



“En fantastisk mässa” – antalet besökare på Nordic Organic Food Fair & Natural Products Scandinavia 2015 ökade med 10 %

Svensken Fabian Olli Johansson utsågs till Nordens Ekokock 2015 på mässan

MalmöMässan, surrade av aktivitet den 1-2 november, när nästan 4 000 besökare trängdes bland montrarna på Nordic Organic Food Fair och Natural Products Scandinavia – de största branschmässorna i Norden för naturliga ekologiska livsmedel och produkter inom hälsa, skönhet, ekologisk livsstil och egenvård.

Livlig, fantastisk, varierande, intressant, användbar och imponerande – det är en del av feedbacken från besökare hittills, och många kallar mässan ett måste för att få hitta nya produkter och trender på den blomstrande nordiska marknaden.

De två parallella mässorna presenterade 345 utställare och tog emot 3 930 besökare från mer än 2 000 företag och 59 länder under de två dagarna, (jämfört med 3 558 besökare 2014).

Besökarna från Sverige och Danmark utgjorde den absoluta merparten av publiken på mässan, (67 %), med viktiga uppköpare och chefer från många av Skandinavien största detaljhandlare, hälsbutiker, apotekskedjor, grossister och distributerörer, storkök och storkmarknader, däribland ICA Sverige, Axfood, Dansk Supermarked, Coop Sverige, Coop Danmark, Life AB, HKC Egenvård, NBTY International, Fazer Food Services, Aldi, Ikea, Lidl, Danasan, KåKå, Dagrofa, Norges Naturmedisinsentral, Sunkost, Urtekram International, Københavns Madhus, Orkla, Svensk Cater, Hälsokraft, Apoteksgruppen, Gymgrossisten, Åhléns, Mat.se och Magasin du Nord.

“Produkter och innovationer utvecklade av passionerade människor och en värmedrivet bransch är framtiden”, säger Alia Jassim, varumärkeschef på Orkla Foods Sverige. “Det var härligt att se så många begåvade och inspirerande entreprenörer på samma ställe!”

“En fantastisk mässa, med med massor av intressanta och innovativa leverantörer”, säger Mads Buus Nielsen, category manager på Dansk Supermarked A/S.

“Perfekt för att hitta aktuella trender och växande varukategorier, jag kommer absolut att komma tillbaka nästa år”, säger Minna Jacobsen, category planner på COOP Danmark AS.

“Jag har besökt mässan varje år sen starten, och blir alltid lika imponerad av blandningen mellan nya och väletablerade utställare, och det omfattande seminarieprogrammet Jag rekommenderar verkligen ett besök till alla som arbetar inom naturlig hälsa”, säger Peter Svorono, VD för BestCase AB (fgrundare av Nature och tidigare VD för Life Sweden).

“Gensvaret på årets mässa har varit fantastiskt. Redan när dörrarna öppnades fanns en enorm energi och aktivitet som varade under de båda dagarna. Mässan hittade verkligen sin ‘wow factor’ 2015,” säger Anne Seeberg, ansvarig för evenemanget hos arrangörerna Diversified Communications UK.

“Det är otroligt hur snabbt Natural Products Scandinavia och Nordic Organic Food Fair har etablerat sig som viktiga, effektiva branschevenemang för områdets blomstrande naturliga och ekologiska sektorer. Det har bara gått fyra år sen vi lanserade mässorna och det finns så många spännande möjligheter för att växa i framtiden. Inte konstigt att många av våra utställare redan har anmält sig till mässan 2016! Ett stort tack går till vår organisation och våra mediepartners för deras ständiga, ovärderliga stöd, till våra utställande företag för att de gör mässan så spektakulär, och till våra besökare som kom i tusentals!”

“Det är alltid en bra mässa, men årets var absolut bäst! Vi deltar bara på två mässor per år: den här och Natural & Organic Products Europe i London och de håller oss sysselsatta året runt!” säger Kris McGowan från The Raw Chocolate Company.

“Det har varit fantastiskt! Det är vårt första år på mässan och vi kan nästan inte fatta att det var så bra. Jag har hittat exportmöjligheter till Japan, Norge och Danmark. Intresset för vår produkt har varit så enormt – det är fantastiskt! Vi kommer definitivt tillbaka nästa år!” säger Tony Gerasovski, ägare av Tony's Pizza (Foodster AB).

“För alla som tänker ge sig in på den ekologiska marknaden i Skandinavien är den här mässan rena paradiset! Alla är här: stormarknader, detaljhandlare, distributörer – det kunde inte bli bättre!” säger Peter Kirwel, senior försäljningschef på Biovegan GmbH.

En blomstrande marknad

Naturligt och ekologiskt är stort i Norden – och med ökande medvetenhet och konsumtion kommer det att bli ännu större. Enligt Cecilia Ryegård, grundare av Ekoweb, “är framtiden ljus [för ekologiskt]”.

