



# "Hvordan afsætter man økologi i krisetider"?



Årsmøde Økologisektionen Landbrug & Fødevarer 8. oktober 2009  
Urtekram Int. A/S, Line Duus, Produkt- og Kommunikationschef



# Agenda

1. Introduktion til Urtekram Int. A/S
2. Status: Optimisme trods finanskrise
3. Hvordan plejer vi at afsætte økologi?
4. Hvordan afsætter vi økologi i krisetider?





# Korte facts om Urtekram

Alder:	Grundlagt i 1972
Sortiment:	Ca. 1000 produkter Økologiske, fair trade, vegetabiliske og allergivenlige Kolonial, body care og frost Egenproduktion, handelsvarer og private label
Varemærker:	Ejer varemærkerne Urtekram og Nutana
Nyheder:	80 - 100 produkter om året
Ansatte:	150
Omsætning:	2008: 337 mio.
Distribution:	Bred dansk distribution supermarkeder/helsekost. Nordisk fokus og body care europæisk+
Kerneverdier:	Ildsjæl, loyalitet, omsorg for kollegaer, naiv opportunisme



# Optimisme trods finanskrisen

## Regnskab 2008: Optimisme trods finanskrisen

Urtekram International A/S har nu offentliggjort sit regnskab for 2008, og det viser en stor fremgang i omsætningen i forhold til 2007 – omsætningen var i 2008 på 337 millioner kroner. Overskuddet steg også - fra 2,0 til 5,2 millioner kroner.

**”Den store fremgang i økologien fortsatte også i 2008, men i år mærker vi også den almindelige afmatning i forbruget”, siger administrerende direktør Lars Børresen fra Urtekram og fortsætter: ”Derfor forventer vi heller ikke tilsvarende fremgang i år, men glæder os over, at økologien forbliver på et historisk højt niveau”.**

”Vores grundidé med at tilbyde forbrugerne produkter der kun indeholder rene ingredienser, er bæredygtig, og vi mærker i det hele taget en tendens til, at både danske og også de øvrige nordiske forbrugere lægger mere vægt på ansvarlighed og sundhed. Både over for sig selv, deres børn og miljøet”, siger Lars Børresen.

Urtekram har langt over 1.000 forskellige produkter i sortimentet og vil uanset afmatningen fortsætte med at udvikle det økologiske marked med nye, spændende produkter.

Hvert år lancerer Urtekram ca. 80-100 nye produkter, og det vil også ske i 2010. Ikke kun inden for fødevarer, men også inden for Urtekrams økologisk-certificerede Body Care. For sundhed er meget mere end det at spise økologisk. Det er også at sørge for, at vi kun bruger rene og naturlige stoffer i shampoo og andre plejemidler til vores krop.



# Hvordan plejer vi at afsætte økologi?

Vi tilbyder et stærkt økologisk produktsortiment med merværdi.

Vi følger forbrugertrends og lancerer årligt 80-100 nye produkter, der matcher Urtekrams kernekompetence og tilfører salgskanal såvel som slutbruger værdi.

Vi opbygger et troværdigt økologisk brand, kommunikerer til vores forbrugere og udvider vores kundegruppe.

Vi hjælper vores salgskanal med at sælge vores produkter.

# Øko Koncept



Økologi		Øko	
			
3. 7. HYLDE - HUL 45		3. 7. HYLDE - HUL 45	
			
3. 4. HYLDE - HUL 31		3. 4. HYLDE - HUL 31	
			
3. 4. HYLDE - HUL 31		3. 4. HYLDE - HUL 31	
			
3. 4. HYLDE - HUL 23		3. 4. HYLDE - HUL 23	
			
3. 3. HYLDE - HUL 15		3. 3. HYLDE - HUL 15	
			
3. 2. HYLDE - HUL 7		3. 2. HYLDE - HUL 7	
			
3. 1. HYLDE - HUL 0		3. 1. HYLDE - HUL 0	
10 FAG ØKOLOGI			

2-20 meter løsninger

# Øko Bodycare Konzept



Økologisk  
Bodycare



5.6 HYLDE, MÅL 45



5.5 HYLDE, MÅL 37



5.4 HYLDE, MÅL 29



5.3 HYLDE, MÅL 20



5.2 HYLDE, MÅL 11



5.1 HYLDE, MÅL 0

1 FAG URTEKRAM

# Fairtrade Koncept



## med god samvittighed

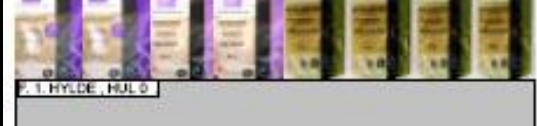
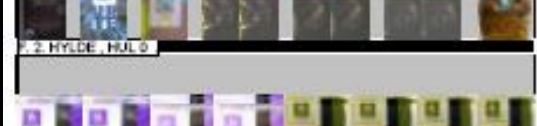


Send et barn i skole og giv en fattig kaffebonde råd til elektricitet ved at nyde kaffe eller te med honning og kvalitets-chokolade til. Fyld de lækreste varer, retfærdighed og god samvittighed i kurven med økologiske fair trade-mærkede produkter fra Urtekram.

Urtekram. Intet andet.



FAIRTRADE



FAIR TRADE

# Snack pack i frugt og grønt



# Tørret frugt displays





# Hvordan håndteres krisen?

Vi har haft flere års uafbrudt stærk vækst. Vi tror på vi er på rette spor og fortsætter den sti vi har lagt.

## Men, fokus er skærpet:

- Vi er mere påpasselige med at igangsætte de rigtige aktiviteter.
- Vi udnytter i højere grad new bizz muligheder i DK og eksport.
- Vi effektiviserer processer og forretningsgange.
- Vi laver en ny type salgsorienterede kampagne og koncepter.
- Vi er endnu mere fokuserede på at kommunikere merværdien af vores virksomhed og produkter.