

Beskyttede Betegnelser

– et landbrukspolitisk virkemiddel

I Norge, som resten av Europa, er det et sterkt fokus på matvarer av unik og høy kvalitet som et alternativ til standard bulkvarer. En tradisjon som historisk har stått sterkt i søreuropeiske land, har etter hvert bredt om seg i Europa, og merkeordningen Beskyttede Betegnelser er etablert i EU, så vel som i Norge. Merkeordningen skal sikre produsenter som står bak et spesielt produkt et vern mot etterligninger, og samtidig gi forbrukerne informasjon om hva de kjøper.

I 1992 innførte EU Beskyttede produktbetegnelser for matvarer. I Norge ble tilsvarende ordning etablert i 2002. I motsetning til varemerkeregistrering som er i privat eie, stilles det krav om at produktbetegnelser er felleseie for en gruppe produsenter. Beskyttelsen er slik tenkt som primærprodusentenes virkemiddel for å kunne markedsføre og beholde kontrollen over matvareprodukt som er av høy kvalitet og unike, i betydning omdømme, smak, utseende med mer. Å knytte produkttegnegenskaper til geografiske eller produksjonsmessige forhold er ikke noe nytt innen matvareproduksjonen i Europa (allerede i 1666 vedtok Frankrike en lov for å beskytte ost fra Roquefort mot etterligninger), men det er likevel først fra 1992 de juridiske forholdene tilrettelegges gjennom merkeordningene.

Beskyttet opprinnelsesbetegnelse, Beskyttet geografisk betegnelse og Beskyttet tradisjonelt særpreg.

Målsetninger

Beskyttede betegnelser er et virkemiddel for å hindre at andre kopierer og bruker kjente produktnavn i sin markedsføring. Dette innebærer også en garanti overfor forbrukerne om at de kjøper det produktet de tror de kjøper. Videre er det et virkemiddel for å skape alternative produkter til standardproduksjonen, og slik være en drivkraft som sikrer bosetting og næringsutvikling i rurale områder. Til sist er det et virkemiddel som skal tilrettelegge forholdene for produsentene, da i første rekke gårdbrukerne, slik at de kan skape produkter som tar ut en relativt høy verdi i markedet.

Regional mat og produktbetegnelser

I de senere årene har satsningen på regional mat som assosieres med spesielle kjennetegn, kommet høyt på agendaen innenfor landbrukspolitikken i Europa. Matvarer blir i stadig større grad tillagt spesielle egenskaper ut fra at de er produsert i bestemte områder eller har spesielle kjennetegn på grunn av deres opprinnelse eller fremstillingsprosess.

Bruk av produktbetegnelser er omstridt, noe også debatten omkring dem bekrefter. Noen anser det som proteksjonisme og til hinder for konkurranse, andre ser på det som et virkemiddel som kan verne småskalaprodusenter mot de store industrikonsernene. Atter andre regner ordningen som overflødig fordi det er mulig å registrere varemerker. Uansett er systemet innført både i EU og Norge. Ut fra målsetningene er da spørsmålet om dette er et politisk virkemiddel som gir forbrukerne og gårdbrukerne. I en case-studie initiert av Matmerk har Landbrukets Utredningskontor undersøkt tre opprinnelsesmerkede produkter i EU for å belyse om beskyttede produktbetegnelser fremmer regional utvikling og skaper merverdi.

Suksesskriterier og fallgruver

Produktene i undersøkelsen er Comté-osten, Jersey Royal-potetene og skinken Jamón de Teruel, fra henholdsvis Frankrike, Storbritannia og Spania. I analysen utkrystalliserte det seg noen sentrale suksessfaktorer for produsentene og deres nettverk, samt noen hovedutfordringer.

Matvarer blir i stadig større grad tillagt spesielle egenskaper ut fra at de er produsert i bestemte områder eller har spesielle kjennetegn på grunn av deres opprinnelse eller fremstillingsprosess.

En forutsetning for å få suksess er at produsentene bak et produkt med beskyttet betegnelse driver kontinuerlig kvalitetsarbeid og produktutvikling. Innbefattet i dette arbeidet er klare produktspesifikasjoner for å sikre omdømmet til produktet

over tid, som et unikt kvalitetsprodukt. Comté-osten er en relativt kostbar ost, og den tilfører melkeprodusentene en merverdi. Men viktigere er det at produktbetegnelsen og det målrettede arbeidet rundt produktet og organiseringen av produksjonskjeden, har lagt grunnlaget for å opprettholde melkeproduksjon på et stabilt nivå i en tid der store strukturrasjonaliseringer har pågått i fransk melkeproduksjon.

Den sterkeste trusselen mot produksjonene er svak organisering, slik at gruppen som forvalter produktbetegnelsen mister kontrollen over produktet. Tilsvarende som klar produktspesifisering er viktig, er vag produktspesifisering en faktor som kan undergrave kvalitet, omdømme og omsetning for produktet. Av studieobjektene skilte produksjonskjeden bak Comté-osten seg ut som meget målrettet med en sterk tilknytning til sitt produkt. Gjennom en klar produktspesifisering og en organisering der produsentene er involvert i hele prosessen, har produsentene sikret seg kontroll over produktet i alle ledd. Der melkeprodusentene bak Comté-osten har kontroll over produksjon og omsetning av sitt produkt, sliter dyrkerne av Jersey Royal-potetene med manglende kontroll. Dermed har markedsorganisasjoner utenfor produsentenes kontroll fått stor makt over omsetningen, og disse sitter igjen med mye av fortjenesten potetene genererer i markedet, som en kostbar tidligpotet på det britiske potetmarkedet.

