

Geografiska ursprungs- beteckningar

En preliminär reflektion



Paulina Rytönen & Karl Gratzer

Working Paper 2012:2

Geografiska ursprungsbeteckningar

En preliminär reflektion

Paulina Rytkönen och Karl Gratzer

I SAMARBETE MED
KK-stiftelsen ><

HS
Hushållnings
sällskapet

södertörns
högskola
SÖDERTÖRN UNIVERSITY

Innehållsförteckning

Kapitel 1.....	5
1.1 Förord.....	5
1.2 Inledning.....	5
1.3 Ramen för denna rapport.....	6
1.4 Syfte och metod.....	7
1.5 ”Sverige – det nya matlandet”.....	7
1.6 Sambandet mellan skyddade ursprungsbeteckningar och det ”Nya matlandet”.....	8
Kapitel 2. Vad är SUB, SGB och GTS?.....	10
2.1 Grunden till ursprungsbeteckningar – Geografiska indikationer.....	10
2.2 EU:s ursprungs- eller särartsskydd för geografiskt eller traditionellt präglade livsmedel – en bakgrund.....	11
2.3 SUB, SGB samt GTS som kvalitetsstämpel för livsmedel.....	13
2.4 Vad är SUB, SGB och GTS?.....	13
2.4.1 Skyddad ursprungsbeteckning.....	13
2.4.2 Skyddad geografisk beteckning.....	14
2.4.3 Garanterad traditionell specialitet.....	15
2.5 Olika kvalitetscertifieringar i jämförande perspektiv.....	15
2.6 Vad skiljer SUB, SGB och GTS från ett varumärke?.....	17
Kapitel 3. För- och nackdelar med SUB och SGB.....	19
3.1 För- och nackdelar med certifiering/ursprungs och särartsskydd – slutsatser från tidigare studier.....	19
3.2 Effekten av kvalitetscertifiering på livsmedelskedjan.....	19
3.2.1 Baena extra virgin-olivolja med SUB-certifiering.....	22
3.2.2 Fallet Comté-ost, Frankrike.....	23
3.2.3 Kvalitetscertifieringens effekter på utbudskedjans dynamik.....	24
3.3 Tillämpningen och effektiviteten av SUB och SGB – samt SGB certifiering av Svecia.....	25
Kapitel 4. Kan SUB och SGB vara verktyg för landsbygdsutveckling? Erfarenheter från Gailtal och Kantabrien.....	29
4.1 Skapandet av en marknad – Fallstudien Kantabrien.....	30
4.1.1 Bakgrund.....	30
4.1.2 Den Europeiska Unionens effekter.....	31
4.1.3 Landsbygdsutveckling och kvalitetscertifieringar i Kantabrien.....	32
4.1.4 Preliminära slutsatser från den kantabriska fallstudien.....	39
4.2 Regional utveckling genom SUB-certifiering – Fallet Gailtaler Almkäse.....	39
4.2.1 Bakgrund.....	40
4.2.2 Förberedelser inför EU-inträdet.....	40
4.2.3 Lösningen på ostsektorns problem.....	41
4.2.4 Gailtal – det geografiska läget, den ekonomiska- och demografiska situationen.....	42
4.2.4.1 Fäbodväsendet.....	43
4.2.5 Arbetet med certifieringen av Gailtaler Almkäse.....	44
4.2.6 Satsningen Genussland Österreich.....	45
4.2.7 Regionalekonomiska kringeffekter.....	45
4.2.8 För- och nackdelar med SUB och SGB.....	47
4.3 Sammanfattande kommentar.....	48

Kapitel 5. Kan SUB och SGB bidra till "Sverige – det nya matlandet"?	49
5.1 Vilka kompetenser behövs för att satsa på SUB och SGB?	50
5.2 Inventering av befintlig kompetens	51
5.2.1. Kännedom om traditionell kunskap och bevarande av biologisk mångfald	51
5.2.2. Produktegenskaper och sensorik	51
5.2.3. Fastställa länk mellan produktegenskap och produktionsplats	51
5.2.4. Kännedom om småskaliga producenter i olika regioner	51
5.3 Befintliga resurser för att finansiera SUB- och SGB-certifiering	52
5.3.1 Landsbygdsprogrammet	52
5.3.2 Nationella certifieringsresurser	54
5.3.3 Stöd för marknadsföringsinsatser	54
5.4 Sammanfattande kommentarer	55
Källförteckning	57

Akronymer

AOC	Appellation d'origine contrôlée (registrerad ursprungsbeteckning)
CAP	Common Agricultural Policy (den gemensamma jordbruks-politiken)
EU	Europeiska Unionen
GI	Geografiska Indikationer
GTS	Garanterad traditionell specialitet
IDF	International Dairy Federation (Internationella mejerifederationen)
INAO	Institut National de l'origine et de la qualité (Nationella myndigheten för ursprung och kvalitet)
JRC/ITPS	Joint Research Center/Institute for Prospectives Technological Studies
ODECA	Oficina de Calidad Alimentaria (Myndigheten för livsmedelskvalitet)
SGB	Skyddad geografisk beteckning
SUB	Skyddad ursprungsbeteckning
TRIPS	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (Avtalet om skydd för immaterialrätter)
WIPO	World Intellectual Property Organization

Kapitel 1

1.1 Förord

Denna rapport beskriver och diskuterar vad EU:s ursprungs- och särartsskydd är, det vill säga Skyddad Ursprungsbeteckning (SUB), Skyddad Geografisk Beteckning (SGB) och Garanterad traditionell specialitet (GTS). Syftet med rapporten är att beskriva hur dessa certifieringar används för att skapa landsbygdsutveckling i andra Europeiska länder; att utifrån andra länders erfarenheter visa på vilka för- och nackdelar certifieringarna har, ge exempel på hur man kan bygga mervärde för bönder, producenter och regioner med utgångspunkt från certifieringarna. Rapporten omfattar också en avslutande reflektion om vilken roll certifieringarna skulle kunna spela för att förverkliga visionen om ”Sverige – det nya matlandet”, samt vilka resurser som finns eller saknas för att öka antalet SUB-, SGB- och GTS-beteckningar i Sverige.

Rapporten är framtagen inom ramen för samproduktionsprojektet ”Wrångebäck Sweden – en fallstudie för att samla know-how och stärka konkurrenskraften för producenter av traditionell ost”. Projektgruppen består av forskare från Södertörns högskola, Hushållningssällskapens Förbund, samt Almnäs Bruk AB. Rapporten är i huvudsak skriven av Paulina Rytkönen och baseras på en sammanfattning av tidigare forskning samt på hennes forskningsresultat från erfarenheterna av SUB-certifiering i Kantabrien i Spanien. Rapporten omfattar också ett avsnitt som baseras på professor Karl Gratzers forskningsresultat (kapitel 4, del 2) där erfarenheterna av SUB- och SGB-certifiering i Hermagor i Österrike sammanfattas.

1.2 Inledning

Det råder idag stor enighet i Sverige om vikten av att bibehålla en levande landsbygd. Den långtgående centraliseringen och rationaliseringen av jordbruks- och livsmedelssektorn har bidragit till avfolkningen av den svenska landsbygden, med en omvänd demografisk pyramid som följd. Men den har också rest frågor om produktionens hållbarhet och stordriftens risker. Tidigare var bland annat självförsörjningsmålet och urbaniseringen viktiga orsaker till jordbrukets strukturomvandling.ⁱ Idag är uppkomsten av en ny internationell arbetsfördelning genom globaliseringen av jordbruks- och livsmedelssektorn dess främsta orsak. På många håll i Europa har en viktig respons på den ökade strukturrationaliseringen varit utvecklingen av lokala jordbruks- och livsmedelssystem där länkarna mellan regionen, kulinariska traditioner och lokal produktion har utgjort utgångspunkten.ⁱⁱ Genom etablerandet av mervärdeskapande kvalitetsstandards har rurala aktörer i Europa lyckats skapa både nya arbetstillfällen och tillväxt i befintliga företag. Produkter som *parmaskinka* och *peccorinoost* har långsamt etablerats i konsumenternas medvetande som starka varumärken. Att skapa ett starkt varumärke kan vara ett nödvändigt villkor för att företag ska kunna få fotfäste och överleva på sin marknad. Sådana varumärken bidrar till en positiv landsbygdsutveckling genom en ökad småskalig produktion, företagsetableringar och ökad sysselsättning inte minst för kvinnor.

En ytterligare anledning till att förstärka landsbygdens företag är Sveriges övergång från ett industriellt till ett postindustriellt samhälle, vilket visades med all tydlighet under den senaste finanskrisen, då ett stort antal företag fick lägga ner och/eller säga upp personal.

Ett verktyg i detta arbete är det system av kvalitetscertifieringar som utvecklades inom ramen för den gemensamma jordbrukspolitik för att stärka konkurrenskraften för småskaliga lantbrukare och livsmedelsproducenter och som kompletterar andra former av jordbruks- och landsbygdsstöd. Denna del av EU:s jordbrukspolitik har fokuserat på att förstärka småskaliga producenter inom ramen för

deras lokala jordbruks- och livsmedelssystem genom att betona produkternas och aktörernas anknytning till regionen och dess kulinariska traditioner.

Hur lokala jordbruks- och livsmedelssystem fungerar, utformas och bidrar till lokal företagsutveckling blir allt viktigare i livsmedels- och jordbrukssektorn, men också för att uppnå miljö och klimatmålen. Ett lokalt baserat jordbruks- och livsmedelssystem består av producenter av varor och tjänster. Dessa sammanlänkas av gemensamma särdrag och funktioner inom en specifik region, som omfattar miljön, omgivningen, produkten, individerna, ”den goda smaken”, institutionerna, konsumenterna, samt deras mat och kultur.ⁱⁱⁱ I ekonomiska termer kan lokala produktionssystem tolkas som lokala kluster som bildas kring produktionen av traditionella och regionalt och lokalt baserade produkter.^{iv} Denna utveckling har dock inte varit helt okontroversiell. Genom regleringen av produktion och handel med lokalt producerade varor har också konflikter uppstått om rätten att använda produktnamn som tidigare ansetts vara fria.^v

Inom EU:s kvalitetscertifieringssystem är de geografiska ursprungsbeteckningarna SUB (skyddad ursprungsbeteckning) och SGB (skyddad geografisk beteckning) de främsta redskapen. Dessa beteckningar – som av många ses som arketyper för starka lokala jordbruks- och livsmedelssystem – är kollektiva verktyg för att certifiera och skydda lokala och traditionella livsmedel från illojal konkurrens.¹ Välkända exempel är italiensk parmaskinka, spansk serranoskinka, peccorinoost, parmiggiano reggianoost, fetaost, med flera. Gemensamt för dessa varor är att de har blivit starka kollektiva varumärken och används som galjonsprodukter i regionala och nationella strategier för att främja tillväxten och landsbygdsutveckling i sina respektive regioner.^{vi}

I Sverige finns få tidigare erfarenheter och begränsad kunskap om hur man kan optimera lokala jordbruks- och livsmedelssystem genom olika typer av kvalitetscertifieringar – så att det leder till landsbygdsutveckling.² Kalix löjrom är det enda livsmedel i Sverige som certifierats med Skyddad Ursprungsbeteckning, samt tre produkter som fått en Skyddad geografisk beteckning, nämligen osten Svecia, Skånsk Spettekaka och Bruna bönor från Öland. Två av dessa, Bruna bönor från Öland och Kalix löjrom har nyligen blivit certifierade, därför kan vi ännu inte dra några lärdomar av hur certifieringen av just dessa livsmedel kan bidra till landsbygdsutveckling i respektive region. Men genom en utvärdering av certifieringens betydelse för producenterna av osten Svecia kan vi konstatera att till skillnad från de positiva erfarenheter som finns i övriga Europa, har certifieringen i Svecias fall inte bidragit till en ökning av produktionen eller till positiva prispremier för mjölkproducenter eller mejeriet.^{vii} I fallet Skånsk spettekaka har värdet av certifieringen inte utvärderats.

1.3 Ramen för denna rapport

I den forskning som detta projekt har bedrivit sedan 2008 har vi kommit till insikt om att det är bristen på erfarenhet och kunskap, snarare än oförmåga eller bristande möjligheter som har lett till att Sverige inte har kunnat dra nytta av dessa certifieringar på samma sätt som andra EU-länder har gjort. Som ett led i att bidra till att minska det existerande kunskapsgapet startade projektets medlemmar, i nära samarbete med Hushållningssällskapens Förbund och Almnäs Bruk AB, ett tillämpat projekt, ”Wrångebäck Sweden – en fallstudie för att samlar know-how och stärka konkurrenskraften för producenter av traditionell ost”, med syfte att:

- (1) Systematisera och sprida kunskap om de vetenskapliga metoder som använts för att länka livsmedelsegenskaper (smak, doft, mm) till varans produktionsplats, och som således leder till att en SUB-certifiering kan erhållas,
- (2) Identifiera möjliga kandidater till SUB, SGB, samt GTS i fem olika län i Sverige
- (3) Utbilda konsulenter, konsulter, producenter och andra intresserade i hur arbetet med att certifiera olika produkter kan genomföras, samt att genom hushållningssällskapet och andra nationella organisa-

¹ Med illojal konkurrens avses här den situation som uppstår när företag som tidigare har saknat anknytning till en produkt eller dess produktionsplats lägger beslag på den traditionella och lokala produktens goda rykte.

² Här definieras landsbygdsutveckling i fler eller bevarade arbetstillfällen, ökade inkomster primärproducenter, samt ökade inkomster och arbetstillfällen inom tjänstesektorn, exempelvis inom turism och restaurangnäringen.

tioner (till exempel Eldrimner), samt genom kurser på Södertörns Högskola, sprida den insamlade kunskapen och erfarenheten. Projektet finansieras med stöd av KK-stiftelsen och Jordbruksverket. Projektet beräknas vara avslutat i februari 2012.

1.4 Syfte och metod

Denna rapport är en del av ovan nämnda projekt och avser att ge en introduktion till vad dessa certifieringar är. Vad krävs för att få söka dem? Vilka för och nackdelar förknippas med certifieringarna? Vad kan vi lära oss av tidigare erfarenheter? Kan skyddade geografiska beteckningar kunna vara ett verktyg som kan bidra till att förverkliga visionen om Sverige – det Nya Matlandet?

Rapporten bygger på en sammanfattning av två tidigare undersökningar som försökt att besvara frågor om EU:s kvalitetscertifiering, dess tillämpning, ekonomiska eller andra effekter. Dessa studier redovisas i kapitel tre. Det är viktigt att framhålla att vi i detta sammanhang har valt att avgränsa litteraturstudien till dessa två större utvärderingar som beställts av EU för policyändamål och som specifikt syftar till att besvara frågan ifall olika typer av märkningar samt skyddade ursprungs- och geografiska beteckningar av livsmedel är effektiva verktyg för att öka företagets lönsamhet. Det finns givetvis en uppsjö av artiklar som tar upp många avgränsade och specifika frågeställningar som är relaterade till detta ämne. För en gedigen litteraturomgång hänvisar vi till rapporten ”*Existing studies and applied methodologies*” som har en samlad översikt av relevant litteratur fram till 2006.³ Vi presenterar också två av våra egna fallstudier. Dessa fokuserar på hur företagare och myndigheter i Kantabrien och Gailtal har arbetat för att skapa lönsamhet och/eller bibehålla företag som ägnar sig åt hantverksmässig ostproduktion genom att använda skyddade ursprungsbeteckningar och skapa varumärken utifrån produktionsplatsen. Fallstudierna omfattar litteraturstudier, intervjuer med nyckelpersoner, med producenter, myndigheter, med mera. Vid valet av fallstudier har hänsyn tagits till jämförbarheten med strukturen och inriktningen i svensk gårdsmejeriverksamhet samt fäbodbruk. Det viktigaste kriteriet har varit att certifiering av geografiska beteckningar skedde först efter att EU inrättade sitt system och att produktionen av de studerade livsmedlen i båda fall ansågs ha varit ekonomiskt marginaliserat före certifieringen, men har kommit att spela en viktig roll för den regionala ekonomin i efterhand. Fallstudierna redovisas genom en mycket grov sammanfattning i kapitel fyra. Syftet med sammanfattningen är att ge exempel på erfarenheter om hur arbetet med EU-certifiering har gått till. I kapitel fem diskuteras frågan om de nämnda certifieringarna kan bidra till att uppfylla visionen om Sverige – det nya matlandet och om vilka kompetenser och resurser som finns tillgängliga för ändamålet. Eftersom rapporten är en del av ett pågående arbete saknas några viktiga delar. Bland annat en djupare utvärdering av erfarenheterna med nuvarande svenska fall av SUB, SGB och GTS-certifieringar, samt en bredare analys av andra strategier som svenska mathantverkare använder sig av för att differentiera sig på sin marknad.

1.5 ”Sverige – det nya matlandet”

Regeringen presenterade sommaren 2008 en vision om att Sverige ska bli Europas nya matland. I en handlingsplan för att förverkliga regeringens vision framhålls att en satsning på Sverige som ett matland förväntas ge ”10 000 nya jobb genom god mat och upplevelser”. Detta skall åstadkommas genom att utnyttja Sveriges specifika förutsättningar, bland annat det geografiska läget, den unika naturen och den höga miljömedvetenheten. Särskilt framhålls det ökande intresset för det mångskiftande svenska matarvet, inte minst lokal och regional matkultur, liksom det svenska landskapets natur- och kulturvärden, lokal och regional livsmedelsproduktion, upplevelseturism samt en levande landsbygd. De har alla ett klart samband med varandra.

I handlingsplanen pekas fem fokusområden för särskilda satsningar ut, bland annat råvaruproduktion, livsmedelsförädling och turism. Särskilda medel har också avsatts för ändamålet inom ramen för Landsbygdsprogrammet.^{viii}

I en rapport från Jordbruksdepartementet om Sverige som det nya matlandet framhålls bland annat följande:

³ <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html>, 2011-01-21.

Om man gifter ihop livsmedelsbranschen, som har mycket stor regional spridning, och turistnäringen, en av de snabbast växande branscherna, så finns det uppenbart en stor potential! Utrymme bör alltså finnas för fler entreprenörer på landsbygden som kan vara med och driva utvecklingen mot ett bra utbud av matupplevelser av bra kvalité som motsvarar besökarnas förväntningar.^{ix}

Av intresse i detta sammanhang är också det Nordiska Ministerrådets projekt ”Ny Nordisk Mat”. Det skall skapa kunskap och medvetenhet – inom Norden och världen i övrigt, främst Europa – om nordisk livsmedelsproduktion och mat, inte minst de värden dessa står för. Därigenom kan marknaden för svenska livsmedelsprodukter vidgas. Bland projektets övriga syften märks bland annat att verka för en ökad samordning av den offentliga tillsynen och kontrollen av hantverksmässig ostproduktion i de nordiska länderna. En åtgärd av detta slag kan bidra till bättre villkor för sådan produktion.^x

Det betonas i landsbygdsstrategin att en betydande potential finns för en utveckling av hela kedjan från produktion och förädling av livsmedel till försäljning och matupplevelser i vackra natur- och kulturmiljöer. Inte minst kan nya utvecklingsmöjligheter uppstå genom att man kopplar samman produktions- och förädlingsleden med turism och möjligheter till matupplevelser. Måltider utgör viktiga delar av de flesta besöksupplevelser och kan många gånger vara huvudanledningen till att besök äger rum. En förstärkt utveckling på dessa områden kräver mer av entreprenörskap och samverkan mellan olika aktörer, både beträffande livsmedelsbranschen och turistnäringen.^{xi}

Regeringen har på ett tydligt sätt definierat vad som avses som landsbygdsutveckling inom ramen för ”Sverige det Nya Matlandet”, genom att sätta konkreta mål och i vissa avseenden också kvantifierade mål för tillväxt och kvalitet inom (1) den offentliga maten, (2) primärproduktionen, (3) förädlad mat, (4) matturism, samt (5) restaurangnäringen. Några av de viktigaste målen är ökad lönsamhet, ökad kvalitet, förenklade regler, fler svenska restauranger med stjärnor i Guide Michelin, samt en ökning av antalet övernattningsplatser på landsbygden.^{xii} En gemensam nämnare för att uppnå visionen om Sverige – det nya matlandet är ökat entreprenörskap.

1.6 Sambandet mellan skyddade ursprungsbeteckningar och det ”Nya matlandet”

Medvetenheten om entreprenörskapets betydelse för tillväxt och sysselsättning präglar idag näringspolitiken i många länder. Entreprenörskap sammankopplas som regel med fenomen som nyföretagande, tillväxt, innovation, förnyelse och omvandling. Entreprenörskap står också i centrum för den nya svenska livsmedelsstrategin. Två viktiga mål anges, att stärka konkurrenskraften för svensk livsmedelsproduktion (i små och stora företag), samt att öka sysselsättningen.^{xiii}

Entreprenörsbegreppet används frekvent och ibland också på ett motsägelsefullt och oprecist sätt. Vi kommer inte i denna rapport att diskutera entreprenörsbegreppet – vi hänvisar istället till den kommande studien som nämndes i början av rapporten. För den fortsatta analysen är det ändå viktigt att ange vad vi menar med entreprenörskap i just detta fall. En av de vanligaste definitionerna av entreprenörskap i Sverige är den som togs fram av Tillväxtverket (tidigare NUTEK). Den lyder: ”Entreprenörskap är en dynamisk och social process, där individer, enskilt eller i samarbete, identifierar möjligheter och gör något med dem för att omforma idéer till praktiska och målinriktade aktiviteter i sociala, kulturella eller ekonomiska sammanhang”.^{xiv}

I denna rapport används begreppet entreprenörskap på ett underförstått sätt och som en funktion som någon eller några bär upp när en nyhet (innovation) införs.^{xv} Begreppet innovation omfattar enligt entreprenörskapsteorins anfader och främsta forskare, Joseph Schumpeter, kvalitativa förändringar i ett brett spektrum från bland annat introduktion av nya varor, tekniska förändringar i befintlig varuproduktion, öppnande av nya marknader eller råvarukällor eller nya typer av affärsorganisation till introduktion av nya varumärken. Det innebär därmed allting som kan betecknas som ”att göra saker annorlunda” i det ekonomiska livet, som skapar och förändrar världen och driver utvecklingen framåt. Entreprenören är per definition den som genomför innovationen.^{xvi} Innovationer är således centrala för entreprenörskap och de kan beskrivas som nyheter inom teknik- och produktutveckling, kundnära, organisatoriska eller marknadsskapande innovationer till exempel nya försäljningsorganisationer, företagstjänster, nya dimensioner av en verksamhet, till exempel genom att konsumera jordbruk och upplevelseindustrier, utbildning eller varumärken.

Skapandet av starka varumärken kan vara ett användbart entreprenöriellt redskap för företag. Varumärken hjälper företag att differentiera sina produkter och därmed konkurrera på sin marknad. Dagens allt mer globaliserade livsmedelssektor kännetecknas av marknader med monopolistiska eller oligopolistiska strukturer.⁴ Detta gör att småföretag har svårt att konkurrera på lika villkor. Att stärka småföretagets konkurrenskraft genom att etablera ett slagkraftigt varumärke är dessutom svårt eftersom kostnaden för att etablera ett eget varumärke blir ett oöverstigligt hinder. Utvecklingen av SUB, SGB och GTS var ett av många verktyg som utvecklades av EU för att främja tillväxt inom befintliga och nya småskaliga livsmedelsföretag inom rurala områden. På detta sätt kan dessa ses som verktyg i EU:s arbete för att främja landsbygdsutveckling.

Rapporten kommer inte att återkomma till diskussionen om entreprenörskap. Men det är viktigt att klargöra att sambandet mellan entreprenörskap, innovationer och landsbygdsutveckling utgör en viktig bakgrund till frågan om SUB-, SGB- och GTS-certifiering kan bidra till Sverige – det nya matlandet.

⁴ Ett oligopol är en situation som uppstår på marknaden när det bara finns ett fåtal och ofta dominerande företag.

Kapitel 2. Vad är SUB, SGB och GTS?

I detta avsnitt diskuteras de olika verktyg som finns för att certifiera och skydda traditionella och regionalt präglade livsmedel under WIPO och inom EU. Vi har här valt att använda de beteckningar som används i internationella sammanhang. Då det kan finnas flera beteckningar för samma verktyg kommer vi, efter att varje verktyg förklarats använda oss av en förenklad nomenklatur. För EU:s ursprungscertifiering/skydd, Skyddad ursprungsbeteckning (SUB) och Skyddad geografisk beteckning (SGB), kommer beteckningarna SUB och SGB att användas och för EU:s särartsskydd, Garanterad traditionell specialitet kommer beteckningen GTS att användas.

2.1 Grunden till ursprungsbeteckningar – Geografiska indikationer

Grunddefinitionen av SUB och SGB finns att hämta i definitionen av geografiska indikationer (GI). En geografisk indikation (GI) är en privat och frivillig standard som har registrerats av producentgrupper eller av lokala myndigheter genom den nationella administrationen såsom en immateriell rättighet. GIs är en kvalitetsstämpel som bidrar till att främja och bevara värdefull kunskap, tradition, mångfald och kvalitet för lokalt förankrade råvaror och bearbetade livsmedel. GIs skapar en differentiering för livsmedlet genom att signalera de specifika och distinkta kvalitetsegenskaper som väsentligen kan tillskrivas produktens ursprung, då produkten tillverkas inom ett avgränsat geografiskt område. Vanligen är sådana särdrag redan erkända av konsumenter på lokal, nationell, och ibland även på internationell nivå. GIs tilldelar lagligt skydd för geografiskt förankrade produktnamn och förhindrar otillbörlig och otillåten användning av den geografiska indikationen för produkter från andra regioner”. Det ses således som ett lämpligt marknadsföringsverktyg för lokal, regional och internationell handel med traditionella lokala livsmedel.^{xvii}

Geografiska indikationer, eller geografiska ursprungsbeteckningar fick ett första internationellt regelverk genom ”Lissabon-avtalet om skydd för ursprungsappellationer och deras internationella registrering” (*Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration*) som fick sin utformning 1958 och som började tillämpas 1966 under överinseende av World Intellectual Property Organization (WIPO).^{xviii} Skydd för geografiska ursprungsbeteckningar regleras numera även under TRIPS-avtalets paragraf 22–24.^{xix} Idag finns det 818 produkter registrerade som geografiska ursprungsbeteckningar i WIPOs databas och de flesta av dessa livsmedel är Europeiska.^{xx} EU:s ursprungs- och särartsskydd omfattar tre typer av märkningar, varav två är ursprungsmärkningar och en tredje är ett särartsskydd. Dessa är skyddad ursprungsbeteckning (SUB), skyddad geografisk beteckning (SGB) samt garanterad traditionell specialitet (GTS). Den sistnämnda är ett särartsskydd och regleras genom förordning (EG) nr 509/2006.⁵ Eftersom SUB, SGB och GTS inte enbart är ett skydd utan också i hög utsträckning en kvalitetscertifiering kommer termen certifiering att användas fortsättningsvis.

Vilken typ av certifiering som kan användas beror på länken mellan livsmedlet och det geografiska/historiska ursprunget. Det är inte enbart Europeiska livsmedel som kan omfattas av certifieringen, det gäller också livsmedel från övriga världen. Godkända livsmedel har rätt att använda den logotyp som vardera certifiering har. Det är viktigt att framhålla att certifieringen också är en kvalitetsgaranti för konsumenterna. SUB, SGB och GTS klassas därför av EU i huvudsak som kvalitetscertifieringar.

