

Informasjon om "Beskyttede betegnelser" for klippfisk

Møreforsking
Kari Lisbeth Fjørtoft

Bacalao Forum
Arnt Olav Aarseth

Februar 2005

Innledning

Norsk klippfisk har fått økt og til dels sterk konkurranse fra andre land, bl.a. Portugal, Kina og Canada. Grunnen til dette er lave arbeidskostnader og at råstoffet har blitt en global handelsvare. For å stå sterkere i konkurransen med andre land er det i tillegg til å redusere produksjonskostnadene i Norge viktig å se på muligheter for å ta ut en merpris på norsk klippfisk. Betegnelsen Norsk Bacalao blir brukt av flere utenlandske produsenter for å få innpass i klippfiskmarkedene. Det er en stor risiko for at Norsk Bacalao blir utvannet som betegnelse for god kvalitet når produkter fra andre land og kanskje av dårlig kvalitet misbruker denne betegnelsen. Et nylig eksempel på misbruk av norsk betegnelse og feilinformasjon om opprinnelse er fra Mexico. Her fant man på senhøsten 2004 klippfisk merket med norske flagg, "Bacalao Noruega" og "Product of Norway" (jfr. bilder nedenfor). Dessverre er dette bare et av mange eksempler på slik villedning av konsumentene og misbruk av det gode renommeeet norsk klippfisk har bygget opp gjennom flere tiår.



Denne fisken har aldri svømt i norsk farvann eller gått gjennom norsk industri.

I Portugal har produsentorganisasjonen AIB (Associação dos Industriais do Bacalhau) i flere år arbeidet med et eget regelverk og merke for klippfisk i Portugal. Det skal blant annet settes krav til vanninnhold for fisk som skal kunne kalles klippfisk (deres betegnelse er "Bacalhau cura Portuguesa" Um Simbolo de Qualidade). "Siste nytt" er at regelverket vil bli iverksatt i løpet av april 2005.

For å opprettholde og forbedre markedet og prisen for klippfisk er det viktig å få "beskyttede betegnelser" for norsk klippfisk av god kvalitet. "Beskyttede betegnelser" gir lovbeskyttelse til matprodukter med klar geografisk opprinnelse, særpreg og tradisjon. Produktet skal være

av høy kvalitet. Beskyttelsen krever at råvaren er norsk og at produksjonen skjer i Norge. Ordningen forvaltes av Mattilsynet i samarbeid med Matmerk.

De tre beskyttede betegnelsene som Matmerk har er Opprinnelse, Geografi og Tradisjon. Dette er en offentlig lovbasert merkeordning og betegnelsen garanterer at et produkt er produsert i et bestemt geografisk område eller har et tradisjonelt særpreg. Disse beskyttelsene er en kopi av den Europeiske merkeordningen. For å få EU godkjenning, må en først få norsk godkjenning. Erfaringer viser at produkt som har "beskyttede betegnelser" oppnår en merverdi i forhold til tilsvarende produkter uten "beskyttede betegnelser". Betegnelsen skal sikre forbrukerne korrekt informasjon og gi produktet merverdi som kvalitetsterk merkevare. Lovbeskyttelse av en produktbetegnelse betyr at det er kun det produktet som er godkjent som kan benytte betegnelsen. Næringsmidler som ligner, men som ikke er godkjent, får ikke bruke betegnelsen, etterligne, antyde en etterligning eller på noen annen måte skape forvirring i forhold til produktets virkelige opprinnelse, art eller egenskaper (Matmerk). Med "beskyttede betegnelser" blir produktnavn og produkt beskyttet mot kopiering. Det er automatisk i at "kopister" blir dømt og denne prosessen tar kort tid. Dersom en oppnår norsk og europeisk godkjenning kan en benytte både det norske merket og EU merket på varen.

