

INSPIRATIONSDAG

Markedsføring af økologisk bæredygtighed

Hør om erfaringer fra ind- og udland, og få idéer til arbejdet i Jeres virksomhed

Tid: Tirsdag den 3. marts kl. 9–15

Sted: Vingsted hotel & conferencecenter, Vingsted Skovvej 2, 7182 Bredsten

Pris: Gratis for de første 50 tilmeldte. Derefter kr. 529 pr. person

Tilmelding: <http://tilmeld.events/inspirationsdag>

Oplæg

Oplægsholder

Nestlé's 15 års erfaring med global, bæredygtig fødevarerforsyning

Nestlé bruger det samme analyseværktøj til dokumentation af bæredygtighed, som de danske økologer har introduceret i Danmark: RISE værktøjet. Hans Jöhr fortæller, hvorfor Nestlé har valgt at arbejde med et analyseværktøj, og hvad Nestlé har fået ud af at arbejde med RISE i 15 år. Han kommer også ind på, hvordan RISE kan anvendes i markedsføring, CSR og i andre sammenhænge, samt hvilke faldgruber vi skal undgå, når vi i Danmark begynder at markedsføre bæredygtighed i økologisk jordbrug

Hans Jöhr er leder af Nestlé's globale kontakt til landbruget og forsyningskæden. Han er initiativtager til RISE bæredygtighedsanalyser og har brugt dem i 15 år

Måltrettet kommunikation af økologisk bæredygtighed til forbrugere, virksomheder og organisationer

Gennemsigtighed og benchmarking af bæredygtighedsperformance. Eksempler på de frugter, der er høstet gennem de sidste års samarbejde mellem landmænd, virksomheder og organisationer i Tyskland og Schweiz

Christian Schader, leder for al dokumentation af bæredygtighed i Forskningsinstitut for Økologisk Landbrug (FiBL) i Schweiz

Soil and More – der hvor de vilde idéer får liv

I en verden, hvor der bliver færre og færre naturressourcer, bliver bæredygtig produktion langt mere end blot et salgsargument. Bæredygtighed bør integreres i en virksomheds centrale strategi og bruges i ledelse, samtidig med at det er et markedsføringsredskab. Vi præsenterer en række konkrete eksempler, der hjælper dig med at forbedre og kommunikere bæredygtighed i økologisk produktion

Soilandmore.com har vundet priser for deres idérigdom og handlekraft inden for markedsføring og branding på bæredygtig landbrugsproduktion

Erfaringerne fra markedsføring af bæredygtig fisk i Danmark i efteråret 2014

For få måneder siden lancerede Dansk Supermarked Bæredygtig fisk. Pressechef Mads Grand fortæller om de mange reaktioner, der kom i kølvandet på lanceringen. Hvad kan vi lære af Dansk Supermarkets erfaringer, når vi vil ud og markedsføre bæredygtige produkter?

Mads Hvidtved Grand, pressechef, Dansk Supermarked

Status for økologernes arbejde med dokumentation af bæredygtighed

For to år siden besluttede Økologisektionen under Landbrug & Fødevarer, at bæredygtigheden i dansk økologisk jordbrug skal dokumenteres. Hør om vores første erfaringer og om de næste skridt fremad

Anke Stubsgaard, SEGES. Ansvarlig for dokumentation af bæredygtighed

Ret til ændringer forbeholdes.

