

Studie av tre europeiske landbruksprodukter med beskyttelsesmerking:

Samarbeid og kvalitetsarbeid viktig for suksess

Produsentsamarbeid og løpende kvalitetsarbeid er i vesentlig grad knyttet til graden av suksess hos matprodusenter med opprinnelsesbeskyttede produkter. Det går fram av en case-studie av tre opprinnelsesbeskyttede europeiske produktbetegnelser Landbrukets Utredningskontor (LU) har gjennomført for Matmerk. Produktene som inngikk i undersøkelsen er Comté-osten (Frankrike), Jersey Royal-potetene (Storbritannia) og skinken Jamón de Teruel (Spania), alle med beskyttede opprinnelsesbetegnelser. Målet for studien var å se på merkeordningen som virkemiddel for utvikling og bidrag til merverdi for de respektive produktene. Hanne Eldby og Torbjørn Tuft ved Landbrukets Utredningskontor tar her for seg hovedtrekkene i studien.

Produsenter som leverer produkter med beskyttet opprinnelsesbetegnelse må satse på en kontinuerlig kvalitetsutvikling for å forsvare produktenes omdømme i markedet som unike og spesielle. Dette er en sideeffekt av satsningen på Beskyttede betegnelser som går ut over de rent jordbrukspolitiske målene med merkeordningene, og som er et viktig bidrag til at konkurransekraften til europeiske produkter opprettholdes med økt global handel. Disse erfaringene fra andre europeiske land kan vise vei for norske produsenter.

I Europa – kanskje særlig i sør mer enn i nord – blir historie og geografiske røtter knyttet til mat og matprodukter tillagt stor vekt. I 1992 innførte EU ordningen med opprinnelsesbeskyttelse for matvarer. Denne ordningen danner mønster for den norske merkeordningen Beskyttede betegnelser som formelt ble iverksatt i 2002.

Case-studien av Comté-osten (Frankrike), Jersey Royal-potetene (Storbritannia) og skinken Jamón de Teruel (Spania) som Landbrukets Utredningskontor gjennomførte etter initiativ fra Matmerk, tydeliggjør noen sentrale suksessfaktorer for produsentene og deres nettverk.

Sikre omdømme

En av de viktigste sideeffektene ved beskyttelsesordningen er den store vektleggingen av kvalitetsutvikling på

produktene som produsentene driver. Selv om et produkt fra et bestemt område i utgangspunktet kan ha en sterk posisjon i forbrukernes bevissthet som unikt og spesielt, så krever ordningen i seg selv at kjennetegnene ved produktet og produksjonsprosessen er klart spesifisert for at beskyttelse av produktbetegnelsen skal kunne bli gitt til produsentene. Videre er det også slik at produsentene framover må beskytte sin posisjon i markedet ved å sikre at produktets gode omdømme til en hver tid opprettholdes og ikke undergraves av kvalitetsutviklingen hos konkurrerende produkter.

Nettverk

Et av de produktene som ble sett nærmere på i studien er den franske Comté-osten. Dette er den største av de franske ostene med Beskyttet opprinnelsesbetegnelse, og står for hele 16 prosent av markedet for faste hvite oster i Frankrike. Osten produseres i regionen Franche-Comté i fjellområdene på grensen mot Sveits. Annenhver melkeprodusent i området leverer nettopp til Comté og deltar dermed i produksjonen gjennom et nettverk av små, håndverksbaserte ysterier som i hovedsak er eid av bøndene selv. Nettverket har opprettet en komité som sørger for å samordne alle fellestiltak som er nødvendig for å opprettholde Comté-ostens plass i markedet, blant annet kontroll med at osten holder den qua-

liteten som loves gjennom regelverket som følger den beskyttede betegnelsen. Egne støtteapparat for melkeprodusentene, ysteriene og modneriene bidrar både til kontroll på de ulike stadiene i produksjonsprosessen samtidig som de gir veiledning for å forbedre produktene. Aktiv bruk og formidling av forskning inngår også. Samtidig som produktene forbedres på denne måten, er det innført en ordning der minst tre prosent av ostene tas ut og sendes til smelteostproduksjon. Da velges de dårligste ostene ut, vel og merke ikke fordi de ikke tilfredsstill minimumskravene, men for å sikre en stadig høyere kvalitet på ostene som leveres ut på markedet.

