**Faglig Beretning 2023**

|  |
| --- |
| **Projektets titel** Informations- og PR-kampagne for Danske Kartofler (fortsat projekt) |
| **Tilskudsmodtager**Navn : Danske KartoflerCVR nr. : 34763852Adresse : Agro Food Park 15, 8200 Aarhus NHjemmeside : www.danskekartofler.dk |
| Den faglige beretning giver efter min opfattelse et retvisende billede af til­skud­dets anvendelse, og anvendelsen af tilskuddet er i overensstemmelse med projektan­søg­ningen og fondens tilsagn.**Dato Titel, navn og underskrift** 11. marts Projektleder, journalist Helge Lynggaard |

**1. Projektets titel**

Informations- og PR-kampagne for Danske Kartofler (fortsat projekt)

**2. Den samlede projektperiode, uanset om projektet er etårigt/flerårigt**

**Projektstart:** 01.17 **Projektafslutning:** mm.12.24

**3. Projektleder**

**Titel og navn**:

Helge Lynggaard, journalist, Pressebureauet Aarhus

**4. Projektet set i forhold til fondens indsatsområder jf. strategien**

Marker hvilket indsatsområde jf. fondens strategi, projektet hører under. Hvis projektet hører under flere indsatsområder, angives det primære indsatsområde.

[ ] Styrkelse af konkurrenceevnen ved forbedring af kvalitet og udbytte gennem effektivisering af avlen

[ ] Fremme af en miljømæssig forsvarlig og bæredygtig produktion

[ ] Udvikling af metoder og viden, der kan forbedre avlernes driftsledelse

[ ] Udvikling af avlssystemer og produkter

[x] Formidling af information til avlere og forbrugere, herunder afsætningsfremme

**5. Projektets formål og mål, jf. ansøgningens punkt 2.2 og 2.3**

Projektets formål er at øge forbruget af spisekartofler til gavn for klimaet, folkesundheden og kartoffelbranchen. Projektets mål er at formidle viden om kartoflers klimavenlighed, ernæringsmæssige gode egenskaber og mange tilberedningsmuligheder til forbrugerne, så forbrugerne i højere grad vil tilvælge kartoflen, samt at skabe en samlet formidling til forbrugerne om de mange initiativer, budskaber og arrangementer fra branchen, som understøtter kartoflen.

**6. Projektets hovedaktiviteter i bevillingsåret**

* *De gennemførte aktiviteter beskrives. Beskrivelsen skal være kort og samtidig give et retvisende billede af de gennemførte aktiviteter og dermed tilskuddets anvendelse. Detaljeringsgraden skal være på niveau med beskrivelsen i ansøgningen.*
* *Beskrivelsen skal omfatte eventuelle titler på arbejdspakker/indsatser og aktiviteterne herunder beskrives.*

**Arbejdspakke 1: Samle, understøtte og formidle de kartoffelrelaterede aktiviteter og budskaber**

Give branchen en samlet stemme og større rækkevidde og forbrugeren et samlet overblik til gavn for begge parter. Til formålet har Danske Kartofler etableret ny hjemmeside (egenfinansieret) suppleret af sociale medier.

**Arbejdspakke 2: PR-aktiviteter og formidling**

Denne arbejdspakke består i udvikling af forbrugerorienteret indhold til Danske Kartoflers veletablerede profiler på Facebook, Instagram samt til danskekartofler.dk.

**Arbejdspakke 3: Deltagelse i Roskilde Dyrskue**

Egen stand i ”Spisekammeret” på Roskilde Dyrskue.

**7. Projektets opnåede leverancer – opsamling på bevillingsåret**

* *Med leverancer menes de umiddelbare output skabt i projektet. I forsknings- og udviklingsprojekter kan det fx være forsøg, analyser, udredninger, forskningsrapporter. I formidlingsprojekter kan det fx være markdemonstrationer, dyrkningsvejledninger og artikler.*
* *Opsummer i punktform de projektnære leverancer, som er skabt i bevillingsåret. 1-2 linjer pr. leverance.*
* *Oplys om der er planlagte leverancer, jf. ansøgningen, som ikke blev leveret, og årsagen hertil.*
* Opslag på Facebook og Instagram: 50
* Artikler, opskrifter eller videoer på danskekartofler.dk: 15
* Danske Kartoflers deltagelse i arrangementer: stand på Roskilde Dyrskue med direkte mundtlig formidling til forbrugerne.
* Understøttelse, samling og formidling af branchens kartoffelrelaterede aktiviteter gennem ny, egenfinansieret hjemmeside.
* Planlagt deltagelse på Vejen Kartoffelfestival – den blev aflyst.

**8. Projektets hovedresultater**

* *Beskriv kort de væsentlige erfaringer og viden, der på nuværende tidspunkt er opnået i projektet.*
* *Vurdering af hovedresultater set i forhold til projektets formål og mål*

Det har været et bærende element i kampagnen at benytte online kommunikation, da det gennem sociale medier og hjemmeside er muligt med få midler at nå ud til rigtig mange forbrugere med de positive budskaber om kartofler samt at indgå i dialog og svare på spørgsmål. Vi har haft meget fokus på både kartoflens klimavenlighed og ernæringsmæssige indhold, som begge er stærke argumenter for at tilvælge kartoflen, samt på at inspirere til nem mad med kartofler.

