

# Produktionsafgiftsfonden for frugt og gartneriprodukter - Basisbudget

<i>Beløn i 1000 kr.</i>	<i>Regnskab 2005</i>	<i>Budget 2006 (senest indsendte budget)</i>	<b>Budget 2007</b>	<i>Relativ fordeling af C i %</i>	<i>Ændring B =&gt; C 100*(C-B)/B</i>
Note	A	B	C	D	E

## INDTÆGTER:

Overført fra forrige år	2.260	1.154	2.172		88,2
1 Produktionsafgifter	12.160	11.810	11.646		-1,4
Promillemidler	0	0	0		-
CO2 - midler	0	0	0		-
2 <i>Særbevilling og anden indtægt</i>	1.643	0	0		-
Renter	48	50	50		0,0
Tilskud til fondsadministration	493	510	500		-2,0
<b>I. Indtægter i alt</b>	<b>16.604</b>	<b>13.524</b>	<b>14.368</b>		<b>6,2</b>

## UDGIFTER:

### 3 Samlede tilskud fordelt på formål

Afsætningsfremme i alt	6.813	8.638	7.834	61,1	-9,3
Forskning og forsøg i alt	4.345	1.311	1.314	10,2	0,2
Produktudvikling i alt	186	0	0	0,0	-
Rådgivning i alt	2.065	2.273	926	7,2	-59,3
Uddannelse i alt	0	0	0	0,0	-
Sygdomsforebyggelse i alt	0	0	0	0,0	-
Sygdomsbekæmpelse i alt	0	0	0	0,0	-
Dyrevelfærd i alt	0	0	0	0,0	-
Kontrol i alt	0	0	0	0,0	-
Særlige foranstaltninger	0	0	0	0,0	-
Medfinansiering af initiativer under EU-progra	0	0	2.750	21,4	-
<b>II. Udgifter til formål i alt</b>	<b>13.409</b>	<b>12.222</b>	<b>12.824</b>	<b>100,0</b>	<b>4,9</b>

### Fondsadministration

Generel fondsadministration	493	510	500		-2,0
Revisionsudgifter	143	25	25		0,0
4 Bestyrelses honorar	0	0	0		-
<b>III. Administration i alt</b>	<b>636</b>	<b>535</b>	<b>525</b>		<b>-1,9</b>

<b>IV. Udgifter i alt</b>	<b>14.045</b>	<b>12.757</b>	<b>13.349</b>		<b>4,6</b>
---------------------------	---------------	---------------	---------------	--	------------

<b>Overførsel til næste år</b>	2.559	767	1.019		
Overførsel til næste år i pct. af årets udgift	18,22	6,01	7,63		

## 5 Supplerende oplysninger:

### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

Danske Prydplanter	6.785	5.550	6.321	49,3	13,9
Gartneribrugets Afsætningsudvalg	2.994	2.215	2.972	23,2	34,2
Dansk Planteskoleejerforening	1.789	1.490	1.735	13,5	16,4
Danske Havecentre (tidl. LDP)	207	740	600	4,7	-18,9
Brancheudvalget for Frugt og Grønt	416	710	507	4,0	-28,6
Løgdriverklubben	600	550	250	1,9	-54,5
Væksthusgrøntsagssektoren	175	265	225	1,8	-15,1
FloralInfo	0	89	89	0,7	0,0
Skovplanteringen	0	80	50	0,4	-37,5
Snitblomstsektoren	85	72	50	0,4	-30,6
Dansk Landbrugsrådgivning	36	0	25	0,2	-
Hækplanteklubben	0	165	0	0,0	-100,0

	Regnskab 2005	Budget 2006 (senest indsendte budget)	Budget 2007	Relativ fordeling af C i %	Ændring B => C $100*(C-B)/B$
Note	A	B	C	D	E

### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere (fortsat).

DAFO-foreningen	0	160	0	0,0	-100,0
Den Kgl. Veterinær- og Landbohøjskole	0	50	0	0,0	-100,0
Allétræklubben	0	46	0	0,0	-100,0
Poul Erik-Brander	0	40	0	0,0	-100,0
Danmarks JordbrugsForskning	322	0	0	0,0	-
<b>V. I alt</b>	<b>13.409</b>	<b>12.222</b>	<b>12.824</b>	<b>100,0</b>	<b>4,9</b>

Noter til punkterne I - V

Note 1

Produktionsafgifter i 2005:	Promille- sats	Afgiftsgrundlag mio.kr.	Afgifter t.kr.
Grundafgift			90
Kernefrugt, upakket	5,60	43,0	243
Kernefrugt, pakket	4,50	44,0	199
Stenfrugt	4,65	21,1	98
Busk- og bærfrugt	4,60	77,0	354
			<u>984</u>
Grundafgift			93
Grøntsager på friland	3,00	412,0	1.237
			<u>1.330</u>
Grundafgift			3
Dyrkede svampe	0,50	86,0	43
			<u>46</u>
Grundafgift			30
Grøntsager i væksthuse	1,80	495,5	892
			<u>922</u>
Grundafgift			127
Potteplanter	2,75	2.055,3	5.652
			<u>5.779</u>
Grundafgift			10
Afskårne blomster og snitgrønt	1,60	40,0	64
			<u>74</u>
Grundafgift			7
Blomsterløg og -knlde, herunder løgblomster, afskårne og i potter	5,00	48,2	241
			<u>248</u>
Grundafgift			97
Planteskoleplanter	5,50	501,3	2.757
			<u>2.854</u>
		I alt	<u>12.237</u>
Tab på produktionsafgifter			<u>-77</u>
		Total	<u>12.160</u>

Note 1 (fortsat).