⁵ EU fick ett gemensamt system för att registrera, certifiera och skydda geografiska ursprungsbeteckningar genom rådets förordning (EEG) nr 2081/92 av den 14 juli 1992 om skydd för geografiska ursprungsbeteckningar för jordbruksprodukter och livsmedel. Förordningen har sedan förändrats och nuvarande skydd av geografiska ursprungsbeteckningar regleras under förordningen (EG) nr 510/2006. Genom förordningen kan ett livsmedel få ensamrätt till sitt namn på grundval av sitt geografiska ursprung. Vin och sprit är undantagna från detta skydd eftersom de omfattas av ett annat regelverk.

2.2 EU:s ursprungs- eller särartsskydd för geografiskt eller traditionellt prägade livsmedel – en bakgrund

Skapandet av den gemensamma jordbrukspolitiken, CAP, innebar att omfattande politiska och ekonomiska åtgärder skulle komma att utvecklas över tiden med syfte att effektivisera livsmedelsproduktionen, men också för att förbättra levnadsförhållandena för landsbygdsbefolkningen. Ett av målen med bildandet av den Europeiska Unionen (då Europeiska Gemenskapen) var skapandet av den gemensamma marknaden. Utvecklingen av en gemensam marknad avsåg och avser att uppnå en gemensam europeisk optimal allokering och användning av resurser som bland annat skall leda till prisconvergens både på faktor- såväl som varumarknader. Konvergens ses av EU som en positiv kraft som ska minimera risken för ekonomisk och social sårbarhet och bidra till att stärka den Europeiska konkurrenskraften. Om man ser till hela den samlade ekonomiska effekten är en effektivare användning av resurser en idé som stöds av allt fler av gemenskapens invånare. Detta har dock över tid inneburit att konkurrensen har förändrats i takt med att marknaderna blir allt mer globaliserade, samtidigt som medlemsländerna i det europeiska samarbetet blir allt fler.

Den första utvidgningen av den gemensamma marknaden ägde rum år 1973, då Danmark, Irland och England blev medlemmar. Skillnaderna mellan de olika medlemsländernas produktionsstruktur och effektivitet ledde till att utvidgningen förändrade konkurrensen inom den Europeiska Gemenskapen, detta gällde hela livsmedelssektorn i allmänhet och mejerisektorn i synnerhet där exempelvis det danska fokuset på storskalig exportorienterad produktion helt skilde sig från exempelvis den italienska strukturen. Under 1980-talet blev också Grekland, Spanien och Portugal medlemmar och 1995 utvidgades Unionen ytterligare då Finland, Sverige och Österrike blev medlemmar. Poängen med denna översikt är inte att göra en djupdykning i EU:s historia, utan att visa på att marknadsvillkoren och därmed också att villkoren för att konkurrera inom den gemensamma marknaden förändrades. De generösa jordbruksstöden bland annat i form av produktionsstöd och exportsubventioner är ytterligare en faktor bakom en kraftig effektivisering och därmed en ökad konkurrens inom EU.

Men också förändrade förutsättningar för produktion genom bland annat höjda oljepriser och en överproduktion av basvaror såsom mjölk, vete och vin ledde till en intensifiering av konkurrensen och en accelerering av strukturomvandlingen inom livsmedelssektorn. Men detta är ingalunda ett europeiskt fenomen, det är en global verklighet.^{xxi} Återkommande årlig statistik visar att antalet mejerier och mjölkgårdar sjunkit dramatiskt över hela världen, samtidigt som storleken på kvarvarande företag och gårdar har ökat, samt att produktiviteten har stigit dramatiskt.^{xxii}

Utvecklingen av SUB/SGB och GTS hänger samman med globala förändringar och det ökade konkurrenstrycket inom den gemensamma marknaden under konvergensprocessen. Frankrike, Italien och Spanien ledde arbetet med att utveckla SUB, SGB och GTS som ett led i att skydda och bevara den småskaliga produktionen av ost och andra traditionella livsmedel som allvarligt hotades av det ökande konkurrenstrycket.^{xxiii} Det var främst Danmark som genom en aggressiv exportorientering hotade att slå ut den småskaliga produktionen i Södra Europa. Eduardo Lainz, kvalitetschef på ODECA (Kantabriens myndighet för livsmedelskvalitet) menade att: ”Den danska osten översvämde hela Europa, osten var billigare och den var också god, vi var tvingade att göra något för att förhindra att våra ostproducenter försvann”.^{xxiv}

Inför det svenska EU-inträdet publicerade Industriförbundet i samarbete med Livsmedelsföretagarna och Kommerskollegiet en gemensam analys av konsekvenserna av ett svenskt EU-medlemskap. En viktig slutsats var att den svenska marknaden skulle bli intressantare för flera exportörer, men att det sannolikt var danska producenter som skulle komma att positionera sig på den svenska marknaden. Ett av argumenten var att: ”De danska företagen betraktar redan den svenska marknaden som sin hemmamarknad. Detta gäller i synnerhet baslivsmedel”.^{xxv} Situationen i Sverige har således inte skilt sig från situationen i övriga Europa.

Att de flesta certifieringarna innehas av Italien, Frankrike, Spanien, Portugal, Grekland och Tyskland är ingen slump. EU:s ursprungs- och särartsskydd utvecklades med det franska kvalitetscertifieringssystemet som modell och utifrån den historiska erfarenhet som dessa länder har från certifiering och reglering av vin. Utvecklingen av alla de politiska och finansiella verktyg som skapats under årens lopp inom ramen för CAP kan delvis förklaras utifrån ett historiskt perspektiv, som är viktig att känna

till för att kunna förstå bakgrunden till och syftet med varje verktyg. Detta gäller i synnerhet tillkomsten av SUB, SGB och GTS.

Tabell 1. Översikt över certifieringar per land.

Land	Totalt antal	SUB	SGB	GTS
Italien	223	137	84	2
Frankrike	181	81	100	0
Spanien	146	78	65	3
Portugal	116	58	58	0
Grekland	87	64	23	0
Tyskland	79	30	49	0
Storbritannien	36	16	18	2
Tjeckien	25	6	19	0
Polen	18	5	12	6
Österrike	13	8	5	0
Holland	7	5	1	1
Finland	6	3	1	1
Ungern	6	4	3	0
Sverige	6	1	3	2
Irland	4	1	3	0
Slovenien	4	1	1	3
Slovakien	4	0	4	0
Danmark	3	0	3	0
Belgien	13	3	5	5
Övriga	20	3	7	3
Samtliga länder	998	504	464	30

Källa: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>, 2011-02-15.

SUB och SGB ger produktnamnet skydd mot direkt eller indirekt kommersiell användning av det certifierade namnet för produkter som inte är jämförbara eller mot otillbörligt utnyttjande av den certifierade varans prestige. De skyddar även mot användningen av namn som associerar till produkten genom tillägg till exempel *stil*, *typ*, eller *metod*. Namnet skyddas också från falsk eller vilseledande ursprungsbeteckning genom kvalitetsinformation på förpackningen, reklammaterial eller dokument som relaterar till produkten och som kan ge ett falskt intryck i relation till dess ursprung. Det finns dock ett undantag i artikel 3 i förordning 510/2006, nämligen att det i undantagsfall inte går att förhindra användningen av produktnamn som delar samma stavning och samma uttal av produktnamnet som det certifierade namnet, men som har en annorlunda betydelse.^{xxvi}

Certifieringen av en produkt påverkas också av "Samexistensregeln". Denna regel finns beskriven i detalj i artikel 13, i rådets förordning 510/2006. När ett varumärke ställs i konflikt med ett namn som registreras som SUB/SGB får varumärket fortsätta att användas om varumärket registrerats, ansökt om, eller etablerats för användning i god tro innan SUB/SGB-certifieringen blivit skyddad i det aktuella landets nationella system, före den första januari 1996, eller om det inte finns grund för dess återkallelse eller annullering genom direktivet 89/1004/EEC från den 21 december 1998. Kommissionen kan även ge tillåtelse för användning av ett varumärke när samtliga villkor för regeltillämpningen uppfylls och då det visas att syftet med varumärket inte är att nyttja den certifierade produktens goda renommé och då det inte föreligger risk för att konsumenter skall vilseledas.^{xxvii}

Medlemsländerna är skyldiga att verkställa och garantera att reglerna kring användande av det certifierade namnet efterlevs. Detta skall ske enligt rådets förordning 510/2006, samt 882/2004.^{xxviii} Den exklusiva rätten att använda ett certifierat namn kan också återkallas om kommissionen vid kontroll kommer fram till att villkoren för certifieringen inte längre uppfylls, eller om en fysisk eller juridisk person med ett legitimt intresse begär att certifieringen annulleras, samt ger giltiga skäl för detta.

2.3 SUB, SGB samt GTS som kvalitetsstämpel för livsmedel

SUB, SGB och GTS är inte bara avsedda att användas som producent/produktskydd. En mycket viktig aspekt av certifieringarna är att de också är viktiga verktyg i EU:s strategi för livsmedelskvalitet. Strategin bygger på tre axlar/dimensioner, nämligen livsmedelssäkerhet och hygien, miljöaspekter och djurskydd, samt tradition/historia och mervärde. Dessa utgör grunden i en sammanhängande strategi. Kvalitetspolitiken och dess verktyg omfattar således även konsumentperspektivet genom att garantera att det är rätt produkt, rätt kvalitet, i rätt kvantitet till rätt priser som erbjuds. Det skall också vara ett verktyg för global konkurrens.^{xxix} Certifieringarna är således viktiga verktyg för att hjälpa konsumenten att skilja mellan ”äkta” vara och kopior. Genom certifieringens utformning förhindras också en urlakning av kvalitetsnivån, eftersom certifieringen kan återkallas om produkten inte lever upp till den kvalitet som anges i certifieringens specifikation. SUB, SGB och GTS omfattar i olika grad de tre dimensionerna i EU:s kvalitetsstrategi. Samtliga certifieringar omfattar livsmedelssäkerhet och hygien, SUB som också är den högsta kvalitetsstämpel som ett livsmedel kan få inom EU omfattar höga krav på miljö och djurskydd, samt tradition/historia och mervärde. SGB omfattar också tradition/historia och mervärde, men har enbart konventionella krav på miljö och djurskydd. GTS omfattar ett minimalt krav på tradition/historia och inga krav på miljö och djurskydd.

I Sverige handläggs ansökningar om SUB, SGB och GTS av Livsmedelsverket. Myndigheten hade i början av 2010 en jurist som på 10 procent av sin tjänst (en halv dag i veckan) skall arbeta med dessa arbetsuppgifter.⁶ Som en jämförelse kan nämnas att Frankrike har en hel myndighet, INAO som enbart ägnar sig åt denna arbetsuppgift. Där finns cirka 300 heltidsanställda. Utöver den anställda personalen finns fem nationella kommittéer som består av lekmän och experter. I de nationella kommittéerna prövas och behandlas samtliga invändningar mot ansökningar. Olika medlemsländer löser hanteringen av certifieringen på mycket olika sätt.

2.4 Vad är SUB, SGB och GTS?

Nedan följer en beskrivning av certifieringarna, samt en översikt över kraven för att kunna få en certifiering.

2.4.1 Skyddad ursprungsbeteckning

”Skyddad ursprungsbeteckning (SUB) är ett ortnamn som används för att beteckna en produkt. Livsmedlet ska vara framställt på orten och dess kvalitet eller egenskaper ska vara väsentligt beroende av de förhållanden som karaktäriserar orten. Ett exempel på en produkt med skyddad ursprungsbeteckning är den franska Roquefortosten”.^{xxx}

Ursprungsbeteckning avser produkter vars insatsvaror och produktionsprocess har en stark förankring till den plats där varan produceras och som ger livsmedlet sitt namn. Ett exempel på en sådan vara är Parmiggiano Reggiano-osten, som har fått sitt namn från området mellan Parma och Reggio i norra Italien.

Följande kriterier bör uppfyllas för att SUB-skyddet skall kunna erhållas:

1. Hela produktionsprocessen, från råvaror till färdig vara bör ske inom det avgränsade geografiska område som livsmedlet förankras till.
2. Att produktens kvalitet och/eller egenskaper såsom färg, smak, doft, med mera, kan knytas till geografiska omgivningen på produktens ursprungsplats. Detta omfattar naturliga och mänskliga faktorer, t.ex. klimat, jordmån och lokal sakkunskap.
3. Produkten skall bevisligen ha producerats på samma sätt och på samma plats under minst 25 år.
4. SUB får endast sökas av producentgrupper (men också andra aktörer kan ingå), som för ändamålet betraktas som en fysisk person. Undantagsvis kan SUB sökas av en enskild person då han/hon bevisligen är den enda i området som vill ansöka.^{xxxi}

⁶ De resurser som avsätts för denna uppgift på livsmedelsverket har nyligen ökat. Det är dock oklart med exakt hur mycket eftersom myndigheten fortfarande inte verkar ha en övergripande bild av innebörden av att ha fått fler certifieringar för svenska produkter.

Det är vanligt i andra EU-länder att de producentgrupper som ansöker om certifieringen i ett tidigt skede formaliserar sitt samarbete genom att bli juridisk person. Till en ansökan om SUB bör bland annat bifogas en produktspecifikation (inklusive beskrivning över råvaror och var och hur dessa produceras), beskrivning över produktionsprocessen, en motivering för den geografiska avgränsningen, en historisk rapport som fastställer produktens historiska länk till platsen, samt en naturvetenskaplig rapport som fastställer länken mellan produktens egenskaper och produktionsplatsens naturgivna förutsättningar. Den sistnämnda är det svåraste kriteriet att uppfylla. Länken kan exempelvis fastställas genom att livsmedlets sensoriska egenskaper kan länkas till förhållanden i jordmån, växtlighet, vattenkvalitet, klimat, eller förekomsten av vissa smakförhöjande (goda) bakterier på beredningsplatsen. Detta görs genom exempelvis en kombination av markinventering, användning av biokemiska analyser, samt exempelvis användningen av smakpaneler för att beskriva egenskaperna. Ostens textur, smak och färg har härletts från betesmarkerna som består av gammalt sjöbotten. Detta ger det naturliga färskaste bete som korna äter särpräglade egenskaper som i slutändan ger mjölken och osten dess särskilda karaktär.^{xxxii}

Certifieringarna krav på en koppling mellan produkten och dess produktionsplats leder till att det blir svårare att certifiera en industriellt processad produkt som framställs genom eftersom själva produktionsprocessen av sådana varor gör att mycket av de sensoriska, eller andra specifika särdrag i varans egenskaper kan gå förlorade under framställningen. Det betyder inte att det enbart är mikroföretag som använder uteslutande extensiva och hantverksmässiga metoder som kan certifiera sina produkter. Här finns en blandning av företag med olika konstellationer där produktionsskalan skiljer sig åt. På den ena sidan har vi extensivt framställda livsmedel, till exempel fäbodosten Gailtaler Almkäse som produceras i extremt liten skala och används som ett dragplåster i turistverksamheten. På andra sidan skalan har vi Parmiggiano Reggiano, en exportvara som utgör en viktig inkomstkälla för hela regionen och som framställs av kooperativa företag som ägs av många primärproducenter och av flera medelstora företag i beredningsledet.

För att kunna ansöka om och behålla en SUB-certifiering krävs därför en samordnad insats som knyter samman producentgruppen med olika typer av experter som kan bidra med administrativa och vetenskapliga kompetenser som producenterna vanligen saknar. I exempelvis Frankrike, Spanien och Österrike har statliga initiativ uppmuntrat och bistått producentgrupper med att koordinera insatserna under certifieringsprocessens gång och i vissa fall även med efterkontrollen av skyddet. Idag finns totalt 504 registrerade SUB, 46 publicerade ansökningar som för närvarande bereds, samt 109 inlämnade ansökningar som för närvarande väntar på att behandlas av kommissionen. En produkt som nyligen har fått sin certifiering godkänd är Kalix löjrom.^{xxxiii} Ett av de största problemen med certifieringsförfarandet är att det vanligen tar väldigt lång tid att slutföra certifieringsprocessen. Det kan i vissa fall också vara tämligen byråkratiskt. Därför genomförs för närvarande en revidering av systemet och enligt Leo Jäger, jurist vid Livsmedelsverket är regelförenklingar att vänta inom de närmaste månaderna.

2.4.2 Skyddad geografisk beteckning

Skyddad geografisk beteckning (SGB) är även det ett ortnamn som används för att beteckna en produkt. Livsmedlet ska åtminstone delvis vara framställt på orten och det ska ha viss kvalitet, anseende eller annan egenskap som är beroende av orten. Sveciaost och Skånsk spettekaka är svenska produkter med skyddade geografiska beteckningar.

Skyddad geografisk beteckning är i likhet med ursprungsbeteckning ett skydd som kopplar ett livsmedel till den region där varan produceras. Kraven för SGB är dock lägre än för SUB, vilket gör att flera produkter kan komma i fråga för detta skydd. Denna kategori av skydd kom till eftersom många livsmedel som ansågs värda att skydda inte kunde komma i fråga för en SUB. Skälet var att moderniseringen av jordbruket och livsmedelsproduktionen hade lett till en förändring av en del av produktionsprocessen. En produkt med SGB bör bland annat uppfylla följande krav/kriterier:

1. Beredningsprocessen måste ha ägt rum inom det geografiska område som ger produkten sitt namn och som produkten kopplas till. Råvarorna kan däremot produceras i en annan region.

2. Ett samband mellan produkten och produktionsområdet måste fastställas. Detta omfattar den särpräglade smaken, ett traditionellt recept, produktens historia, samt dess förankring i den lokala kulinariska traditionen.
3. Produkten skall bevisligen ha producerats på samma sätt och på samma plats under minst 25 år.
4. SUB får endast sökas av grupper, som för ändamålet betraktas som en fysisk person. Undantagsvis kan SUB sökas av en enskild person då han/hon är bevisligen den enda i området som vill ansöka.^{xxxiv}

SGB-skyddet vilar på produktens rykte som motiveras av produktens geografiska ursprung. Det är viktigt att poängtera att kraven för SGB är betydligt mer flexibla än kraven för SUB eftersom enbart en del av produktens produktionsprocess behöver ha en lokal förankring. Detta öppnar upp för att betydligt fler producenter kan komma i fråga för en certifiering. Av de två svenska produkter som innehar SGB, skånsk spettekaka och Sveciaost är det bara spettekakan som uppfyller de egentliga kraven på geografisk avgränsning. I Sveciaostens produktspecifikation, punkt C beskrivs det geografiska området: ”Svecia tillverkas i de låglänta delarna av Sverige”.^{xxxv} En sådan generell avgränsning är inte förenlig med regelverkets egentliga mening. Att Svecias geografiska avgränsning accepterades var enligt Stefan Ernlund på livsmedelsverket, en eftergift från EU för att stimulera flera ansökningar från svensk sida.^{xxxvi}

Även om kraven för att erhålla ett SGB-skydd är lägre än för ett SUB-skydd, kräver även denna att olika kompetenser koordineras för att de krav som skyddet ställer skall kunna verifieras vid ansökningstillfället och kontrolleras när skyddet väl erhållits. I Frankrike koordineras exempelvis arbetet med att bistå producenter med ansökningar om SUB och SGB av INAO. Det är också den myndighet som utför den nationella handläggningen av ansökningar om ursprungs och geografiska beteckningar. Idag finns totalt 441 registrerade SGB, 54 som är offentliggjorda som för närvarande behandlas inom EU och 79 som inlämnats och väntar på behandling.^{xxxvii}

2.4.3 Garanterad traditionell specialitet

Garanterad traditionell specialitet (GTS) används för livsmedel som består av råvaror som har en traditionell sammansättning eller som framställs genom traditionella tillverkningsmetoder. Enligt förordningen (EG) nr 509/2006 som reglerar GTS understryks att de livsmedel som kommer i fråga för en GTS ”tillverkas genom användning av hävdvunnen råmaterial, kännetecknas av hävdvunnen sammansättning, eller har producerats och/eller förädlats på ett sätt som återspeglar hävdvunnet bruk vad gäller produktion och/eller förädling”.^{xxxviii}

Vanligen ansöks GTS genom att de sökande använder sig av ett traditionellt recept. Det är ett något lättare att få jämfört med SUB och SGB, men det ger också ett relativt lågt skydd. Idag finns totalt 28 registrerade GTS, tio publicerade, samt sex inlämnade ansökningar som väntar på behandling.^{xxxix}

En viktig anledning till det låga intresset för att använda GTS är att de flesta producenter inte anser att det är värt ansträngningen med att registrera ett skydd som kan användas av vem som helst, även på andra platser. Trots att GTS är tänkt att användas av grupper av producenter har certifieringen kunnat erhållas också av stora livsmedelsföretag, vars enda syfte har varit att blockera ansökningar inom SUB- och SGB-skydden.^{xl} GTS har också använts som ett partiellt skydd mot utländsk konkurrens, den svenska hushållskosten exempelvis blivit skyddad inom kategorin GTS för att bättre kunna stå emot konkurrenstrycket från importerad ost från Polen och Danmark.^{xli} En annan anledning till det låga intresset är att GTS inte är en geografisk indikation i dess egentliga mening.

2.5 Olika kvalitetscertifieringar i jämförande perspektiv

Även om denna rapport inte fokuserat på de kvalitetscertifieringar som vanligen används i Sverige, är det av värde att jämföra dessa med SUB/SGB och GTS för att förstå skillnaden mellan dessa. En utgångspunkt är att kvalitetscertifiering för livsmedel uppfyller olika funktioner beroende av vilket led av produktionskedjan som certifieras och vilken typ av produkt som certifieras. Eftersom produktionsorganisationen och produkterna skiljer sig åt, behövs flera olika certifieringar för att stimulera en positiv

utveckling inom exempelvis miljö, rättvis handel, folkhälsa, eller annat viktigt område, eller för att korrigera identifierade problemområden. Således syftar inte jämförelsen inte till att främja eller förkasta någon av certifieringarna. De frågor som detta avsnitt försöker besvara är: Om vi redan använder oss av exempelvis Krav, Svenskt Sigill och Nyckelhålet, behövs det fler certifieringar? Och om de behövs, vilken funktion kan fyller de?

Tabell 2. Svenska och EU-gemensamma certifieringar – en jämförelse.

Modell	Djuretik	Miljö	Kvalitet	Säkerhet	Folkhälsa	Jordbruksmetod	Kulturarv/ursprung	Arbetsmiljö	Spårbarhet
Krav	X	X	X	X		X			X
Svenskt Sigill	X ⁷	X	X	X				X	X
Nyckelhålet			X	X	X				
SUB	X	X	X	X		X	X	X	X
SGB		X	X	X			X	X	X
GTS			X	X			X	X	X

Källor: Kravs regler juli 2010, www.krav.se 2010-09-08.

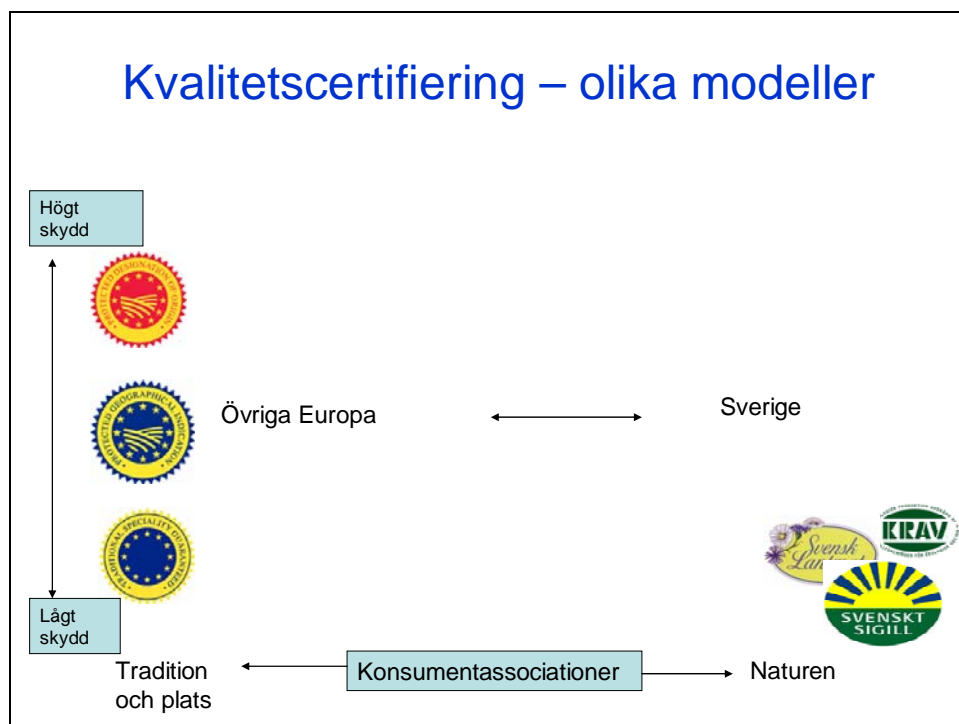
Livsmedelsverket, Vägledning för kontrollmyndigheter, Nyckelhålet, 2010-05-25, www.livsmedelsverket.se 2010-09-08.

Svenskt Sigill, IP Sigill Basregler, standard för kvalitetssäkrad primärproduktion av livsmedel, 2009. <http://www.svensksigill.se/kontrollmarkning/sv/konsument/konsument.php>, 2010-09-08.

Som framgår av tabellen ovan skiljer sig olika certifieringar från varandra beroende på vilka delar av produktionskedjan som certifieringen gäller. Certifieringarna används också för olika typer av produkter. Det är viktigt att framhålla att samtliga ovan nämnda certifieringar uppfyller viktiga funktioner och inte står i konflikt med varandra. Krav exempelvis kan med fördel användas på standardiserade och storskaligt producerade livsmedel, såsom vete och mjölk och det är viktigt att poängtera den positiva roll som de svenska miljöcertifieringarna spelar. En skillnad mellan miljöcertifieringarna och främst SUB, är att den senare omfattar certifiering av många av produktionskedjans länkar, vilket gör att det oftast är lättare att tillämpa på produktion i mindre skala. Det är dock inte alltid så, produktionen av Parmiggiano Reggiano till exempel bedrivs inom ramen för medelstora kooperativ som får sin mjölk från många småskaliga och extensiva mjölkgårdar. När det gäller SGB är skalan oftast mycket större, eftersom enbart en mindre del av produktionsprocessen behöver ske på den angivna platsen. Ett gemensamt drag för den strategi som tillämpas av länder som flitigt använt sig av SUB och SGB är att den kombinerar målen att bevara en levande landsbygd med att skapa tillväxt genom att främja entreprenörskap i befintliga företag. Den svenska strategin har bland annat betonat vikten av att uppfylla det miljömässiga hållbarhetsmålet. Det kännetecknas av produktmärkningsgarantier som garanterar kvalitet och livsmedelssäkerhet (bl.a. genom effektiva spårningssystem), samt värnar om miljön. Exempel på sådana märkningsgarantier är ett flertal ISO-standarder, KRAV, Rättvisemärkt, Odling i balans, Svensk Lantmat, Svenskt Sigill och Nyckelhålet. Det som Sverige har valt att fokusera på verkar vara en naturlig vidareutveckling av den hälso- och miljömedvetenhet som bland annat företräds av vissa konsument- och producentintressen och som vunnit allmän acceptans.^{xiii}

⁷ Regelverket är under utveckling när det gäller regler för lammproduktion, regler för transport och slakt av nöt och gris.