Samarbeid og konkurranse

Kvalitetsarbeidet finansieres gjennom at produsentene betaler en avgift per levert enhet til komiteen. Blant annet gjennom disse avgiftene kan nettverk av enkeltleverandører og bedrifter, som ellers står i et konkurranseforhold til ►



Hanne Eldby og Torbjørn Tuft er henholdsvis samfunnsgeograf og statsviter ved Landbrukets Utredningskontor.

► hverandre, samarbeide om tiltak som kommer fellesskapet til gode. Det er også slik at produsentene mottar pris i forhold til kvaliteten på osten som leveres, og Comté-ost selges i ulike kvaliteter og priskategorier. Derfor er det et konkurranseforhold mellom ysteriene, som gjør at de som klarer å levere de beste kvalitetene også er de som kan betale høyest pris til sine melkeleverandører. Dermed er systemet basert både på konkurranse produsentene i mellom og samarbeid om å nå felles mål.

Kvalitet et alfa og omega

Et annet produkt som ble studert er den spanske Teruel-skinken, som fikk Beskyttet opprinnelsesbetegnelse i 1985. For å kunne konkurrere mot andre spanske skinker som ikke hadde opprinnelsesbeskyttelse var utfordringen for Teruel-produsentene å kunne vise til at produktet var unikt og av spesielt høy kvalitet. Kvalitetsarbeidet var derfor et alfa og omega for at produsentene skulle lykkes i sin markedsstrategi i kanskje det landet i verden der forbrukerne stiller høyest kvalitetskrav til skinkene sine. Derfor har også produsentene arbeidet intensivt med kvaliteten, og vektlagt dette høyere enn andre metoder for å øke omsetningen. For å sikre riktig fettmarmorering må Teruel-skinkene lages av griser med høyere slaktevekt enn det som er vanlig. Dette innebærer at det har vært vanskelig å skaffe marked for resten av grisen, da ferskvaremarkedet etterspør mager gris. Derfor har produsentene også arbeidet mye for å utvikle nye kvalitetsprodukter for å kunne få avsetning for resten av grisen. Disse anstrengelsene har medført at salget av Teruel-skinken har økt betraktelig i løpet av 1990-tallet, samtidig som produsentene har lyktes med å skape nye kvalitetsprodukter som bidrar til å øke produsentprisen for hele grisen. Fortsatt holdes det igjen på skinkesalget for å sikre at ikke produksjonsøkningen av skinkene går på bekostning av kvaliteten på produktet.

Svak organisering en trussel

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 kvaliteten, omdømme og omsetning for pro-



Kvalitetsfokusering og samarbeid er to viktige suksessfaktorer for produkter med Beskyttede betegnelser; viser en case-studie av tre europeiske lovbeskyttede produkter som Landbrukskretsens Utredningskontor har gjort for Matmerk. Det undersøkte produktene er Comté-ost (Frankrike), Jersey Royal-poteter (Storbritannia) og Jamón de Teruel (Spania). FOTOMONTASJE

duktet. 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.

Avgjørende betydning

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 halvtende 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.

Krever offensive produsenter

Beskyttet opprinnelsesbetegnelse er heller ikke løsningen på problemene for alle produsenter av landbruksvarer, og det er ikke gitt at anstrengelsene med å introdusere slike produkter i markedet gir uttelling for alle som forsøker. Det er likevel noen forhold rundt slik produksjon norske bønder kan lære noe av. EUs strategi er i utgangspunktet defensiv, da den dreier seg om å beskytte egne produsenter når de presses på pris av lavkostprodukter fra andre verdensdeler. Like fullt krever det offensive produsenter som søker nye muligheter i et marked som er i endring. ■