Det finnes ulike merkeordninger som matvareprodukt kan bli godkjent for, basert på produksjonsmetode og råstoff. I Europa er beskyttede betegnelser på produkta som viser at en kjøper et høgkvalitetsprodukt svært viktig markedsmessig. Flere merkeordninger har strenge produksjonsprosedyrer og skal være basert på lokalt råstoff og har dermed tilhørighet i produktnavnet. AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) er en europeisk merkeordning. AOC er den franske benevnelsen på en Beskyttet opprinnelsesbetegnelse (jfr. den europeiske forordningen). Den er basert på særegne og tradisjonelle produkt som har en geografisk tilknytning. AOC er et høyt verdsatt merke på matvarer som er godt kjent innenfor EU. Produkt som blir godkjent til AOC kan kun produseres i det området det blir godkjent for. Et eksempel er at cognac kun kan produseres i Cognac distriktet, andre eksempel er parmesanost og parmaskinke.

Med slike godkjenninger av produkter vil bedrifter kunne oppnå høyere priser i de rette markeder og segmenter, og vil dermed kunne "ta ut større verdier" av et råstoff av høy kvalitet. Forbruker er villig til å betale for "garantert kvalitetsmat". En vil derfor kunne oppnå konkurransefordeler og større profitt på disse produktene.

Beskyttelsene

Merkeordningen Beskyttede betegnelser omfatter 3 ulike typer betegnelser; Beskyttet opprinnelse betegnelse, Beskyttet geografisk betegnelse og Beskyttet tradisjonelt særpreg. Det er betegnelsen Geografisk eller Tradisjonelt som vil være mest aktuell for klippfisk.

De to første betegnelsene stiller krav til at næringsmidlet har en tilknytning til det geografiske området/stedet som navnet på produktet henviser til. Den vesentligste forskjellen mellom de to er graden av tilknytning til det aktuelle området/stedet. For en Beskyttet opprinnelsesbetegnelse må næringsmidlets spesielle egenskaper og kvaliteter helt eller hovedsakelig kunne tilskrives områdets geografiske miljø og alle trinn i produksjonen. Råvare, bearbeiding og foredling må foregå i det området som navnet på produktet angir. For en Beskyttet geografisk betegnelse er ikke kravet om tilknytning så sterkt, og det kan være nok at produktet har et spesielt godt omdømme som kan knyttes til den geografiske opprinnelsen. Det er også tilstrekkelig at bare ett av trinnene i produksjonen skjer i det avgrensede geografiske området.

Beskyttet Tradisjonelt særpreg har ikke noe krav om geografisk tilknytning, men det stilles krav til selve næringsmidlet og til navnet. For å oppå Beskyttet tradisjonelt særpreg skal næringsmidlet skille seg fra andre næringsmidler i samme kategori og det må være tradisjonelt ved at det enten brukes tradisjonelle råvarer, har en tradisjonell sammensetning eller produseres i henhold til tradisjonelle produksjonsmetoder. I tillegg skal navnet være særpreg og tradisjonelt eller uttrykke næringsmidlets særpreg. Det som beskyttes her er altså "resepten" på fremstillingen av produktet. Alle produsenter uavhengig av produksjonssted kan produsere i henhold til den gitte spesifikasjonen.

Et næringsmiddel hvis produktbetegnelse godkjennes som en Beskyttet betegnelse, må ved salg i Norge bruke den beskyttede produktbetegnelsen ordrett. Hvordan dette skal gjøres når et slikt produkt eksporteres må undersøkes nærmere. For produktbetegnelser som bare er godkjent i Norge kan per i dag bare den norske logoen med norsk tekst brukes. Imidlertid kan en produktbetegnelse som er godkjent som en Beskyttet geografisk betegnelse i Norge, også søkes godkjent i EU i henhold til tredjelandbestemmelsene gitt i forordning 2081/92. Slik Matmerk har tolket svar fra EU-kommisjonen kan man etter en eventuell godkjenning i EU, også bruke EUs logo og det engelske navnet på beskyttelsen (for eksempel Protected geographical indication), enten alene eller sammen med den norske logoen.