På Instagram har Danske Kartofler i 2023 fået cirka 1600 nye følgere og lå ved årets udgang på 5.300 følgere i alt.

På Facebook fik Danske Kartofler i 2023 cirka 2.700 nye følgere og endte derved på cirka 36.000 følgere i alt ved årets udgang.

De mest populære opslag fra Danske Kartofler i 2023 er blevet set af 215.000 personer og har fået 1.100 likes.
Opslaget med flest likes har fået 2.500 likes og det opslag, der har fået flest kommentarer, har fået 224 kommentarer.

Derudover er det forsat de korte, egenproducerede madvideoer med kartoffelopskrifter, der hitter mest på de sociale medier. Generelt set har Danske Kartofler haft et højt engagement og interaktionsniveau fra forbrugerne på de sociale medier.

På danskekartofler.dk har vi delt 15 artikler og opskrifter, som vi har henvist til på de sociale meder, som ikke er egnede til disse lange formater.

Danske Kartoflers deltagelse på Roskilde Dyrskue var en stor succes, og der blev uddelt imponerende mængder informationsbrochurer og små chips poser fra KiMS – og talt med rigtig mange kartoffelinteresserede forbrugere i alle aldre.

Det er med de tilgængelige midler ikke muligt direkte at måle sammenhængen mellem PR-kampagnen og salget af spisekartofler, men graden af feedback og interaktion i både det fysiske og digitale møde med forbrugerne giver os et godt estimat af kampagnens resultater, som i høj grad er positivt.

**9. Offentliggørelse, formidling og videndeling**

* *Opsummer i punktform den gennemførte eller planlagte offentliggørelse, formidlingen og videndeling af projektets leverancer og resultater. Dette punkt er navnlig møntet på forsknings- og udviklingsprojekter med hjemmel i kapitel 3, hvor der fremkommer ny viden. For projekter med hjemmel i jf. kapitel 2 om støtte til videnoverførsel og informationsaktioner samt rådgivning, er formidlingsaktiviteter projektets kerne og skal navnlig være beskrevet under punkt 6 om projektets aktiviteter.*

For forskning- og udviklingsprojekter med hjemmel i kapitel 3 i aktivitetsbekendtgørelsen

* *Linket til tilskudsmodtagers hjemmeside, hvor offentliggørelse sker jf. kravet herom i fondens tilsagn, indsættes.*
* *Bemærkninger i relation hertil kan indsættes fx en bemærkning om, hvad der er offentliggjort på sitet.*
* Magasinet Danske Kartofler nr. 2, 2023, omtale af, at Danske Kartofler fortsætter PR- og informationsaktiviteterne med støtte fra Kartoffelafgiftsfonden i 2023.
* Magasinet Danske Kartofler nr. 2, 2023, foromtale af, at Danske Kartofler deltager på Roskilde Dyrskue.
* Magasinet Danske Kartofler nr. 3, 2023, omtale af Danske Kartoflers succesrige deltagelse på Roskilde Dyrskue.
* Magasinet Danske Kartofler nr. 2, 2024, omtale af PR- og informationsaktiviteterne i 2023 – og at de fortsætter i 2024.

**10. Projektets forventede effekter**

* *Projektets forventede effekter for kartoffelavlerne og for samfundet som helhed beskrives, herunder vurdering af tidshorisont*. *Hvis muligt så kvantificer gerne effekterne.*
* *Har forventningerne til effekterne ændret sig?*

Øget forbrug af spisekartofler i Danmark som effekt at bedre viden om kartoflers klimavenlighed, gode ernæringsmæssige egenskaber og mange tilberedningsmuligheder, som gør det både attraktivt og fornuftigt at vælge kartofler. Stigningen forventes at ske langsomt og løbende, og er desuden meget omkostningstung at måle, hvorfor det ikke er muligt at sætte konkrete procenter og årstal på denne effekt.

Danske Kartofler bevidstgøres hos forbrugere og erhverv som en pålidelig kilde til information og viden om kartofler indenfor 3-5 år.

**11. Tilfredshed med projektets gennemførsel**

I hvilken grad gælder det oplistede udsagn? Spørgsmålet henviser til helhedsopfattelsen af projektets forløb.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Helt enig | Delvis enig | Delvis uenig | Helt uenig | Ved ikke |
| Projektets gennemførsel har været tilfredsstillende |[x] [ ] [ ] [ ] [ ]

Uddybning af svaret

Vi har med succes opnået de ønskede leverancer i projektet, og har fået god feedback fra målgruppen, hvorfor projektets gennemførsel opfattes som tilfredsstillende.

**OBS. Ved flere faglige beretninger, begynd en ny faglig beretning øverst på næste side. Denne tekst slettes i det færdige dokument.**