“Människor frågar sig “varför inte ekologiskt” istället för “varför ekologiskt”. Det är en stor attitydförändring hos konsumenterna”, säger hon, och pekar på att även försiktiga prognoser visar att den svenska marknaden för ekologisk mat kommer att vara dubbelt så stor 2025. Å andra sidan kan bristen på råvaror och ekoodlare vara “ett stort problem för framtida växande”.

Den nordiska marknaden för naturlig och ekologisk kosmetika är också en av de mest snabbväxande i Europa, med en beräknad försäljning på 200 miljoner euro de kommande åren.

“Skandinavien har världens högsta utgiftsnivåer för naturliga och ekologiska produkter,” kommenterar Amarjit Sahota, chef för Organic Monitor.

“Den nordiska marknaden för naturlig och ekologisk kosmetika växer med 10 % per år, att jämföra med 5-7 % i hela Västeuropa. Ökad distribution är den största drivkraften bakom marknadstillväxt, där naturlig och ekologisk kosmetika finner vägar in på varuhus, skönhetsdetaljister, stormarknader och i spabranschen. Trots det är det fortfarande specialdetaljister, som hälsokostbutiker, som står för den största delen av försäljningen i Norden”, säger han. Hans kollega, forskningsanalytiker Iveta Kovacova, var på mässan och presenterade de senaste siffrorna.

Man ser en liknande utveckling på den nordiska hälso- och välbefinnande-marknaden.. Stefan Anbro, huvudanalytiker på Euromonitor, presenterade de senaste siffrorna och trenderna, med fokus på förpackad mat, (exempelvis ekologiskt, födoämnesintolerans, hälsosam/funktionell, naturlig hälsa och “bättre för dig”).

Enligt deras studier är de nordiska ländernas del av försäljningen i kategorin förpackad hälsomat så stor som 28 %, (jämfört med 19 % i hela Västeuropa), trots att de bara utgör 5 % av Västeuropas befolkning. I Finland, Danmark, Norge och Sverige spenderas mer per capita varje år än i något annat land i Västeuropa.

En annan av mässans höjdpunkter var seminarieprogrammet i Natural Theatre, med bl.a. Irene von Arronet, en av grundarna av Natural Organic Cosmetics Sweden, omvärldsanalytiker Per Grankvist, Francesca Morgante, varumärkeschef på NATRUE, och Elodie Toulouze, ansvarig för internationell certifiering på Ecocert Greenlife. Bland talarna på Organic Theatre fanns John Schoolcraft, creative director på Oatly, Thor Jørgensen, COO på Netto International, Charlotte Bladh André, styrelseordförande Organic Sweden, Marco Schlüter, chef på IFOAM EU, Per Kølster, styrelseordförande Organic Denmark, Johan Cejie, försäljningschef på KRAV Sweden, Marja-Riitta Kottila, VD på Pro Luomo Finland, och Maiken Pollestad Sele, senior advisor på Oikos – Organic Norway.

Den nya Natural Beauty Theatre visade sig också populär, med två “beauty hours” per dag där utställare fick möjlighet att demonstrera sina senaste produktinnovationer för besökande inköpare.

Nordic Organic Chef Competition

Nytt för 2015 var tävlingen Nordens ekokock, arrangerad av Föreningen Ekokockar (i samarbete med KRAV och Menigo), måndagen den 2 november.

Den korade vinnaren Fabian Olli Johansson, kock på Lilla Bjers på Gotland, (som nyligen utsågs till Årets ekokock 2015), imponerade på domarna med sin enkla och smakrika kycklingrätt. Den 15-årige norske kocken Sebastian Skauen Johnsen, som skadade sin vänstra hand dagarna före tävlingen, blev tvåa.

Natural & Organic Awards Scandinavia 2015

Mässans Natural & Organic Innovation Showcase bubblade som vanligt av aktivitet – och var första anhalt för många besökande inköpare. Besökarna kunde söndagen 1 november rösta fram sina favoriter bland ett rekordstort antal tävlande produkter – 150 stycken. Bland vinnarna av årets Natural & Organic Awards Scandinavia finns:

- Best new Natural brand

Boosting Astaxanthins, Simris Alg

- Natural Life Time Achievement Award

Karl Kristian Bergman Jensen and Marinus Blaajerg Sørensen, New Nordic

- Best New Eco/Natural Living Product

Palm Leaf Slipper, Biolief

- Best New Health & Nutrition Product

Chia Oil Omega 3 capsules, Lime Pharma Aps

- Best New Natural Beauty Product (cosmetics, haircare, beauty supplement)

Hemp Oil Intensive Conditioning Hair Mask, Biofood-Biolivs

- Best New Natural Skincare (body & face)