Produktionsafgifter i 2006:	Promille- sats	Afgiftsgrundlag mio.kr.	Afgifter kr.
Grundafgift			90
Kernefrugt, upakket	5,60	42,8	240
Kernefrugt, pakket	4,50	44,5	200
Stenfrugt	4,65	19,4	90
Busk- og bærfrugt	4,60	71,8	330
			<u>950</u>
Grundafgift			90
Grøntsager på friland	3,00	380,0	1.140
			<u>1.230</u>
Grundafgift			3
Dyrkede svampe	0,50	90,0	45
			<u>48</u>
Grundafgift			30
Grøntsager i væksthuse	1,80	450,0	810
			<u>840</u>
Grundafgift			120
Potteplanter	2,75	2.000,0	5.500
			<u>5.620</u>
Grundafgift			10
Afskårne blomster og snitgrønt	1,60	38,8	62
			<u>72</u>
Grundafgift			10
Blomsterløg og -knlde, herunder løgblomster, afskårne og i potter	5,00	110,0	550
			<u>560</u>
Grundafgift			90
Planteskoleplanter	5,00	500,0	2.500
			<u>2.590</u>
		I alt	<u>11.910</u>
Tab på produktionsafgifter			-100
		Total	<u><u>11.810</u></u>

Note 1 (fortsat).

Produktionsafgifter i 2007:	Promille- sats	Afgiftsgrundlag mio.kr.	Afgifter kr.
Grundafgift			91
Kernefrugt, upakket	5,60	44,0	246
Kernefrugt, pakket	4,50	40,0	180
Stenfrugt	4,65	30,0	140
Busk- og bærfrugt	4,60	75,0	345
			<u>1.002</u>
Grundafgift			75
Grøntsager på friland	3,00	400,0	1.201
			<u>1.276</u>
Grundafgift			2
Dyrkede svampe	0,50	72,0	36
			<u>38</u>
Grundafgift			27
Grøntsager i væksthuse	2,00	500,0	1.000
			<u>1.027</u>
Grundafgift			114
Potteplanter	2,75	2.030,2	5.583
			<u>5.697</u>
Grundafgift			10
Afskårne blomster og snitgrønt	1,60	31,3	50
			<u>60</u>
Grundafgift			9
Blomsterløg og -knlde, herunder løgblomster, afskårne og i potter	5,00	49,0	245
			<u>254</u>
Grundafgift			90
Planteskoleplanter	4,50	511,6	2.302
			<u>2.392</u>
		I alt	<u>11.746</u>
Tab på produktionsafgifter			-100
		Total	<u><u>11.646</u></u>

## Supplerende oplysninger - Basisbudget

	Regnskab 2005	Budget 2006 (senest indsendte budget)	Budget 2007
--	---------------	--	-------------

### VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

<b>Danske Prydplanter i alt</b>	<b>6.785</b>	<b>5.550</b>	<b>6.321</b>
---------------------------------	--------------	--------------	--------------

#### Afsætningsfremme

1. Afsætningsfremme - fælles kommunikationsplatform	0	2.247	2.847
2. Trendrådgivning	1.000	990	1.256
3. Fælles markedsføring	1.029	0	840
4. Presseaktiviteter	0	637	597
5. Flora Dania Presse	367	0	0
6. Lande-/temarapporter	199	0	0
7. Flora Dania Internet	150	0	0
8. Presseservice (varm linie)	100	0	0
9. Flora Dania Markedsanalyser	80	0	0
10. Miljøbilledeoptagelser	50	0	0
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>2.975</b>	<b>3.874</b>	<b>5.540</b>

#### Rådgivning

11. Markedsinformation gennem nyhedsbreve og temarapp.	0	926	426
12. Producentinformation	0	175	175
13. Erfagrupper/nyhedsbreve	93	80	80
14. Markedsovervågning og -analyser	553	0	0
15. Stratetisk markedsinformation	184	0	0
16. Informationsformidling/nyhedsbreve	71	0	0
17. Temadage og foredragsarrangementer	78	0	0
18. Studierejser og -besøg	17	0	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>996</b>	<b>1.181</b>	<b>681</b>

#### Forskning og forsøg

19. PREDICT vejen til udbredelse af intelligent klimastyring	0	0	100
20. Forbedret plantekvalitet og holdbarhed	2.064	300	0
21. Sundt plantemateriale	0	100	0
22. GBIS - Grower Business Intelligence System	100	95	0
23. Pesticidafprøvning/handlingsplaner	274	0	0
24. Planter til lager	196	0	0
25. Bedre roddannelse - Rejuvenilisering	100	0	0
26. Dyrkningsmedier - spagnumforsøg	80	0	0
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>2.814</b>	<b>495</b>	<b>100</b>

<b>Gartneribrugets Afsætningsudvalg i alt</b>	<b>2.994</b>	<b>2.215</b>	<b>2.972</b>
---	--------------	--------------	--------------

#### **Medfinansiering af initiativer under EU programmer**

27. Hjemmemarkedskampagne	0	0	2.750
---------------------------	---	---	-------

<b>I alt medf. Af initiativer under EU programmer</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.750</b>
---	----------	----------	--------------

#### **Afsætningsfremme**

28. Hjemmemarkedskampagne	2.005	2.215	0
29. Grøn linie	125	0	0
30. Drift og vedligeholdelse af billedbank	120	0	0
31. Pressemøde	75	0	0

<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>2.325</b>	<b>2.215</b>	<b>0</b>
-------------------------------	--------------	--------------	----------

#### **Forskning og forsøg**

32. Alternative nye bekæmpelsesmidler	0	0	222
33. Værdiafprøvning af frilandsgrøntsager	427	0	0
34. Eliteplantekvarter	145	0	0
35. Referenceplanter - test til eliteplanter	75	0	0

<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>647</b>	<b>0</b>	<b>222</b>
----------------------------------	------------	----------	------------

#### **Rådgivning**

36. Procedurer for etablering af eliteplantekvarter	22	0	0
---	----	---	---

<b>I alt Rådgivning</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
-------------------------	-----------	----------	----------

<b>Dansk Planteskoleejerforening i alt</b>	<b>1.789</b>	<b>1.490</b>	<b>1.735</b>
--	--------------	--------------	--------------

#### **Afsætningsfremme**

37. Hjemmemarkedskampagne	146	290	440
38. Nyhedsformidling	0	0	385
39. Haveinspiration	0	350	350
40. Månedens plante	41	75	80
41. Havens Dag	112	0	0
42. Internet	88	0	0
43. Udbudsliste	86	0	0
44. Anvendelse af planter til juletræer og pyntegrønt	51	0	0
45. Udstilling	40	0	0
46. Plantemesse	29	0	0
47. Informationsdag	13	0	0

