



**PROTOKOLL**  
**fra**  
**møtet i Omsetningsrådet**  
**mandag 3. april kl. 09:00**  
**(Møte nr. 2 2006)**

Møtet ble satt kl. 09:00

Til sted: Ottar Befring (leder), Steinar Hauge, Harald Mork, Knut Sjøvold, Bjarne Undheim, Undis Scheslien, Jostein Frøyland, Per Odd Gjestvang, Tore Ruud (for Marthe Styve Holte), Rune H. Haram, Øyvind Bergstrøm, Elisabeth Varland, Grete Andreassen, Ole Festad Lund, Eugen Tømte, Odd Harald Nordsveen (for Jørand Ødegård Lunde)

Fra SLF: Per Gunnar Skorge, Tor Erik Jørgensen, Nina Strømnes Rodem, Hilde-Kari Skarstein, Hilde Gunnufsen, og Anne Bakke

Forfall: Marthe Styve Holte, Jørand Ødegård Lunde, Mona Søyland, Lina Mogstad og Dag Henning Reksnes

Lederen fastslo at møtet kunne gjøre vedtak.

**1. DAGSORDEN**

**Vedtak:**

Dagsorden godkjennes uten merknader.

**2. GODKJENNING AV PROTOKOLL**

**Vedtak:**

Protokollene fra møtene i Omsetningsrådet 12.12.2005 og 09.02.2006 godkjennes.

### 3. Faglige tiltak og opplysningsvirksomhet fjørfe - Søknad om tilleggsbevilgning knyttet til faren for et utbrudd av fugleinfluensa i Norge

Prior Norge (PN) søker i brev av 15.03.2006 om en tilleggsbevilgning på til sammen 1,8 mill. kroner til faglige tiltak og opplysningsvirksomhet for 2006. Budsjettene for 2006 ble vedtatt av Omsetningsrådet 12.12.2005 med inntil kr 18 302 728 til Opplysningskontoret for egg og hvitt kjøtt (OEH) og inntil kr 8 198 232 til Fagsenteret for fjørfe (FFF).

Søknaden begrunnes med at det ved et eventuelt utbrudd av fugleinfluensa i Norge vil være behov for å gi forbrukerne trygghet vedrørende forbruk av fjørfeprodukter. Det søkes om midler til to ulike tiltak, rettet mot henholdsvis forbrukere og fjørfeprodusenter.

OEH planlegger en informasjonskampanje rettet mot forbruker hvor budskapet er ”Du kan spise og være trygg”. Tiltaket vil bestå av en brosjyre til utdeling i butikk og en annonsekampanje. Det faglige innholdet i kampanjen vil bli utformet i samarbeid med FFF. Det foreslås et budsjett for kampanjen på kr 1 500 000 basert på følgende kostnadsoverslag:

Brosjyre:	Utvikling og trykk	800 000,-
	Distribusjon	200 000,-
	Sum brosjyre	1 000 000,-
Annonse:	Utvikling og trykk	50 000,-
	Annonsering	450 000,-
	Sum annonse	500 000,-
Kampanjen totalt:		1 500 000,-

Det andre tiltaket det søkes støtte til er en informasjonskampanje i regi av FFF rettet mot produsenter om forebyggende tiltak mot spredning av viruset. Rammen for dette arbeidet er satt til kr 500 000.

Det opplyses at det ikke er mulighet til å omdisponere midler innenfor OEHs tildelte budsjett. FFF kan omdisponere kr 200 000 som opprinnelig var tiltenkt et prosjekt som ikke vil bli gjennomført da det ikke fikk støtte fra Forskningsrådet. Dette innebærer at det søkes om en tilleggsbevilgning på kr 1 500 000 for OEH og kr 300 000 for FFF. Deler av satsningen vil gjelde etablering av en beredskap i tilfelle utbrudd, mens andre deler vil bli igangsatt ved utbrudd. Det tas derfor forbehold om at kostnadene kan bli lavere enn det som er estimert. Søknaden er anbefalt av Ide- og ressursutvalget for OEH og av Fagstyret for FFF, samt av styret i Prior Norge.