Det er viktig å være klar over at en prosess med å oppnå beskyttet betegnelse vil ta tid. En slik prosess vil ha en tidshorisont på noen år. I Norge kan det ta ca. 1 år etter mottatt søknad, mens i EU vil det sannsynligvis ta minimum 3 år etter levert søknad. Per i dag er det ingen tredjelandprodukter (norske) som er godkjent i EU.

Produsentorganisasjon

Det må være en produsentorganisasjon (sammenslutning av produsenter) som søker om beskytta betegnelse. Per definisjon i forskriften kan en sammenslutning være "enhver organisasjon uavhengig av rettslig status, av primærprodusenter, og/eller bearbeidere som samarbeider om samme næringsmiddel". En sammenslutning kan både være konserner, aksjeselskaper, sameier, avslag mm. Som et minimum stilles det at sammenslutningens medlemmer har inngått en forpliktende avtale om samarbeid om det aktuelle næringsmidlet. Sammenslutningen jobber også frem felles betingelser for produksjon og kvalitetskrav.

Det er viktig at klippfiskprodusentene ønsker å være med og er engasjert for å få til dette. En må i første omgang få med de som ønsker å delta og ikke nødvendigvis prøve å få med "alle". En må ta utgangspunkt i produsenter som er "innovative" og som kan og vil samarbeide med andre produsenter.

Det er også viktig at det i prosessen med å danne sammenslutningen oppnås enighet om hva sammenslutningen skal være og hva den skal arbeide med (mandat). Mao hva skal være felles, og hva skal den enkelte produsent selv ivareta. Det vil også være viktig å legge inn ressurser, slik at sammenslutningen kan ivareta felles oppgaver. Dette kan bl.a. være organisering, administrative oppgaver og markedsføringsaktiviteter.

Produksjonsprosedyre

Produsentene som går sammen om en slik ordning og ønsker å søke om beskytta betegnelse må definere kriteriene og kvaliteten for produktet som en ønsker å oppnå beskyttede betegnelse for. Dette er bl.a. hva råstoff og kvalitet som kan benyttes, geografisk område og produksjonsprosedyre. Det er viktig å bli enig om hvilke variasjonsspenn som aksepteres i produksjonsprosessen fra produsent til produsent. Beskyttet betegnelse skal ikke minske

mangfoldet, men støtte opp om det. En variasjonsbredde i produksjonen kan ivaretas i en produktforskrift gjennom beskrivelse av aksepterte grenser.

Når det gjelder råstoff for klippfisk, må dette være torsk (*gadhus morhua*). Råstoffet må være av høy kvalitet, uten blodflekker og skader.

Produksjonsprosedyre/kvalitetsstandard som produsentene må definere:

- Råstoff (kvalitet, fiskemetode, fangstområde m.m.)
- Fjerning av nakkeblod
- Saltemetode (prosses, tid, salt osv.)
- Tørking (temperatur, tid)
- Modning (tid, temperatur, fuktighet osv.)
- Pakking (sortering, emballasje).
- Vurderinger vedr. ulike graderinger av kvalitet under den beskytta betegnelsen
- Ulike produktgrupper av klippfisken, for eksempel hel klippfisk, pakker med lomo, filet, avskjær etc. Utviklingen går mot enklere enheter.

Alle produsentene må produsere produktet etter kvalitetskravene og følge de produksjonsprosedyrene som er satt. For klippfisk kan det være aktuelt å definere kun en kvalitet med "vide grenser" slik at mye av klippfisken som blir produsert i dag kommer under den beskytta betegnelsen. Dersom det skal defineres varianter (etter sorteringsbestemmelser), kan det benyttes ulike begrep som betegner variantene. Disse går ikke i navnet på beskyttelsen, men kan benyttes som tilleggsinformasjon. Eks "Rakfisk fra Valdres" som har tre modenhetsgrader, som er definert, og som skal fremgå på pakningen.