<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>606</b>	<b>715</b>	<b>1.255</b>
-------------------------------	------------	------------	--------------

**Forskning og forsøg**

48. Prydplanteprogrammet	0	0	250
49. Klimastærke Platan og Liguster	0	0	105
50. Stressfaktorer hos planter	252	0	0
51. Pesticidafprøvning i små kulturer	165	0	0

---

<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>417</b>	<b>0</b>	<b>355</b>
----------------------------------	------------	----------	------------

---

**Rådgivning**

52. Temadag	68	100	75
53. Kollektiv rådgivning	176	225	50
54. Nyhedsformidling	0	400	0
55. Studierejser/ENA	80	50	0
56. Handlingsplaner plantebeskyttelse	137	0	0
57. Studierejser og -besøg	94	0	0
58. Nyhedsbreve	87	0	0
59. Vækst med vilje	81	0	0
60. Medarbejderkursus	23	0	0
61. Grøn linie	20	0	0

---

<b>I alt Rådgivning</b>	<b>766</b>	<b>775</b>	<b>125</b>
-------------------------	------------	------------	------------

---

---

<b>Danske Havecentre i alt</b>	<b>207</b>	<b>740</b>	<b>600</b>
--------------------------------	------------	------------	------------

---

**Afsætningsfremme**

62. Inspirationskatalog	0	345	435
63. Havens Dag	50	195	165
64. Haveinspiration	0	200	0
65. Det grønne blad - roser	100	0	0
66. Månedens plante/haveinspiration	57	0	0

---

<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>207</b>	<b>740</b>	<b>600</b>
-------------------------------	------------	------------	------------

---

---

<b>Brancheudvalget for Frugt og Grønt i alt</b>	<b>416</b>	<b>710</b>	<b>507</b>
---	------------	------------	------------

---

**Forskning og forsøg**

67. Værdiafprøvning, frilandsgrøntsager	0	475	462
68. IT til Forsyningskæder	0	100	0
69. Værdiafprøvning, sagkyndige udvalg	70	0	0

---

<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>70</b>	<b>575</b>	<b>462</b>
----------------------------------	-----------	------------	------------

---

### **Rådgivning**

70. Varsling for agerugler, kåfluer og æbleviklere	0	43	45
71. Demonstration af varslingsværktøj	0	92	0
72. Udvikling af international netværk	160	0	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>160</b>	<b>135</b>	<b>45</b>

### **Produktudvikling**

73. Udvikling af industribær	186	0	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>186</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Løgdriverklubben Danmark i alt</b>	<b>600</b>	<b>550</b>	<b>250</b>
---------------------------------------	------------	------------	------------

### **Afsætningsfremme**

74. Hjemmemarkedskampagne, løgblomster	600	550	250
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>600</b>	<b>550</b>	<b>250</b>

<b>Væksthusgrøntsagssektoren i alt</b>	<b>175</b>	<b>265</b>	<b>225</b>
--	------------	------------	------------

### **Afsætningsfremme**

75. Markedsføringsaktiviteter champignon	0	0	100
76. Hjemmemarkedskampagne	100	265	0
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>100</b>	<b>265</b>	<b>100</b>

### **Forskning og forsøg**

77. Produktion, miljø, kvalitet, sortsvalg	0	0	125
78. Tomatsortsforsøg	75	0	0
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>125</b>

<b>Floralinfo i alt</b>	<b>0</b>	<b>89</b>	<b>89</b>
-------------------------	----------	-----------	-----------

### **Afsætningsfremme**

79. Udbudsdatabase	0	89	89
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>0</b>	<b>89</b>	<b>89</b>

<b>Skovplanteringen i alt</b>	<b>0</b>	<b>80</b>	<b>50</b>
-------------------------------	----------	-----------	-----------

### **Forskning og forsøg**

80. Udvikling af planter til juletræer og pyntegrønt	0	50	50
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Afsætningsfremme</b>			
81. Plantekoncept	0	30	0
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>
<b>Snitblomstsektoren i alt</b>	<b>85</b>	<b>72</b>	<b>50</b>
<b>Rådgivning</b>			
82. Optimering af produktionen med fokus på miljø og udvikl.	0	72	50
83. Kollektiv rådgivning	85	0	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>85</b>	<b>72</b>	<b>50</b>
<b>Dansk Landbrugsrådgivning i alt</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>25</b>
<b>Rådgivning</b>			
84. Samkøring af GAP systemer	36	0	25
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>25</b>
<b>Hækplanteklubben i alt</b>	<b>0</b>	<b>165</b>	<b>0</b>
<b>Forskning og forsøg</b>			
85. Udvikling af klimastærke og sygdomsresistente liguster	0	165	0
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>0</b>	<b>165</b>	<b>0</b>
<b>DAFO-foreningen i alt</b>	<b>0</b>	<b>160</b>	<b>0</b>
<b>Afsætningsfremme</b>			
86. Sundt, rent og certificeret plantemateriale	0	160	0
<b>I alt Afsætningsfremme</b>	<b>0</b>	<b>160</b>	<b>0</b>
<b>Den Kgl. Veterinær- og Landbohøjskole</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>0</b>

87. Dokumentation og formidling af Bytræsarboretet	0	50	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Allétræklubben i alt</b>	<b>0</b>	<b>46</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Forskning og forsøg</b>			
88. Klimastærke Platan	0	26	0
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Rådgivning</b>			
89. Allétræskursus 2	0	20	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Poul Erik Brander i alt</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Rådgivning</b>			
90. Hånd- og lærebog om træer og buske (Produkt-bogen)	0	40	0
<b>I alt Rådgivning</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Danmarks JordbrugsForskning i alt</b>	<b>322</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<hr/>			
<b>Forskning og forsøg</b>			
91. Forbedret kvalitet af jordbær	150	0	0
92. Nye produkter og metoder, frilandsgrøntsager	102	0	0
93. Høstkriterium for holdbarhed og kvalitet	70	0	0
<b>I alt Forskning og forsøg</b>	<b>322</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<hr/>			

## **1. Afsætningsfremme – fælles kommunikationsplatform**

Danske Prydplanter ønsker at profilere og synliggøre sortimentet af prydplanter på de europæiske markeder ved udsendelse af inspirations- og nyhedsmagasinet Flora Dania og anvende potteplantebranchens internetportal - [www.floradania.dk](http://www.floradania.dk) - som informationscenter om potteplanter med plantedatabase, billedbank, markedsinformation, aktuelle begivenheder, sæsonanbefalinger, plantenyheder samt links til producenter og eksportører. Flora Dania Magasinet udsendes fire gange årligt til næsten 45.000 blomsterforretninger, havecentre andre planteindkøbere på de europæiske hovedmarkeder.