Bild 1. Skillnader i konsumentassociationer mellan EU:s ursprungs- och särartsskydd och vanliga svenska kvalitetscertifieringar.



Bilden ovan belyser några skillnader som kan vara av betydelse. Medan de certifieringar som är allra vanligast i Sverige ger konsumentassociationer som handlar om naturen och miljön, fokuserar SUB och SGB på platsen och kulturen kring produkten. Medan fokuseringen på produktionsplatsen och kulturen gör att producenten blir synlig för konsumenten, leder exempelvis Svensk Lantmat, Krav och Svenskt Sigill till att varan differentieras som miljövänlig och i vissa fall som svensk, men där producenten förblir osynlig.

2.6 Vad skiljer SUB, SGB och GTS från ett varumärke?

SUB, SGB och GTS fungerar och används som en kollektiv certifiering av livsmedel som utgör en gemensam ekonomisk och kulturell tillgång för en plats och dess invånare. För att förstå SUB, SGB och GTS funktion kan det vara lämpligt att jämföra dem med ett varumärke. Ett varumärke är ett kännetecken använt av ett företag för att särskilja sina produkter från varor och tjänster som tillverkas av andra företag. Det ger ägaren rätten att exkludera andra från att använda varumärket. Ett ursprungsskydd eller geografisk indikation talar om för konsumenten att varan har tillverkats på en viss plats och att den har vissa egenskaper som helt och hållet beror på produktionsplatsen. Det kan användas av alla producenter som vill tillverka produkten inom det område som ursprungsskyddet har avgränsats till och vars produkter delar samma egenskaper. Till skillnad från ett varumärke, kommer namnet vanligen att visa en tydlig anknytning till den plats där varan är producerad.^{xliii}

På en världsmarknad där livsmedelsföretagen blir allt färre, större och starkare har varumärken kommit att bli en allt viktigare ekonomisk resurs. Starka varumärken uppfattas som en central strategisk resurs. Varumärket kan till exempel tas upp till enorma belopp i företagsvärderingar eftersom de utgör grunden i företagets kommunikation med kunden. Ett varumärke hjälper konsumenten att identifiera och köpa en produkt eller tjänst. Ursprungs- och särartsskydd har samma funktion som ett varumärke i kommunikationen med kunden, skillnaden mellan de båda är att de kommunicerar olika saker.^{xliiv}

Att kunna kommunicera effektivt med sina kunder och att kunna skapa en känslomässig relation till konsumenten som gör att kunden är villig att välja en vara framför en annan har också blivit allt viktigare för små rurala livsmedelsföretag. Men det kan vara svårt för småskaliga livsmedelsproducenter att ha de personella och ekonomiska resurser som krävs för att registrera ett varumärke. Kollektiva kvali-

tetsmärknings/skydd som SUB, SGB eller GTS är ett alternativ som stärker varans profil gentemot konsumenterna och som kräver mindre egna insatser. Ett gemensamt särdrag för SUB, SGB och GTS som kollektiva kvalitetsmärknings/skydd är att de är kopplade till produkten, dess ursprung, dess plats i den lokala/regionala kulinariska traditionen och till den traditionella kunskap som bidragit till dess tillkomst och bevarande under långa perioder. Till skillnad från ”vanliga” industriellt tillverkade livsmedel, är de livsmedel som kan certifieras, särskilt genom SUB och SGB, ekonomiska och kulturella tillgångar för lokalsamhällen och dess invånare.

Kapitel 3. Fördelar och nackdelar med SUB och SGB

Antalet livsmedel som certifierats inom GTS-klassen är ganska litet och det finns i princip inga utvärderingar som möjliggör att några slutsatser kan dras om betydelsen eller värdet av denna certifiering. Den allmänna uppfattningen om GTS-certifiering är att den inte fungerar. Vi vill dock inte dra sådana slutsatser utan konstaterar att det saknas underlag för att kunna göra en djupare utvärdering av GTS-certifiering vid detta tillfälle, Rapporten kommer därför fortsättningsvis att fokusera på SUB och SGB.

3.1 För- och nackdelar med certifiering/ursprungs och särartsskydd – slutsatser från tidigare studier

Tidigare och pågående forskningsprojekt har producerat en omfattande akademisk litteratur om geografiska ursprungsbeteckningar i allmänhet och om SUB och SGB i synnerhet. I tidigare artiklar behandlas frågor om juridik, ekonomi, kultur, politik, naturvetenskap, miljö, med mera. Dessa varierar från det rent teoretiska till det rena empiriska och har bidragit till att öka vår förståelse för vad SUB och SGB är och hur de kan påverka landsbygdsutveckling.

Under detta avsnitt redovisas resultatet från två stora utvärderingar av SUB och SGB certifiering. Dessförinnan är det viktigt att nämna en tidigare svensk undersökning som studerade hur SUB- och SGB-produkter hade påverkat sin produktionsregion. Studien togs fram som ett examensarbete vid Lunds Universitet och publicerades senare i rapportform av Livsmedelsekonomiska institutet (SLI), vid Lunds Universitet under 2006.^{xiv} SLI-studien sammanfattar resultat från tidigare forskning och diskuterar viktiga aspekter av certifieringarna, exempelvis om de bidrar till landsbygdsutveckling, om de genererar prispremier för producenter, med mer. Studiens slutsatser sammanfattas av ett antal argument för SUB- och SGB-certifiering, till exempel ökat konsumentintresse, i vissa fall ökade inkomster och mot SUB- och SGB-certifiering, till exempel att de kan leda till ökade kostnader och att de inte alltid stoppar strukturrationalisering på landsbygden. Eftersom diskussionerna om SUB och SGB och Trips-avtalet fortfarande pågick när SLI-rapporten togs fram och då det hänt mycket inom området sedan dess har vi här valt att fokusera på två större utvärderingar av systemet.

Den första är en omfattande studie med ett stort antal fallstudier i ett flertal länder som genomfördes under 2006 och som slutrapporterades mellan 2006 och 2008. Den viktigaste frågan i den studien var hur en kvalitetscertifiering påverkar en kvalitetsvaras produktionskedja. I den studien är SUB och SGB enbart två av ett flertal utvärderade certifieringar. Den andra studien är en utvärdering av SUB och SGB. Syftet med studien var att sammanställa detaljerad information om tillämpningen och användningen av SUB och SGB under perioden 1992–2006, samt att utvärdera effektiviteten för SUB och SGB som verktyg. Båda studierna utfördes på beställning av EU. Den senare har blivit ett av de underlag som används när kommissionen nu skall reformera SUB och SGB-certifieringen.

3.2 Effekten av kvalitetscertifiering på livsmedelskedjan

Den första studien utvärderar flera olika typer av livsmedelscertifieringar, däribland SUB/SGB. Huvuddelen av undersökningen genomfördes mellan 2005 och 2006 och omfattade exempel från flera EU-länder och består av djupare landanalyser från Tjeckien, Danmark, Finland, Frankrike, Polen, Spanien och Sverige.

Utvärderingens syfte var att undersöka om kvalitetscertifieringar bidrog till att ge mervärde åt producenter, vilka för- och nackdelar som olika typer av kvalitetscertifieringar medför, samt att mäta de ekonomiska effekterna av de olika certifieringarna. Fallstudierna baserades på erfarenheter med den spanska SUB-olivoljan Baena, den holländska Boerenkaas ostypen (flera ostar hör till Boerenkaas, Gouda och Edamer är två sådana), som omfattar både en SUB, nämligen *Boeren Leidse*, och en GTS,^{xvi} den

franska SUB-osten Comté som också anses vara den främsta franska SUB-produkten,^{xlvii} spanska SUB-skinkan Dehesa de Extremadura,^{xlviii} EurepGAP-certifieringen⁸ för frukt och grönsaker i Europa,^{xlix} Label Rouge kyckling i Frankrike,^l den nationella tyska köttcertifieringen Neuland,⁹ den italienska SUB certifierade Parmigiano Reggiano ostenⁱⁱ i Italien, samt Röd traktorpotatis från Storbritannien.^{lii}

Vid en genomgång av de fallstudier som avsåg SUB och SGB framstår en rad fördelar med certifieringen. Dessa fördelar är tämligen samstämmiga, men de är svåra att kvantifiera i ekonomiska termer. Nackdelarna eller kostnaderna förenade med certifieringen skiljer sig åt från fall till fall och blir därför svårare att generalisera. I det följande avsnittet sammanfattas först fördelarna och kostnaderna i tabellform. Dessa kontextualiseras sedan genom en kort sammanfattning av två av fallstudierna, nämligen Baena olivolja och Comtéost.

Tabell 3. Fördelar för producenter och konsumenter.

Produkt	Fördelar för producenten	Fördelar för konsumenten
Baena Olivolja Ursprung Spanien	<ul style="list-style-type: none"> • Ger stabilitet i försäljningen • Ökar medvetenheten om kvalitet i allmänhet och kvalitetsförbättring i synnerhet • Bidrar till landsbygdsutveckling i regionen • Reklamaktiviteter gynnar hela olivoljeproduktionen från regionen (med eller utan certifiering). 	<ul style="list-style-type: none"> • det geografiska ursprunget • en överlägsen organeoleptisk kvalitet • produktsäkerhet • traditionell produkt • garanterad kvalitet
Boerenkaas Ursprung Nederländerna	Ökar värdet på mjölken Skapar arbetstillfällen i primärproduktionen	Säker produkt Traditionell produkt med speciell smak
Comté-ost Ursprung Frankrike	Högre mjölkpris Bidrar till att bibehålla antalet mjölkgårdar (jämfört med icke-certifierad produktion)	En väl definierad och differentierad produkt
Dehesa de Extremadura Skinka Ursprung Spanien	Priser är något högre för SUB varor Fördel genom nischmarknadsföring Ökad medvetenhet om kvalitet Utveckling av regionen	Säker produkt Traditionell produkt Kvalitetsgaranti Djurhänsyn (extensive produktion och foder) Certifieringen samstämmer med produktens egenskaper
Parmigiano Reggiano Ursprung Italien	Bönder får högre pris men har också högre produktionskostnader Vid sjunkande mjölkpriser kan vinsten minska även om den totala inkomsten förblir positiv	Hög kvalitet för traditionella produkter Nedåtgående pristrend tack vare massiva kampanjer från stora aktörer inom dagligvaruhandeln och introduktion av privata varumärken

Källa: Gay, S. H., Economics of food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain, Final Report, 2006, <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html#reports>, 2010-09-10.

⁸ EurepGAP är en gemensam standard för certifiering av primärproduktion (jordbruksdrift) som skapades under 1990-talet av flera europeiska snabbköpskedjor och deras större leverantörer. GAP är en akronym för *good agricultural practices*, dvs goda jordbruksmetoder.

⁹ Neuland är en fristående och privat certifiering för kött som grundades 1988. Syftet med certifieringen är att garantera djurskydd och miljövänlig djuruppfödning.

Som framgår av ovanstående tabell konstaterades prispremier för råvaruproducenter i fyra fall av fem. Certifieringen bidrog också till att producenterna blev mer medvetna om kvaliteten. I två av fallen angavs att landsbygdsutveckling blivit ett resultat av certifieringen, med detta avses en ökning av arbetstillfällena direkt och indirekt, en ökning av intäkterna för producenterna, samt ett ökat intresse för turismen till regionen. Ökad ekonomisk stabilitet, ökat eller bibehållet antal arbetstillfällen eller enheter i primärproduktion angavs också som en positiv effekt i samtliga fall.

Tabell 4. Kostnader för producenten.

Produkt	Direkta kostnader för certifiering (medlemskap, mm)	Indirekta kostnader för att uppfylla certifieringens normer
Baena Olivolja Spanien	Inte tillgängligt	Obefintliga i produktionsledet eftersom all produktion i regionen uppfyller kraven för Baena SUB certifieringen. I processledet finns restriktioner angående pressningsteknik, pressningens längd, syrenivå och föroreningar.
Boerenkaas-ost Nederländerna	Kontroller avseende livsmedelshygien och produktionsprocessen: Kostnaden är 0.01 € per kilo ost. Kvalitetsreglering och ostkontrollen 0,02 till 0,03 € per kilo ost. KB märkningskontroll – icke specificerat.	Förädlingen sker på gården Små produktionsenheter Mjölken pastöriseras Högre risk att produktionen slår fel
Comté-ost Frankrike	Produktionskvotsavgift 10 cent per kilo Kvotavgiften stiger till 2 € per kilo vid överskridande av kvoten. Avgift om 3 € per ton till INAO för SUB kontrollen. Avgiften utgör cirka en fjärdedel av INAOs uppskattade kostnad för kontrollen	Begränsningar angående foder, avel och ras, besättningsdensitet och mjölktransporter Små gårdsmejerier Lång lagringstid
Dehesa de Extremadura-skinka Spanien	Frekventa kontrollen under hela produktionskedjan. Registrerade gårdar betalar avgift till regeringsrådet om 5 € per djur Beredningsföretagen betalar en avgift som baseras på den totala produktionen.	Mycket extensiv produktion som baseras på ekollon. Inget ytterligare foder Produktionskostnad per kilo mycket högre än standard-Ibéricoskinkan. Beredning enligt strikta regler. Inte tillåtet att kombinera beredningsprocessen med annan produktion.
Parmigiano-Reggiano Italien	6 € per osthjul vid certifiering som sker 12 månader efter produktionstillfället, alternativt 17-18 cent per såld kilo ost.	Begränsningar i foderstatus, avel och ras, besättningsdensitet, mjölktransport samt mjölkens beredning (pastörisering)

Källa: Gay, S. H., Economics of food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain, Final Report, 2006, <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html#reports>, 2010-09-10.

Det finns även en rad nackdelar och kostnader förenade med certifieringen. Det allra största problemet med certifieringen är att den i vissa fall kan leda till att administrationen kan bli tungrodd och till och med dubblerad. Detta är något som författarna påpekar i sina rekommendationer. Eftersom erfarenheterna skiljer sig åt är det svårt att peka på en generell orsak till att administrationskostnaden kan bli hög. Det fanns också en oro för att certifieringen kunde utgöra ett konkurrenshinder som kan leda till problem för den gemensamma marknadens funktion. Detta är ett vanligt argument i Sverige. Att certifieringen innebär att de producenter som inte uppfyller kraven eller inte finns inom det angivna geografiska produktionsområdet inte kan använda certifieringen kan i sig klassas som ett konkurrenshinder. Ett känt exempel i detta avseende är diskussionen om avgränsningen av champagne – vad är det som gör att de producenter som finns inom ett område kan producera en produkt av en viss kvalitet och inte dess omedelbara grannar? Detta är naturligtvis ett svårt dilemma som enbart kan lösas i förväg när den geografiska avgränsningen av certifieringen bestäms. Certifieringens kostnader och utdragna process ses också som ett hinder för certifiering av varor från mindre utvecklade länder,^{liii} vilket i synnerhet gäller småskaliga producenter (av till exempel kaffe, choklad och andra högkvalitativa kolonialvaror).

Till sist, den värdeökning som en SUB/SGB kan innebära skapar oro över bristande transparens i certifieringen av vissa produkter.^{liv,lv} Detta problem är något som finns inbyggt i systemet. Certifieringen innehas av producentgrupper som skall vara överens om kvalitet, de delar på kostnader kring certifieringen och mycket annat. Det förekommer att producenterna kommer överens om minimipriser, vilket är svårt att komma åt.

Kostnaderna för kontroll av certifieringen, samt för diverse hygienkontroll utgör en tydlig kategori. Medan extrakostnader för kontroll av livsmedelshygien inte är unikt för SUB och SGB-livsmedel, är kostnaden för certifieringskontrollen och avgifter för certifieringen en merkostnad jämfört med konventionella produkter. SUB- och SGB-produkter visade sig i fyra fall av fem ge upphov till prispremier som ansågs kompensera för de högre kostnaderna. Den angivna direkta kostnadsnivån är dock tämligen låg. Bland de indirekta kostnaderna finns däremot en del kostnader som en storskalig konventionell produktion saknar. Dessa kostnader är relaterade till produktionsskalan och kvaliteten på insatsvarorna. I samtliga fall omfattade produktionskedjans samtliga steg högre kostnader vid en jämförelse med en konventionell produktionskedja. För skinkan Dehesa de Extremadura till exempel är kostnaden för foder och kravet på specialisering på endast denna typ av produkt utmärkande. För Parmigiano Reggiano var kostnaderna högre jämfört med konventionell produktion under hela produktionskedjan. Nivån på de indirekta kostnaderna har inte angetts, vilket försvårar möjligheten att kunna tolka hur mycket högre de indirekta kostnaderna var för att uppfylla certifieringens krav.

Vid en jämförelse av fördelar och kostnader framgår att certifieringen ger högre kostnader men även högre intäkter. I dessa fall uppgavs att de högre kostnaderna kunde kompenseras genom högre priser och stabilare marknader.

3.2.1 Baena extra virgin-olivolja med SUB-certifiering

Baena är en andalusisk olivolja och en av de äldsta och mest kända olivoljorna i Spanien. Dess SUB-certifieringen registrerades den 28 december 1995 och endast två andra andalusiska olivoljor erhöll SUB-certifiering före Baena, nämligen Sierra de Segura och Priego de Córdoba. Medan Baena tidigare var en av de få olivoljor som åtnjöt hög prestige bland konsumenterna på grund av sin kvalitet, har tillkomsten av flera SUB-certifieringar under det senaste decenniet minskat prestigegapet mellan Baena och andra produkter.

När undersökningen genomfördes hade Baena 17 procent av den totala andalusiska marknaden för extra virgin-olivoljor med SUB, år 2010 hade konkurrenterna knappt in på denna marknadsandel och Baenas andel i Andalusien uppgick då till 12,9 procent av totalen. Den viktigaste försäljningskanalen för oljan utgörs av de stora dagligvarukedjorna. Mellan 1994 och 2005 har andelen av försäljningen via stora dagligvarukedjor ökat från 23,1 procent till 52,7 procent, samt via de nya och allt mer frekventa hypermarknaderna (exempelvis Carrefour) där andelen under samma period ökade från 15,9 procent under 1994 till 34,3 procent under 2005.^{lvi} De senaste åren har strukturen inom dagligvaruhandeln förändrats betydligt och andelen mindre familjeägda dagligvarubutiker har minskat och ett fåtal stora, ofta transnationella dagligvarukedjor har kommit att bli allt mer dominerande.^{lvii} Att en ökande andel Baena-olivolja säljs via stora detaljhandelskedjor kan ses som en naturlig utveckling eftersom strukturen av

dagligvaruhandeln har förändrats. Men att man har lyckats få tillträde till de stora aktörerna inom detaljhandeln tyder också på en lyckad marknadsföringsstrategi på hemmamarknaden.

En intressant iakttagelse är att antalet SUB-certifierade olivoljor i Andalusien har ökat stadigt. När utvärderingen genomfördes uppgick de till elva stycken, idag uppgår de till totalt 13 stycken. Det framgick av studien att det fanns en tydlig prispremie för Baena för både oljeindustrin och detaljhandeln, men prispremie saknades för olivbönderna. Detta kompenseras till viss del av att det är mer lönsamt för oljekooperativen att sälja SUB-olja och bönderna är ofta medlemmar i kooperativen. Priset för SUB-olja är också betydligt mer stabilt än för icke certifierade oljor. Stabiliteten ger bönderna helt andra villkor än bönder inom andra branscher upplever.^{lviii} Det ökade antal certifieringar har också gjort att allt fler bönder omfattas av SUB-certifierad produktion.

EU utvärderingen tog endast hänsyn till ekonomiska faktorer, men ny forskning visar att SUB certifiering kan vara ett bra verktyg för att begränsa negativ påverkan på miljön, även när grundproduktionen sker inom en nationalpark som produktionen av Olivoljan ”Sierra de Segura”. Oljan innehar Andalusiens äldsta SUB certifiering.^{lix}

Efterfrågan på SUB-certifierad extra jungfruolja ökar stadigt och i högre utsträckning än efterfrågan på vanlig olivolja. Hela 80 procent av produktionen uppnår den högsta kvalitetsklassen, men en stor del av produktionen används till att förbättra kvaliteten på vanlig raffinerad olja, därför omfattas endast 15procent av den totala produktionen av SUB-certifierad olja. Utredningen menade att en anledning till detta var att det saknas kunskap och erfarenhet inom kooperativen för att kunna förbättra marknadsföringen. Ett konkret problem var att det saknades förpackningar i olika storlekar för att kunna nå olika målmarknader. Ett annat problem är att distributionen av den icke-certifierade oljan kontrolleras av stora industrier. Dessa aktörer har förmåga att påverka marknadspriserna – ibland även genom prispekulation. Deras behov av att använda den bästa oljan som förbättringskomponent i olja av sämre kvalitet kan också ses som en faktor som begränsar möjligheten att omfatta en större andel av utbudet i certifieringen.

Den främsta fördelen med certifieringen var enligt utredningen att certifieringen har bidragit till landsbygdens utveckling i regionen genom en förstärkning av landsbygdens och regionens identitet. Produktionsområdet har blivit ett erkänt namn. Detta har haft relevans för andra sektorer, till exempel turism och övrig tjänstesektor. Certifieringen har också ökat medvetenheten om kvalitetsens betydelse – både hos producenter och konsumenter. Det har även bidragit till en bättre positionering och ökad lönsamhet för andra certifierade och icke certifierade olivoljor från regionen.

Den största nackdelen tycks vara att den stora ökningen av SUB-certifierade olivoljor i Spanien i allmänhet, och i Andalusien i synnerhet har lett till att graden av differentiering av Baena SUB-certifierade olivolja har minskat i relation till andra oljor. Det stora antalet SUB-olja tenderar att skapa förvirring för konsumenterna, vilket leder till en trivialisering av produkten.^{lx} Detta bekräftas av ny forskning som menar att ökningen av antalet SUB-certifierade olivoljor har lett till en marknadsmättnad som tenderar att urholka värdet för certifieringen.^{lxi}

3.2.2 Fallet Comté-ost, Frankrike

Comté är en mycket gammal regional öst-fransk produkt, vars förekomst har daterats till antiken. Kunskapen om produkten har fram till 1800-talet förts från generation till generation genom muntlig tradition. Produkten är mer känd som Gruyere, eller Gruyere de Comté. Comté blev klassad som AOC-produkt¹⁰ med stöd av lagstiftning redan 1952. Liksom andra produkter som var certifierade inom det franska AOC-systemet beviljades Comté SUB-certifieringen 1996 genom ett förenklat fast-track-förfarande.^{lxii} Även om den av EU genomförda utvärderingen studerar stora delar av produktionskedjan för Comtéosten, ställs aldrig frågan om för- och nackdelar med SUB-certifieringen. En viktig anledning är att produkten även varit certifierad under det tidigare franska systemet vilket försvårar en mätning av SUB-certifieringens värde.

¹⁰ AOC översätts som ”kontrollerad ursprungsbeteckning”. Den franska certifiering som beviljas vissa franska geografiska ursprungsbeteckningar för vin, ostar, smör och andra jordbruksprodukter, alla under ledning av Institut National des Appellation d’Origine (INAO)

Utvärderingen visar att det finns en tydlig prispremie för Comté mjölk, då priset på mjölk från Comté är betydligt högre än det genomsnittliga mjölkpriset i Frankrike. Skillnaden mellan konventionell mjölk och Comté mjölk har också ökat över tiden. Mellan 1990 och 2003 ökade kostnaden för tillverkning av Comté med mer än 10 procent jämfört med övrig mjölk. Trots certifiering och prispremie minskade antalet mjölkbönder som arbetar med produktion av Comté mjölk från 5 565 under 1992, till 3 948 år 2004, det motsvarar en minskning på 29 procent av mjölkleverantörspopulationen. Den negativa trenden har fortsatt och idag uppges blott 3 000 mjölkbönder vara leverantörer åt Comté.^{lxiii} Trots att SUB-certifieringen inte tycks stoppa minskningen av antalet mjölkleverantörer var nedgången bland dessa mindre än för mjölkbönder i övriga Betagne och i hela Frankrike. För perioden mellan 1992 och 2004 minskade motsvarande antalet mejerijordbruk för konventionell mjölk med 40 procent av populationen.^{lxiv} Eftersom den senaste uppdateringen av den nationella statistiken gjordes år 2007,^{lxv} saknas för närvarande en uppskattning av det totala antalet mejerijordbruk under 2010, men enligt den senaste utgåvan av World Dairy Situation 2009, påverkades produktionen av mjölkpulver och andra standardprodukter hårt av vikande efterfrågan framför allt under 2009, en ytterligare minskning av mjölkleverantörer, även på nationell nivå är därför att vänta.^{lxvi} Minskningen av antalet mejerijordbruk matchades av en motsvarande produktionsökning. För Comtés producenter var produktionsökningen 35 procent medan motsvarande siffra för konventionell produktion var 59 procent.

Den lokala marknadens betydelse för försäljning av Comté verkar gradvis ha minskat, detta har kompenseras av att försäljningen har ökat på andra håll i Frankrike. Exporten har ökat marginellt, jämfört med andra sorters hårdost uppvisar Comté en högre grad av stabilitet när det gäller försäljning och prisnivå. De viktigaste exportmarknaderna är Tyskland och Belgien. En trolig orsak till att konsumtionen av Comté har ökat i områden utanför sitt ursprungsområde är att omfattande marknadsföringsinsatser ständigt genomförs. Under 2004 uppgick exempelvis totala försäljningen till 243 miljoner euro, samma år uppgick marknadsföringsbudgeten till 4,2 miljoner euro, alltså cirka 1,7 procent av omsättningen.

Comté-ostens viktigaste försäljningskanaler utgjordes av dagligvarukedjor. Vid undersökningens publicering såldes 74 procent av Comtéosten via de fem största dagligvarukedjorna (Carrefour, Leclerc, Auchan, Intermarché och Système U). Carrefours andel uppgick till 25 procent medan rabattvaruhusens andel var cirka 4 procent (bland dessa finns Lidl, Aldi, Norma & Penny Market). Dagligvarukedjorna har över tid fått en ökad betydelse som försäljningskanal. Detta visar att Comtéproducenterna har varit framgångsrika med att få ut sina produkter via de dominerande marknadskanalerna. En baksida är att ett ökat beroende av färre aktörer och därmed också en ökad sårbarhet.^{lxvii}

Eftersom frågan om SUB-certifieringens betydelse aldrig ställdes i denna studie är det svårt att sammanfatta vilka de största för- och nackdelarna med certifieringen är.

Trots det är det möjligt att skönja två svar som kan ha ett direkt samband med certifieringen. Det första är att takten i strukturrationaliseringen verkar vara lägre för mejerijordbruk som levererar mjölk till Comté än för övriga mjölkleverantörer. Detta kan bero på prisstabiliteten och de prispremier som Comté mjölken ger upphov till. Att konsumtionen av Comté minskar på den lokala marknaden och ökar på andra håll i Frankrike och Europa tyder troligtvis på att en viss mättnad har uppstått på hemmamarknaden. Orsaken är svår att uppskatta utifrån rapportens innehåll, men det kan vara troligt att Comté har fått konkurrens av andra franska ostproducenter. Minskningen kompenseras dock av att konsumtionen av Comté i övriga delar av Frankrike och Europa har ökat sedan certifieringen erhöles, vilket skulle kunna tydas som att certifieringen har haft en positiv effekt. Det är dock svårt att dra några slutsatser utifrån just denna rapport. Ökningen skulle exempelvis också kunna bero på det allmänna intresset för ”produkter med en historia”, som båda dessa rapporter och annan forskning vittnar om.