Det kan være deler av en produksjon til en bedrift som blir produsert etter produksjonsprosedyren for å få beskytta betegnelse, mens resten av produksjonen blir produsert på "ordinær" måte. Det er ferdigvarens reelle kvalitet i forhold til definert kvalitet som bestemmer om den faller inn under produktforskriften for den beskyttede betegnelsen. De ferdigkvaliteter som da faller utenfor, ansees som ordinære og kan ikke bruke navnet (eller etterligninger av dette) i sin beskrivelse av produktet.

Geografisk område

Et geografisk område hvor råstoff blir fisket og hvor produksjonen foregår må defineres. En region kan for eksempel være norskekysten eller Møre og Romsdal.

Formidling av historien til klippfisk

For å få godkjent beskytta betegnelse må en kunne beskrive og dokumentere tradisjonen og historien for klippfisk i søknaden. Dette vil så danne grunnlag for den historien som ved en eventuell godkjennelse blir et vedlegg til vedtatt produktforskrift. Dette er også viktig for å få frem det reelle kvalitetsproduktet og opplevelsen ved klippfiskproduktet og for å bygge opp en merkevare.

Norsk klippfiskproduksjon har røtter helt tilbake til 1600-tallet. I dag er dette blitt en moderne næringsmiddelindustri, men historien vil være en viktig del av markedsføringen av norsk klippfisk.

Navn på produktet (beskytta betegnelse)

Det må være et eget navn på produktet som blir beskyttet. Dette for å fremheve produktet samt å skille det ut fra annen klippfisk. Et navn som ble brukt tidligere for 1. sortering av

klippfisk var "Extra". Et aktuelt navn på produktet med beskyttelse kan være Norsk Bacalao Extra. Andre navn må utredes. Det er viktig å få det "rette" navnet. Det må få fram tradisjon og kvalitet i produktet. Navnet må være sentralt når det gjelder merking av produktet. Det vil være svært viktig å jobbe med utforming av logo og design. God logo og design kan ofte være kjøpsfremkallende.

Når det gjelder navn så er det søker selv som bestemmer dette, men skal for en Beskyttet geografisk betegnelse inneholde navnet på et geografisk område eller sted, for eksempel en bygd, en kommune, et fylke, en region eller en landsdel. Å bruke Norge i betegnelsen vil være viktig for klippfisk. Matmerk sier imidlertid at bare i spesielle tilfeller kan dette navnet være Norge. Navnet bør gjenspeile den tradisjonelle geografiske tilhørigheten. Det ansees som vanskelig å få bruke navnet "Norsk Bacalao". Dette fordi det med sannsynlighet ikke vil være deltagelse fra alle produsentene. De som ikke er med, må ha anledning til (kan være pålagt) å vise hvor produktet kommer fra, og da kan "Norsk Bacalao"/"Made in Norway"/"Product from Norway" og lignende betegnelser vanskelig forbyes gjennom en beskyttet betegnelse. Det bør også være viktig for produsentene å få frem at det ikke produseres eller er tradisjon for å produsere klippfisk (bacalao) i hele Norge eller langs hele norskekysten. Dersom det ikke aksepteres med "Norsk Bacalao", kan det tas opp spørsmål om muligheten for "Norsk Bacalao fra Mørekysten" eller lignende.

Kontrollorgan

Et kontrollorgan må gjennomføre kontroller på at produktene tilfredsstillende de kvalitetskrav som er satt og at produsentene produserer etter de produksjonsprosedyrene som er vedtatt. Kontrollorganet skal også hindre juks.

Det er Mattilsynet som skal føre tilsyn med at en produktforskrift etterleves, og det er Mattilsynets distriktskontorer som vil være utøvende kontrollorgan. I tillegg kan en produsent kreve at Mattilsynet foretar en verifikasjon av at produksjonen av det aktuelle næringsmidlet skjer i henhold til de kravene som er gitt i den aktuelle produktforskriften. Kostnadene ved dette må betales av produsenten.

Salg og markedsføring

Det vil være viktig å legge planer og strategier for hvordan produktet skal markedsføres og selges. Garantier for høy kvalitet må brukes i markedsføringen. En må få en klar differensiering i forhold til andre klippfiskprodukt. Utarbeiding av felles markedsføringsstrategi for produsentene vil være en klar fordel.