#### SLFs vurdering

Etter Mattilsynets vurdering er sannsynligheten høy for at fugleinfluensa skal bli introdusert med villfugl i Norge. Erfaringer fra andre land, for eksempel Italia og Hellas, viser at salget av fjørfeprodukter kan gå kraftig tilbake når fugleinfluensa er påvist. I denne situasjonen må det etter SLFs vurdering være riktig å benytte midler fra fondet for omsetningsavgift til å

forsøke å bidra til økt kunnskap hos forbruker og på den måten dempe virkningene i markedet av et eventuelt utbrudd i Norge. SLF anbefaler derfor søknaden.

SLF ser positivt på at FFF finner å kunne omdisponere noe midler innenfor tildelt budsjett til formålet. Det forutsettes at kostnadene fordeles mellom fondene for egg og hvitt kjøtt

Med hjemmel i forskrift 25.09.91 om anvendelse av midler fra omsetningsavgiftene til faglige tiltak og opplysningsvirksomhet, § 2, gjøres følgende

**Vedtak:**

1. Det kan i 2006 brukes inntil kr 1 500 000 av fondene for omsetningsavgiften på egg og fjørfekjøtt til en informasjonskampanje i regi av Opplysningskontoret for egg og hvitt kjøtt om fugleinfluensa rettet mot forbruker.
2. Det kan i 2006 brukes inntil kr 300 000 av fondene for omsetningsavgiften på egg og fjørfekjøtt til informasjonstiltak i regi av Fagsenteret for fjørfe rettet mot produsent om aktuelle forebyggende tiltak mot spredning av fugleinfluensaviruset.
3. Det forutsettes at Opplysningskontoret for egg og hvitt kjøtt og Fagsenteret for fjørfe koordinerer sine informasjonstiltak med Mattilsynet.

**4. Faglige tiltak og opplysningsvirksomhet kjøtt - Søknad om tilleggsbevilgning til markedstiltak gjennom Opplysningskontoret for kjøtt**

Gilde Norsk Kjøtt (GNK) søker i brev av 16.03.2006 om en tilleggsbevilgning på til sammen 11,5 mill. kroner til markedstiltak gjennom Opplysningskontoret for kjøtt (OFK).

Søknaden begrunnes med at kjøttsektoren er inne i en ekstraordinær markedssituasjon som i hovedsak skyldes to forhold:

- de nye prognosene for produksjon av svinekjøtt i 2006 gir et vesentlig større markedsoverskudd enn tidligere forventet
- de siste ukers hendelser med mistanke om at m.a. kjøttdeig/farseprodukter kan ha forårsaket alvorlige sykdomsutbrudd som følge av en farlig *E. coli* variant.

Etter innspill fra bransjen har OFK utarbeidet forslag til hva en kan gjøre for å styrke markedsføringen av svinekjøtt og opplysningstiltak knyttet til kjøkkenhygiene.

**Markedsføring av svinekjøtt**

På bakgrunn av den skisserte markedssituasjonen har kjøttbransjen ved GNK og Kjøttbransjens Landsforbund (KLF) bedt OFK om umiddelbart å vurdere tiltak som kan gi bransjen drahjelp i den vanskelige situasjonen. For noen produkter er det nødvendig å utvide og forsterke de allerede planlagte aktivitetene. OFK er blitt bedt om å aktivisere produkter fra skinke, kam og side, og eventuelt vurdere andre aktuelle produkter etter behov. For å unngå at lagerbeholdningene øker dramatisk har bransjen signalisert at tidsaspektet er avgjørende, og at tiltak bør iverksettes så fort som mulig.