## **2. Trendrådgivning**

Projektet har til formål at identificere, visualisere og præsentere næste års blomstertrends ved opstilling af temaer og fremherskende farver, som rummer essensen af de underliggende forbrugerstrømninger og livsstilmønstre.

Trendprojektet skal inspirere til nye anvendelsesformer af potteplanter i sammenhæng med interiør og anviser nye udviklingsmuligheder for gartnerierne. Der etableres en fælles kommunikationsplatform for de danske gartnerier og eksportselskaber i bestræbelserne på at inspirere og aktualisere brugen af potteplanter som livsstilsprodukter igennem de respektive sæsoner.

Trendprojektet tilrettelægges som en flerårig aktivitet ud fra en erkendelse af behovet for en kontinuert og målrettet rådgivningsindsats – aktiviteter som vil skabe stadigt større værdi for erhvervet i takt med at producenterne får succes med at fortolke og implementere de tematiske elementer i trendprognoserne.

Trendprojektet afvikles som en rullende udviklingsproces omfattende en række sammenhængende og integrerede aktiviteter, herunder:

International Trend Præsentation v/IPM 2007

Danske Prydplanter's Temadag – Første præsentation af blomstermoden 2008

Handelspladsen – Trendzoner og workshops

Trend kommunikationsplatform – Flora Dania Magasin & Presse

## **3. Fælles markedsføring**

Potteplantebranchen ønsker at profilere og markedsføre sortimentet af prydplanter på de toneangivende europæiske blomstermesser. Messeaktiviteterne understøttes af et permanent udstillingsvindue i Odense med funktion for sæsonaktuelle produkter målrettet professionelle plantehandlere.

Fællesstandene på blomstermesserne anvendes som et samlende midtpunkt og trækplaster for de omkringliggende pavilloner af danske udstillere. Udstillingsformen giver optimale muligheder for at udnytte synergieffekterne ved samlet optræden i markedet og interaktion med de besøgende på udstillingerne.

Fællesstandene og Showroomet i Odense tilrettelægges som flerårige aktiviteter, fordi de er stærkt medvirkende til at løfte branchens image og attraktivitet overfor professionelle plantehandlere i hele Europa.

## **4. Presseaktiviteter**

Danske Prydplanter ønsker at stimulere forbrugerefterspørgslen efter prydplanter ved udsendelse af inspirationsmateriale til den danske og europæiske forbrugerpresse indeholdende sæsonaktuelle featureartikler med tilhørende billedmateriale. Forbrugerpresse får fri adgang til materialet samt redaktionel frihed. Præsentationsteknisk arbejdes der på at skabe en kobling mellem livsstilsbegreber og trends til prydplanter for at gøre produkterne interessante for pressen og forbrugerne. Den øgede pressedækning har til formål at generere større kendskab til produkternes anvendelsesmuligheder og sæsonaktualitet. Årets plantenyheder fra de danske blomstergartnere præsenteres ved GAUs pressemøde og Odense Blomsterfestival anvendes som gartnerens udstillingsvindue overfor forbrugerne i Danmark

### **11. Markedsinformation gennem nyhedsbreve og temarapporter**

Det er projektets formål at holde prydplantebranchen ajour med udviklingstendenserne på hovedmarkederne for afsætningen af danske prydplanteprodukter. Den strategiske markedsindsigt har til formål at give gartnerierne og salgsselskaberne et godt beslutningsgrundlag med hensyn til produktudvikling, produkttilpasning, markedstiltag og prissætning. Lande- og temarapporter samt opdateret markedsdatabase på [www.floradanida.dk](http://www.floradanida.dk) tilvejebringer aktuelle og velunderbyggede markedsinformationer til brug for operatørerne indenfor prydplantebranchen.

Prydplantebranchen i Danmark har i dag større behov end nogensinde for at kunne operere udfra langsigtede og strategisk velunderbyggede markedsanalyser. De kommercielle risici i branchen har aldrig været større på grund af den voldsomme strukturudvikling og konsolidering på indkøbssiden i dagligvarehandlen. Viden om forbrugernes præferencer og indkøbsadfærd er kritisk afgørende for en bæredygtig afsætningsstrategi og en kommercialisering af nye produkter.

### **12. Producentinformation**

Projektets formål er at informere Potteplanteproducenter om nyeste forskningsresultater fra ind- og udland og deres anvendelse i praksis, samt informere generelt om udviklinger indenfor branchen.

Projektet består af udsendelse af Nyhedsbreve samt afholdelse af temadage og gå - hjemmøder (foredragsarrangementer).

### **13. Erfagruppe/miljømærke**

Miljømærket MPS kan bruges af gartnerier, som holder forbruget af energi, pesticider og gødningsstoffer under bestemte normer.

I projektet støttes gartnerne i deres arbejde med at reducere brugen af energi, pesticider og gødningsstoffer i produktionen.

## **19. Predict/intelligent klimastyring**

Projektets korte titel er "PREDICT" med undertitlen "Vejen til udbredelse af intelligent klimastyring i væksthushavnerierhvervet". Projektet er startet i 2006 og afsluttes i 2009.

På baggrund af en meget tidlig dansk forskningsindsats er der gennem de seneste år forsket i teknologier til en intelligent klimastyring, kaldet IntelliGrow.

Det primære sigte har været at nedsætte væksthushavnerierproduktionens miljøbelastning. Vi er i Danmark stadig i front med forskningen, men udlandet haler betragteligt ind på os. Den gennemførte forskning har haft tre formål: 1) der er dels arbejdet med at ændre klimastyringsstrategier i væksthushavnerierproduktionen, med det formål at nedsætte miljøbelastningen ved reduktion af energiforbruget, 2) der er arbejdet med en gennemgribende nytænkning af den måde havnerierne tænker klimastyring på og endelig er der 3) forsket i et nyt koncept for effektiv viden overførsel fra forskning til praksis.