3.2.3 Kvalitetscertifieringens effekter på utbudskedjans dynamik

Kvalitetscertifiering i allmänhet och SUB och SGB i synnerhet påverkade produktionskedjans dynamik på ett flertal positiva och negativa sätt. Medan identifieringen av konsumentnyttan var relativt enkel visade det sig svårt att kvantifiera den fulla ekonomiska betydelsen av certifieringarna. Några direkta effekter var dock att samtliga livsmedel, producerade inom eller utanför EU tvingas att upprätthålla hög kvalitet avseende livsmedelssäkerhet och hygien, certifieringarna gav EU:s lantbrukare och producenter detaljerade och standardiserade normer och regler avseende djurvälstånd, miljöskydd, och livsmedelskvalitet. Den viktigaste ekonomiska effekten var att certifieringarna gav lantbrukare och livsmedelspro-

ducenter tillgång till nyckelmarknader. I detta avseende kan SUB och SGB vara viktiga entreprenöriella verktyg som hjälper producenterna att synas på marknaden. Detta uppfylls genom att certifieringen ger en differentiering vid en jämförelse med en ”vanlig” icke-certifierad produkt. Certifieringen visade positiva effekter på landsbygdsutveckling (turism, infrastruktur, mm) och bidrar till att bibehålla lokal kultur och traditioner, samt till att förbättra det lokala sammanhanget i rurala områden. Certifieringarna ledde till högre ersättningsnivåer för samtliga inblandade i produktionskedjan, men de innebar också höga, främst indirekta kostnader för att uppfylla certifieringarnas krav (insatsvaror, produktions och beredningsprocess). En annan viktig sammanfattande slutsats var att certifieringen är mest framgångsrik när förmåga till adekvat marknadsföring och målstyrning finns.^{lxviii} Det är viktigt att framhålla att även om de här presenterade fallen var tämligen framgångsrika, så finns det anledning att noggrant överväga för- och nackdelar (kostnader) i varje enskilt fall när ett beslut om ansökan om certifiering skall tas.

Projektgruppen för denna studie lämnade följande rekommendationer som enbart rör SUB och SGB:

1. Det är viktigt att underlätta och stödja de småskaliga producenternas gemensamma agerande avseende ansökning och efterkontroll av certifieringen.
2. Ansökningsprocessen tar alldeles för lång tid, det vore nödvändigt att snabba upp processen från ansökan till registrering av certifieringen slutförts.
3. Att ändra i specifikationen för en certifiering är nästan lika omfattande process som certifieringens första registrering.
4. Det är viktigt att synliggöra och förbättra statusen för SUB/SGB och GTS-certifieringarna.
5. Det är viktigt att undersöka hur certifieringen kan höja värdet för slutprodukten för att säkra att exklusiva produkter i Europa och resten av världen associeras med deras certifiering.
6. Det är nödvändigt att undersöka sambandet mellan traditionella produktionssystem, certifieringen och möjligheter till innovation
7. Det skulle vara av värde att skapa ett riktmärke för certifierade produkter från icke-EU-länder för jämförelse med existerande relevanta motsvarigheter från EU.^{lxix}

3.3 Tillämpningen och effektiviteten av SUB och SGB – samt SGB certifiering av Svecia

Under 2008 genomförde London Economics en utvärdering av SUB och SGB för EU:s räkning. Syftet var att utvärdera hur dessa certifieringar används och om de är effektiva ekonomiskt verktyg. Utvärderingen omfattade 15 produkter från olika EU-länder, däribland den svenska SGB-certifierade osten Svecia.^{lxx}

Några av studiens generella slutsatser var att jordbrukssektorns storlek, uppmuntran till att använda certifieringen, förekomsten av en stark matkultur samt när länderna blev medlemmar i EU var signifikanta faktorer som påverkade nyttjandet av certifieringen. Ett land där myndigheterna uppmuntrar till att ansöka om SUB/SGB kommer i genomsnitt att ha 14 fler SUB och elva fler SGB än ett land där detta inte uppmuntrats. Länder i södra Europa kommer i genomsnitt att ha 32 fler SUB och 21 fler SGB än länder som inte ligger i södra Europa. Nya medlemsländer kommer i genomsnitt att ha 15 färre SUB och 13 färre SGB än äldre medlemsländer.^{lxxi} En annan viktig slutsats var att i länder som inte tidigare har använt sig av SUB eller SGB kommer det att ta tid innan producenter och konsumenter lärt sig vad de står för.

Ansökningsprocessen och beredningen hos de olika nationella myndigheterna skiljer sig åt. Det stöd som myndigheter från medlemsländerna ger är också olika. I vissa länder är stödet mycket omfattande, medan det i andra länder, som till exempel Sverige, i stort sett uteblir. Invändningsprocessen mot en ansökan skiljer sig åt i de olika medlemsländerna. Även kontrollen av certifieringen uppvisar nationella skillnader. Den mängd resurser som satsas på certifiering varierar således kraftigt. Detta gör att graden av harmonisering gällande tillämpningen också uppvisar betydande skillnader. Närmare 77 procent av alla SUB och SGB-certifieringar innehåller av Frankrike, Grekland, Italien, Spanien och Portugal (se Tabell 1).

Några av fördelarna är att certifieringen förstärker företagets konkurrenskraft och lönsamhet. Producenterna kunde i 14 av de 18 fall som studerades konstatera att priset på deras varor ökade. Påslagen var dock kraftigt varierande. Studien jämförde också dessa varor med en jämförelsevara. Det visade sig att 10 av de 18 varorna hade ett högre pris än jämförelsevaran och att 10 av de 18 också hade högre kostnader för produktion och certifiering. Därav drog studien slutsatsen att ett högre pris inte nödvändigtvis ökade vinstmarginalen. För dagligvaruhandeln ansågs nyttan av certifieringen ringa eftersom dessa produkter endast utgör en mycket liten del av den totala försäljningen, små specialiserade affärer uppgav en högre nytta på grund av produkternas höga kvalitet och goda rykte.

Tabell 5. Resultat från en intressentbaserad enkät om värdet av SUB och SGB. *

Produkt	Lönsamhet	Stabilitet	Rykte	Tillgång till marknadskanaler
Esrom	1,5	2,0	1,5	3,0
Feta	1,4	1,3	1,9	1,9
Fromage de Herve	1,8	3,0	2,5	3,0
Jambon d' Ardenne	2,0	2,0	4,0	2,5
Jamón de Teruel	4,1	3,9	4,7	4,4
Jersey Royal Potatoes	4,0	4,0	3,8	1,6
Lubecker marzipan	3,0	4,0	5,0	3,5
Mela val di non	2,0	2,3	2,6	1,9
Toscano	2,3	2,7	3,7	3,8
Sitia Lasithi Kritis	2,5	2,8	3,3	2,8
Spreewälder Gurken	2,0	2,4	2,1	1,7
Svecia	2,5	2,5	3,0	3,0
Turrón de Alicante/Jijona	3,0	3,3	3,9	3,3
Volaille de Bresse	2,9	3,9	4,6	2,9
Whitstable Oysters	1,5	–	–	–
Riz de Camargue	2,5	3,3	4,2	3,3
Genomsnitt för samtliga	2,5	3,0	3,5	2,9

* Intressenterna rankade nyttan av SUB och SGB på en skala mellan 1 och 5 och resultatet utgör ett genomsnitt. Källa: London Economics, *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, Final report, 2008.

I tabellen ovan framgår resultatet av en självvärdering som aktörerna i livsmedelskedjan för de olika undersökta livsmedlen ombads att göra. Självvärderingen gick ut på att ta reda på vilket värde olika aktörer i produktionskedjan ansåg att de hade av certifieringen.

Resultatet tyder på att i flera av fallen ansågs certifieringen bidra till lönsamhet, en stabil marknadsutveckling, att höja produkternas rykte, samt ge tillgång till marknadskanaler. Resultatet är dock inte

entydigt positivt, Fetaost, Esrom och Whistable Oysters visar på ett väldigt dåligt resultat. Det kan därför vara av intresse att gå vidare och ta reda på varför det förhåller sig så.

Självvärderingen för Svecia, som innehar SGB-certifiering sedan 1997, omfattar siffror som ligger på en genomsnittlig nivå. Det är förvånande höga siffror med tanke på att certifieringen är tämligen okänd i Sverige. En viktig fråga uppstår, nämligen, vilket värde har SGB-certifieringen medfört för Svecia-producenterna?

Frågan ställdes till Joakim Larsson, verksamhetsansvarig för Ostfrämjandet, som också är ansvarig för arbetet med SGB-certifieringen av Svecia.

Larsson berättade att Ostfrämjandet och Svensk Mjök vid tidpunkten för EU-inträdet¹¹ genomförde en undersökning om huruvida man skulle försöka skydda svensk ostproduktion genom varumärkeskydd eller genom SUB eller SGB. Undersökningen gällde hårdostar (Hushållsost, Grevé, Prästost, Herrgård och Svecia). Det visade sig att Svecia lämpade sig för en ansökan om SGB. Svecia producerades av ett fåtal producenter inom ett någorlunda avgränsat område. Samma fundering fanns kring de övriga hårdostarna, men när det gällde Grevé, Präst och Herrgård fanns alldeles för många tillverkare just då och många ville vara med för att kunna börja tillverka ostarna. Det uppstod en svårighet i hur man skulle välja vem som fick vara med och vem som inte fick vara med. Man valde därför att inte gå vidare med att certifiera de andra ostarna. Att valet för Svecia blev SGB är att registrerade varumärken ofta är utsatta för intrång. ”Många accepterar inte att vi äger varumärkena för präst, grevé och herrgård. Det är en fråga om vilket skydd man kan få”.

En anledning till att svensk ost behöver skyddas är att det förekommer intrång på varumärkesskyddet hela tiden. Att bevaka varumärkena kostar ett par miljoner per år. SGB-skyddet har för Svecia inneburit att märkningen respekteras. Larsson anser att det finns stora fördelar med ursprungsskyddet om man kan få SUB eller SGB. Men GTS innebär att bara själva receptet är skyddat, vilket inte ger något skydd alls. Det är enligt Larsson ett misslyckat projekt. En utländsk tillverkare kan framställa en kopia och komma undan med att använda produktnamnet om de tar bort GTS-märkningen. Detta trots att kostnaden för att få GTS-certifieringen, precis som med SUB och SGB är ganska hög. Det kanske är lättare administrativt, men om man skall genomgå hela ansökningsförfarandet, så vill man få det bästa möjliga. En orsak till problemet med GTS är att det inte finns någon kännedom bland allmänheten om vad detta är. Den har inget PR-värde i Sverige. Allmänheten vet inte heller vad SUB och SGB är. Eftersom svenska folket inte vet vad detta är, blir effekten i handeln låg. Det stimulerar inte och ger inget utrymme för att ta ut ett högre pris.

Vidare menar Larsson att det i Sverige finns många olika märkningar, men att vi i Sverige saknar tradition av skyddade beteckningar. Han anser att Livsmedelsverket eller något annat statligt organ skulle ha tagit på sig ansvaret för att informera allmänheten om detta. Han jämför SUB och SGB med nyckelhålet som är en märkning som Livsmedelsverket har ansvar för. I det fallet har Livsmedelsverket under en lång tid lagt stora resurser på att informera allmänheten och bygga upp kunskap om certifieringen.

Det har nöts in under många år, det är inte alls samma sak när det gäller ursprungsmärkningar, där har Livsmedelsverket inte satsat några resurser alls.

Larsson påpekar att SGB-certifieringens främsta fördel för Svecia är att vi inte får någon konkurrerande import, eftersom SGB-certifieringen har en stark legal effekt. På frågan om vad en större satsning på SUB och SGB certifiering skulle kunna innebära svarar han att exporten av svenska livsmedel skulle kunna gynnas eftersom certifieringen är känd i andra EU-länder.

Han menar också att det inte bara är konsumenterna som borde få kunskap om SUB- och SGB-certifieringarna. Det gäller i allra högsta grad också producenterna i primärledet, de vet inte att det kan vara ett alternativ för den inhemska marknaden och för export.^{lxxii}

¹¹ Efter det svenska EU-inträdet har strukturrationaliseringen och därmed också centraliseringen av den traditionella svenska industriella ostnäringen accentuerats. Detta sker samtidigt som det har skett en märkbar ökning av antalet gårdsmejerier, som specialiserar sig på småskalig produktion av ost från såväl komjölk som får- och getmjölk (Kerstin Jurss 2009-04-16). Den allmänna trenden visar att konkurrensen inom den Europeiska ostproduktionen har ökat över tiden då bland annat länder som Frankrike, Polen, Holland och Danmark har ökat sin produktion. Detta skapar stor press på länder med mindre produktion som Sverige, Grekland, Portugal och Slovenien som ser sina marknadsandelar och produktion minska eller stagnera (IDF 2008:30-53).

Den vara som jämfördes med Svecia i den europeiska studien var Västerbottenosten. En av de uppgifter som vårt forskningsprojekt startade med var att undersöka varför Norrmejerier inte hade ansökt om SUB eller SGB certifiering för Västerbottenost. Norrmejerier arbetade under 2008 och 2009 med att ta reda på om SUB eller SGB kunde vara en lämplig certifiering för Västerbotten. Vid ett möte med Agneta Andersson, brandmanager för Västerbottenost vid Norrmejeriers huvudkontor^{lxviii} framgick att Norrmejerier hade anlitat en forskargrupp i Danmark för att ta reda på vilken bakterie som gav produkten dess särskilda sensoriska egenskaper. Strax efter vårt besök besökte Andersson Livsmedelsverket för att informera sig om vad certifieringen innebar och hur lång tid certifieringen skulle ta att få. Vid ett eftersamtal med Andersson, framkom det att Norrmejerier hade beslutat att inte gå vidare med certifieringsprocessen. Skälet var att certifieringen är tänkt som en kollektiv certifiering som tillåter att nya producenter kan etablera produktion och användning av certifieringen – under villkoret att certifieringens produktspecifikation uppfylls. Därför ansåg Norrmejerier att det fanns en risk att nya producenter kunde starta produktion av Västerbottenost inom det angivna avgränsade geografiska området. Certifieringens specifikation är dessutom offentlig, vilket möjliggjorde att konkurrenter kunde få reda på vilken bakterie som ger upphov till Västerbottenostens särskilda sensoriska egenskaper.

Norrmejeriers resonemang exemplifierar de övervägningar som producenter gör inför en eventuell ansökan om SUB eller SGB. Certifieringen är direkt opassande för storskalig livsmedelsproduktion som på grund av det höga konkurrenstrycket är beroende av att behålla den industriella hemligheten, men det är ett användbart verktyg för småskaliga producenter som själva skulle ha svårt att etablera ett varumärke.

Kapitel 4. Kan SUB och SGB vara verktyg för landsbygdsutveckling? Erfarenheter från Gailtal och Kantabrien

Den utvärdering av SUB- och SGB-certifieringarna som utfördes av London Economics under 2008 visade att statlig eller offentlig uppmuntran till att använda SUB- och SGB-certifiering är viktiga för att öka förekomsten av SUB och SGB i de olika medlemsländerna.^{lxiv} Två länder som inte bara uppmuntrar, utan också använt SUB och SGB som viktiga verktyg för att främja tillväxten i nya och befintliga livsmedelsföretag på landsbygden, stoppa eller minska utvandringen från landsbygden och stärka konkurrenskraften för småskaliga och rurala livsmedelsföretag inför EU-inträdet är Spanien¹² och Österrike.

Till skillnad från länder och regioner där SUB och SGB har varit verktyg för att försvara ett existerande varumärke,¹³ har dessa två länder använt SUB- och SGB-certifieringarna som strategiska verktyg för att skydda de egna småskaliga producenterna inför ett EU-inträde. Vi har sedan 2008 genomfört två fallstudier i dessa länder. Syftet med fallstudierna har varit att förstå hur man kan skapa mervärde kring certifieringarna. Dessa är tre fall av SUB, Queso Nata de Cantabria, Quesucos de Liébana och Picón Bejes Tresviso, samtliga i Kantabrien i Spanien, samt SUB-certifieringen Gailtaler Almkäse i Kärntern i Österrike. Gemensamt för dessa erfarenheter är att produktionen före certifieringen var tämligen marginaliserad, produkterna – i detta fall ostar – var okända för den breda allmänheten och de inblandade aktörerna hade ingen tidigare erfarenhet av att arbeta med SUB eller SGB. Båda regionerna har haft en sämre ekonomisk utveckling än andra regioner i respektive länder.

Varje fallstudie inleds med en mycket kort sammanställning, följd av en redogörelse för varje fall.

¹² Spanien blev medlem i EU 1987 då SUB och SGB ännu inte hade antagits på EU-nivå. Landet valde att kopiera det franska systemet som möjliggör att en Geografisk ursprungsbezeichnung, AOC (*Appellation d'origine contrôlée*) kan användas för att skydda och certifiera premium livsmedel. Det franska systemet kom senare att bli den modell utifrån vilken SUB och SGB utvecklades.

¹³ Ett bra exempel där SUB- och SGB-certifieringar har använts för att försvara existerande varumärken är Parmigiano Reggianoosten och Parmaskinka, båda från Parma. Dessa produkter var sedan länge skyddade enligt italiensk lagstiftning, men skyddet var internationellt sett svagt. SUB-certifiering blev ett sätt att hindra utländska konkurrenter från att utnyttja produkternas namn och goda rykte vid försäljning av utländska kopior.

4.1 Skapandet av en marknad – Fallstudien Kantabrien

Tabell 6. Sammanställning av SUB certifieringens viktigaste särdrag samt för- och nackdelar i Kantabrien.

Initiativtagare	Staten – centralt och regionalt, restauratörer och gastronomer
Certifieringens syfte	Stoppa landsbygdens avfolkning. Rädda sektorn från konkurrens vid EU-inträdet, få en inkomst som möjliggör fortsatt drift och skapa ett värde att lämna över till framtida generationer, profilera relaterade verksamheter, till exempel restaurang och turism genom den lokala kulinariska traditionen, att rädda ett kulturarv.
Organisering av marknadsföringssatsning	Bildandet av organisation för att identifiera och certifiera lämpliga livsmedel, etablera varumärket och uppgradera dess anseende
Aktörer inblandade i processen	Staten, producenter främst fäbodbrukare och ostmejerister, turism och restaurangsektorn
Marknadsaktiviteter	Årliga osttävlingar, offentligt stöd för publicering av böcker och artiklar, årliga ostfestivaler på restauranger ¹⁴ Statliga folkbildningskampanjer om SUB och SGB som kvalitetsmarkörer och kulturarv.
Uppskattat värde	Totala bidraget har inte utvärderats. Den offentliga statistiken visar dock att de flesta ostmejerier finns kvar. ^{lxv}
Finansiering av certifieringen	100 % EU medel
Främsta fördelar	Ökade intäkter för producenterna Har bidragit till att bromsa upp avfolkningen av landsbygden, har skapat arbetstillfällen direkt i produktionen och indirekt inom restaurang och turismsektorn. ¹⁵ Osten tjänar som varumärke för hela regionen. Bidrar till att bevara ursprungsraser för boskap. Bidrar till att bevara betesdrift i skogs och bergsområden vilket motverkar skogsbränder
Främsta nackdelar	Producenterna hade svårt att hantera byråkratin kring certifieringen. Staten tog över kontrollfunktionen för samtliga certifieringar i Kantabrien år 2000 och bildade myndigheten ODECA för ändamålet
Måluppfyllelse	Enligt samtliga aktörer har målet uppfyllts. Konceptet anses så framgångsrikt att myndigheten ODECA systematiskt försöker certifiera alla livsmedel man kan. Jämfört med andra erfarenheter är potentialen

Källor: Rytkönen P och Gratzner K, When do trademarks create new markets? Entrepreneurship, trademarks and growth, experiences from Austria, Spain and Sweden, IFSA 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>
Puente Herboseo, Zacharias, La Rueda de los Quesos de Cantabria, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998, (publicerade dagboksanteckningar, sid 211-212.

Álvarez Pedro, Los quesos de Liébana, De la tradición a las Denominaciones de Origen protegidas, Gobierno de Cantabria 2006, sid 15.

Intervju med Pedro Velarde Collado, Ostproducent i Potes, Kantabrien 19 juni 2009.

Intervju med Manuel Lainz, Kvalitetschef för ODECA, 16 juni 2009

4.1.1 Bakgrund

Kantabrien är en autonom region och ett historiskt landskap i nordvästra delen av Spanien där cirka 600 000 av landets cirka 44,5 miljoner invånare bor. I motsats till resten av landet, kännetecknas denna

¹⁴ Under dessa festivaler lyfts osten som ingrediens i maträtterna och uppvisas extra mycket som del av måltiderna. Bland aktiviteterna finns också Kostnadsfria föreläsningar och utställningar om ostarna och de lokala boskapsraser som används för att producera osten.

¹⁵ Under första decenniet efter etableringen av etableringen för organisationen för att främja traditionell ost och etablera certifieringar (Cofradía del queso) ökade antalet rurala restaurangetableringar med 50%.

region av ymniga regnfall och ett bergigt landskap. Kantabrien är beläget i Spaniens mejeribälte. Jordbrukets främsta produktionsgrenar består av mejeri- och köttproduktion, samt skogsbruk. Den odlingsbara arealen används främst som betesmark eller för vallodling. Mejeriverksamheten har historiska rötter och kännetecknas av intensiv produktion i låglänta och kustnära områden, samt av småskalig och närmast hantverksmässig produktion av främst ost i bergstrakterna. 90 procent av jordbruksproduktionen utgörs av boskapsdrift, mejeriproduktionen utgör den dominerande grenen. Jordbruks- och livsmedelsproduktionen bidrog år 2007 med 10 procent av samtliga arbetstillfällen i regionen (andelen har troligtvis ökat sedan den senaste finanskrisen startade under 2008 bland annat på grund av byggsektorns djupa kris) och med 6 procent av regionens BNP. Den ökande utflyttningen från landsbygden till urbana centra har bidragit till en ökning av skogsarealen, med en markant ökning av skogsbränder som följd.^{lxxvi}

Ett viktigt kännetecken för mejerijordbruket i Kantabrien är att den består dels av en kustnära foderbaserad intensiv produktion av industrimjolk i låglänt terräng som fick sitt uppsving under slutet av 1800-talet och som har varit dominerande som ekonomisk aktivitet inom det kantabriska jordbruket tills helt nyligen. Det är ett transhumant jordbruk som kännetecknas av småskalig, hantverksmässig och säsongsbunden produktion med högt beläget sommarbete i bergstrakterna vid Picos de Europa och produktion av grottagrad ost, samt det så kallade *pasiegosystemet*, ett migrerande familj jordbruk av fasta beteslotter belägna på olika höjder (från dalarna och upp till bergstopparna) i Pasdalen som också har fokuserat på produktion av främst ost, smör och kött.^{lxxvii} Som en kombination av effekterna av Spaniens EU-inträde 1987 och de senaste årens utveckling på den globala mejerimarknaden har det storskaliga mejerijordbruket i Kantabrien gått kraftigt tillbaka, medan de två senare bergsbaserade produktionssystemen, som drabbades hårt av moderniseringsvågen under 1900-talet, nu står i centrum för myndigheternas intresse som en viktig komponent i en samtida landsbygdsutveckling.

4.1.2 Den Europeiska Unionens effekter

Mejerisektorn har genomgått en långsam process av strukturomvandling under i stort sett hela 1900-talet. Under seklets första hälft kännetecknades sektorns utveckling av specialiseringstendenser, under den andra hälften, som ett resultat av teknisk modernisering, startade en rationaliseringsprocess som sedan 1962 har erhållit finansiellt stöd från både regionala och centrala myndigheter. Programmet för mejerijordbrukets effektivisering startade 1962 med stöd från Världsbanken.^{lxxviii} I dess nuvarande form finansieras det med medel från EU. Antalet registrerade mejerijordbruk¹⁶ uppgick till 35 800 enheter år 1962, antalet hade minskat till 14 000 år 1987, det år då Spanien blev medlem i EU, minskningen har dock fortsatt, år 1998 uppgick antalet mejerijordbruk till 5 100 enheter.^{lxxix} År 2007 uppgick de till cirka 2 000 enheter. När Spanien förberedde sig för EG-medlemskapet bestod över 50 procent av landets mjölkbesättningar av 5-6 kor, den teknologiska nivån var allmänt sett låg, och även om Spanien var självförsörjande på mjölk och mejeriprodukter var regeringen allvarligt oroad över den framtida överlevnaden för sektorn efter inträdet till EG. Några konkreta problem som måste åtgärdas var den extrema atomisering av sektorn i avlägsna och marginaliserade landsbygdsområden, den dåliga infrastrukturen och bristerna rörande produkthygien och livsmedelssäkerhet.^{lxxx}

Manuel Lainz, chef för livsmedelskvalitetskontoret i Kantabrien (ODECA) framförde synpunkter som till stora delar var samstämmiga med den analys som presenteras här ovan. Han menade att:

Genom att etablera en omfattande rådgivningsverksamhet kunde vi hjälpa mjölkbönderna att etablera ursprungsbeteckningar. Vi hade inget val, de nordligare länderna och England producerade stora mjölköverskott och mängder av mejeriprodukter och vår närmaste granne (han pekade mot Frankrike) har alla dessa gastronomiska produkter. För oss var detta ett sätt att försvara oss.^{lxxxi}

Den rådgivningsverksamhet som etablerades var ett resultat av den nationella strategin för landsbygdsutveckling, där man medvetet ville decentralisera ansvaret till de 17 autonoma regionerna. Endast två

¹⁶ Siffrorna kan vara underskattade eftersom beräkningen enbart omfattar mejerijordbruk som levererade mjölk till industrin. Fram till EU inträdet fanns det ett stort antal mikrojordbruk med transhuman och pastoral inriktning där mjölken inte såldes, utan användes till ostproduktion som användes som bytesvara eller "cash crop" på den informella marknaden.

nationellt omfattande/horisontella program utvecklades, nämligen det ”nationella programmet” och ”landsbygdsnätverket”.^{lxxxii}

Inför EU-inträdet 1987 stod Spaniens mejerisektor inför ett stort dilemma. Å ena sidan hade den närmaste grannen i norr, Frankrike, ett stort urval av högkvalitativa jordbruks- och livsmedelsprodukter såsom ostar, yoghurt och andra varor som härrörde från en rik och internationellt erkänd kulinarisk tradition, å andra sidan hade länder som England och Danmark en mera industrialiserad mejerisektor som inriktade sig på en storskalig, standardiserad och billig mejeriproduktion med en aggressiv exportorientering. Hur skulle Spaniens mejerinäring klara EU-inträdet och konkurrensen från dessa starka grannar? Svaret gavs delvis av de regler som redan började ta form inom det europeiska samarbetet. Det gällde att på ett smidigt sätt förbereda sig för ett starkt negativt omvandlingstryck genom att modernisera jordbruket och utnyttja alla medel som EU-inträdet erbjöd. Ännu några år efter EU-inträdet framgick att det fanns ett stort investeringsbehov i exempelvis rural infrastruktur och åtgärder för att bidra till den primära sektorns överlevnad. I den plan för Landsbygdsutveckling som lanserades för perioden 1994 till 1999 framgick att den primära sektorn hade minskat sitt bidrag till den totala sysselsättningen med 56,92 procent.^{lxxxiii}

Idag får Spanien cirka 12 procent av EU:s totala budget för Landsbygdsprogrammet (Under perioden 2007–2013 omfattar landsbygdsprogrammet totalt 91 miljarder Euro).^{lxxxiv} För Kantabriens del innebar detta ett stöd på sammanlagt 75,7 miljoner Euro under 2007.