Vilact Skin Cream, Pharma GP

- Best New Natural Drink Product

Chai Latte, Chalo

- Best New Natural Food Product

Inspirat Coconut Pecks, Inspirat Visionary Products

- Best New Organic Brand

Jymy Ice Cream, Suominen's Milk – Little Ice Cream Company

- Butikstrender Most Unique Product Award

Raw Cocoa nips with Yacon syrup, Q–Organic

- Organic Lifetime Achievement

Eva Fröman och Mimi Eriksson Dekker, EkoMatCentrum

- Best New Organic Drink

Caliente – Not A Soft Drink, Dagsmeja AB

- New Organic Special Diet Food (Vegetarian/Gluten Free)

Sundried Tomato & Pesto Kale Crackers, Planet Organic

- Best New Organic Food Product

Jymy Lakrits Ice Cream, Suominen's Milk – Little Ice Cream Company

“Vi är mycket nöjda, mässan har verkligen varit bra för oss. Vi är redan välkända i Finland, men vi har letat efter fler exportmöjligheter – och den här mässan har gjort det möjligt! Mängden användbara kontakter har varit utmärkt, det har varit två dagar av oavbrutna samtal. Det har överträffat alla våra förväntningar, och vi har redan bokat in oss nästa år”, säger T Horst Neumann, VD, och grundare av Suominen's Milk.

Nordic Organic Food Fair och Natural Products Scandinavia återkommer till Malmö 16-17 november 2016. För mer information, gå in på www.nordicorganicexpo.com och www.naturalproductsscandinavia.com.

Frågor från media och begäran om fotografier ställs till:

Emma-Louise Jones, Head of PR

t: +44 (0)1273 645134

e: ejones@divcom.co.uk

Website: www.divcom.co.uk

Twitter: [www.twitter.com/DiversifiedUK](https://twitter.com/DiversifiedUK)

Frågor från utställare ställs till:

Anne Seeberg, Event Director

t: +44 (0)1273 645124

e: aseeberg@divcom.co.uk

Website: www.nordicorganicexpo.com

Twitter: [www.twitter.com/NordicOrganic](https://twitter.com/NordicOrganic)

Facebook: www.facebook.com/nordicorganic

LinkedIn: www.linkedin.com/groups/Nordic-Organic-Food-Fair-5071082

Eva Ellis, Sales Executive

t: +44 (0)1273 645141

e: eellis@divcom.co.uk

Scandinavia office:

Lars Larsson, Nordic Manager

Nordenskiöldsgatan 13, S - 211 19 Malmö, Sweden

t: +46 702 661170

e: LLarsson@divcom.co.uk

Övrigt:

Nordic Organic Food Fair nominerades 2014 till Best Tradeshow Exhibition (UK & International) på under 2 000 kvadratmeter på brittiska Association of Event Organisers årliga Excellence Awards. Mässan gick även till final i kategorin International Launch på Exhibition News Awards.

Högupplösta bilder finns att hämta på begäran:

High view: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC8854-edit.jpg>

Aisle shot NOFF: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC9645-edit.jpg>

Aisle shot NOFF 2: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC9009-edit.jpg>

Aisle shot NPS: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC9514-edit.jpg>

Aisle shot NPS: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC9447-edit.jpg>

Visitor: <http://www.naturalproductsscandinavia.com/wp-content/uploads/DSC8668-edit.jpg>

Natural Products Scandinavia vann 2013 Best International Launch på brittiska Exhibition News Awards. Mässan gick även till final vid Association of Event Organisers' årliga Excellence Awards.

Diversified Communications UK (Diversified UK) är ett snabbväxande företag som anordnar branschmässor och förlägger publikationer, med bas i Brighton, Peterborough, Leamington Spa, och Nailsworth, Glos. Diversified UK:s meritlista inkluderar Nordic Organic Food Fair i Malmö, Sverige (arrangerad parallellt med Natural Products Scandinavia); Natural & Organic Products Europe (London); Natural and Organic Awards; Natural Products magazine; Natural Beauty Yearbook; camexpo; lunch!; Casual Dining; office; Ocean Business (inklusive Offshore Survey Conference & Ocean Careers); OceanBuzz; MARELEC Marine Electromagnetics conference; SITS – The IT Service Management Show; ServiceDesk360; Euro Bus Expo; Coach and Bus Live; British Tourism & Travel Show – The Best of Britain & Ireland; The Route One Operator Excellence Awards; The National Coach Tourism Awards; Route One magazine; and Coach Monthly. Mer information finns på: www.divcom.co.uk.*

Diversified UK är en del av Diversified Communications, ett ledande internationellt mediaföretag som ger tillgång till marknader, utbildning och information genom globala, nationella och regionala mötesevenemang, digitala och tryckta publikationer och tv-stationer. Diversified arbetar med flera olika branscher som: skaldjur, matservice, naturligt och ekologiskt, hälsovård, kommersiell sjöfart, och företagsledning. Med huvudkontor i Portland, Maine, USA, har Diversified 850 anställda, fördelade på åtta kontor i sju länder. Mer information finns på : www.divcom.com.