Systemet bygger på vores viden om plantedyrkning og beskrives i komponenter, der samles i et beslutningshierarki. Ud fra klimamålinger foretaget i væksthuset, beregnes hvordan væksten (optimalt) kan forløbe og væksthushavnerierets klima styres som beregnet. Systemet er designet som en udvidelse til eksisterende klimacomputere i mange danske væksthuse. Indtil nu er systemet udviklet som et forskningsværktøj (prototype), der er brugt ved talrige forsøg hos KVL og DJF med meget positive resultater.

## **27. Hjemmemarkedskampagne frugt og grønt**

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 udspring 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..

Formålet med projektet er, at sikre en optimering af alle markedsføringsaktiviteter indenfor frugt og grønterhvervet i forbindelse med gennemførelsen af det EU medfinansierede program: Frugt og grønt - friskhed og sundhed, som gennemføres af et reklamebureau.

Igennem en lang årrække har de danske markedsføringsinitiativer indenfor dansk produceret frugt og grønt ligget spredt i flere organisationer, udvalg og virksomheder. Endvidere har der været meget spredt brug af rådgivning fra eksperter udefra, herunder reklamebureauer.

Markedsføringsinitiativerne har været formuleret på en veldokumenteret, men samtidig ikke-koordineret basis, og har ikke taget udgangspunkt i en fælles strategi for hele erhvervet. Det er en arbejdsform, der vurderes at være både arbejds- og omkostningstung, og i det hele taget uhensigtsmæssig ud fra et koordineringshensyn. De relativt få ressourcer bliver ikke brugt optimalt.

I forbindelse med det fælles initiativ omkring formulering af kerneværdier for det samlede frugt og grønt erhverv, som blev gennemført i foråret 2005, foreligger der nu et fælles udgangspunkt for en samlet indsats for hele det danske frugt- og grønt-erhverv.

Det er således målet, at en projektleder skal:

- Facilitere og rådgive i udarbejdelsen af en samlet strategi for markedsføringen af frugt og grønt

- Formulere og koordinere initiativer og handlingsplaner i forhold til den fastlagte strategi
- Rådgive interne interessenter som fx sektorer, klubber, salgsselskaber, arbejdsudvalg omkring markedsføring og PR
- Rådgivning af eksterne interessenter som fx detailhandlen og sundhedsorganisationer

–

Resultatet vil være en besparelse i forhold til de nuværende ressourcer, der bruges på reklamebureauer og dermed en bedre udnyttelse af de samlede ressourcer, der er til rådighed. Hermed vil der samlet set ske en stærkelse af indsatsen i forhold til at fremme forbruget af dansk frugt og grønt.

Der er indgivet en EU ansøgning om støtte til markedsføringen af frisk frugt og grønt i perioden 1. januar 2007 til 31. december 2009. EU støtter programmer med målet om markedsføring af frisk frugt og grønt over for særligt målgruppen af børn og unge – herunder børnefamilier. Ansøgningen er godkendt og det betyder en fordobling af midlerne til markedsføring i forhold til i dag. Ansøgningen har titlen "Frugt og grønt – friskhed og sundhed" og indeholder tre hovedaktiviteter:

1. Frugtfest – omhandler markedsføringen af frisk frugt. Hovedelementerne er markedsføringskampagne på print overfor målgruppen af børnefamilier, fejringen af den danske frugthøst – jordbærprisen, æblefesten osv. Kommunikationsmaterialer til markedsføring af skolefrugt.
2. Bedst lige nu – dækker nærmere bestemt over detailhandelskoncepter til markedsføring af friske grøntsager. Det består af markedsføringsmaterialer for friske grøntsager udviklet til bestemte kæder. Her er formålet at sætte fokus på produkterne over for forbrugerne direkte på salgsstedet. Samtidig skal materialer give ny inspiration i form af opskrifter og informere om grøntsagerne og sæsonen. Herudover er der en aktivitet målrettet folkeskolerne for at øge viden og læring om danske grøntsager over for unge i faget hjemkundskab.
3. Kommunikation af frugt og grønt. Dette er en kommunikationskampagne for frisk frugt og grønt som kører i udvalgte printmedier over for målgruppen af børnefamilier. Der skal udvikles et fast koncept for kommunikationen – baseret på kerneværdierne for erhvervet og relevante sundhedsbudskaber.

### **32. Alternative nye bekæmpelsesmidler**

Projektet skal demonstrere anvendelse og effektivitet af nye pesticider til anvendelse i havebrugsafgrøder. Projektet har endvidere til formål at afprøve og demonstrere forskellige bekæmpelsesstrategier. Derigennem vil projektet medvirke til at sikre erhvervet muligheden for anvendelse af nye effektive plantebeskyttelsesmidler til brug mod sygdomme, skadedyr og ukrudt og medvirke til en reduktion af pesticidanvendelsen, pesticidrestindholdet og pesticidpåvirkningen.

Også for den økologiske produktion er der et behov for at kunne anvise bekæmpelsesmidler, der kan sikre produktionen ved angreb af betydende skadedyr. Bekæmpelsesmidler, som kan anvendes i den økologiske produktion, indgår som en naturlig del i projektet, men der har p.t. kun været forholdsvis få midler af denne type under udvikling med henblik på en godkendelse herhjemme.

### **37. Hjemmemarkedskampagne**

Ved gennemførelse af en række markedsføringsaktiviteter søges en eksponering af planteskoleplanter.

Aktiviteterne omhandler bl.a. udarbejdelse af markedsføringsmaterialer, annonceringer og målrettet udsendelse af kampagnematerialer for en række produkttyper, der dækker hele erhvervet. Nævnes kan planter egnet til pyntegrønt, nye danske sorter, og udarbejdelse af nye informationshæfter om planteskoleplanter. Der vil blive udviklet et koncept for fremtidens skovplanter. Endelig vil der blive et salg fremstød for anvendelsen af flere planteskoleplanter i forbindelse med anlægsarbejder på udstillingen Have – og Landskab 2007 i Slagelse. Her vil et særligt tiltag være fokus på certificerede planter under varemærket Dafo®

### **38. Nyhedsformidling**

I en nyhedstjeneste på DPF's hjemmeside vil det være muligt at bibringe erhvervets udøvere en aktuell kortfattet oversigt over udviklingen inden for produktionsmetoder og teknikker. Desuden varetages en telefon hot-line "Den Grønne linje", hvor erhvervet service-rer offentligheden om spørgsmål, der vedrører planteskolebranchen.