4.1.3 Landsbygdsutveckling och kvalitetscertifieringar i Kantabrien

Landsbygdsutvecklingspolitiken i Spanien kanaliseras genom en allmän nationell plan för landsbygdsutveckling, som utvecklas på nationell nivå i samarbete med andra medlemsstater och inom ramen för CAP. Planen anpassas sedan och verkställs av regionala myndigheter i landets 17 autonoma delstatsregeringar. På grund av gynnsamma förhållanden för jordbruk i stora delar av landet utsätts livsmedelsproducenter och bönder i varje autonom region inte enbart för konkurrens från utlandet, de utsätts också för konkurrens från övriga autonoma regioner. Därför är den utvecklingspolitik som tillämpas i varje autonom region både en del av den nationella planen och en självständig strategi för att främja den egna regionens intressen.

År 1979 började Spanien förhandla om EG-medlemskap och under tidigt 1980-tal inleddes arbetet med att förbereda det spanska jordbruket för konsekvenserna av EG-inträdet. Centralregeringen konstaterade att de stora strukturella bristerna i mejerisektorn kunde leda till att sektorn inte skulle klara av konkurrensen efter EG-inträdet. Detta ledde till utformningen av en struktur-omvandlingsplan, ”Reglamento Estructural de la Producción Lechera por Real Decreto 2166/1981, som antogs av centralregeringen år 1981 och som utvecklades vidare genom tilläggsförordningar under 1982 och 1983. Den spanska motsvarigheten för Sveriges Jordbruksdepartement konstaterade i en rapport 1983 att den spanska mejerisektorn var i behov av en omfattande omstrukturering för att klara inträdet i EG. Detta ledde till att ett omfattande stödprogram utformades mellan 1981 och 1983. Programmet omfattade subventioner för faktiska förbättringar vilka kunde uppgå till mellan 20 och 100 procent av den totala kostnaden; samt subventionerade lån som kunde uppgå till mellan 80 och 100 procent för kooperativa investeringar och mellan 70 och 100 procent av kostnaderna för enskilda investeringar.^{lxxxv}

En särskild satsning gjordes också för att stödja den extensiva boskapsdriften och produktionen i landets bergsområden. Insatser inom detta område beslutades redan 1980 och syftade främst på att försöka bevara äldre djurraser, underlätta för familjer i perifera områden att bo kvar och därmed försöka förhindra avfolkning, samt att uppnå ett bättre utnyttjande av resurser. Det främsta verktyget i initialskedet var ett allmänt stöd på 3 000 pesetas¹⁷ för enheter med uppfödning av hästar, tjurar, mjölk- och köttkor. Under 1983 fick Kantabrien totalt 10,1 miljoner pesetas som delades mellan 257 brukare.^{lxxxvi}

När Spaniens avtal om ett EG-inträde skrevs under 1985 hade landet redan satt igång ett omstruktureringsarbete och en decentralisering av jordbrukspolitiken från centralregeringen till de autonoma regionerna. En av åtgärderna var modifieringen av Förordning 25/1970, som reglerade certifiering av vin och vinkvalitet. Genom en förändring av dess nionde paragraf, kunde Spanien snabbt få till ett nationellt system för certifiering av premiumlivsmedel. Paragrafen fastställde att andra varor än vin kunde

¹⁷ Källan använder värdet i pesetas, den valuta som Spanien hade vid det aktuella tillfället.

komma i fråga när det gällde ”jordbruksprodukter vars kvalitetsskydd är av särskilt värde för ett socialt och ekonomiskt intresse”^{lxxxvii} Denna förändring möjliggjorde certifieringen av ett antal livsmedel inom ett nationellt system. Det nya systemet kom att regleras inom ramen för Förordning 1573/1985 (den modifierade versionen av Förordning 25/1970) fick två kvalitetsbeteckningar, nämligen Generisk Kvalitetsbeteckning och Specifik Kvalitetsbeteckning.^{lxxxviii}

I Kantabrien ledde ovanstående arbete till SUB-certifiering av tre ostar, SGB-certifiering av en traditionell brödsort (Sobao Pasiego) samt av kantabriskt kött, certifiering av två vinsorter i den spanska kvalitetstrappans lägsta nivå ”Vino de la Tierra”, samt till upprättande av en lokal kvalitetsgaranti, nämligen certifieringen ”Calidad Controlada” (Kontrollerad kvalitet). De tre SUB-certifierade ostarna är:

1. *Queso Nata de Cantabria*. Certifierad 28 oktober 1985, registrerad som SUB enligt förordning R.CEE 1107/96 den 12 juni 1996 efter ”Fast-track”. Denna ost tillverkas till 100 procent av pastöriserad komjölk i låglänt och kustnära terräng med mjölk av främst frisiska kor.
2. *Quesucos de Liébana*. Certifierad den 18 november 1993, registrerad som SUB enligt förordning R.CEE 1107/96 den 12 juni 1996 efter ”fast-track”. Detta är inte en utan ett flertal ostar tillverkade av komjölk, eller en blandning av mjölk från kor, getter eller får (beroende på tillgängligheten). Vissa av dessa ostar är rökta. De både röks och lagras i grottor och produceras i Liébana med mjölk från koraserna Tudanca och Pardo Alpina, samt från får och getter.
3. *Picón Bejes Tresviso*. Certifierad den 18 november 1993, registrerad som SUB enligt förordning R.CEE 1107/96 den 12 juni 1996 efter ”fast track”. Osten spontanmöglar i grottor i Tresviso, där den lagras efter tillverkning.

Den första osten framställs inom ramen för den moderna mjölkproduktionen i Kantabriens låglänta och kustnära delar och är således ett resultat av det produktionssystem som byggdes upp under 1900-talet, medan de andra två är en del av det transhumana jordbrukssystemet i de kantabriska bergen och är således en del av det som finns kvar av den kultur och det levnadssätt som präglat området i många sekler.

Certifieringsarbetet för de Kantabriska ostarna föregicks av en process av uppgradering av ostarnas anseende genom rent privata initiativ. Detta ledde till bildandet av Cofradía del Queso de Cantabria (De kantabriska ostarnas brödraskap), som är en organisation vars syfte är att främja bevarandet, marknadsföringen och produktionen av regionens traditionella ostar. Upptakten till uppgraderingsarbetet blev organiseringen av den första kantabriska ostutställningen, som ägde rum år 1981 i staden Laredo. Utställningen arrangerades av gastronomer, journalister och andra privata initiativtagare och ansågs vara en stor framgång. En svårighet under organiseringsprocessen var att den då gällande hälso- lagstiftningen inte tillät produktion och försäljning av hantverksmässiga ostar.^{lxxxix} Ostarna hade tidigare endast använts för byteshandel under de lokala rurala marknadsdagarna.^{xc} För att lösa det problem som detta innebar diskuterade en av organisatörerna problemet med hälsomyndighetens chef i Laredo. Så länge ostarna inte hade kommersialiserats och ingen anmälde att de blivit sjuka av dess konsumtion hade myndigheten kunnat se mellan fingrarna med produktionen, men när en utställning anordnades blev det svårt att bortse från detta. Lösningen blev att chefen för hälsomyndigheten tog semester under de dagar utställningen pågick.^{xci} En viktig orsak till att utställningen blev en framgång var att ostproducenter, mejerier, vinproducenter, och många andra hjälptes åt att bjuda in allmänheten. Intresset för den gastronomiska traditionen var också en bidragande orsak, det låg i tiden. Ostarna som tidigare setts som något smutsigt och förlegat fick nu en helt annan status bland allmänheten.

Andra viktiga milstolpar var genomförandet av den första kursen om hantverksmässiga ostar som genomfördes 1984 av Universidad Internacional Menendez de Pelayo, samt fortsatt deltagande i olika nationella och internationella ostutställningar, där regionens osthantverkare började vinna priser och positionera sig på den gastronomiska kartan.

Certifieringsarbetet tog fart när ”De kantabriska ostarnas brödraskap” bildades i juli 1985. En representant för Kantabriens autonoma regering blev ordförande för broderskapet, de hade också formellt stöd från det baskiska gastronomiska broderskapet. Organisationen stimulerade till att ett flertal böcker och kataloger om ost publicerades, men det viktigaste var att arbetet med att erhålla Generisk Kvalitets-

beteckning (den dåvarande spanska motsvarigheten till SUB) organiserades med ett brett deltagande med intressenter från myndigheterna, restauranger, turism och inte minst producenterna själva.^{xcii}

Arbetet med kvalitetscertifieringarna kan grovt indelas i två distinkta faser som omfattar perioden mellan 1985 och 1999, samt 2000 till idag.

4.1.3.1 Den första fasen

Den första augusti 1985 erhöles den Generiska Kvalitetsbeteckningen genom Förordning 1573/1985 för ostarna Picón Bejes Tresviso, färska ostar, lagrade ostar samt rökta ostar. Detta var också den allra första generiska kvalitetsbeteckning för ostar i Spanien. Beteckningen bekräftades den 6 oktober 1987.^{xciii} Men certifieringen var inte tillräcklig för att uppfylla sitt syfte. Enligt Manuel Lainz krävdes en modernisering av produktionen och en modifiering av grundreceptet som skulle förstärka produktsäkerheten samtidigt som man bevarade kvalitetsegenskaperna. Man behövde också marknadsföra produkterna och vidta alla nödvändiga steg för att lösa de infrastrukturproblem och annat som kunde hindra produkterna att nå marknaden.^{xciv}

Mellan 1986 och 1987 vidtogs därför ett flertal myndighetsåtgärder för att förbättra och underlätta ostproduktionen, exempelvis kurser om hantverksmässig ostproduktion, man erbjöd teknisk rådgivning, genomförde omfattande marknadsföringskampanjer, men det viktigaste var ett investeringsstöd på 50 procent av kostnaden för ny utrustning och 30 procent av kostnaden för utbildning och övriga insatser.^{xcv} Myndigheternas insatser i kombination med företagets investeringar ledde till en modernisering av produktionen. Idag har samtliga ostmejerier en modern utrustning och produktionen omfattas av den statliga hygienkontrollen.

Under den första fasen sammanföll ett flertal omständigheter. För det första fanns ett intresse från det centrala jordbruksministeriet för att certifiera livsmedel inför det förestående EU-inträdet. Lokal gastronomi ”låg i tiden”. Detta är inte på något sätt en unik trend för Kantabrien eller Spanien, det är en global trend som innebär att intresset för lokala kulinariska produkter har ökat. De regionala myndigheterna tog en aktiv del i arbetet och agerade som nav i koordinationen av insatserna. Och slutligen fanns det fler indirekta intressenter som insåg att de själva kunde ha vinning av att förbättra anseendet för de traditionella ostarna.

Några av de konkreta aktiviteter som genomfördes för att höja ostens status och medvetandegöra konsumenterna var (och är):

1. Bildandet av Ostens brödraskap – Cofradía del Queso
2. Sedan 1981 organisering av årliga regionala osttävlingar (bland andra Feria regional del queso och Feria de queso de Picos de Europa) samt deltagande i internationella sådana (till exempel Cata Internacional de Quesos)
3. Publicering av böcker och artiklar med stöd från den Kantabriska regeringen, Cofradía del queso, samt från de lokala universiteten.
4. Årliga återkommande ostfestivaler på restaurangerna i hela regionen då ett stort antal restauranger kommer överens om några veckor om året då osten lyfts som ingrediens i maträtterna och intar en central plats i menyn.
5. Återkommande utbildningsinsatser om produktionsteknik, hygien, med mera för hantverksost.
6. Statligt initierade informationskampanjer riktade till producenter om SUB och SGB som ekonomiskt verktyg.
7. Statliga informationskampanjer riktade till konsumenterna om ursprungsmärkning som kvalitetsmarkör.
8. Återkommande aktiviteter, föreläsningar och festligheter på boskapsmarknaden i Torrelavega – dessa omfattar inte bara osten, utan också information om de lokala boskapsraser som används för att producera osten. Många gånger är dessa aktiviteter kostnadsfria för allmänheten.^{xcvi}

Ett slående inslag i de resultat som uppnåtts genom de genomförda informationskampanjerna är att den storytelling som användes verkar ha varit mycket effektiv. Vid ett fältarbete under juni 2009 ställdes frågan om ostens kvaliteter och ursprung till butiksexpediter i tio av de största livsmedelsaffärerna i

Santander, till restaurangpersonal i hela regionen, till anställda på turistkontor i Santander och Potes, samt till samtliga övriga intervjuade personer. Alla återgav samma historia – denna börjar med dokument från ett kloster i Liébana som visar hur den 15 maj 1962 en viss Maticia och hennes nevö Vicente säljer en gård i Floranes till Sabarico och hans fru Vistrilli. I köpehandlingen ingår sju ”casios” (ostar) som en del av betalningen. Andra väljer att börja sin historia något tidigare och anger att det finns dokument från 827 som visar försäljningar av och gåvor som omfattar (tudanca) kor, getter, oxar och andra djur. Berättelsen som kan vara olika lång slutar alltid med hur stolta de är över att ostarna numera har etablerat sitt goda rykte också i internationella sammanhang.

Ett centralt inslag i hela processen var och är det statliga agerandet på central och regional nivå. Detta möjliggjorde både certifieringsarbetet och de aktiviteter som utgjorde marknadsutbyggnaden av produkterna genom reklam- och upplysningskampanjer, med mera.

Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Ganadería genomförde arbetet med att samla, utbilda, organisera producenter och vidta samtliga nödvändiga steg för att få certifieringarna, inklusive att från EU söka och administrera den erhållna finansieringen för att genomföra arbetet. Ministeriet genomförde också omfattande upplysnings- och reklamkampanjer för att öka prestige för ostarna hos de lokala konsumenterna. Certifieringsförfarandet för SUB började med att organisera jordbrukare/producenter i den kommitté/syndikat som producenterna sedan skall verka i. Samtliga initiativ i Kantabrien togs av tjänstemän från det regionala jordbruksministeriet, idag genomförs detta arbete av myndigheten ODECA och Manuel Lainz, ansvarig för certifieringarna betonar att:

Det är oerhört viktigt att producenterna är övertygade och att de är beredda att hålla samman, annars går det inte! Gruppen måste sedan anlita en extern konsult eller ODECA för att samordna den forskning och administrativa uppgifter som behövs för att ansökan skall gå igenom. Det behövs någon som kan processen, som förstår den kompetens som behövs och som samtidigt har förmåga att bidra till produktansökan på ett effektivt sätt. Producentkommittén/syndikatet måste finansiera hela processen – åtminstone i teorin.

I praktiken bar den spanska staten en stor del av de kostnader som inte kunde täckas med EU-stöd. Den regionala regeringen trädde in och vidtog olika stödåtgärder med allt från att hjälpa producenterna att organisera sig till att hjälpa till att ansöka om finansiering från EU för ansökningsprocessen och för att marknadsföra den nya certifieringen.

De första ansökningarna om SUB i Kantabrien skedde också inom ramen för en större satsning på att utveckla turismen i regionen. Under 1980-talet var Medelhavsturismen på stark framfart i Spanien. Som ett sätt att motverka konkurrensen från de varmare delarna av landet genomförde Kantabriens stora satsningar på vinterturism och gastronomisk turism. Under decenniet ökade antalet rurala restauranger, kaféer och barer med mer än 50 procent.^{xvii} Genomförande av festivaler med traditionell mat, lokala marknader, kvalitetstävlingar och andra aktiviteter har varit viktiga ingredienser i den gastronomiska turismens utveckling. Också deltagandet i tävlingar med bland annat certifierade ostar i andra regioner anses ha främjat den gastronomiska turismen.^{xviii} Det är dock viktigt att poängtera att adekvata metoder för att beräkna certifieringarnas totala ekonomiska bidrag saknas överlag. Det är lättare att uppskatta certifieringens direkta bidrag till sysselsättning i primär och förädlingsledet, det totala skatteunderlaget i primär och förädlingsled, samt exempelvis förekomsten prispremier i olika led. Det indirekta bidraget är svårare att beräkna eftersom de certifierade produkterna används som dragplåster för att främja andra ekonomiska aktiviteter, såsom restaurangbesök och hotellövernattningar. När det gäller de indirekta aktiviteterna mäts dessa oftast i total omsättning och förändring av omsättning över tid. Sådana uppskattningar är dock förenade med osäkerhet.

4.1.3.2 Den andra fasen

Arbetet med att formalisera, certifiera, marknadsföra och etablera ostarna uppfyllde i stort sett sitt syfte under perioden fram till 1999. Men ett förändrat regelverk när certifieringen antogs av EU, i kombination med producenternas brist på erfarenhet och tid för att arbeta med regleringen och kontrollen av certifieringen ledde till bildandet av en ny myndighet, vars främsta uppgift blev att utföra kontrollen av samtliga certifieringar, att aktivt koordinera arbetet med certifiering och marknadsföring av lokala

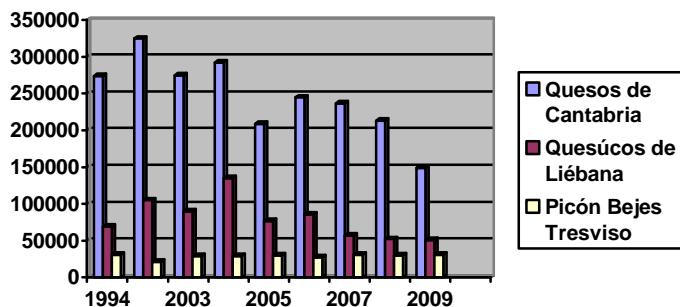
livsmedel, samt att tillämpa den europeiska kvalitetscertifieringspolitiken i Kantabrien. ODECA (Oficina de calidad alimentaria) bildades således år 2000 med följande motivering:

Bildandet av decentraliserade regleringskommittéer i kombination med producenternas knappa och sköra förmåga att tillämpa regleringarna ledde till beslutet att bilda en självständig myndighet med syfte att utföra statens och den autonoma regionen Kantabriens åtaganden och funktioner gällande skyddade ursprungs-beteckningar, kvalitetscertifieringar för livsmedel, samt för vitikultur och enologi.^{xcix}

Odecas uppgifter är att:

- Orientera, bevaka och koordinera produktionen, bearbetningen och kvaliteten, samt i vissa fall kommersialiseringen av varor som omfattas av skyddade ursprungs-beteckningar eller andra geografiska indikationer, samt även andra jordbruks och livsmedelsprodukter som framställs av det ekologiska lantbruket.
- Kontrollera produktionen, bearbetningen och kvaliteten, samt i vissa fall även kommersialiseringen av ovan nämnda produkter som underställs kontrollen av särdrag som inte omfattas av ovanstående bestämmelser.
- Att verka för erkännande och kunskap om de beteckningar som anses vara av allmänt intresse för den autonoma regionen.
- Att verka för beteckningarnas prestige och förhindra otillbörlig användning av desamma.
- Att kontrollera regleringskommittéernas arbete, att anta eller föreslå nödvändiga åtgärder för att uppnå uppfyllandet av dess målsättningar.
- Att samarbeta med den statliga administrationen och andra administrationer i samtliga nödvändiga arbetsuppgifter och förbättra tillämpning av de åtagna reglerna (författarens egen översättning).

Diagram 1. Ostproduktion i antal kilo 1994, 2000, samt 2003–2009.



Källor: Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca, *Anuario de Estadística Agraria y Pesquera de Cantabria 2009*. Sector Lácteo, Distribución y Consumo, Agosto/Septiembre 1995, sid 122.

Alvarez Sánchez-Arjona, S, Alvarez Sánchez-Arjona, M J., och Albardíaz Segador, M A, *La Calidad como estrategia en un mercado global: Denominaciones de calidad en queso Español*, Universidad de Salamanca, 2000.

Hur har då certifieringen påverkat produktionen och antalet producenter? Diagrammet ovan visar den totala produktionen av SUB-ostar mellan åren 1994, 2000 samt mellan 2003 och 2009. Diagrammet visar att produktionen har varierat kraftigt, med en topp i produktionen mellan 2000 och 2004. Produktionen av *Qesúcos de Liébana* har de senaste åren varit någorlunda konstant, medan den minskade dramatiskt för *Queso de Nata de Cantabria* under 2009. Vid en snabbgenomgång av konsumentpriset på tio stora dagligvaruaffärer i Santander under 2009 framgick att ostarna säljs i förpackningar från 200 gram och upp till 2 kilo. Det genomsnittliga priset för den vanligaste förpackningen, en liten ost (350-400 gr) låg på 22 euro, vilket ger ett genomsnittligt kilopris på mellan 55 till 63 euro. En tänkbar anledning till nedgången kan vara att den ekonomiska krisen slog hårt mot Kantabrien. Men en annan, kanske troligare orsak är att antalet mjölkproducenter har minskat, inte bara av ekonomiska orsaker, utan också därför att strukturomvandlingen inte har stoppats helt, den har bara bromsats upp. Enligt uppgift från Pedro Velarde Collado är det ännu idag svårt för många äldre att hitta någon som vill ta över gården. Detta gäller i synnerhet mjölkproduktionen som är en krävande syssla. Den certifiering som Velarde

Collado arbetar med, *Quesucos de Liébana* uppvisar i tabellen nedan att en ökning av antalet mjölkleverantörer har inträffat mellan 2008 och 2009. Enligt Velarde Collado övergick många mjölkproducenter till att producera kött under slutet av 1980-talet. Marknaden för kött var bra och lokalregeringen satsade stora resurser på att skapa ett skifte i primärproduktion från industrimjölk till andra produkter. Det ökade antalet mjölkleverantörer kan bero på att köttmarknaden inte längre ökar som tidigare, en annan kan vara att den koncentration som har inträffat bland ostmejerierna innebär att skalan kan behöva öka för att bibehålla lönsamheten. En viktig uppgift från Velarde Collado var just att likviditeten är problematisk eftersom restauranger och mindre affärer kan betala varorna ganska omgående, medan större detaljhandelskedjor kan ta upp till två månader innan de betalar för varorna. I andra änden skall mjölken betalas månadsvis och även lönerna.

I fallet *Queso de Nata de Cantabria* är produktionen helt baserad på mjölk från svartvita frisiska kor. Denna ras är importerad och härstammar från Friesland (Nederländerna) och Ostfriesland i Tyskland. Det är en av de raser som används vid storskalig mjölkproduktion. Eftersom det internationella mjölkpriset sköt i höjden under 2008, är det också sannolikt att några producenter valde att leverera sin mjölk till industrin. Slutligen visar kurvan på en uppåtgående trend följd av en nedgång. Detta kan bero på att konsumtionen är känslig för konjunktursvängningar. Enligt Eloy Gomez de Pellón, professor i antropologi vid Universidad de Cantabria, har förändringar av livsstilen i regionen lett till att människor allt oftare äter ute, vilket leder till att en stor del av budgeten spenderas på restaurangbesök och kläder.^c När den ekonomiska krisen sakta men säkert har smugit sig på regionen är det rimligt att anta att möjligheten att äta på restaurang har minskat. Eftersom de certifierade ostarna har använts som en komponent i restaurang- och turistnäringen är det ganska logiskt att en konjunkturedgång också drabbar ostproduktionen. En annan viktig orsak kan vara att det eventuellt kan finnas en mättnadseffekt, det gäller i synnerhet fallet *Queso de Nata de Cantabria*. Eftersom osten produceras på standardmjölk kan bristen på unika egenskaper göra osten sårbarare för substitut. Sedan 2009 har ODECA lyckats erhålla SGB certifiering för en annan produkt från en av de äldre mejerikulturerna, nämligen *Sobao Pasiego*, en traditionell brödkaka som tillverkas av människor inom *Pasiego-systemet*. Lanseringen av denna certifiering pågick under sommaren 2009 och statistiska uppgifter visar att produktionen omfattar stora kvantiteter.

För *Picón Bejes Tresviso* är problematiken liknande den för *Quesucos de Liébana*. Antalet ostmejerier har minskat, medan antalet mjölkleverantörer har ökat mellan 2008 och 2009. Förutom de variationer som kan bero på mjölkproducenternas alternativkostnader i relation till exempelvis kött och likviditetsproblem bland ostmejerierna, visar en kartläggning av ostmejeristerna som journalisten Pedro Álvarez genomförde under 2005 att medelåldern bland producenterna var ganska hög,^d vilket kan tyda på att minskningen i antalet ostmejerier också bero på att ingen har velat ta över verksamheten när tider av ekonomiskt uppsving har gett andra möjligheter till sysselsättning. Det är ändå viktigt att poängtera att vi i dagsläget kan peka på ett antal orsaker till utvecklingen, men det är svårt att fastställa orsakssambanden med tillgängligt underlag, vi behöver med andra ord, fördjupa oss ytterligare i fallstudien.

Tabell 7. Antal mjölkleverantörer och ostmejerier 2002–2009.

År	Quesos de Cantabria		Quesucos de Liébana		Picón Bejes Tresviso	
	Mjölkleverantörer	Ost Mejerier	Mjölkleverantörer	Ost mejerier	Mjölkleverantörer	Ost mejerier
2002	29	1	11	–	10	–
2003	32	4	10	10	11	8
2004	32	4	12	8	11	10
2005	20	3	11	8	11	8
2006	48	4	11	8	11	7
2007	49	5	11	8	10	8
2008	83	5	22	6	10	5
2009	68	6	28	6	20	5

Källor: ODECA 2006, 2007, samt Cantabria, Anuario 2007 B, Sector Primario, http://www.gobcantabria.es/portal/page?_pageid=33,3913404,33_3913405&_dad=interportal&_schema=INTERPORTAL.

Antalet direkta intressenter uppgick under 2009 till 55 mjölkleverantörer och 22 ostmejerier. Produktionen är relativt liten men dess främsta ekonomiska fördel är att producenterna finns utspridda i landsbygdens bergstrakter där andra arbetstillfällen och inkomstmöjligheter saknas. På så sätt bidrar produktionen av dessa ostar till att bromsa avfolkningen av landsbygden. Denna uppgift bekräftas också av Odecas kvalitetschef Manuel Lainz, han menade att sysselsättningseffekten är mycket viktig. Förekomsten av arbetstillfällen har varit avgörande för att behålla arbetskraft i dessa trakter.