Ut fra skisserte utfordringer har OFK vurdert å forsterke planlagte markedsaktiviteter i den planlagte grillkampanjen, utvidet aktivitetsplanen for Grillmat og utvide aktivitetsplanen på renskåret svinekjøtt (se flere detaljer i vedlegg).

#### Kjøkkenhygienekampanje

Det planlegges en informasjonskampanje om kjøkkenhygiene. Behovet for å lære forbrukerne nødvendig basiskunnskap om kjøkkenhygiene er stort. Mistanken om *E. coli* bakterier i kjøttdeig og det massive fokus dette har i pressen, skaper frykt og usikkerhet. Basiskunnskap om kjøkkenhygiene skal bidra til at forbrukerne skal føle seg trygge på hvordan de skal behandle kjøtt på en hygienisk riktig måte. Budskapet til forbruker skal ha fokus på tre hovedpunkter:

1. Hvordan behandle rått kjøtt for å unngå kryss-smitte på andre redskaper og råvarer
2. Riktig varmebehandling av kjøtt
3. Viktighet av god håndhygiene.

Ut fra skisserte utfordringer har OFK vurdert mulige tiltak:

- Sende ut informasjonsbladet MatPrat; informerer om kampanjen for kjøkkenhygiene, og bestilling av "Nyttig om kjøtt". Utsendelse uke 12
- Produsere 2 informasjonsfilmer om kjøkkenhygiene
- Visning av filmer i uke 14 – 17
- Distribusjon av "Nyttig om kjøtt" til Handelen
- Dybdeinformasjon på MatPrat.no
- Egne pressetiltak, bl. annet pressekonferanse i uke 12 om praktisk kjøkkenhygiene.

#### Budsjett

De planlagte tiltakene har en kostnadsramme på hhv. 8 millioner kroner og 3,5 millioner kroner og foreslås disponert som følger:

Produksjon av 8 MatPrat-filmer:

2 med kjøkkenhygiene	1.0 mill. kroner
3 med grillprodukter av svinekjøtt	0.5 mill. kroner
3 med renskåret svinekjøtt	1.0 mill. kroner

Forsterkning av TV kampanje:

Kjøkkenhygiene	uke 14 - 17	2.0 mill. kroner
Grillkampanje	uke 18 - 25	3.0 mill. kroner
Renslåret svinekjøtt	uke 33 - 36	3.0 mill. kroner

Forsterking av Interaktive medier	0.5 mill. kroner
Fagpresseannonse og Matprat informerer	0.5 mill. kroner

---

Kampanje for kjøkkenhygiene	3.5 mill. kroner
Kampanjer for grill og renskåret svinekjøtt	8.0 mill. kroner
<b>Totalt</b>	<b>11.5 mill. kroner</b>

I brevet framgår det til at OFK har vurdert om hele eller deler av beløpet kan tas ved omdisponering innenfor gjeldende budsjettamme. Konklusjonen deres er at det ikke kan gjøres. Situasjonen er nå så presset for alle kjøttslagene at en minst trenger det opprinnelig

oppsatte budsjett til ordinære tiltak. Dagens situasjon er helt ekstraordinær, noe som bør åpne for tillegg av ekstraordinære midler.

OFK er kjent med at fjørfesektoren også har søkt om ekstraordinære midler til informasjonstiltak knyttet til fugleinfluenza. OFK vil se om det her er områder som de kan samarbeide om eller koordinere slik at ressursene brukes best mulig. Samtidig sier de at det er klart at man her står overfor to ulike situasjoner der roller, råd og tiltak vil være forskjellig, og som kommunikasjonsmessig må håndteres hver for seg.

Forslaget om ekstra midler sendes parallelt til OFK sitt fagstyre. Tilbakemeldinger fra fagstyret vil foreligge før AU-møtet 23. mars. Saken skal så opp i GNKs konsernstyre 5.-6. april. Søknad gjelder under forutsetning om at GNKs konsernstyre slutter seg til forslaget. Behandlingen må skje på denne måten dersom OFK skal kunne sette i verk tiltakene med de tidsrammer som gjelder.