Der er et behov for løbende at følge med i aktuelle faglige nyheder omkring planteskole-drift. Dette søges dækket ved et nyhedsforum på internettet.

Der er ligeledes en række offentlige institutioner, branchefolk med tilknytning til plantesko-leerhvervet, journalister og private, som har behov for at kunne få information om plante-skoleerhvervet. Dette søges dækket ved at DPF's bestyrelse samt fagkonsulenter står te-lefonisk til rådighed for at give kompetente informationer.

### **39. Haveinspiration**

Hovedformålet med projektet er at videreformidle viden om havedyrkning til den brede of-fentlighed. Målet tænkes nået gennem vedligeholdelse og videreudvikling af en hjemme-side ([www.haveinspiration.dk](http://www.haveinspiration.dk)), som indeholder store mængder af letforståeligt overskuelig information og inspiration til brug for haveejerne. Baggrunden for projektet er, at forbruger-ne har brug for og efterspørger information omkring planter til brug i haver og i altankas-ser. For producenter og havecentre er det væsentligt, at forbrugerne har gode oplevelser i forbindelse med køb af planter, og derfor er det væsentligt at give forbrugerne god infor-mation, således at forbrugeren undgår fejlindkøb og fejlbehandling af planterne.

Projektet forløber i overensstemmelse med plan for et flerårigt projekt, hvoraf 2007 er det 3. år og sidste år.

### **40. Månedens plante**

Hovedformålet med projektet er at videreformidle viden om havedyrkning til den brede of-fentlighed. Målet tænkes nået gennem vedligeholdelse og videreudvikling af hjemmesider-ne [http://www.maanedens-plante.dk/](http://www.maanedens-plante.dk) samt [www.haveinspiration.dk](http://www.haveinspiration.dk), som indeholder store mængder af letforståeligt overskuelig information og inspiration til brug for haveejerne. Projektet består af to delelementer:

"Månedens Plante" i sin nuværende form, det vil sige fokusering på planter eller plantegrupper, som er aktuelle i den pågældende måned. Pressemateriale inkl. billeder bliver sendt til hovedparten af de skrevne medier, men er hovedsagelig tiltænkt lokal- og ugeaviser. Pressematerialet vil blive sendt ud ti gange om året.

"Haveinspiration" skal supplere "Månedens Plante" og retter sig hovedsagelig mod landsdækkende aviser, ugeblade og livsstil magasiner. "Haveinspiration" er tematiske emner, som farver, terrassen og krukker, aktiviteter i haven samt "kronen på værket" – herved forstås f.eks. træer. Temaet "Haveinspiration" er bygget op omkring websiden [www.haveinspiration.dk](http://www.haveinspiration.dk), hvor der er sider, der henvender sig til forbrugerne og sider, der er rettet mod pressen. Billedsiden til "Haveinspiration" er både et mix af planter, miljøer og mennesker i aktivitet i haven. Kampagnen Haveinspiration afvikles i perioden 2005-2008. Temaerne for 2007 er april-juni: "dekoration i krukker og på terrassen", juni-august: "havens træer", august-oktober: "høstfarver", november-marts: "aktivitet i haven".

#### **48. Prydplanteprogrammet (Dansk Planteskoleerforening)**

Det overordnede formål med prydplantepakken er en forbedring af planternes kvalitet og holdbarhed ved hjælp af nye dyrkningsmetoder med tilhørende analyse- og styringsværktøjer. Der iværksættes en serie sammenhængende forsøgs- og udviklingsaktiviteter med fokus på henholdsvis 'kontrolleret stress til akklimatisering og naturlig vækstregulering', 'naturligt forsvar overfor plantepatogener', 'dynamisk klima', 'forcerede holdbarhedstest', 'dyrkningsmediet' samt 'IT-baseret værktøjskasse'.

Projektet retter sig især mod at styrke prydplanters indre kvalitet, forstået som evnen til at klare transportbelastningen igennem distributionskæden og bevarelse af prydværdien hos forbrugerne. IT-værktøjer giver gartnerierne mulighed for fastsættelse af en sidste salgsdato og en forventet holdbarhed, som efterspørges af forbrugerne og detailhandlen.

Prydplantepakken er et fireårigt forskningsprogram indenfor pottedplante- og planteskolesektoren. Samarbejdet omfatter forskningsinstitutionerne Danmarks Jordbrugsforskning i Årsløv, Den Kgl. Veterinære Landbohøjskole, Syddansk Universitet og gartnerierhvervet. Pakken består af syv forskningsprojekter – fællesnævneren for de syv projekter er at der fokuseres på udvikling af teknikker og metoder til forbedring af planternes holdbarhed og kvalitet.

#### **49. Klimastærke Platan og Liguster**

Det er målet at finde særligt velegnede klimatilpassede kloner af Platan, som kan erstatte de eksisterende kloner i fremtiden. Der vil blive færdiggjort selektion af særlig klon af Liguster, der er mere modstandsdygtig overfor såvel gren- som bladplet syge. Certificering af planter indgår i projektet.

De eksisterende kloner af Platan, der udbydes til anvendelse i Danmark er klimamæssigt varierende til danske forhold og der er registreret tiltagende sygdom i hækplanter af nogle i dag anvendte kloner af Liguster.

Det forventes, at danske planteskoler kan udbyde nye kloner, som vil kunne honorere de krav, der bliver stillet til bytræer af den karakter og sundhed i nye ligusterhække.

## **52. Temadag (vintermøde)**

Fagligt kursus (temadag/konference) om "planteskoleerhvervets udvikling – innovation og organisering" afholdes den 18. og 19. januar 2007 på Hindsgavl slot. Temadagene er åbne for alle og der annonceres i GartnerTidende.