Utformingen av beskyttede produktbetegnelser betyr at produksjoner i utgangspunktet er tilført en konkurransefordel gjennom den eksklusive rettigheten en produktbetegnelse gir. Likevel er en beskyttet produktbetegnelse av meget begrenset verdi dersom produktet ikke oppfyller de forventningene konsumentene har, og således ikke holder mål ved blant annet et haltende samsvar med tradisjon og tilhørighet. Studien av disse tre produktene trekker i den retning at beskyttede produktbetegnelser er et fruktbart virkemiddel for primærprodusenter, dersom innehaverne av betegnelsen har et produkt av høy «kvalitet» og en bevisst strategi for hvordan de forvalter produksjonen. Det er derfor av avgjørende betydning hvordan produsentene samarbeider innenfor produksjonskjeden.

Torbjørn Tufte
Statsviter, Landbrukets Utredningskontor



Mersmak for bøndene

Så ser det også ut til at satsingen på norsk gårdsmat er i ferd med å bli en suksess. Fra i sommer viser skilt med En stolt hane vei til utsalgene. En undersøkelse fra MMI utført for Landbruks- og matdepartementet tidligere i år, konkluderer med at salget generelt har økt med 30 prosent, og 60 prosent rapporterer at de har kjøpt mat på gardsutsalg. Det burde gi mersmak både for norske bønder – og for oss som er mer vant til sushi og kebab enn brurasteik fra Hardanger.

(Kommentator Ane Håbjørg, VG-bloggen)

Vomfyll nordmenns vis

Å fylle vommen, og ferdig med det, er nordmenns vis. Lokalbefolkningen finner ingen grunn til å dra nytte av et godt spisested i nærmiljøet. Å spise ute er noe man gjør i syden. Hjemme i Norge unner man seg til nød en Leiv Vidar-meny på bensinstasjonen, eller en porsjon bullor på Ikea. Slik undergraver vi vår egen matkultur. Vi gjør det umulig for det norske tradisjonskjøkkenets ildsjeler å overleve.

(Forfatter Erling Gjelsvik i Bergensavisen)

Kunnskapsmangel

- Det er fælt å høre at norske bønder blir satt opp mot fattige i den 3. verden. Tror det må skyldes kunnskapsmangel. 70 prosent av importen vår kommer fra EU, så det er klart EU ønsker lavere norsk tollmur.

(Bonde og siviløkonom Bjørg Skarbø, Radøy, til Bergens Tidende)

Fleire bein

Kraftproduksjon gir bøndene fleire bein å stå på. Den vil sette dei i stand til å halde i hevd gardar og kulturlandskap. I neste omgang sikrar dette busetnaden ute i distrikts-Norge.

(Leiar i avisa Hallingdølen)

Realistisk alternativ

Uønska lauvtrevegetasjon kan bli til verdfull flis som gir ei miljøvenleg oppvarming. Når prisane på biobrensel nærmar seg dagens prisnivå på elektrisitet og fyringsolje, har me her eit realistisk alternativ som det bør bli satsa heilhjerta på i Vest-Telemark.

(Leiar i Vest-Telemark Blad)



Bondens eget valg

- Det er sjølsagt den enkelte bonde sitt valg å selge kvote. Vi har ingen politikk på hva den enkelte bonde gjør av valg og disposisjon i forhold til sin egen gardsdrift. Vi har et rådgivningsapparat som skal bidra til å få den hjelp bonden trenger for å gjøre sine valg.

(Styreleder Jostein Frøyland, Tine Norske Meierier, til Arbeidets Rett)

Hastverksarbeid ikke bra

Det er dramatisk og alvorlig når administrasjonen i Gilde HedOpp går inn for å legge ned ekspedisjonen ved anlegget på Rudshøgda i Ringsaker.

Hastverksarbeid i en sak som innebærer nedleggelse av hele 45 arbeidsplasser er ikke bra og vil dessuten slå dårlig ut i forhold til Gildes omdømme.

(Leder i Hamar Arbeiderblad)

Skuffet over politikerne

- Jeg hadde trodd at dette skulle være et levebrød resten av mitt yrkesaktive liv, men slik ble det ikke. Med sine stadig nye forskrifter, pålegg og krav har politikerne og myndighetene sørget for at det ikke går lenger. Dessverre.

Jeg er virkelig skuffet over politikerne vi har i Norge. Det virker som om de mister vettet så fort de havner på Stortinget.

(Avtroppende melkebonde Ivar Bjørneng, Aurskog, til Romerikes Blad)

Ingen genetisk verdi

- Det er dokumentert at den ulven som er i Norge ikke har noen genetisk verdi, vi finner lik ulv både i Baltikum, Finland og Russland. Derfor trenger vi ikke ulven.

(Per Olaf Lundteigen, Sp, i Bygdeposten)