De som tillhör de yngre generationerna har fram till den ekonomiska krisens utbrott kunnat ta anställning inom byggsektorn – som har gått på högvarv och betalat höga löner sedan mitten av 1990-talet. Nu när krisen är över oss är varje bevarat arbetstillfälle på landsbygden mycket viktigt för vår region”.^{ci}

SUB och SGB ger även ett antal icke-ekonomiska effekter som är värda att beakta. Betesdriften bidrar till att bevara öppna landskap och därmed också unika växtarter. Att detta är fallet visas av ett antal svenska erfarenheter där antal unika arter har kartlagts inom Natura 2000 direktivet och där sambandet mellan antalet arter och betesdrift framgår tydligt.¹⁸ De Kantabriska myndigheterna har dock valt att värdera de öppna landskapen ur ett annat perspektiv. Det finns nämligen ett starkt samband mellan igenväxta områden och skogsbränder eftersom dessa betydligt oftare drabbas av skogsbränder. Eftersom betet för SUB-ostarna sker just i bergs- och skogsområden, bidrar ostproduktionen till att hålla landskapet öppet. Detta bidrar till att minska risken för skogsbränder. Ett ytterligare värde av SUB Que-sucos de Liébana och Picón Bejes Tresviso är att produktspecifikationen omfattar mjölk från en lokal koras (Tudanca) och en importerad (Pardo Alpina), samt från två lokala getraser (Pirenáica och Cabra de los Picos de Europa), och från en lokal fårras (Lacha).^{ciii} En certifiering som omfattar lokala och traditionella raser bidrar till deras bevarande genom att ge dem ett kommersiellt värde. Detta kan ses som ett viktigt bidrag till att motverka den genetiska koncentration som boskapsdriften i övrigt kännetecknas av. Den extensiva karaktären av produktionen bidrar också till att ge djuren ett betydligt längre liv.¹⁹ De lokala korasernas historiska funktion finns beskriven i ett flertal av Centrum för Bergsstudiers skrifter. Både Tudanca och Pardo Alpina är raser som användes och ännu används för mjölk- och köttproduktion. Tudancakon användes dessutom som arbetsdjur på grund av sin exceptionella styrka.^{civ} Särskilt Tucanca trängdes sakta men säkert undan av den importerade frisiska kon och andra högproducerande raser under den period då mejerijordbruket kom att bli allt mer specialiserat. Mellan 1955 och 1982 minskade populationen av Tudanca från 28 000 till 10 000 djur. Andra mindre lokala raser som i statistiken klumpas ihop under ”övriga”, minskade från 691 000 till 31 000 under samma period. Vissa, till exempel Mantequera Leonesa och Murciana försvann helt, medan den frisiska rasen ökade i antal från 358 000 till 1 271 000 under samma period.^{cv}

Bild 2. Tudancatjur från bergen i Liébana.



Foto: Paulina Rytkönen, 2009.

¹⁸ Se exempelvis Natura 2000 specifikation för Myhrbodarna i Jämtland.

¹⁹ Livslängden för djur som omfattas av storskalig produktion av standardmjölk har sjunkit i takt med att avkastningskraven ökar. I våra fältstudier i Sverige har livslängden för kor i kommersiell produktion uppskattats till tre år. För getter i storskalig produktion uppskattas livslängden till 4-5 år och något längre för mer extensiv produktion.

4.1.4 Preliminära slutsatser från den kantabriska fallstudien

Den kantabriska erfarenheten visar att SUB-certifieringen medförde flera positiva aspekter. Detta gäller exempelvis att den har bidragit till att skapa ett kommersiellt värde för den certifierade osten, den har därmed bidragit till att bevara arbetstillfällena på landsbygden. För mjölkbönderna verkar ostproduktionen också ha skapat en alternativ försäljningskanal för mjölken. Vad ökningen av mjölkleverantörerna till den certifierade ostproduktionen beror på måste dock klargöras eftersom tillgänglig information inte ger ett fullständigt svar på denna fråga. En av de tydligaste miljövinster var att certifieringen bidrog till bevarandet av äldre koraser. Det är viktigt att lyfta fram att SUB-certifieringen i sig inte medförde ett värde, utan att det var de kringaktiviteter och de satsningar som den regionala regeringen och andra aktörer genomförde som skapade det egentliga värdet. Certifieringen kan däremot ses som viktig för att höja produkternas anseende. Bland det negativa visar bildandet av ODECA att producenterna inte hade förmåga att ta hand om den extra administration som certifieringen ledde till, det gäller exempelvis självkontrollen. Ett problem är att producenternas oförmåga att själva hantera alla frågor kring sin certifiering leder till att den lokala regeringen måste gå in och ta ett ansvar även efter certifieringstillfället, staten har således varit bärare av den entreprenöriella funktionen i början av processen och har även blivit certifieringens förvaltare. Hur mycket denna organisation kostar och hur stor del av kostnaden som bärs av producenterna, respektive av den offentliga sektorn är ännu oklart eftersom ingen myndighetsperson vill uttala sig i frågan.

4.2 Regional utveckling genom SUB-certifiering – Fallet Gailtaler Almkäse

Tabell 8. Sammanställning av SUB certifieringens viktigaste särdrag samt för- och nackdelar i Gailtal.

Initiativtagare	Staten – centralt och på delstatsnivå
Certifieringens syfte	Förstärka landsbygdens konkurrenskraft, stoppa eller minska avfolkningen av landsbygden, skapa lönsamhet, kunna profilera relaterade verksamheter, till exempel restaurang, turism och hantverk genom den lokala kulinariska traditionen.
Organisering av marknadsföringssatsning	Bildandet av organisation för att identifiera och certifiera lämpliga livsmedel, etablera varumärket och uppgradera dess anseende.
Aktörer i processen	Staten, producenter: fåbodar och producenter av andra livsmedel), turismnäringen och hantverkssektorn
Marknadsaktiviteter	Främsta strategi är massaktiviteter som gynnar näringslivet i hela byar. Folkfestivaler för olika livsmedel, samt ostgolf, ostresor, ostvandringar, med mera. ²⁰
Uppskattat värde	Omsättning för ”ostrelaterade” verksamheter 5,8 mil Euro varav hälften från turismaktiviteter
Finansiering av certifieringen	100% EU-medel
Främsta nackdelar	Ökade intäkter för producenterna Bidrar till att bromsa avfolkning på landsbygden, skapar arbetstillfällena direkt i produktionen och indirekt inom restaurang och turismsektorn.
Måluppfyllelse	Själva ansökningsförfarandet kostade relativt mycket – detta har dock externaliserats och betalats genom olika stödformer, t ex Österrikiska staten och EU. Höga kontrollkostnader Jordbruket – genom alla subventioner – avlägsnar sig allt mer från vanlig företagsamhet i riktning mot en allt mer administrerad och subventionerad ekonomi.

²⁰ Några av aktiviteterna är Käseanstich på våren, Käsefestival på hösten med både inhemska och utländska besökare (15-20 000 besökare), Friggafest (majsgröt med stekt fläsk), Honungsfest, Örtfest, Brödfest, Polentafest (10 000 besökare), Speckfest (20-25 000 besökare).

Källor till Tabell 8: Rytönen P och Gratzer K, *When do trademarks create new markets? Entrepreneurship, trademarks and growth, experiences from Austria, Spain and Sweden*, IFSA 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>
Intervju med Mikaela Burgstaller, Projektledare för certifiering av Gailtaler Almkäse (SUB och Gailtaler Speck (SGB), samt chef för marknadsföringsbolaget Kärnten Agrarmarketing; 2010-02-25.
Intervju med Arno Oberluggauer, Fäbodbrukare, Tressdorfer Alm, 2008-08-01.

4.2.1 Bakgrund

Österrike blev medlem i EU den 1 januari 1995. Redan innan medlemskapet formaliserades vidtog Österrikiska myndigheter åtgärder för att förstärka landsbygdsföretagens konkurrenskraft. Bland annat grundade staten flera organisationer i syfte att öka avsättningen av regionalt producerade kvalitetslivsmedel. Genom moderna marknadsföringsmetoder såsom *branding* lyckades man skapa starka varumärken för bland annat ost, kött, fisk, vilt, frukt och grönsaker. Uppbyggnaden av konkurrenskraftiga varumärken blev ett medel för att skapa mentala strukturer som förmedlade en upplevelse med mening och mervärde hos konsumenterna. Ett av de verktyg som användes för att bygga upp dessa varumärken var SUB och SGB certifieringen av ett flertal livsmedel. Dessa livsmedel användes sedan i offensiva livsmedelsrelaterade evenemang som draglok i marknadsföring av andra lokalt producerade livsmedel och i skapandet av ett regionalt mervärde.

Detta avsnitt behandlar i korthet hur den österrikiska staten förberedde jordbruket på ett EU-inträde. I dessa förberedelser togs speciell hänsyn till att bevara och utveckla lokalt producerade livsmedel. Fallstudien handlar om hur ett marknadsföringskooperativ bestående av 13 ostproducerande fäbodar, genom att få sin produkt SUB-märkt kunde skapa ett starkt varumärke som möjliggjorde höga vinster. Fäbodkooperativets idag regionalt och nationellt välkända produkt marknadsförs under märket "Gailtaler Almkäse". Produktens namn relaterar till en dalgång "Gailtal" i delstaten Kärnten i södra Österrike.

Projektet "Gailtaler Almkäse" anses ha bidragit till att förhindra nedläggningar av jordbruksföretag och arbetsplatser samt till att skapa ny verksamhet inom turismnäring, gastronomi och handel. Den sammantagna årliga produktionen av ost är relativt blygsam och uppgår årligen till enbart cirka 60 ton. Själva ostproduktionens mervärdeskapande funktion anses vara betydande för de 13 producerande familjeföretagen genom att nedläggning av jordbruk förhindras. För regionen bedöms ostproduktionens ekonomiska betydelse som relativt ringa. Det som är ekonomiskt betydelsefullt för regionen är ett mervärde som skapas genom kringaktiviteter, samt dess positiva inverkan på turismsektorn, restaurangnäringen, samt hantverkssektorn.

I studien beskrivs därför också hur man genom intensiva och systematiska marknadsföringsåtgärder, kulinariska fester med mer har lyckats knyta samman produktionen av lokalt producerade livsmedel med turism, gastronomi, handel och hantverk. Det ekonomiska bidrag som ostproduktionen, dess certifiering och alla de kringaktiviteter som anses ha bidragit till ett ekonomiskt uppsving i regionen är av särskild vikt eftersom Hermagor, i likhet med andra mindre gynnade områden i Europa uppvisar en negativ befolkningsutveckling, med en minskande och åldrande befolkning. I detta specifika fall uppvisade regionen den sämsta befolkningsutvecklingen i Österrike mellan åren 1991 och 2001. En viktig anledning till den negativa trenden är att regionen under lång tid har haft en sämre ekonomisk utveckling än resten av landet.

4.2.2 Förberedelser inför EU-inträdet

År 1992 tre år före Österrikes inträde till EU bildades två statliga aktiebolag: *Agrarmarkt Austria* (AMA) och *Agrarmarketing Austria* (AMA-marketing). AMA grundades i syfte att förbereda och administrera jordbruksrelaterade frågor i samband med landets EU inträde. Uppgiften att marknadsföra lokalproducerade jordbruksprodukter överfördes till dotterbolaget AMA-marketing. AMA underställdes från början jordbruks- och miljöministeriet (Ministerium für Land und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft). Bolaget fick då ansvaret för övergripande strategiska frågor på nationell nivå. Dess huvudsakliga uppgift är att främja avsättning av jordbruksprodukter som kött, ägg, fjäderfä, mjölk, ost, frukt, grönsaker och biologiskt tillverkade produkter. Genom användning av moderna

marknadsföringsmetoder ville man övertyga konsumenten om betydelsen av livsmedlens ursprung och kvalitet. De talrika offensiva matrelaterade projekt som arrangerades under prefixet "Genussland" (kan översättas med Njutningsland eller Matland) utgjorde inramningen för dessa aktiviteter. Marknadsföringsaktiviteterna riktades inte enbart mot den österrikiska hemmamarknaden utan också mot konsumenter i Tyskland, Italien och EU:s nya medlemsstater. Andra för AMA viktiga uppgifter är distribution av jordbrukssubventioner,²¹ information om bidrag och jordbrukspriser samt organisationen av djurmärkning.

AMAs dotterbolag *AMA-marketing* ansvarade och ansvarar för marknadsföring och utveckling av livsmedelsrelaterade aktiviteter, samt för utvecklingen av olika kvalitetssäkringsprogram.²² En liknande organisatorisk struktur för marknadsföring av jordbruksprodukter som den som skapades 1992 på nationell nivå återskapades också på delstatsnivå.²³

Ett strategidokument om hur man med nya marknadsföringsmetoder på ett optimalt sätt kan utnyttja nya de möjligheter som öppnades genom Österrikes inträde i EU publicerades 1994. Strategirekommendationerna baserades på en undersökning som hade utförts år 1994 av jordbruksuniversitetet i Wien. Enligt denna undersökning fanns en stor outnyttjad potential för avsättning av regionalt producerade livsmedel. Ett mål var att öka efterfrågan för dessa produkter. Som en nödvändig förutsättning för att kunna uppfylla detta mål ansågs att den österrikiske konsumenten borde uppfostras till att bli matpatriot. I dokumentet uppmanades bönderna också att inrikta sina aktiviteter på att i större utsträckning axla denna pedagogiska uppgift. Det konstaterades vidare att det österrikiska jordbruket producerar många goda produkter och märken men att dessa kvalitetsprodukter – paradoxalt nog – inte lyckades skapa en motsvarande efterfrågan. Som ett exempel på detta anfördes förhållandena inom den österrikiska ostbranschen.^{cvi}

4.2.3 Lösningen på ostsektorns problem

Österrikiska ostar kännetecknades enligt en undersökning från 1994 av hög kvalitet. Trots detta efterfrågades i första hand franska ostar av österrikiska konsumenter. Som en orsak till detta angavs att franska tillverkare hade lyckats med att bygga upp starka varumärken och med att skapa en speciell image kring dessa. Franska ostar säljer inte bara en tillfredsställelse av grundläggande fysiologiska behov – kalori- och mattillförsel – deras marknadsförare hade även lyckats med att skapa illusioner av upplevelser kring sina produkter. Därför uppmanades bönderna i Österrike att gå samman i producentkooperativ med kollektiva varumärken (Markengemeinschaften) och till att bedriva gemensam marknadsföring för sina produkter. Som ett viktig förberedande stadium för en gemensam marknadsförings- och varumärkesstrategi rekommenderades starten av producentkooperativ. I Österrike fanns 1994 många väl fungerade kooperativ, dessa var dock för små och alltför isolerade. Myndigheterna ansåg att bönderna borde inse tidens tecken och övergå till självhjälp. I en meningsfull marknadsföring av lokala livsmedel ingår också försäljningen som en viktig faktor. Gårdsbutiker, 250 bondemarknader och självplock ansågs som viktiga försäljningskanaler, men dessa hade nackdelen att de enbart kunde omsätta små volymer. Genomsnittskonsumenten i Österrike handlade företrädesvis på stormarknader. Därför fick även lokalt producerade livsmedel säljas där om större volymer skulle uppnås. Österrikes 8 800 detaljhandelsaffärer ägdes och organiserades år 1994 av tio grossistföretag och dagligvarukedjor. Därför ansågs det som en nödvändighet att skaffa sig kunskaper om hur redan existerande småskaliga producenter kunde sammansluta sig i större kooperativ som kunde förhandla med stormarknadskedjorna.

²¹ Årligen bearbetas ca 340 000 olika ansökningar om EU bidrag. AMA betalar ut ca 1,6 miljarder Euro i subvention per år.

²² Några exempel på detta är AMA-Gütesiegel (AMA-valitetsmärke), AMAs biomärke och BOS. AMA-Gütesiegel kan livsmedel erhålla efter prövning och kontroll av produktion, förädling och distribution. Märket är en garant för kvalitet och att ursprungsbeteckningen är äkta. Detta märke har en kändhetsgrad av 95 procent hos österrikiska konsumenter. Ca 70 procent av alla mjölk- och 30 procent av samtliga köttprodukter i Österrike uppnår nu till en kvalitetsstandard som medför att de kan omfattas av märket. Biologiska kravprodukter märks kan efter prövning erhålla AMAs biomärke. BOS kan erhållas för kött som garanterar kontroll av hela distributions- och tillverkningskedjan från uppfödare till konsumentens tallrik.

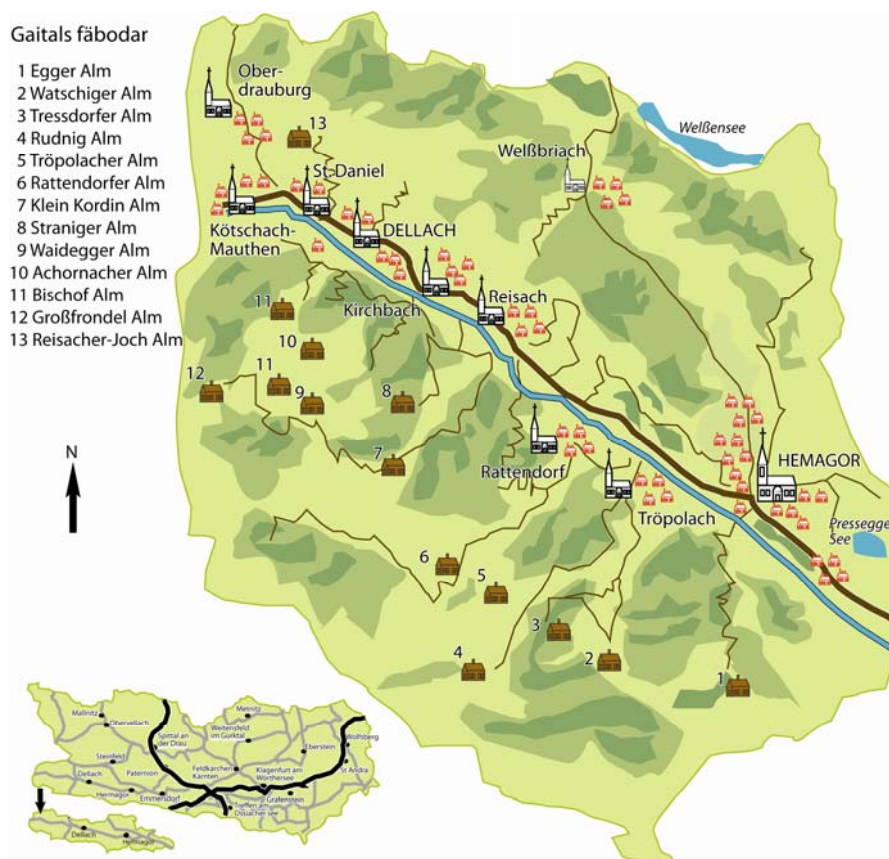
²³ Österrike är en federal republik med nio delstater (*Bundesland*). Varje delstat har egen författning, folkförsamling och regering. De folkvalda delstatsparlamenten kallas för *Landtag* och har rätten att lagstifta inom sitt kompetensområde. Lantdagen väljer regeringschefen (*Landeshauptmann/Landeshauptfrau*). Den regionala förvaltningen handhas av delstaterna, vilka i sin tur är indelade i kommuner som styrs av folkvalda församlingar. En administrativ mellannivå mellan kommuner och delstatsförvaltningen utgör distrikt (*Bezirk*).

Ideologiskt var det av största vikt att sammankoppla produktion av och handel med livsmedel med konsumtionspatriotism. Om bönderna var framgångsrika med sin organisation och marknadsföring kunde de även få avsättning för sina produkter även om dessa var dyrare än importerade eller storskaligt producerade. Som ett positivt och redan lyckat exempel på en sådan strategi omnämndes de bönder som producerade ekologiska livsmedel och som redan hade sammanslutit sig i en paraplyorganisation. Dessa ansågs ha lyckats med att ta ut ”gigantiska priser” för sina produkter.^{cvii}

4.2.4 Gailtal – det geografiska läget, den ekonomiska- och demografiska situationen

Samtliga 13 fåbodar är belägna i ett politiskt förvaltningsområde med namnet Hermagor. Förvaltningsområdet består av sju kommuner varav en mindre stad (Hermagor) och är beläget i en region som kallas för Oberkärnten. De viktigaste områdena för sammanhållen bosättning är belägna i dalgången längs floden Gail och dess bifloder (Lesach- och Gitschtal). I norr utgörs Gailtals gräns av Gailtaler Alpen och i söder bildar Karnische Alpen en naturlig geografisk gräns mot Italien. Antalet invånare i denna karga, alpina del ligger långt under genomsnittet för både delstaten Kärnten och Österrike (se appendix 1). Regionshuvudstaden Hermagor är följt av köpingen Kötschach – Mauthen det viktigaste centret för områdets sysselsättning som domineras av turism (framförallt av skidregionen Nassfeld). Totalt är 75 procent av alla sysselsatta och 55 procent av alla bosatta i dessa två kommuner. En ytterligare nackdel för regionen är att dess perifera arbetsmarknad saknar koppling till det överregionala och nationella trafiksystemet.²⁴

Bild 3. Fåbodarna i Gailtal.



Grafik: Madeleine Bonow.

²⁴ En motorvägsanslutning till Autobahn A2 ligger utanför förvaltningsområdet Hermagor. De bästa förbindelser inom regionen är i riktningen west-öst men en i sammanhanget betydelsefull nord syd förbindelse saknas. Det finns bara två mindre regionala gränsövergångar mot Italien (Plöckenpass och Nassfeld).

4.2.4.1 Fäbodväsendet

Standardisering anses vara en form för samordning och styrning i samhället och är väl så viktig som marknad och hierarki.^{cxviii} Idag är till och med jordbruket mycket enhetligt och standardiserat. Detta gäller för större delen av Europa. Så har det inte alltid varit. För inte så länge sedan var varje bygd fortfarande en isolerad enhet som var präglad av lokala förhållanden och traditioner. Varje bygd fick på så sätt sin egen prägel, sin egen bebyggelseform, uppbyggen av en individuellt utvecklad jordbruksorganisation.^{cxix} Statsmakterna var drivande i denna omvandling som berörde många länder i Europa och tog sig i uttryck bland annat genom skiftesrörelsen.^{cx} Tillsammans med framsteg inom teknologi och transportväsende skapade de förutsättningar för ekonomisk tillväxt och industrialisering.^{cxii} På senare tid har bland annat teknologisk utveckling, modernisering, subventionssystem, storleksrationaliseringar, den nationella och europeiska jordbrukspolitiken påskyndat processen.

Fäbodväsendet i bergsområdet i Gail och dess bifloder, den så kallade Karniska regionen²⁵ har en lång tradition. Den första bevarade skriftliga källan som visar att betesmarker användes till fäbodsbruk är från 1300-talet. Av dessa gårdsräkenskaper framgår att man redan då producerade en form av Almkäse på fäbodarna i Gail- och Lesachtal.²⁶ År 1870 tillverkades på fäbodarna i Gailtal 65 ton ost, drygt 13 ton kvarg, 5, 7 ton smör och 23 tusen liter mjölk. Många av dessa fäbodar arrenderades under 1800-talets senare hälft av italienska arrendatorer och användes för tillverkning av ostar efter recept från den italienska provinsen Friuli. Under perioden spelade fäbodarna en viktig roll i den lokala ekonomin. Samarbetsformer utvecklades, bland annat genom uppkomsten av ostkooperativ i en strävan att åstadkomma ekonomiska och produktionstekniska förbättringar. Som ett mycket viktigt steg i den historiska utvecklingen av Gailtals fäbodar anges skiftet av produktionen från mager- till fetost, vilket är den produkt som tillverkas än idag.

Under första världskriget drabbades Gailtal särskilt hårt, vilket ledde till att statliga finansieringsinsatser gjordes för att åter få igång jordbruksproduktionen. I dessa beaktades alpina områden som särskilt viktiga. Det statligt finansierade återuppbyggnadsarbetet erbjöd en möjlighet att modernisera och förbättra fäbodsmejerierna så att de kom att motsvara samtidens krav på högre kvalitet i ostproduktionen. Genom infrastrukturella åtgärder kunde produktionsvillkoren förbättras avsevärt. De under denna tid skapade fäbodbyggnaderna präglar fortfarande den alpina landskapsbilden i Gailtal. De enskilda produktionsenheternas storlek anpassades då till för fäbodekonomin lämpliga och moderna förutsättningar. Samtidigt började man också att ägna mer uppmärksamhet åt att utbilda sin personal. Dessa kompetenshöjande insatser är sannolikt en orsak bakom den tydliga kvalitetsförbättring för Gailtaler Almkäse som då åstadkoms.^{cxiii}

År 1949 fanns i Gailtal fortfarande 39 aktiva producerande fäbodar. För att kunna styra fäbodarnas utveckling och för att kunna lösa deras framtida problem grundades år 1949 ett producentkooperativ (Gemeinschaft der Almkäsereien Kärntens) med säte i Kötschach.

På grund av strukturella förändringar inom jordbruket och dess intensifiering i de mera bördiga dalgångarna förlorade fäbodarna från och med 1960-talet i ekonomisk betydelse. Antalet ostproducerande enheter reducerades till cirka 20. Under 1970-talet reducerades deras antal ytterligare till nuvarande sju aktiva fäbodar. Ett nytänkande inom jordbruket med en övergång till ekologiskt inriktade och kvalitetsmedvetna brukningsmetoder och därmed sammanhängande ekonomiska subventioner har lett till ett återuppsving för osttillverkning på fäbodarna. Inte minst insikten att den alpina fäbodproduktionen även har en stor turistekonomisk potential har varit gynnsamma faktorer. Gårdsproduktion och framställning av naturliga livsmedel uppmuntrades och gynnades i Gailtal.^{cxiii}

Idag pågår arbetet på fäbodarna under endast tre sommarmånader. Bönderna i dalen skickar upp cirka två kor vardera till fäbodarna. Väl där äter djuren enbart naturbete. Under sådana förutsättningar producerar varje ko cirka elva¹¹ liter mjölk per ko och dag. I fäboden Tressdorfer Alm till exempel finns det i genomsnitt 70 kor under sommaren. Vid mitten av september tar fodret slut, och då stänger fäbodarna och korna drivs ner till dalgången och återlämnas till sina ägare. Under tiden på fäboden används mjölken för att producera "Gailtaler Almkäse". Produktionen används för eget bruk och en viss del säljs på den lokala marknaden. Ostproduktionen delas lika mellan fäbodbrukaren och bonden.^{cxiv}

²⁵ Dvs. Gailtal, Gitschtal, Lesachtal, Weissensee, Nassfeld-Hermagor.

²⁶ En kontinuerlig användning av varumärket "Gailtaler Almkäse" kan beläggas från år 1950 och framåt.

Fäboddriften var en slumrande ekonomisk aktivitet innan SUB-ansökan. Brukarna genomförde sina sysslor på rutin utan att fundera på att ostproduktionen kunde ha ett större ekonomiskt värde. I samband med att ansökan om skyddad ursprungsbeteckning inlämnades år 1995 bytte föreningen namn till "Verein der Gemeinschaft der Gailtaler Almsennereien", ett namn som man menade tydligare anknyt till produktens regionala ursprung. Ett protokoll som förde vidare traditionen från den ovan nämnda "Alpenordnung" upprättades även av den aktivitetsgrupp som var verksam vid tillkomsten av projektet Gailtaler Almkäse. Protokoll (Gailtaler Almprotokoll) kom att spela en viktig och bindande roll för det framtida samarbetet i kooperativet.^{cxv} Protokoll som upprättades av 76 personer (varav 9 kvinnor) verksamma inom regionens fäbodbruk, utgör en bindande riktlinje för samtliga medlemmar. Protokoll innehåller detaljerade bestämmelser för hur produktion och kvalitetskontroll av ost skall skötas. Det ger också bindande anvisningar angående djurskötsel och organisation av fäboddriften. Viktigast är kanske de för medlemmarna bindande reglerna för prissättning. Det fastslås ett bindande minimipris för kartellens medlemmar per kilo ost. Vidare stadgas det att årliga kontroller av priset skall utföras av medlemmarna samt att en anpassning (höjning) skall göras årligen. Slutligen fastslås att regionala entreprenörer bör anlitas i samband med investeringsuppdrag i fäbodarnas infrastruktur.^{cxvi} De riktlinjer som antogs vid upprättandet av Gailtaler Almprotokoll, samt det mervärde som SUB-certifieringen har gett upphovs till har lett till att fäbodbrukarna numera investerar tid och resurser för att upprätthålla kvaliteten och förbättra den bild som förmedlas både av osten och av fäbodbruket.