### **SLFs vurdering**

#### **Økt markedsføring av svinekjøtt**

Etter korrigerede prognoser er markedsoverskuddet anslått til 8 350 tonn svinekjøtt i 2006. Behovet for produksjonsregulerende tiltak på svin ble behandlet i AU 9.02.2006 og tiltakene ”slakting av gris ved ekstra lave vekter” og ”kompensasjon for reduserte slaktevekter” ble drøftet. Tiltaket ”slakting av gris ved ekstra lave vekter” ble aktivert 13.03.2006. Tiltaket ”kompensasjon for reduserte slaktevekter” behandles på AU møte 23.03.2006. GNK søker om 70 millioner kroner som ramme for begge produksjonstiltakene.

Markedsutviklingen på svin ble også tatt opp i forbindelse med behandlingen av behovet for produksjonsregulerende tiltak på svin i AU 9.02.2006. I protokollen fra møtet står det bl.a. ”...Gitt den vedvarende overskuddssituasjonen i svinekjøttmarkedet, oppfordres markedsregulator å kunne skissere hvordan og når markedet igjen kan være i balanse”. Markedsregulator vurderer i dag produksjonen av svinekjøtt til å ligge 6-7 % høyere enn ønskelig for å kunne ta ut gjeldende målpris. Engrosprisenivået er for tiden senket med ca. kr 2 i forhold til målpris. I tillegg ligger omsetningsavgiften på kr 1,90. Selv sier GNK at overproduksjonen på lengre sikt må løses ved økt forbruk og/eller lavere purketall, det vil si større avgang enn tilgang i næringen. I Europa, i kjølvannet av oppmerksomheten rundt fugleinfluenzaen, har markedet for svinekjøtt bedret seg noe.

SLF oppfatter det som positivt at markedsregulator ser å kunne bruke OFKs kompetanse som et virkemiddel i markedsreguleringen. Allikevel er det en utfordring for markedsregulator å kunne skissere hvordan og når det norske svinekjøttmarkedet igjen kan være i balanse. SLF kan fortsatt ikke se at GNK har svart på Arbeidsutvalgets anmodning om å skissere hvordan og når markedet igjen kan komme i balanse.

#### **Kjøkkenhygienekampanje**

Kjøkkenhygiene er et tema som går igjen når ulike aktører tar for seg utfordringene knyttet til *E. coli*. Offentlige instanser som m.a. Mattilsynet og Folkehelseinstituttet gir råd og veiledning om hvordan forholde seg til kjøttdeig og kjøttprodukter. En rekke aktører, i tillegg til kjøttprodusentene og kjøttbransjen har et felles behov for å nå fram til forbruker med slik informasjon. I denne situasjonen må det etter SLFs vurdering være riktig at OFK og

kjøttbransjen samarbeider med andre aktører som for eksempel Mattilsynet og Folkehelseinstituttet om en felles informasjonskampanje om kjøkkenhygiene. Det kan stilles spørsmål om hvem sitt ansvar er det å drive folkeopplysning om grunnleggende hygienerutiner i forbindelse med matlagning. Det er heller ikke gitt at det er landets kjøttprodusenter alene som skal påta seg ansvaret for å finansiere et tiltak som dette.

Et samarbeid hvor målsettingen, målgruppen og budskapet er likt, bør kunne gi større effekt enn når partene jobber hver for seg. OFK kan bidra med sin kommunikasjonsplattform MatPrat som er meget godt egnet til også å gi informasjon om og opplæring i matvaresikkerhet/kjøkkenhygiene. Kjøttbransjen selv burde ha interesse av å bidra i et slikt samarbeid. SLF foreslår derfor at OFK, som mottar midler fra bonden via omsetningsavgiften, tar initiativ og inviterer kjøttindustrien, Mattilsynet, Folkehelseinstituttet og andre aktører til å bidra i en mer slagkraftig informasjonskampanje om kjøkkenhygiene.

