

Dit is Onze kip!

Een nieuwe promotiecampagne over dierenwelzijn, duurzaamheid, voedselveiligheid en voedingswaarde.



Brussel/Veenendaal, juli 2020. In juli 2020 start een nieuwe communicatiecampagne over Europees pluimveevlees, onder de slogan 'Onze kip! Kip van hoge kwaliteit met Europese garanties'. Het doel is om het bewustzijn van de hoge kwaliteit van Europees pluimveevlees onder consumenten en opinieliders te versterken. De campagne richt zich op het belang van de Europese normen die een hoog niveau van dierenwelzijn, duurzaamheid en voedselveiligheid garanderen. Voeding staat centraal in de campagne: veel van de geplande activiteiten zullen gericht zijn op de voedingswaarde van kip en de talloze manieren waarop kip kan worden bereid.

Dit initiatief brengt vijf nationale pluimveeorganisaties uit Frankrijk, Duitsland, Italië, Polen en Nederland en hun Europese overkoepelende vereniging AVEC samen in het kader van een tweejarig programma dat door de Europese Commissie wordt ondersteund. Nederland wordt vertegenwoordigd door NEPLUVI, de Nederlandse Vereniging van de Pluimveeverwerkende Industrie.

Wat u moet weten over Europese kip

Gemiddeld consumeert elke EU-burger 25,3 kilo pluimveevlees per jaar. "Onze producten worden zeer gewaardeerd door EU-burgers en blijft in populariteit groeien. Ons idee is om hen te informeren over de verbeteringen die de sector de afgelopen jaren heeft gerealiseerd", legt Birthe Steenberg, Secretaris-generaal van de Europese organisatie AVEC, uit. De normen in de Europese Unie behoren tot de hoogste ter wereld. Dit wordt gegarandeerd door strikte Europese regelgeving, maar ook door de inspanningen van de sector zelf om de productieomstandigheden op het gebied van duurzame omgang met grondstoffen en dieren continu te verbeteren. De campagne wil ook de veelzijdigheid van kippenvlees promoten door consumenten aan te moedigen om meer te leren over de verschillende soorten en delen van kip en inspiratie te bieden voor de bereiding ervan.

Een gevarieerde mix van communicatiemaatregelen

De kernboodschappen van de communicatiecampagne worden in alle vijf landen verspreid via verschillende informatiekanalen. Ze bevatten onder meer een nieuwe website www.eu-poultry.eu, een uitgebreide informatiebrochure en aanvullingen op de social media platforms van *Kip in Nederland*, zoals Facebook en Instagram. Reclame, evenementen en activiteiten met verschillende partners zijn ook gepland.

In Nederland zal Guido Waterman, chef-kok, restauranteigenaar en het gezicht van Kiprecepten.nl culinair ambassadeur van de campagne zijn. In oktober 2020 wordt een eerste persevenement georganiseerd te Hulshorst; een middag gevuld met kookdemonstraties, interessante sprekers en netwerk mogelijkheden.

De Europese pluimveesector - Betrouwbare voedselleverancier in tijden van het coronavirus

Pas aan het begin van de uitbraak van het Corona virus werden veel EU-burgers zich bewust van het belang van moderne veehouderij voor de samenleving. Ondanks logistieke uitdagingen heeft de Europese pluimveesector zijn veerkracht tegen de crisis getoond door te zorgen voor een continue aanvoer van pluimveevlees aan alle Europese burgers. Met het gezamenlijke promotieprogramma willen de vijf campagne partners aantonen dat de productie van Europees pluimveevlees -ondersteund door strenge wetgeving- de hoogste kwaliteit producten garandeert voor consumenten, die er altijd zeker van zijn dat ze Europees vlees kunnen kopen en consumeren - **"Geniet, het komt uit Europa!"** Wilt u meer weten over dierenwelzijn en duurzaamheid van de Europese pluimveesector, over de voedingswaarde van kip of over de vele manieren om het te bereiden? Wij sturen u graag de meest recente persmap in digitale vorm toe.

Perscontact

Vereniging van de Nederlandse Pluimveeverwerkende Industrie (NEPLUVI)
Dhr. Gert-Jan Oplaat
Vendelier 57D
3905 PC Veenendaal
Tel: + 31 (0) 30 635 52 52
Email: gertjan.oplaat@nepluvi.nl