Det vil være nødvendig å utvikle et merke/klips med en logo som gjenspeiler produktet og er gjenkjenningsbart. Merket kan for eksempel ha både logo for "beskytta betegnelse" (på ene siden) og logo til produsenten (på den andre siden).

Det vil være viktig at konsumenten får informasjon om produktet. På merket kan det være en hjemmesideadresse til for eksempel produsentorganisasjonen og pakkenummeret til produsenten. På hjemmesiden kan de få generell informasjon om klippfiskproduktet og søke på pakkenummer og få informasjon om det spesifikke produktet de har kjøpt og om produsenten. Det kan være informasjon om produksjonsdato, produksjonsprosedyre, vanninnhold, råstoff, tørking etc. Det kan også være link til egen hjemmeside dersom produsenten har dette.

Utforming av eventuell emballasje må også utgreies.

Eksportutvalget for fisk kan ha en sentral rolle ved markedsføring av klippfisk med beskytta betegnelse. Dette kan bl.a. være utarbeiding av reklame- og informasjonsmateriell, promosjon og kampanjer.

Fordeler og ulemper

Det kan være både fordeler og ulemper som produsent å være med på en ordning med "beskyttet betegnelse" for klippfisk.

Fordeler

- Felles organisering og markedsføring gjør at en står sterke både ressursmessig og økonomisk enn om en er alene. En felles investering som skal gi bedre muligheter for den enkelte. Når oppgaver utføres i fellesskap, bør den enkelte kunne oppnå besparelser på området.
- En kan på sikt ta ut ekstra gevinst på produktet i forhold til "ordinær" vare.
- Produktet er lettere å selge da beskyttede betegnelser gjør at konsument lettere kjøper produktet og er villig til å betale en høyere pris enn for produkt som ikke har beskytta betegnelse. Dette pga at den offentlige garantien betyr redelighet i informasjon til salgskanaler og forbrukere. I Europa (og spesielt Portugal) ansees produkter med en beskyttet betegnelse som produkter av høy kvalitet.
- Rettslig beskyttelse for betegnelsen (herunder også prosessen fra fangst av råvare til ferdigvare), slik at ingen andre kan benytte den, heller ikke etterligninger i noen form.
- Merket gir en offentlig (lovmessig) garanti for at produktet er spesielt og at produktet er i samsvar med påstander i produktforskriften.

Ulemper

- Det vil ta tid før ordningen er kommet i gang og en del utgifter vil dermed løpe før en oppnår en eventuell gevinst med ordningen.
- Det må aksepteres at Sammenslutningen som eier beskyttelsen, er kommersiell og har myndighet, og at beslutninger tatt i de styrende organer gjelder for alle. Fellesoppgavene defineres i forbindelse med etablering av sammenslutningen.
- En står ikke så fritt vedr produksjon da en må forholde seg til produsentorganisasjonens bestemmelser. Dette avhenger av hvordan variasjonsbredden i prosess og ferdigvare er beskrevet. Dersom denne er vid, kan det være mange som allerede benytter metoder som faller in under beskrivelsen. Dessuten kan en produsent ha flere varelinjer. De kan produsere innen de retningslinjer som produktforskriften beskriver, og de kan ha varelinjer som benytter en annen metode. For ferdigvare etter en metode som faller utenfor produktforskriften, må de benytte et annet navn (eks kun sin egen logo).

Søknad og kostnader

Det koster 20.000,- ved innsending av søknaden. Når en skal søke om EU godkjenning er dette gratis. Veiledning fra Matmerk er gratis. Skal Matmerk være mer konkret med i prosjektet må en betale for det.

Det må være en produsentorganisasjon som søker. I søknaden må en dokumentere tradisjon og historie. Søknaden sendes til Matmerk. Matmerk behandler søknaden inkl høringsrunde og innstiller til Mattilsynet som beslutter om godkjenning. Ved avslag kan beslutningen ankes til departementet.