## **53. Kollektiv rådgivning planteskoledrift**

I samarbejde mellem faglige konsulenter og de forskellige kulturklubber gennemføres en række udviklingsaktiviteter som praksisnære dyrkningsforsøg og informationssøgning. Planteskoleerhvervet omfatter en bred vifte af kulturer og kulturgrupper, som i dag i overvejende grad produceres af specialiserede virksomheder. Disse specialvirksomheder er organiserede i en række kulturklubber under DPF. Det gælder Skovplanteringen, Hækplanteklubben, Prydplanteklubben, Rosenklubben, Surbundsplanteklubben, Pryd- og Frugttræklubben, Allétræklubben og Dansk Staudesektion. Aktiviteter i disse kulturklubber planlægges i samarbejde med relevante faglige konsulenter herunder de udviklingsaktiviteter og den informationsformidling, der ønskes gennemført.

## **62. Inspirationskatalog**

Formålet med projektet er at formidle inspiration og idéer til brug af planter i haven på en anderledes måde, bl.a. ved at lære forbrugerne at sammensætte bladformer og farver, bruge kontrastplanter, skulpturelle planter og give dem enkle men sikre værktøjer til at sammensætte blomster og planter i farveskalaer. Projektet er en opfølgning på inspirationskataloget fra 2006, *'Forny dit liv med planter'*, som blev en stor succes.

Målet skal nås ved at lave et inspirationskatalog i formatet 30 x 14,8 cm i 4/4 farver trykt i 75.000 eksemplarer, som distribueres til havecentre og detailplanteskoler.

## **63. Havens dag**

Hovedformålet med projektet er at øge afsætningen af haveplanter i efterårsmånederne. Målet nås ved en massiv PR-kampagne rettet mod alle medier, samt annoncering i idényt.

Målsætningen er at øge forbrugernes interesse for haveplanter ved at lave særlige arrangementer i forbindelse med afviklingen af Havens Dag, den 2. søndag i september.

Baggrunden for projektet er at skabe interesse hos forbrugerne for prydplanter til haven. Dette sker ved at sætte fokus på et tema. Temaet for 2007 er 'Høst - efterårsfarver', hvor forbrugerne vil få god information, inspiration og rådgivning.

## **67. Værdioprøvnings af frilandsgrøntsager**

Projektets formål er at give grønsagsproducenterne beslutningsgrundlag vedrørende sortvalg gennem undersøgelse af sorterens dyrkningsværdi, herunder egenskaber vedrørende kvalitet og plantesundhed.

Ved produktionen af frilandsgrøntsager vil valget af sorter være afhængig af en lang række faktorer, herunder sorterens egnethed til dyrkning på forskellige tidspunkter i sæsonen, deres lagerfasthed, deres ydre og indre kvaliteter, følsomhed for fysiologiske skader samt

sygdomme og skadedyr. Valget af sorter er derfor afhængig af, at de væsentligste forhold omkring dyrkningsværdien under danske forhold er dokumenteret.

## **70. Varsling for agerugler**

Projektet har følgende formål

- At vurdere hvorvidt bekæmpelse er påkrævet og i givet fald sikre rettidig og dermed også effektiv behandling.
- At medvirke til at undgå overflødige pesticidbehandlinger.
- At sikre at information og evt. varsling til avlerne er så præcis, at skadesomfang ikke overskrider den økonomiske skadetærskel.

Angreb af knoporme og kålfluer kan give anledning til store udbyttetab i flere grønsagsafgrøder og planteskolekulturer (knoporme). Et landsdækkende registrerings- og varslingsnet for knoporme er opbygget. Arbejde og administrationen i forbindelse med dette er siden 1997 varetaget af Dansk Landbrugsrådgivning, Planteavl.

I frugtavlens udgør angreb af æbleviklerlarver et tilsvarende stort problem, og der er ønske om at udbrede og optimere anvendelsen af feromonfælder og følge flyvning og bekæmpelsesbehov gennem et registrerings- og varslingsnet. Et demonstrationsprojekt gennemført i 2006 har resulteret i stor opmærksomhed omkring anvendelsen af feromonfælder til monitorering og varsling for æbleviklere.

## **74. Hjemmemarkedskampagne løgblomster**

Projektet gennemføres for at skabe øget opmærksomhed og dermed øget forbrugerinteresse for køb af tulipaner og andre løgblomster i drivningssæsonen.

Løgdriverklubben Danmarks planlagte aktiviteter vil også i 2006/2007 ske i teknisk samarbejde med International Flower Bulb Centre, som er de hollandske løgavlere og -eksportørers fælles informationskontor. Juridisk og økonomisk er der tale om separate budgetter, men alle aktiviteter vil blive koordineret, så der opnås størst kampagneeffekt for de anvendte midler. Der er p.t. tale om kvalificerede skøn af kampagneomkostningerne, idet de endelige budgetter endnu ikke kendes.

Der er planlagt aktiviteter med en Hyacintkampagne ca. 50.000 kr., tulipankampagne ca. 460.000 kr., løgblomster i pletter ca. 200.000 kr., og udstillinger, promotionaktiviteter ca. 40.000 kr..

Hyacintkampagnen gennemføres fra midten af november til midten af december. Der planlægges en folder til detaileddet og en ugeblads- og magasin kampagne mod forbrugerne. Som supplement vil der blive udsendt pressemateriale til samtlige danske medier.

Tulipankampagnen gennemføres af to omgange. Den første i midt til slut januar og den anden i den første uge af marts. Det er planlagt at kampagnen gennemføres som trafikreklame med store plakater ved busholdepladser, stationer, S baner m.v.. Herudover gennemføres supplerende PR-aktiviteter herunder pressemeddelelser.

Løgblomster i pletter vil blive gennemført som PR-aktiviteter med presseartikler samt informationsannoncering i magasiner, der især henvender sig til hus- og haveejere.