4.2.5 Arbetet med certifieringen av Gailtaler Almkäse

Projektledare Michaela Burgstaller var sedan 1987 verksam som projektledare inom Jordbrukskammaren för delstaten Kärnten. När man satte igång med förberedelsearbetet inför EU inträdet var hon också aktiv inom det av delstaten grundade och ägda marknadsföringsbolaget *Kärntner Agrarmarketing* (KA-marketing). Inför EU inträdet diskuterades ett stort antal projekt och mål inom ramen för dessa organisationer. Ett av de mål som utkristalliserades var att ansöka om skyddad ursprungsbeteckning för ett antal livsmedel. Gailtaler Almkäse blev aktuell i detta sammanhang. På grund av arbetets omfattning krävdes en ny organisationsform som kunde ta hand om det omfattande arbetet med ansökan om SUB och som också kunde blåsa liv i lokala aktivitetsgrupper och skapa förutsättningar för att garantera att potentiella producenter uppfyllde de högt ställda kraven på hygien i tillverkningsprocessen. Detta arbete utfördes av konsultföretaget Plantago, som fick i uppdrag att i samarbete med Burgstaller utarbeta samtliga detaljer inför ansökan och ta fram ett underlag för åtgärder avseende hygien, kvalitet, med mera som skulle behövas. Ansökan för Gailtaler Almkäse beviljades och SUB-märkningen erhöles 1996. Denna erfarenhet gav även värdefull kunskap om hur en framgångsrik ansökan skulle skrivas. Följden blev därför att genast ansöka om ursprungsbeteckning för ytterligare ett livsmedel, nämligen den rökta skinkan Gailtaler Speck. Även denna gång utfördes det praktiska arbetet med ansökan och dokumentation av samma konsultbolag. Projektledaren Burgstaller hade då redan gått över till att arbeta med regionala frågor och hon ägnade sig åt att initiera och aktivera lokala aktionsgrupper kring denna ansökan. I ett senare skede inledde hon också ett samarbete med paraplymärket Genussland Österreich. På frågan varifrån initiativet till SUB-ansökan kom svarade Burgstaller att det var delstatsregeringen i Kärnten som hade gått ut med en förfrågan om vilka produkter som kunde vara lämpliga för en ansökan om ursprungsbeteckning. Denna förfrågan riktades inte enbart till lantbrukare, utan även till företagare inom handel och hantverk. Svaren utvärderades och man fastnade för Gailtaler Speck. Direktiven hade nämligen varit tydliga: enas kring ett livsmedel!

Vi måste gå samfällt eller inte alls. Det ursprungliga initiativet utgick inte från jordbrukskammaren, från olika jordbrukskooperativ eller lokala aktivitetsgrupper.^{cxvii}

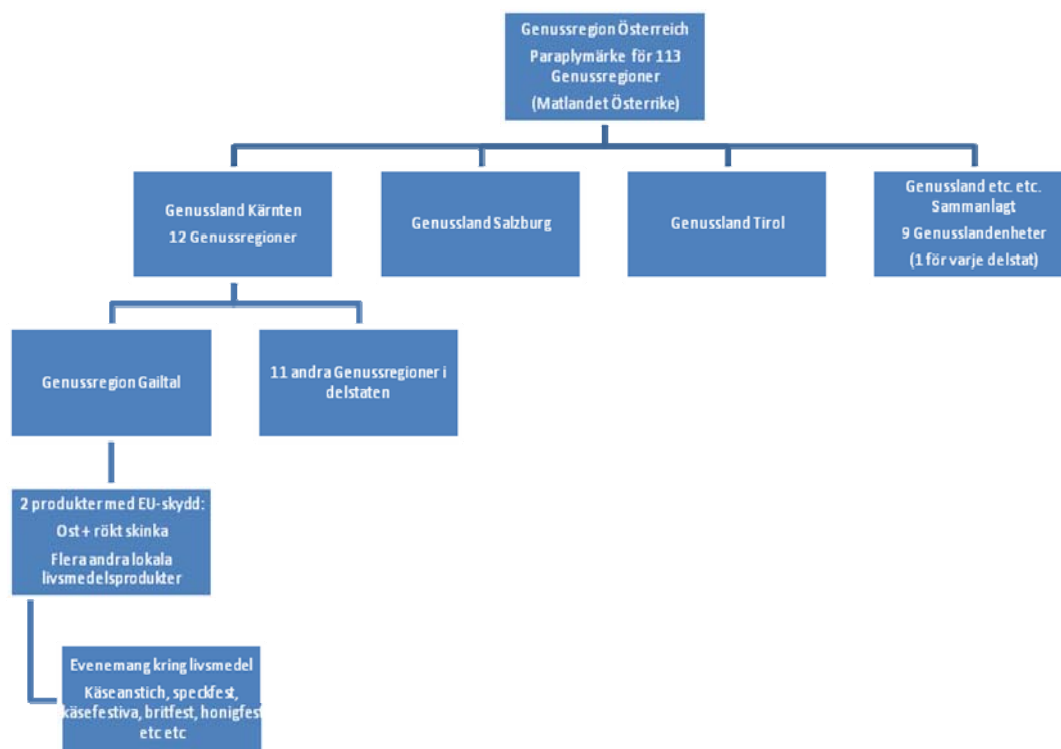
Ansökan för Almkäse behandlades relativt snabbt. Detta berodde på att man inom EU fortfarande tillämpade ett relativt enkelt förfarande och på att underlaget till ansökan var välgjort. Ansökan för SGB-skydd för Gailtaler speck tog längre tid eftersom förarbetet var mer komplicerat. Ett exempel på varför det var svårare att få certifiering för speck är att de fick klargöra skillnaderna mellan olika specksorter

och att det var svårare att historiskt belägga att regionen Gailtal var ett sammanhängande agrart område. Dessutom fördröjdes inlämningen av ansökan om Gailtaler speck av politiska skäl.²⁷

4.2.6 Satsningen Genusland Österreich

Marknadsföringen av Gailtaler Almkäse och Gailtaler Speck har sedan 2008 infogats i en nationell organisation för att främja landsbygdsutveckling genom en koordinerad marknadsföring av så kallade galjonsprodukter²⁸ för Österrikes samtliga regioner.

Bild 4. Marknadsföringsstrukturen i Genusland Österreich.



Denna satsning som går under benämningen Genusland Österreich omfattar ett marknadsföringsbolag som arbetar på tre olika nivåer. På nationell nivå heter bolaget Austria Agrarmarketing GmbH (AMA) och ägs av staten genom *Lebensministerium* (f.d. Jordbruksministeriet). På delstatsnivå organiserar aktiviteterna under delstatens eget företag, i Kärnten heter företaget Kärnten agrarmarketing. Den nyinrättade strukturen möjliggör en högre koordinationsgrad av marknadsförings- och andra aktiviteter som bidrar till att främja landsbygdsutvecklingen i hela landet. Genusland Österreich som företeelse startade ungefär samtidigt som den svenska satsningen "Sverige det nya matlandet", men det verkar vid en första anblick ha nått mera omfattande resultat än i Sverige. Den Österrikiska satsningen förtjänar därför i sammanhanget en egen analys och kommer därför att redovisas i en separat rapport.

4.2.7 Regionalekonomiska kringeffekter

Statens och företagens intresseorganisationer har i Österrike utifrån regionalekonomiska tillväxtambitioner visat en stark vilja att stödja initieringen och utvecklingen av aktiviteter som regionala och lokala livsmedelsfester. Man har strävat efter att skapa så många evenemang kring regionalt producerade

²⁷ Burgstaller syftar här på den inom EU igångsatta bojkottaktionen mot den populistiske politikern Jörg Haider. Han var delstatspresident i Kärnten och hade engagerat sig i frågan. Enligt Burgstaller hade man fått råd från Bryssel att avvakta med en ansökan tills vågorna hade glättat sig.

²⁸ Termen avser produkter som är avsedda att användas för att representera hela sin region.

de livsmedel som möjligt och – i syfte att förlänga turistsäsongen – försökt att utveckla en årstidsrelaterad kultur av livsmedelsfester. Nedan följer en beskrivning av tre av dessa projekt.

Gailtaler Speckfest

Enligt Michaela Burgstaller startade man år 1992 en årligt återkommande fest som arrangerades kring en efter gamla lokala traditioner tillverkad rökt skinka ”Gailtaler Speck”. Speckfesten som blivit mycket framgångsrik pågår i två dagar. Strukturen bakom festen är följande: 17 jordbruksföretag och ett slakteri tillverkar årligen cirka tio ton rökt speck enligt stränga regler (produkten blev SGB-märkt 2006^{cxviii}). På själva festen säljs cirka fem ton vilket motsvarar hälften av årsproduktionen av speck. Dessutom sålde man år 2010 cirka 18 000 hemtillverkade, rökta korvar. Detta har visat sig vara av betydande ekonomisk betydelse för dessa 17 jordbruksföretags överlevnad och utveckling. Förutom den direkta nyttan för de inblandade producentföretagen anses det regionalekonomiska mervärdet som skapas under dessa två dagar vara betydande. Enligt kommunens skattning uppgår det regionala mervärdet till cirka 1 miljon Euro. År 2009 besöktes festen av 28 000 människor.^{cxix} Festen leder dessutom till cirka 2 000 övernattningsnätter av turister i Hermagor och trakten däromkring. Turisterna kommer från regionen och andra delar av Österrike. De kommer även från Italien, Slovenien, Tyskland och Schweiz.

Denna för trakten innovativa idé tillkom som en imitation av en redan i norra Italien etablerad fest. I den italienska staden St. Daniele arrangeras årligen en skinkfestival.^{cx} Enligt Burgstaller initierades idén i Hermagor av en slaktarmästare. Han hade varit i St. Daniele, och blivit imponerad av antalet besökare. Han insåg festens ekonomiska värde och *’kunde därefter inte släppa denna idé ur sitt huvud’*.^{cxxi} Den italienska festen kring den rökta skinkan som varar under fyra dagar lockar cirka 500 000 besökare. Under festens gång köps och konsumeras cirka 6 000 stycken skinkor à 60 kilo per styck.²⁹

Slaktaren som blev besatt av idén föreslog för byns borgmästare att man borde arrangera en liknande fest i Hermagor. Ett möte arrangerades där representanter från lantbruket, turismnäringen, gastronomi- och jordbrukskammaren samt projektledaren Burgstaller var närvarande.

Vi hade dessutom en iderik person – optiker till yrket – med på mötet som tyckte att förslaget var bra. Han satte tidigt upp som ett mål att den första festen skulle locka ett par tusen besökare till Hermagor. Alla skrattade åt honom, men han stod på sig och lyckades därigenom övertyga och aktivera många av oss andra”. Med facit i hand vet vi att projektet har visat sig framgångsrikt och livskraftigt. Därefter imiterades idén av många andra.^{cxvii}

Kärnten är idag ’ett land av kulinariska fester som arrangeras kring lokalt producerade livsmedel’. Bara i regionen Hermagor (som har ca 19 000 invånare) startar man i juni med en Polentafest, som följs av en Speckfest, en Friggafest, en fest när den första Almkäse är klar att ätas (Käseanstich), en Honigfest, en Brödfest och en Käsefestival under Hösten. Dessutom finns det ett flertal mindre lokala fester kring potatis, äpplen och annat.

Ostfestivalen i Hermagor

Även detta projekt förbereddes redan före Österrikes inträde i EU. En ansökan om projektets finansiering inlämnades 1995 samtidigt som Österrike blev medlem av EU. Marknadsföringsaktiviteterna kring osten kunde därmed finansieras av nationalstaten och delstaten Kärnten samt av EU. Projektets syfte var att främja en ’kvalitativ utveckling av jordbruket och fäbodsväsendet i samarbete med jordbrukare och turistföretagare inom regionen’. Projektet skulle i detta syfte ’använda sig av livsmedelsprodukter med hög kvalitet som tillverkades i regionen’. Ytterligare syften var att åstadkomma förbättringar av fäbodarnas regionala produktionsstruktur och att säkerställa omfattningen av produkternas avsättning.^{cxviii} Ostfestivalen är numera ett etablerat och återkommande evenemang där flera hundra småskaliga ostproducenter från Italien, Slovenien, Tyskland, Schweiz och Österrike ställer ut sina produkter. Folkloreuttryck såsom dans, folkdräkter och traditionell hemslöjd skapar en ram kring festivalen, som årligen besöks av cirka 12 000–15 000 turister.^{cxvii} I ett försök att förbättra projektet och att skapa ytterligare regionalt mervärde initierades år 2001 ett fortsättningsprojekt, ”Gailtaler Kulinarium – Gailtaler Speck- und Käse Strasse”. Man hade vid tidpunkten två ledande produkter i Hermagor som fått ur-

²⁹ Bidragande till framgången var antagligen det investerades 18 miljoner Euro i marknadsföring av fetsen mellan 1988 och 2003, http://www.prosciuttosandaniele.it/en/consorzio_strumento.html, 2010-03-29.

sprungs-beteckning (ost och speck), men ett behov fanns av att öka synligheten även för andra lokalt producerade livsmedel. Projektet som även vid detta tillfälle subventionerades av stat, delstat och EU startade 2001. De lokala aktiviteter som satsningen ledde till hade under några år målmedvetet riktat in sig på fyra livsmedel, ost och speck, bröd och polenta. Aktiviteternas höjdpunkt utgörs idag av årliga festivaler som skapas kring dessa produkter.^{cxv} För att kunna skapa synergier och förbättra sin positionering i regionen beslöt man sig för att följa en gemensam strategi. Strategins huvudsyfte är att försöka skapa nya marknader för dessa lokalt tillverkade livsmedel inom och utanför regionen. Vidare skulle de gemensamma ansträngningarna inriktas mot att höja regionens mervärdeskapande förmåga. Medlen för att uppnå dessa mål var flera, bland annat skapades en gemensam organisation för försäljning och marknadsföring av produkterna. Denna organisation har som syfte att genom produkternas marknadsföring bygga broar mellan det lokala jordbruket, hantverkssektorn, handeln, kulturlivet, samt den lokala folkloren. Redan befintliga aktiviteter (som t.ex. Gailtaler Käsefestival) skall stärkas och utvecklas till att utgöra ryggraden i detta samarbete. Man införde också omfattande åtgärder av infrastrukturell art, exempelvis välkomstskyltar, vägvisare, egna salustånd, flygblad, affischer, internetsidor, offentlighetsarbete, samarbete med medier, samarbete med transport- och turistföretag, medverkan i officiella festligheter, samarbete med kreditkorsföretaget 'Kärnten Card'^{cxvi} med mera. Målområdet för dessa aktiviteter är regionalt avgränsat till den administrativa enheten Hermagor med omnejd. Årsomsättningen för dessa aktiviteter uppskattades till 5,8 miljoner Euro under år 2008. Hälften av intäkterna kunde relateras till produkter som ost och speck och hälften till turistrelaterade aktiviteter.^{cxvii}

Mathöst i Kärnten (Kärntner Herbst)

Kärnten Herbst är ett projekt som startades för att förlänga turistsäsongen i hela delstaten med årstidrelaterade höstliga livsmedelsfester.^{cxviii} Projektet beskrivs av dess marknadsförare som en symbios mellan kultur, näringsliv och turism. Initiativet togs även denna gång av delstatsregeringen. Syftet var att möjliggöra för alla regioner att visa upp sitt "kulturella arv i dess vackraste färger".

Projektet förefaller vara framgångsrikt och 74 kommuner hade medverkat med att genomföra omkring 120 arrangemang under två höstmånader under år 2009 och 2010. Deltagare var krögare, bönder, hantverkare och medlemmar i folkloristiska organisationer som dans- och musikgrupper, skytteföreningar, med mera (med totalt 80 000 medlemmar). Den image man vill förmedla är "den färgglada Kärntner-själen". Avsikten är att visa regionens innersta väsen och inbjuda gästen till en gemytlig samvaro.³⁰ Evenemangen vänder sig till inhemska och utländska dagsturister från närområdet. Denna höga ambitionsnivå har lett till ett rikligt utbud av evenemang. Antalet besökare under år 2009 uppskattades till 220 000 personer.

4.2.8 För- och nackdelar med SUB och SGB

På frågan om vilka för- respektive nackdelar som fanns med en ansökan om SUB eller SGB svarar de flesta inblandade aktörerna att de regionalekonomiska effekterna är enbart positiva. Man tolkade SUB och SGB-certifieringen och den därmed möjliggjorda marknadsföringen av andra lokalt producerade livsmedel som en viktig strategi för att motverka globaliseringens negativa effekter. Många tyckte att nedläggningar av befintliga jordbruksföretag hade förhindrats och att andra befintliga företag har kunnat utvecklas samtidigt som nya arbetstillfällen har skapats inom turismnäringen och därmed sammanhängande verksamheter. Inte helt oväntat uppskattades de investeringsbidrag som olika verksamheter erhållit från EU, nationalstat och delstat,³¹ för produktion, för arrangemang av livsmedelsrelaterade evenemang och för marknadsföring. Hos producenterna fanns en medvetenhet om att SUB skapade ett lokalt monopol³² vilket möjliggjorde överenskommelser om kartellpriser och som resulterade i prispremier. Viktig var också skyddet av varumärket Gailtaler Almkäse som en SUB-certifiering garanterar.

³⁰ För information och program: Amt der Kärntner Landesregierung, UAbt. Volkskultur und Brauchtumswesen. Tel. nr. 050536-40547. email: abt6.volkskultur@ktn.gv.at

³¹ Enligt vad som framkom i intervjuer subventionerades t.ex. 70 procent av kostnaderna för vägbyggen till de 13 fåbarna belägna på ca 1400–1600 meters höjd.

³² Ett kollektivt lokalt bundet varumärke kan inte säljas till andra företag eller utlokalisera sin produktion till andra världsdelar.

Bland nackdelarna nämndes de initialt höga kostnaderna för ett ansökningsförfarande och kostnader för kvalitetskontroll.

Avslutningsvis ställdes frågan om ansträngningarna för att erhålla SUB för Gailtaler Almkäse varit mödan värt. En av nyckelaktörerna i denna process svarade på följande sätt:

Tänk dig: vad finns förutom ost i Kötschach? Ingenting! Om inte Gailtaler Almkäse funnits hade vi ingenting! Det vi gjorde var helt enkelt att vi marknadsförde en gammal produkt med nya metoder. Osten produceras ju i stort sett med samma metoder som på 1700-talet. Den är fortfarande gjord för hand. Kontrollerna har blivit flera och osten har fått bättre kvalitet/.../ Men det är stor skillnad mot förr då bönderna dāsade och inte åtgärdade någonting. Nu förstår de att de inte kan fortsätta med detta och att de blir uteslutna om de inte rättar till eventuella missförhållanden. Mitt svar på frågan är att EU-certifikatet för osten är obetalbar! Den fyller också en viktig funktion som ett sändebud.^{xxxix}

4.3 Sammanfattande kommentar

Ovanstående erfarenheter men också tidigare utvärderingar av certifieringarna visar på vikten av statlig uppmuntran eller rent av ett statligt initiativ för att kunna etablera certifieringarna och bidra till landsbygdsutveckling genom att gynna fler än de som är direkt inblandade i produktionen.^{xxx} Denna positiva effekt konstaterades inte bara i Europa eller vid användning av SUB och SGB. Andra typer av registrerade, frivilliga geografiska indikationer i länder och regioner utanför Europa där anknytningen till platsen som en geografisk indikation ger ett viktigt verktyg för lokal utveckling.^{xxxix} I Österrikes fall, som också anses vara ett av Europas mest framgångsrika exempel, uppnås ett mervärde kring certifieringen genom att återkommande organisera folkliga aktiviteter som attraherar ett stort antal turister som inte enbart köper de livsmedel som aktiviteten kretsar kring, utan också bidrar med intäkter till hotell- och restaurangsektorn, lokala transporter, dagligvaruhandeln, lokala turistkontor, lokala skatteintäkter, med mera. I det kantabriska fallet var den främsta strategin att etablera produkterna i den regionala konsumtionen. Därför genomfördes en folkbildningskampanj med massiva marknadsföringsinsatser där ett viktigt verktyg var storytelling. I båda fallen spelade staten och den offentliga sektorn på regional och lokal nivå en viktig roll som initiativtagare och som koordinator av insatserna för att certifiera produkterna och etablera certifieringarna genom olika aktiviteter.

Kapitel 5. Kan SUB och SGB bidra till ”Sverige – det nya matlandet”?

SUB och SGB kan, utifrån de presenterade resultaten, ses som verktyg som kan hjälpa ett kollektiv av småskaliga producenter att differentiera sig på en marknad. I detta avseende kan SUB och SGB vara viktiga verktyg för tillväxt och kvalitet inom ramen för matlandsvisionens mål (3) förädlad mat, (4) matturism och (5) restaurangnäringen. Det kan också i viss mån bidra till att uppfylla mål (2) primärproduktion.³³ Det sistnämnda kräver dock en djupare analys. Också de konkreta målen om ökad lönsamhet och ökad kvalitet kan uppnås. Tillämpningen av SUB och SGB skulle kunna bidra till en ökad *homogenisering* genom att svenska producenter använder sig av samma standard som sina kolleger i Europa. Att fler svenska restauranger skall få stjärnor i Guide Michelin är sannolikt något som kan underlättas genom att förstärka marknadspositionen och konkurrenskraften för svenska traditionella livsmedel. De presenterade studierna visar också att certifieringarna kan bidra till en ökning av antalet övernattningar på landsbygden – förutsatt att man inte enbart certifierar produkterna, utan också arbetar medvetet för att med gemensamma krafter använda certifieringarna i ett bredare perspektiv.

Resultaten för GTS visar att certifieringen inte verkar ha något större värde för producenterna. Att erhålla en GTS-certifiering är förenat med vissa kostnader, men efter att GTS-märkningen har erhållits kan vem som helst som följer exempelvis receptet få använda sig av märkningen, därför är vår slutsats att de resultat vi hittills har kunnat samla om GTS inte talar för att det är en bra investering. Den forskning som har genomförts är emellertid obefintlig och de existerande erfarenheterna ringa, vi anser därför att en djupare analys behövs i frågan.

Våra resultat visar också att mervärdeskapande aktiviteter både före och efter certifieringsprocessen är viktiga för att få ett lyckat ekonomiskt resultat. Dessa aktiviteter kan sammanfattas i ett antal steg.

Steg ett är identifiering av möjliga certifieringskandidater och medvetandegörande av producenter i primärproduktion och förädlingsled som kan gynnas av certifieringen.

Steg två är att etablera den organisation som kommer att för ansvara eller ”äga” certifieringen. Denna grupp bör sedan ta fram en produktspecifikation med lämplig geografisk avgränsning som förberedelse för ansökan om SUB eller SGB. När en möjlig kandidat till certifiering har identifierats och producentgruppen har organiserats bildas en lokal intressentgrupp, detta är *Steg tre*. Denna består av certifieringens kärngrupp som är (1) direkta intressenter, det vill säga producenter, (2) myndigheter, (3) indirekta intressenter.

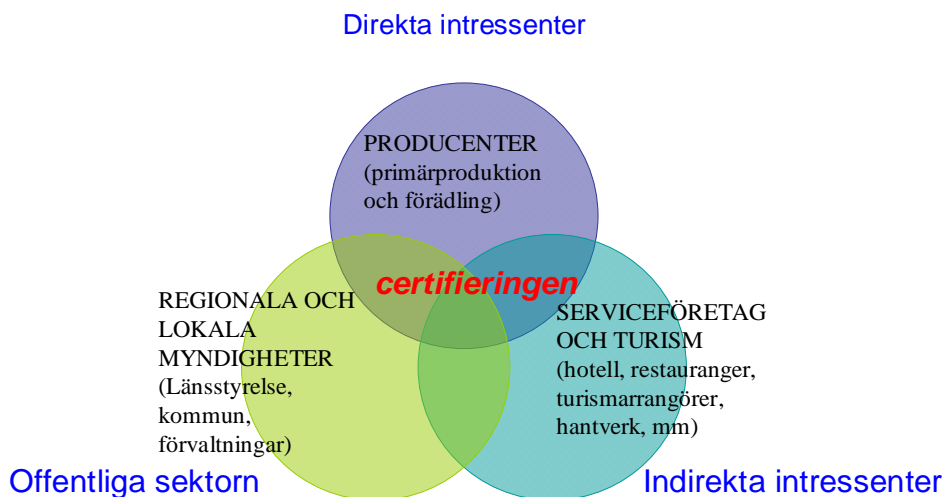
För att hitta rätt sammansättning av intressenter kan det vara viktigt att ställa frågan om vilka intressenter som kan skapa den positiva spiral som kan leda till ömsesidig nytta för de olika aktörerna. För att kunna göra en bedömning om vilka direkta och indirekta intressenter som kan vara av betydelse är det viktigt att genomföra en kartläggning av potentiella intressenter, till exempel turismarrangörer, hotell, restauranger, men också fysiska personer som erkänt duktiga kockar och ”eldsjälar” som kan bidra till att lyfta området kan vara av stort värde. Jordbruksdepartementet har genom att utse ”Matlandet-ambassadörer” redan påbörjat identifieringen av viktiga aktörer. Även olika typer av organisationer, exempelvis miljöorganisationer kan vara viktiga aktörer i en sådan process.

Steg fyra är marknadsetableringen av produkten. I ovanstående exempel hade marknadsetableringen skett innan certifieringsprocessen var avslutad. Eftersom certifieringsprocessen tar ett par år från start till mål har intressenterna tid att bygga upp certifieringens rykte och planera de aktiviteter som skall skapa den efterfrågade ömsesidiga nyttan. Vilket mål som marknadsetableringen har beror helt och hållet på vilka intressenter som är inblandade i processen. De exempel som lyfts fram här visar två stra-

³³ Det finns exempel i andra länder där små och stora producenter samverkar inom en certifiering – nyttan inom sådana samarbeten är att de stora producenterna kan bidra med distributionskanaler och de små producenterna kan bidra med ett högkvalitativt livsmedel och utgöra grunden för produktens story-telling.

tegrar, den första med huvudfokus på att främja turismen genom att använda livsmedlen som symbol för regionen – fallet Gailtaler Almkäse, den andra med huvudfokus på att stärka och öka konsumtionen på hemmamarknaden – fallet Kantabrien. Det finns säkert lika många exempel som det finns certifierade produkter. För svenskt vidkommande borde dessa båda erfarenheter vara av värde. Existerande verktyg för att kunna lyfta en produkts anseende är deltagande i SM i Mathantverk som arrangeras av Eldrimner.

Bild 5. Direkta och indirekta intressenter i certifieringsprocessen.



Två tidigare svenska erfarenheter visar också att en kraftsamling av olika aktörer kring kulinariska produkter i olika regioner kan ge resultat. Dessa är varumärket Gotland, som är en frivillig märkning som initierades av Gotlands Kommun och där producenterna själva hävdar att deras produkter säljer bättre efter att ursprungsmärkningen startade,^{xxxii} den andra är projektet Mer Vård Mat, ett utvecklingsprojekt om traditionella livsmedel som drevs i Jämtland och Härjedalen mellan 2000 och 2002. Projektet gav värdefulla erfarenheter och visade att det finns en potential för att skapa arbetstillfällen och tillväxt genom medvetna marknadsföringsstrategier för småskaligt producerade traditionella livsmedel.^{xxxiii}

En ytterligare tänkbar strategi som skulle kunna tillämpas är produktion för export. Det finns miljoner konsumenter ute i Europa som är medvetna om SUB- och SGB-certifieringens värde ur kvalitets-synpunkt. Hur stor potentialen skulle kunna vara för svenska SUB- och SGB-livsmedel måste dock undersökas.

