen uddybes og forklares ASC-mærkningen mere indgående ved hjælp af bl.a. grafik og faktabokse.

Nyhedsbrev v. Kastors

For at styrke kendskabsgrad og troværdighed omkring både Dansk Akvakultur og ASC mærkningen skal nyhedsbrevet ligesom hjemmesiden fremstå troværdigt og overskueligt. Det er ydermere vigtigt at skabe sammenhæng mellem hjemmesiden og nyhedsbrevets layout, så læseren instinktivt genkender universet.

For at undgå at modtagerne skal føle sig "spammet" begrænset frekvensen til fire til seks nyhedsbreve om året. Hvert nyhedsbrev består af et antal faste redaktionelle elementer samt nyhedsaktuelle historier. Kastors er redaktionel tovholder på nyhedsbrevene og udvikler historierne i samarbejde med Dansk Akvakultur.

Der er i projektet udviklet et koncept for løbende udsendelse af nyhedsbreve om ASC, herunder retningslinjer for udsendelsesfrekvens, redaktionelt indhold, design og opbygning. Kasters har derudover bistået med rådgivning om teknisk platform samt produceret og redigeret redaktionelt indhold.

Der er udsendt to nyhedsbreve, som er oversat til engelsk og tysk.

Film v. Kasters

Med henblik på at give en visuel fremstilling af ASC-fortællingen er der udviklet en webfilm til hjemmesiden. Webfilmen udfolder baggrunden for ASC-mærkningen og giver et indblik i hele produktionskæden. Filmen indeholder billeder fra Danmarks (og verdens) første ASC-certificerede dambrug samt foderfabrikken Aller Aqua. Herudover er der interviews med dambruger Niels Wittus, direktør for Dansk Akvakultur Brian Thomsen samt Dansk Supermarkeds CSR Direktør, Helene Regnell

PR v. Kasters

PR-historierne om ASC har taget udgangspunkt i aktuelle anledninger til at bringe ASC og ansvarligt opdræt i spil i medierne. Der er blevet produceret pressemeddelelser i forbindelse med regeringens lancering af nye kostråd, Verdensnaturfondens uddeling af ansvarligt opdrættede regnbueørreder under Copenhagen Pride samt i forbindelse med de første ASC-certificeringer af danske dambrug.

Der har været omtale i lokale og regionale medier i Midt- og Vestjylland, herunder TV 2's regionalstation TV Midt-Vest, der lavede reportage fra Christiansminde Dambrug, der blev ASC-certificeret som det første ørreddambrug i verden.

Billeder v. Kasters

Den visuelle fortælling om ASC er blevet understøttet med fotodokumentation i form af 25 fotos fra Christiansminde Dambrug. Billederne er blevet brugt i informationsfolderen og skal fremadrettet indgå i Dansk Akvakulturs kommunikationsplatform for ASC.

4. PERSPEKTIVERING

Det er lykkedes at få skabt mere opmærksomhed omkring ASC blandt vigtige aktører i ind- og udland. Det nye site og det udarbejdede materiale udgør en god platform for det videre arbejde med den fortsatte profilering af ASC mærkede ørreder.

I et strategisk perspektiv fastholdes tre pejlemærker for en succesfuld indsats:

- Synlighed
- Professionalisme
- Innovation

En afledt gevinst af indsatserne er, at formidlingen af de ASC-relaterede historier bidrager til at øge den faglige stolthed internt i erhvervet, og at erhvervet står sammen om en fælles fortælling.