



# Markedsberetning

## 1. halvår 2020/21





# God styring gennem en speciel tid

Det første halve år af regnskabsåret er gået, og det har været nogle begivenhedsrige måneder både i samfundet og i Friland.

COVID-19 var fortsat en stor del af vores hverdag, og det betød naturligvis meget for de vaner og muligheder, forbrugerne har haft. Restauranterne var stort set lukkede for servering i hele perioden, og det har selvfølgelig sat sit aftryk i vores afsætning til netop foodservice.

Det manglende salg til foodservice-sektoren har været hårdt ved vores to Frilands-koncepter, da en del af afsætningen er til netop restauranterne. Vi har dog været gode til at optimere forretningen, så der er blevet sat ekstra fokus på Frilands-koncepterne i detailbranchen. Dette er også blevet underbygget fra marketingafdeling i form af FRI-kampagner, der skal give forbrugerne mere appetit på Frilands produkter.

Omvendt har nedlukningen af samfundene verden over ikke haft den store negative betydning for efterspørgslen på de to økologi-koncepter. Økologien står et godt sted, både på grisekød og oksekød. Så selvom der har været en markant disruption af markederne med COVID-19, og afrikansk svinepest for den sags skyld, er vi i al beskedenhed lykkedes med at navigere Frilands økologiske koncepter godt igennem det første halvår.

Det er vi, fordi vi har skabt nye muligheder i et presset marked, blandt andet via gode samarbejder med vores kolleger i den øvrige del af Danish Crown-koncernen. Vi er stærke, når vi kan bruge hinanden på tværs af koncernen, og det giver muligheder for at bringe flere produkter til markedet, og vi oplever således en fornuftig efterspørgsel på vores koncepter både fra ind- og udland.

Forhåbentlig er vi nu tættere på afslutningen af COVID-19-pandemien, end vi er på starten af den. Foodservice-sektoren er begyndt at åbne op igen, og der blæser positive vinde for vores afsætningsmuligheder.

Derudover er min dør og telefon stadig åben, hvis man vil dele stort eller småt. Rigtig god sommer til jer alle herfra, jeg håber, den byder på godt vejr og endnu mere genåbning af samfundene verden over.

Med venlig hilsen



Claus Hein, direktør for Friland





# En stor indsats i det første halvår

Det første halve år i regnskabsåret har ligesom sidste regnskabsår været præget af COVID-19. Netop på grund af svære betingelser glæder jeg mig ekstra meget over, at vi ser bedre priser til især de økologiske landmænd.

Omsætningstallene for det første halve år viser også, at fremgangen på de to økologiske koncepter har været god.

Det siger noget om, at Friland er lykkedes med at navigere sig fornuftigt igennem, selvom COVID-19-pandemien har skabt nogle forskydninger i markedet. Det skyldes ikke mindst, at mange mennesker i Friland har gjort en kæmpe indsats. Det fortjener ros.

Samtidig glæder det mig også, at det for FRILANDSGRIS® tyder på nogle positive tendenser.

I bestyrelsen er vi involveret i den nye strategi for Friland. Det kommer sammen med, at der bliver arbejdet med en ny strategi for hele Danish Crown-koncernen, og derfor har vi også arbejdet med den

fremadrettede strategi for Friland. Det er en utrolig spændende proces. Det kommer I til at høre meget mere om de kommende måneder, når det er endeligt på plads.

Vi er et godt sted i Friland, hvor kunderne efterspørger varerne og sætter stor pris på den kvalitet, Friland kan levere. Det er et godt afsæt for resten af regnskabsåret.

Med venlig hilsen

Peter Fallesen Ravn  
Formand for Friland A/S valgt af Danish Crown





FRILAND ØKOLOGI

# Omsætningsudvikling for FRILAND ØKOLOGI, grise og kreaturer



## Omsætningsudvikling for FRILAND ØKOLOGI, kreaturer

På trods af COVID-19 har der været en god efterspørgsel på FRILAND ØKOLOGI, kreaturer i det første halve år.

