

jeriforeningen i 2001. Tilskuddet var 50 pct. af 5 mio. kr. d.v.s 2,5 mio. kr.

Baggrund for ansøgning

Det fremgår af ansøgningen, at slagtekyllingebranchen vil føre en åben informationspolitik om produktion af kyllinger, herunder om indsatsen for fødevarerikthed og dyrevelfærd. Der er i de senere år gennemført en række tiltag på disse områder, men kendskabet hertil er kun i begrænset omfang nået ud til forbrugerne.

Som optakt til informationskampagnen gennemførte Jysk Analyseinstitut i foråret 2001 en markedsanalyse af forbrugernes holdning til kylling. Resultaterne viste, at forbrugerne generelt er positive over for kylling, hvad angår ernæring, smag m.m., men at de er skeptiske over for produktet, hvad angår fødevarerikthed (salmonella, campylobacter) og produktionsform (dyrevelfærd).

Det fremgår af ansøgningen, at slagtekyllingebranchen derfor med projektet ville gøre en indsats for at ændre forbrugernes negative opfattelse i relation til zoonoser, produktionsform og den hidtidige informationsindsats i slagtekyllingebranchen. Samtidig var det målet at informere om diversiteten i udbudet af danske kyllinger hvad angår hele kyllinger, udskæringer og tilberedninger.

Ansøgning om tilskud under produktudviklingsloven.

Projektets formål er

- at informere om de tiltag, der er foretaget og vil blive igangsat for at forbedre fødevareriktheden (salmonellabekæmpelse, tiltag vedrørende Campylobacter, stop for brug af antibiotiske vækstfremmere samt kød- og benmel) samt dyrevelfærd.
- at visualisere produktionsformen på en nyoprettet internetside (www.danskylling.dk).
- at informere om diversiteten i danske kyllinger.

Projektet omfatter to dele. En informationsdel og en kommunikationsdel.

Informationsdelen:

Det fremgår af ansøgningen, at indholdet af informationsmaterialerne skal være en åben og seriøs præsentation af information og viden om kyllinger, produktionsforhold, dyrevelfærd, sundhed, herunder skal de mere følsomme emner belyses. Der lægges vægt på, at de viste informationer er dækkende, objektive og ærlige.

Der tilstræbes så vidt muligt at dokumentere informationerne, f.eks. fra zoonosecentret eller lignende.

Der overvejes at opsætte webkamera og optage et helt forløb for en kyllings liv med forklarende oplysninger.

Kommunikationsdelen:

Tilgængeligheden af informationer på websitet skal sikres gennem den tilknyttede massekommunikationskampagne som skal koncentreres om brugsmæssige og inspirationsmæssige faktorer. Kampagnen vil arbejde med flere typer medier af hensyn til troværdigheden for, at den ønskede holdnings- og adfærdændring hos forbrugerne skal slå igennem i et »langt sejt træk«.

Projektet er opdelt i 3 faser.

1. udarbejdelse af debatoplæg og produktion af materiale til informationsdelen og kommunikationsdelen, juli 2001-juli 2002.
2. gennemførelse af fase 1, herunder gennemføres kommunikationsdelen i flere bølger, jan. 2002-sep. 2002.
3. afrapportering, dec. 2002.

Ansøgningen blev behandlet på det sidste møde i Bevillingsnævnet den 11. juni 2001.

Bevillingsnævnet, der traf afgørelser om tilskud til projekter under kap. 3 i produktudviklingsloven, bevilgede tilskud til projektet på 50 pct. af de budgetterede omkostninger, maksimalt 3.735.000 kr.

Tilskud til projektet blev bevilget med hjemmel i bekendtgørelsens kap. 4 om »Kollektiv markedsføring af jordbrugs- og fiskeriprodukter«.

Ifølge § 15, stk. 1 i bekendtgørelsen kan der ydes tilskud til markedsføringsaktiviteter, herunder lancering ved brug af massemedier (reklamekampagner) udført af branchesammenslutninger o.l. omfattende jordbrugs- og fiskeriprodukter.

I følge § 16 kan der ydes tilskud til de i § 15 nævnte aktiviteter med indtil 50 pct. af meromkostningerne.

Tilsagn om tilskuddet blev fremsendt til ansøger den 4. juli 2001.

Projektperioden løber fra 1. juli 2002 til 31. december 2002.

På baggrund af afholdt markedsbureau konkurrence er vægten i projektet justeret således, at informationsindsatsen i massekommunikationen er opprioriteret og den traditionelle markedsføringsindsats reduceret i kampagnen.