#### Budsjettet

Budsjettet 2006 for OFK ble vedtatt av Omsetningsrådet 12.12.2005 ved at det kan anvendes inntil kr 56 983 000 til opplysningsvirksomhet. I søknaden vises det til at OFK har vurdert om hele eller deler av beløpet, kr 11 500 000, kan tas ved omdisponering innenfor gjeldende budsjetttramme. Konklusjonen deres er at det ikke kan gjøres.

SLF ser det som uheldig at det innenfor et budsjett på i underkant av 57 millioner kroner ikke kan gjøres omdisponeringer. Det gir liten eller ingen fleksibilitet til å kunne møte krav knyttet til endringer i markedet. Når det gjelder markedsføring av svin, anbefaler SLF at OFK tildeles kr 4 millioner i ekstra bevilgninger mens kr 4 millioner omdisponeres innenfor eksisterende budsjettet. Når det gjelder søknaden om midler til en informasjonskampanje om kjøkkenhygiene, anbefaler SLF at OFK tildeles kr 2 millioner i ekstra bevilgning, kr 500 000 omdisponeres innenfor eksisterende budsjett, og OFK inviterer andre aktører som for eksempel Mattilsynet, Folkehelseinstituttet og kjøttbransjen til å delta med midler i gjennomføring av informasjonskampanje for å bedre kunnskapen om kjøkkenhygiene. Når regnskapet for 2006 skal avleveres, redegjøres det for de omdisponeringer som blir gjennomført.

SLF hadde fremmet følgende forslag for arbeidsutvalget:

Arbeidsutvalget foreslår at Omsetningsrådet gjør følgende vedtak:

1. Det kan i 2006 brukes inntil kr 2 000 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til en informasjonskampanje om kjøkkenhygiene rettet mot forbruker.
2. Det kan i 2006 brukes inntil kr 4 000 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til forsterket markedsføring av svinekjøtt.
3. Omdisponeringer innen budsjettet for opplysningsvirksomhet må fremkomme ved avlevering av regnskapet 2006.

Arbeidsutvalget behandlet saken 23.03.2006. I møtet kom det fram at arbeidsutvalget ønsket en presisering av at dette skulle være en ekstraordinær bevilgning, og at den skulle omfatte alle kjøttslag.

Harald Mork la i møtet i arbeidsutvalget fram følgende forslag:

Arbeidsutvalget foreslår at Omsetningsrådet gjør følgende vedtak:

1. Det kan i 2006 brukes inntil kr 3 500 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til en informasjonskampanje om kjøkkenhygiene rettet mot forbruker.
2. Det kan i 2006 brukes inntil kr 8 000 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til forsterket markedsføring av kjøtt.

Morks forslag ble vedtatt med 3 mot 2 stemmer (Ottar Befring og Steinar Hauge).

I Omsetningsrådets møte fremmet Steinar Hauge forslag om å opprettholde SLFs opprinnelige forslag til vedtak, men presiserte at det skal være en ekstraordinær bevilgning, og gjelde alle kjøttslag.

Arbeidsutvalgets forslag ble vedtatt med 12 mot 4 stemmer (Ottar Befring, Steinar Hauge, Elisabeth Varland og Undis Scheslien).

Omsetningsrådet viser til den ekstraordinære situasjonen for alle kjøttslag. Med hjemmel i forskrift 25.09.91 om anvendelse av midler fra omsetningsavgiftene til faglige tiltak og opplysningsvirksomhet, § 2, gjøres følgende

**Vedtak:**

1. Det kan i 2006 brukes inntil kr 3 500 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til en informasjonskampanje om kjøkkenhygiene rettet mot forbruker.
2. Det kan i 2006 brukes inntil kr 8 000 000 av fondet for omsetningsavgift på kjøtt til forsterket markedsføring av kjøtt.

-----

Møtet var slutt kl. 10:10.