- 1. halvår 2020/21 126,3 mio. DKK
- 1. halvår 2019/20 115,2 mio. DKK



## Omsætningsudvikling for FRILAND ØKOLOGI, grise

Den stærke udvikling på FRILAND ØKOLOGI, grise er fortsat i det første halvår af regnskabsperioden, hvor efterspørgslen fra udlandet er stigende.

- 1. halvår 2020/21 225,8 mio. DKK
- 1. halvår 2019/20 173,5 mio. DKK

FRILAND ØKOLOGI

# Markedsberetning: De økologiske koncepter

Det har været et stærkt første halvår for vores to økologiske koncepter. Både omsætningen for konceptet for økologiske grise og konceptet for økologisk oksekød ligger højere end første halvår af 2019/2020.

De to økologiske koncepter har ikke været hårdt ramt af nedlukningerne i samfundene. Tværtimod har efterspørgslen på de økologiske koncepter været god. Det gælder for det danske marked, ligesom vi oplever stor fremgang på europæiske markeder. Og efterspørgslen er også stigende på markeder uden for Europa.

Derfor har vi haft fokus på optimeringen af forretningen, så vi også fremover kan stå stærkt på de to koncepter.

Vi har også haft fokus på at køre vores FRI-kampagne, hvor vi i foråret blandt andet har kørt kampagne på landsdækkende fjernsyn for at sætte fokus på vores økologiske koncepter. Det har været en stærk indsats fra vores marketing-team.

Så på trods af COVID-19, og afrikansk svinepest for den sags skyld, har vi styret de økologiske koncepter godt igennem, og de står stærkt frem mod de sidste seks måneder af regnskabsåret.



FRILANDSGRIS® og FRILAND KØDKVÆG

# Omsætningsudvikling for FRILAND KØDKVÆG og FRILANDSGRIS®



## Omsætningsudvikling for FRILAND KØDKVÆG

Nedlukning af foodservice-sektoren har betydet en tilbagegang i omsætningen sammenlignet med første halvår af 2019/2020.

- 1. halvår 2020/21 **8,4 mio. DKK**
- 1. halvår 2019/20 **9,1 mio. DKK**



## Omsætningsudvikling for FRILANDSGRIS®

For FRILANDSGRIS® gælder det også, at nedlukningen af foodservice-sektoren ramte omsætningen.

- 1. halvår 2020/21 **44,7 mio. DKK**
- 1. halvår 2019/20 **47,0 mio. DKK**



FRILANDSGRIS® og FRILAND KØDKVÆG

# Markedsberetning: Frilands-koncepter

Vi har på Frilands-koncepterne mærket en lille tilbagegang i omsætningen i forhold til det første halvår i 2019/2020. Det skyldtes, at foodservice-sektoren, som normalt efterspørger Frilands-koncepterne, har været lukket ned grundet COVID-19 i store dele af perioden.

Vi er dog i god gænge, og vi er lykkedes med at få optimeret forretningen undervejs, og vi mærker allerede nu en øget efterspørgsel, nu hvor foodservice-sektoren igen åbner op.

Med foodservice-sektoren stort set lukket ned har vi haft fokus på Frilands-koncepterne i detailbranchen, og vi har haft en god synlighed i butikkerne, ligesom en stærk marketingindsats har skabt opmærksomhed blandt forbrugerne.

Generelt mærker vi en god efterspørgsel på Frilands-produkterne. Det gælder både på hjemmemarkedet og på eksportmarkeder for FRILANDSGRIS®.

Samarbejdet internt mellem Friland og Danish Crown-Koncernen har igen været stærkt. Det gælder både på forædlingen og på at bringe produkterne ud på markederne.

Med forhåbentlig yderligere genåbning af samfundene og en COVID-19-pandemi på tilbagetog, tror vi på et stærkere sidste halvår af indeværende regnskabsår for Frilands-koncepterne.





**Friland A/S**

Tulipvej 1  
8940 Randers SV  
Danmark

+45 89 19 27 60  
frilandinfo@friland.dk  
www.friland.dk

**Tryksager uden aftryk**  
Alle Frilands brochurer  
er bæredygtige