## **75. Markedsføringsaktiviteter champignon**

Formålet med markedsføringsaktiviteter omkring champignoner er at fremme forandringer på forbrugerniveau, detailniveau og producentniveau:

*Forandringer på forbrugerniveau, f.eks.:*

- Øge kendskabet til champignon
- Øge præferencen for miljømærket producerede champignon
- Øge forbruget af miljømærket producerede champignon

*Forandringer på detailniveau, f.eks.:*

- Øge præferencen for miljømærket producerede champignon
- Øge tilgængelighed for miljømærket producerede champignon

*Forandringer på producentniveau, f.eks.:*

- Produktkvalitet og - variation

En tidligere gennemført forbruger analyse konkluderede, at kendskabet til produkterne og sæson var begrænset.

Med afsæt i rapporten ønsker man en styrkelse af markedsføringen og koordineringen af markedsføringstiltag i frugt- grønt erhvervet, hertil ønsker Dansk Champignondyrkerforening tillige at styrke markedsføringen af sektorens produkter.

Målet er at støtte sig op af en overordnet markedsføringsstrategi i VGS-regi, der varetages af GAUs arbejdsudvalg. Under dette ønskes sektorspecifikke aktiviteter.

## **77. Produktion, miljø, kvalitet, sortvalg**

Projektets formål er at sikre en produktion af væksthushgrøntsager af høj kvalitet, som er profitabel for gartneren og som er mest mulig skånsom over for miljøet.

Tiltagene i projektet har til formål at sikre producenterne er up to date med markedstendenser, at producenterne har et kvalificeret grundlag for valg af sorter, at sikre at erhvervet har de fornødne muligheder til rådighed for at sikre en sund produktion med et højt udbytte.

Der gennemføres salatsortsforsøg for at finde de til enhver tid bedst egnede sorter med bedst resistens mod bremia og lus. Der foretages to forsøg på to forskellige destinationer, hvor 8-10 forskellige sorter afprøves.

Der gennemføres sortsforsøg tomat for at vurdere nye sorters egnethed til dyrkning under danske forhold. Der afprøves 8 forskellige sorter på 3 destinationer.

## **79. Udbudsdatabase**

Planteskoler kan indsende aktuelle udbud ad planteskoleplanter. Disse samles i database, hvor det bliver muligt via internettet for professionelle aftagere ved søgeprogrammer at finde aktuelle udbud.

Planteskolernes disponible varelagre kan gemmes på elektronisk fil. Florainfo ApS har dannet en database med beskrivelse og foto af planteskolebranchens samlede plantepro-

dukter. Disse er forsynet med unikke stregkoder, som gør det muligt at samordne filer med disponible varelagre fra alle planteskoler til en fælles udbudsliste.

### **80. Udvikling af planter til juletræer og pyntegrønt**

En række tiltag til udvikling og forbedring af produktkvaliteten vil kunne udnyttes af såvel planteskoler som af juletræsdyrkere, hvorfor der er gensidig interesse i at der stilles kompetence og midler til rådighed fra begge områder. Forskningsprojekter på dette område er yderst vigtige men også bekostelige, hvorfor Skovplanteringen ikke kan gennemføre projekter egenhændigt. Ved at deltage i projekter igennem Produktionsafgiftsfonden for Juletræer og Pyntegrønt har man indflydelse på at netop de projekter der gavner Skovplanteringen gennemføres. Igangværende projekter af særlig vigtighed for ansøger er

Undersøgelse af selvbestøvning i Nobillis – med anlæg af en 1.5 generations frøplantage som case. Skov og landskab og KVL er parter med udgifter på 235.000 kr. Løbetid 08-2006 til 08-2007.

Avanceret nordmannsgranforædling – focus på frøplantageproduktion. Skov og landskab og KVL er parter med udgifter på 343.000 kr. Løbetid 10-2006 til 11-2008.

Til indstillet bevilling står:

Udvikling af metoder til at opnå større forskelle mellem gode og dårlige nordmannsgranfrø forud for frørsortering. Danmarks Jordbrugsforskning er part med udgifter på 230.000 kr. Løbetid 01-2007 til 12-2008.

### **82. Optimering af produktion med fokus på miljø og udvikling**

Formålet med projektet er at indhente faglig information og formidle den videre, så producenter af snitblomster har den nyeste viden indenfor dyrkning og produktionsoptimering og dermed kan være konkurrencedygtige.

Producenter af snitblomster er under stadig pris- og kvalitetspres, lige som kravene fra myndigheder og forbrugere til miljøvenlig produktion bliver stadig mere krævende. Derfor har snitblomstproducenter brug for rådgivning til at fremskaffe og videregive den nødvendige viden.

Der er et behov for en faglig opdatering mht. dyrkningsteknik, gødningsoptimering, dyrkningsmedier, sortsvalg osv. Dette gøres ved at udsende et nyhedsbrev, møder med fagligt indhold m.m.

Snitblomstproducenter ønsker, at anvende biologisk bekæmpelse af skadedyr i så stor udstrækning som muligt. Forskellige strategier ønskes afprøvet ved at kombinere udsætningsplaner af nyttedyr med mere miljøvenlige sprøjtemidler. Det er vigtigt at afprøve strategierne i forskellige kulturer, da effekten adskiller sig meget mellem kulturerne. Der ønskes at indhente ny viden fra ind- og udland, for bl.a. at finde frem til en effektiv bekæmpelse af skadedyr ved, at kombinere bekæmpelsen med nyttedyr med mindst mulig brug af kemiske midler.

## **84. Samkøring af GAP systemer**

At samkøre DanishGAP *Fruit & Vegetables* og DanishGAP *Potatoes* til et system, der er benchmarket i forhold til Eurepgap.

Herved sikres, at der er et fælles dansk sporbarheds- og kvalitetsstyringssystem for alle danske producenter af kartofler og frugt og grønt.

I løbet af 2006 er DanishGAP *Fruit & Vegetables* samt DanishGAP *Potatoes* benchmarket i forhold til Eurepgap. Hermed har danske gartnere og landmænd mulighed for at levere produkter indenfor henholdsvis frugt og grønt samt kartoffelområdet, hvor de kan dokumentere, at de lever op til kravene i Eurepgap.

Det har i den sammenhæng vist sig, at det for en del avlere er u hensigtsmæssigt med to systemer, hvis de producerer både frugt og grønt samt kartofler. På den baggrund søges der om en fælles finansiering fra Prod.afg.fonden og Kartoffelafgiftsfonden.