5.1 Vilka kompetenser behövs för att satsa på SUB och SGB?

För att kunna utforma ansökan om SUB- och SGB-certifiering och lotsa den igenom den europeiska byråkratin krävs en koordinerad insats med experter inom olika områden. Erfarenheterna från Spanien och Österrike visar att grupperna oftast består av producenter, en koordinator, samt experter med specialkompetens som kan arbeta med att fastställa länken mellan produkttegenskaper och produktionsplats, till exempel mikrobiologer, naturgeografer, historiker och etnobiologer. I andra EU-länder är dessa experter oftast aktiva forskare på närliggande universitet.³⁴ Ett samarbete mellan akademien och den småskaliga livsmedelsproduktionen i Sverige skulle underlätta framtagandet av solida ansökningar och snabba upp den för övrigt ganska byråkratiska ansökningsprocessen.

³⁴ Ett bra exempel är det samarbete som genomförs i de italienska provinserna Parma och Reggio mellan konsortier som producerar Parmaskinka och Parmiggiano Reggianoost med Università degli Studi di Parma.

5.2 Inventering av befintlig kompetens

För att kunna utforma och underlätta en ansökan om SUB- och SGB-certifiering är det lämpligt med en koordinerad insats med experter inom olika områden. Dessa experter kan bidra med att lösa uppgifter som ansökningsförfarandets olika steg innebär. Nedan finns en beskrivning av olika forskargrupper som kan bidra nyckelkompetens i detta avseende.

5.2.1. Kännedom om traditionell kunskap och bevarande av biologisk mångfald

Traditionell kunskap om produktionsmetoder, betesmarker, med mera är av oerhörd vikt för att kunna identifiera kandidater för certifieringarna och för att kunna bedöma vilket kulturellt och miljömässigt mervärde olika traditionella livsmedel kan ha. Genom det nationella programmet för lokal- och traditionell kunskap relaterat till bevarande och hållbart nyttjande av biologisk mångfald, NAPTEK, har sådan kunskap redan börjat samlas. Projektet samordnas av Centrum för biologisk mångfald vid Sveriges Lantbruksuniversitet och leds av docent Håkan Tunón. Inom centrum för biologisk mångfald finns också kompetens om hur man kan arbeta för att bevara biologisk mångfald, bland annat genom olika typer av betesdrift.

5.2.2. Produkttegenskaper och sensorik

På Restaurangakademien vid Örebro universitet finns flera forskningsprojekt som arbetar med sensoriska metoder och sensorikens språk. Att kunna vara delaktig i identifieringen av produkttegenskaper och kunna beskriva dessa är en nyckelkompetens vid ansökan om certifiering. Där finns även en tränad sensorisk panel. Ansvarig person för verksamheten är docent Inger Jonsson. En annan viktig verksamhet i sammanhanget där både kunskaper och omfattande resurser inom detta område finns är SIK som har både allmänna forskningsmässiga resurser och ett stort sensoriklabb.

5.2.3. Fastställa länk mellan produkttegenskap och produktionsplats

I Sverige finns endast en tidigare erfarenhet av SUB, nämligen Kalix löjrom. Projektledare och samordnare för insatserna inför certifieringen var Tryggve Bergman, VD för Matproducenterna i Norr. Bergmans erfarenheter måste i detta sammanhang ses som unika i ett svenskt sammanhang. Även den senaste erfarenheten med SGB-certifiering för Bruna bönor från Öland måste i sammanhanget ses som mycket värdefull. Projektledare för detta var Fredrik Fogelberg, forskare vid Institutet för Jordbruks- och Miljöteknik vid Sveriges Lantbruksuniversitet.

Vår egen forskargrupp på Södertörns högskola har på ett tvärvetenskapligt sätt arbetat med att fastställa länken mellan ett livsmedels egenskaper och dess produktionsplats. Projektgruppen har genomfört egna laborationer, och sammanställt befintlig kunskap om olika vetenskapliga metoder för att fastställa en sådan länk, i kombination med historiska, geografiska och geologiska studier, marknadsanalyser, med mera. Projektet har också gett ut en manual om hur man ansöker om SUB och SGB, samt om olika vetenskapliga metoder för att länka produkttegenskaper och produktionsplats. Manualen kan laddas ner från Hushållningssällskapets hemsida www.hush.se.

Det finns dessutom ett antal fristående forskare vid olika lärosäten som besitter enskild specifik kompetens. Mer information om detta kan erhållas genom Paulina Rytkönen, Södertörns Högskola.

5.2.4. Kännedom om småskaliga producenter i olika regioner

Det finns två organisationer som har nationell täckning och som på ett eller annat sätt känner till och interagerar med småskaliga producenter över hela landet. Denna kunskap är mycket viktig när det gäller att identifiera möjliga kandidater och intressentgrupper, samt för att koordinera ansökningsinsatser. Dessa är Eldrimner – Nationellt resurscentrum för mathantverk, samt Hushållningssällskapet. De har nationell täckning och kunskap om den småskaliga livsmedelsproduktionens geografi.

5.3 Befintliga resurser för att finansiera SUB- och SGB-certifiering

Landsbygdsprogrammet utgör den viktigaste källan för finansiering av aktiviteter som rör landsbygd och livsmedelsproduktion. Erfarenheter från andra EU-länder visar att när aktörer i andra länder har ansökt om SUB eller SGB har certifieringen och aktiviteterna för att skapa mervärde finansierats med resurser från landsbygdsprogrammen, nationella resurser (från stat, region och/eller kommun), samt producentinsatser. Eftersom kostnaden för certifieringen även i fortsättningen får antas vara ganska hög, utgår vi från att ett behov av att söka stöd för certifiering även i fortsättning kommer att behövas. Nedan följer en kortfattad analys av var i Landsbygdsprogrammet man kan hitta finansiering för de olika delarna av certifierings- och mervärdeskapandeprocessen för SUB och SGB.

5.3.1 Landsbygdsprogrammet

Axel 1

Omfattar åtgärder för att förbättra utvecklings- och konkurrenskraften hos företag inom jordbruks- och skogsbrukssektorn, rennäring, livsmedelsproduktion och förädling. Det omfattar stöd till kompetensutveckling, lärande och spridning av ny kunskap, investeringsstöd och stöd till vidareförädling. För perioden 2007–2013 omfattar det svenska landsbygdsprogrammet totalt 5,8 miljarder kronor för Axel 1.

En av rapportens viktigaste slutsatser om framgångsfaktorer bakom SUB och SGB är att det finns ett positivt samband mellan certifieringens ekonomiska effekter och marknadsföringskompetens. Forskare och lekmän är eniga om att när konsumenter och producenter inte känner till systemet bör en upplysningskampanj genomföras. Certifieringen i sig kan ge ett starkt skydd, detta framgår tydligt av fallet Svecia, men mervärdet skapas först när certifieringen kan identifieras av konsumenten. Axel 1 omfattar kompetensutveckling, lärande och spridning av ny kunskap. En del av dessa resurser kanaliseras till Sverige – det nya matlandet.^{cxixiv} Således kan denna del av en certifieringssatsning finansieras genom Axel 1.

Axel 2

Syftar till att bevara och utveckla ett attraktivt landskap med höga natur- och kulturvärden. Således fokuserar axel 2 på att uppfylla de nationella miljö kvalitetsmålen, men också på åtgärder som skall öka landsbygdens attraktionskraft för boende, besökande och för företagande. För perioden 2007–2013 omfattar det svenska landsbygdsprogrammet cirka 24 miljarder kronor för axel 2. SUB och SGB har ett antal naturvårdsaspekter som är viktiga att ta fasta på. Det moderna jordbruket ger upphov till ett ensartat, biologiskt utarmat kulturlandskap och en rad andra negativa miljökonsekvenser. Samtidigt representerar det äldre odlingslandskapet med sin småskalighet och rika biologiska mångfald – särskilt i naturliga betes- och ängsmarker – stora naturvärden.^{cxixv}

Certifiering främjar lokal, småskalig produktion (inklusive förädling) av livsmedel som i sin tur – särskilt när det gäller animalieprodukter – kan främja naturvärden i odlingslandskapet på flera sätt:^{cxixvi}

- Den bidrar till en allmän förstärkning av jordbruket och ökar därmed förutsättningarna för hävd av naturliga betesmarker.
- Den bidrar till en diversifiering av jordbruket som kan ge ökad sysselsättning, lönsamhet etc. och därmed minska behovet av intensifiering etc. med negativa effekter på miljön.
- Den bidrar till en allmän ökning av betetrycket genom att lokalt öka efterfrågan på animalieprodukter.
- Den bidrar till en förbättrad hävd av naturliga betesmarker genom att dessa representerar traktens vilda flora och därigenom knyter kött och mjölk från betande djur till produktionsplatsens naturförhållanden.
- Den ger incitament att bedriva ett jordbruk som är allmänt miljövänligt genom att detta är en viktig faktor vid certifiering och försäljning.
- Den ger incitament att slå vakt om lokala lantraser och växtsorter för att därigenom förstärka kopplingen mellan produkt och produktionsplats.

- Den drar turister till gårdsbutiker etc. och ger därmed incitament att öka attraktiviteten för dessa genom att skapa en tilltalande miljö för besökande, inte bara på gården utan också i dess omgivande odlingslandskap.

För flera av dessa punkter finns också ett omvänt samband, det vill säga att naturvårdsinsatser av olika slag främjar lokal förädling av livsmedel. Särskilt bör nämnas att sådana insatser främjar såväl jordbruket allmänt som dess betesdrift och därmed animalieproduktion. Naturvårdsinsatser kan vidare bevara eller skapa ett intressant och tilltalande odlingslandskap som är attraktivt för turister och som därmed blir till gagn för bland annat gårdsbutiker. Detta gäller såväl på gårds- och bynivå som på landskapsnivå. ^{cxxxvii}

Axel 3

Skall bidra till att skapa ett mer diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv och en bättre livskvalitet på landsbygden. Stöden är tillväxtfrämjande och omfattar projekt som skall stimulera lokalt entreprenörskap, företagande och affärsutveckling i landsbygdens olika branscher och bidra till nya arbetstillfällen. En ytterligare dimension i denna axel är stöd till viss infrastruktur såsom bredband. Axel 3 omfattar också stöd till förnybar energi, klimat och till Matlandet Sverige. ^{cxxxviii} För perioden 2007–2013 omfattar det svenska landsbygdsprogrammet 3,5 miljarder kronor för Axel 3. ^{cxxxix} Det finns olika delar av Axel 3 som kan kopplas till en certifieringsprocess, nämligen att främja bildandet av producentkonsortier som kan leda till att certifieringsprocesser inleds, att genomföra olika infrastrukturella satsningar för att underlätta distributionen av potentiella SUB-produkter, ³⁵ att väcka dagligvaruhandelns intresse för att acceptera lokala sortiment, samt stöd till utveckling av kvalitetskontroll anpassade för den småskaliga produktionens ekonomiska villkor.

Axel 4

Strävar efter att främja lokal förankring, inflytande och ökade samarbeten mellan olika aktörer i genomförandet av landsbygdsprogrammet. Genom den så kallade Leader metoden avser axel 4 att främja lokalt utvecklingsarbete för att bidra till att uppnå målen landsbygdsprogrammet. Metoden bygger på lokala partnerskap mellan näringsliv, ideella organisationer och den offentliga sektorn och ska kunna tillämpas i hela landet. Leadermetoden är ett sätt att påverka den lokala utvecklingen. Leadermetoden bygger på att offentlig, privat och ideell sektor samarbetar i ett trepartnerskap. Partnerskapet bildar tillsammans en lokal utvecklingsgrupp en så kallad LAG (enligt engelskans Local Action Group). Sveriges landsbygd har organiserats i 63 Leaderområden som sträcker sig från norr till söder. Leaderprogrammet disponerar under pågående landsbygdsprogram totalt 3,2 miljarder kronor, varav 0,8 miljarder utgörs av privata medel och resterande 2,4 miljarder utgörs av EU-stöd och nationella resurser. Inom ramen för Leader finansieras både små projekt från enskilda personer till stora projekt genom bildandet av lokala utvecklingsgrupper. ^{cxl}

Samtliga axlar i Landsbygdsprogrammet omfattar aktiviteter som ingår i arbetet med certifiering. Axel 1 omfattar kompetensutveckling, vilket, med tanke på den bristande erfarenhet som finns om vad certifieringarna är, hur man kan arbeta med dem och hur man ansöker om certifieringarna är ett viktigt behov att uppfylla vid en eventuell satsning på certifiering. Axel 2 kan bidra med resurser för att stärka de miljöfrämjande effekterna av certifiering. Axel 3 kan användas för att stimulera bildandet av producentgrupper som kan ansöka om SUB eller SGB. Leader kan användas för att skapa de lokala grupper som kan arbeta med att skapa ett mervärde kring certifieringen som kan gynna en hel region. Det bästa exemplet på detta är det tillvägagångssätt som man har använt sig av i Österrike. Leader är ett verktyg som i allt högre utsträckning används för delar av certifieringsprocessen i övriga Europa.

I halvtidsutvärderingen av Landsbygdsprogrammet kan man se att vid 2009 års utgång ännu fanns en hel del outnyttjade resurser kvar. I budgeten för Axel 1 fanns 74 procent av de totala resurserna kvar, i budgeten för Axel 2 återstod 69 procent kvar att utnyttja, i Axel 3 uppgick de kvarvarande resurserna

³⁵ Under juli 2010 genomförde projektet en pilotstudie i Jämtlands län om gårdsmejeriers och fäbodars situation och ekonomiska potential. Ett hinder som angavs av samtliga var bristen på infrastruktur som kan underlätta för säkra transporter av livsmedel i mindre kvantiteter från mejeriet eller fäboden till affären. Detta problem framförs även i andra liknande studier.

till 87 procent av de totala resurserna och i Leader återstod 45 procent av resurserna. Det fanns således cirka 25,6 miljarder kronor kvar att utnyttja.^{cxli}

5.3.2 Nationella certifieringsresurser

I Sverige hanteras kvalitetscertifieringsstödet för livsmedel av jordbruksverket. Stödet finansieras genom nationella resurser och det är lantbrukare som är mottagare.

Tabell 9. Kostnad för certifiering av livsmedelsproduktion.

År	Antal lantbrukare	Belopp i SEK
2005	37 778	25 115 404
2006	5 150	24 274 123
2007	6 118	27 510 496
2008	6 362	26 719 497
2009	7 720	28 071 013

Källa: Jordbruksverket, Regelutvecklingsenheten, 2010-08-09.

Enligt Jordbruksverket anses certifiering vara samma sak som att exempelvis ansöka om Kravmärkning. Om det skulle vara möjligt att ur denna fond ge bidrag för exempelvis SUB-märkning är enligt Dina Friis på regelutvecklingsenheten oklart eftersom de inte känner till vad SUB eller SGB är för något.^{cxlii}

Nuvarande stöd kan erhållas för att certifiera får, getter, nötkreatur för kött- eller mjölkproduktion, växtodling samt betesmark. Jordbruksverket ger på sin hemsida exempel på godkända kvalitetscertifieringssystem, de exempel som listas är KRAV, ekologisk produktion (enligt Rådets förordning om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter), IP SIGILL (tidigare IP Trädgård och IP Lantbruk), GLOBALGAP, ISO 9000, ISO 14001, samt ISO 22000. Inte heller hemsidan innehåller information om SUB eller SGB.^{cxliii} Det går inte heller att få fram någon information om vem på jordbruksverket som hanterar frågor om SUB eller SGB. Projektet har ringt till jordbruksverket ett flertal gånger för att försöka få information om vem som arbetar med SUB och SGB, men kunskapen om SUB och SGB är obefintlig.

5.3.3 Stöd för marknadsföringsinsatser

Att det är möjligt att söka stöd och maximera utnyttjandet av de EU-gemensamma resurserna visar de marknadsföringsinsatser som genomfördes av Kärnten (Österrike) inom ramen för satsningen Genussland Österreich (den österrikiska motsvarigheten till Matlandet Sverige). Marknadsföringen av Kärntens gastronomi inom ramen för projektet, där ett stort antal certifierade livsmedel används som galjonsprodukter, finansierades till viss del inom ramen för ett Interreg projekt som omfattade ett flertal länder. EU-projektet ”Interreg III Alpine Space RegioMarket”^{cxliv} pågick mellan 2006 och 2008. Projektet var en fortsättning på en satsning som initierades av delstatsregeringen i Kärnten år 1998 då en organisation för Genuss-satsningen inrättades.^{cxlv}

Sverige deltar redan i ett antal Interregprojekt med fokus på turism och lokala livsmedel där samarbeten med andra länder har etablerats. Inom ramen för redan existerande samarbeten skulle nya Interreg projekt kunna lanseras med syfte att främja turismen i Sverige och våra grannländer med certifierade traditionella och småskaligt producerade livsmedel som galjonsprodukter.

5.4 Sammanfattande kommentarer

SUB, SGB och GTS utvecklades som verktyg för att skydda den småskaliga och hantverksmässiga livsmedelsproduktionen i Europa. Mer än ett decennium efter att certifieringarna antogs på EU-nivå är de ekonomiska effekterna av dessa verktyg något tvetydiga. En inledande reflektion är att fördelarna tycks vara de samma i samtliga fallen, medan nackdelarna varierar från fall till fall.

En preliminär slutsats vid en jämförelse mellan SUB, SGB och GTS är att GTS tycks ge mycket litet skydd för producenterna vilket gör att vem som helst som följer receptet i princip kan använda sig av produktens namn. En svensk produkt med GTS-certifiering är hushållsost. Trots att hushållsost från början är en svensk produkt kan vem som helst i hela världen använda sig av produktnamnet. Detta gör att kostnaderna för certifieringen blir relativt höga i relation till de vinster som produkten genererar.

När det gäller för- och nackdelar är det viktigt att skilja på de olika perspektiven. Det finns ett producentperspektiv, ett sekundärperspektiv och ett statligt/offentligt perspektiv. För producenterna består fördelarna av högre priser (prispremier), en stabil marknadsutveckling, tillgång till nyckelmarknader, ökad prestige för produkterna och om certifieringen stöttas av en regional utvecklingsstrategi skapas reklamintäkter utan att generera några kostnader för producenterna. Finansieringen för själva certifieringen sker också genom EU-stöd, vilket externaliserar producentens kostnader för själva certifiering. En ytterligare viktig fördel är att SUB och SGB ger ett mycket högt skydd mot otillbörlig användning av produktnamnet.

För indirekta intressenter såsom turistföretag och restauranger är några av fördelarna att förekomsten av premiumlivsmedel som åtnjuter hög prestige kan bidra till att generera intäkter i form av fler restaurangbesök och ökade turistintäkter. För det statliga/offentliga perspektivet består fördelarna i att arbetstillfällena kan bevaras eller genereras, i de flesta fall också i att skatteintäkter kan genereras, samt att ökade turistströmningar till en region kommer att påverka ett stort antal verksamheter positivt.

Nackdelarna visade sig vara betydligt mer heterogena och svåra att generalisera. För producenterna var några av nackdelarna att kostnaderna ökade och i några fall hade själva driften av certifieringen, med alla krav på självkontroll varit ett problem. Det fall där vi tydligast kan isolera effekterna, i Kantabrien hade tidsbrist och oförmåga att hantera byråkratier som certifieringen gav upphov till lett till att den regionala regeringen hade fått ta över hanteringen av certifieringen. Några av de kostnader som angavs som belastningar utgjordes av hygienkontroller och annat som anses vara en självklarhet i Sverige och skulle således inte utgöra en extra belastning i en svensk kontext. En ytterligare nackdel är att om konsumenterna inte känner till certifieringen blir det svårt att öka produktens värde och skapa högre vinster. Fallet Svecia exemplifierar detta på ett bra sätt. I Kärnten angavs att subventionerna som denna satsning har lett till fjärrar lantbrukaren allt mer från en vanlig företagsamhet, till en mer administrerad ekonomi. Detta innebär att jordbruket i högre utsträckning blir beroende av politiska beslut, snarare än av marknadens impulser. För de indirekta intressenterna är nackdelarna mer hypotetiska. Om man i Sverige skulle välja att inte använda SUB och SGB som certifiering riskerar företagen att gå miste om de potentiella intäkter som en gemensam satsning skulle kunna ge till exempel i samband med export till länder där certifieringarna är kända för en bredare allmänhet. För staten/offentliga sektorn kan certifieringen vara förenad med en del kostnader. Hur stora dessa är avgörs från fall till fall och frågan är om den gemensamma nyttan överstiger de gemensamma kostnaderna för certifiering.

Genom rigiditeten och omfattningen av specifikationen av SUB och SGB finns det ett antal potentiella allmänna fördelar som är svåra att kvantifiera. Några av dessa är bidraget till att stärka en regions anseende och prestige, ett bevarande av biologisk mångfald bland annat genom extensiv betesdrift, att garantera bevarandet av kulturarv, samt att bidra till att bibehålla öppna marker och därmed minska riskerna för skogsbränder.

Till slut kvarstår en av de frågor vi ställde i början: Kan SUB, SGB och GTS bidra till att uppnå visionen om Sverige – det nya matlandet? Svaret är att samtliga tidigare studier pekar på en rad fördelar med certifieringen när det gäller SUB och SGB. Dessa certifieringar skulle i sammanhanget kunna ge ett viktigt bidrag till Matlandet-visionen, bland annat genom skapandet av galjonsprodukter som kan användas i regional marknadsföring. GTS visade sig vara en tämligen svag certifiering som inte verkar ge producenten en positiv effekt. Trots fördelarna vill vi sammanfattningsvis poängtera att samtliga studier pekar på att kostnaderna för certifieringen är betydande därför är det viktigt att i varje situation utvärdera för- och nackdelar med en certifiering så att största möjliga nytta kan genereras för samtliga

inblandade. Slutligen anser vi att de österrikiska erfarenheterna med selektiv certifiering av galjonsprodukter som blir draglok åt många andra livsmedel, varor och tjänster på lands- och glesbygd är en erfarenhet som kan vara av stort intresse att undersöka närmare.

Källförteckning

Intervjuer

- Pedro Álvarez, Författare och journalist i Kantabrien, intervju
- Agneta Andersson, Brandmanager för Västerbottenost, på Norrmejerier 5 maj 2008.
- Mikaela Burgstaller, Projektledare för certifiering av Gailtaler Almkäse (SUB och Gailtaler Speck (SGB), samt chef för marknadsföringsbolaget Kärnten Agrarmarketing; 2010-02-25.
- Francois Casabianca, INAO
- Stefan Ernlund och Carmina Ionescu från Livsmedelsverket, intervju, 2009-11-26.
- Dina Friis, regelutvecklingsenheten, Jordbruksverket, telefonintervju 2010-08-09
- Herman Lackner, fäbodbrukare och styrelseordförande och en av grundarna av föreningen Gailtaler Almsennereien, 2010-09-25
- Manuel Lainz, Kvalitetschef för ODECA (Kantabriens motsvarighet till Livsmedelsverket), intervju 16 juni 2009
- Joakim Larsson, Ostfrämjandet, Lennart Holmström, Svensk Mjolk och Elisabeth Due, Svensk Mjolk, gruppintervju, 2008-12-18.
- Joakim Larsson, Ostfrämjandet, telefonintervju 2010-11-29
- Eloy Gomez Pellón, professor i antropologi, Universidad de Cantabria, 2009-06-16
- Arno Oderluggauers, fäbodbrukare, Tressdorfer Alm, intervju 2008-08-01
- Jose Velarde Collado, ostproducent i Potes, Liébana, 2009-06-18.

Övriga muntliga källor

- Jordbruksverkets kundtjänst, 2010-12-01

Opublicerade källor

- Jordbruksverket, Regelutvecklingsenheten, e-postsvar 2010-08-09.

Litteratur

- Aaker D, *Buiding Strong Brands*, New York/The Free Press, 1995.
- Álvarez Pedro, *Los quesos de Liébana, De la tradición a las Denominaciones de Origen protegidas*, Gobierno de Cantabria 2006.
- Aguilar, E., *Quality as rural marketing strategy*, paper presented at Södertörn University 20th of May 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>.
- Arfini, F., Boccaletti, S., Giacomini, C., Moro, D., Sckokai, P., *Case study:Parmigiano Reggiano*, Istituto di Economia Agro-alimentare, Università Cattolica, Piacenza och Dipartimento di Economia, Sezione di Economia Agro-alimentare, Università di Parma, 2006.
- Björnsson Sofia, *Föreslagna förändringar Axel 1*. www.jordbruksverket.se/download/18.50cb902d1234ca17a7e80001930/Bilaga+5+Förändring+i+axel+1.pdf, 2009-08-26.
- Brunsson N och Jacobsson B, *1 Standardisering*, Nerenius Santerus förlag, 1998.
- Bulletin of the Dairy Federation, World Dairy Situation, IDF 2001 och 2009.
- Caldedo Ordoñez, Victoriano, *Cantabria: Una agricultura que es ganadería*, i "El Sector Agrario: Analisis de las comunidades autónomas", Ministerio de Agricultura, pesca y Alimentación, Eddiciones Mundi Prensa, Madrid 1998.
- Cáceres Clavero, F., Riccioli, C., Martínez Navarro, E., García Collado R, Handan Giray, F., och Hubertus Gay, S., *Case study Baena PDO extra virgin olive oil*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.

- Capdevilla Battles J, *Agricultura e industria española frente a la CEE, aspectos jurídicos, económicos y políticos*, Editorial AEDOS Barcelona, 1985.
- Chevalier J, *Capital Structure and Product-Market Competition: Empirical Evidence from the Supermarket Industry*, The American Economic Review, Volume 85, No. 3 1995
- Colinet P., Desquilbet M., Hassan D., Monier-Dilhan S., Orozco V., Réquillart V. *Case study: Comté Cheese in France*, INRA 2006.
- Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca, *Anuario de Estadística Agraria y Pesquera de Cantabria 2009*.
- Da Silva Lopes, T, *Global Brands, the evolution of multinationals in alcoholic beverages*, Cambridge University press, 2007.
- Der Kärntner Bauer, *Marketing hilft neue Chancen in der EU optimal zu nutzen*, nr 35, 2004.
- Europeiska Unionen, MEMO/08/266, Rural Development Programmes o 4 regions of Spain, Bryssel 23 april 2008
- Feo Parrondo, F, *Jornadas Gastronómicas de Cantabria*, Nimbus nr 17-18, 2006.
- Folkesson Carina, 2006, *Geografiska Ursprungsbeteckningar och Landsbygdsutveckling i EU*, Livsmedelsökonomiska Institutet, 2006:1.
- Frödin J, *Om fäbodbebyggelsens utbredning och olika typer i Europa*, Meddelanden från Uppsala universitetets Geografiska institution. Ser. A, N:o 1 1929
- Gadd Carl-Johan, *Det svenska jordbrukets historia. Den agrara revolutionen: 1700-1870* Nordiska Museet, Stockholm, 2000.
- Gailtaler Almprotokoll.
- García Collado, R., Martínez Navarro, E., Riccioli, C., Cáceres Clavero, F., Giray, F., Gay, S., *Case study: "Dehesa de Extremadura", PDO cured ham*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.
- García Dory, Miguel Angel och Martínez Vicente, Silvio, *La ganadería en España ¿Desarrollo integrado o dependencia?*, Alianza Editorial, 1988, sid 41.
- García, M., *Economic Analysis of Quality Assurance Schemes, The Red Tractor Scheme*, Assured Food Standards, 2007.
- Gay, S. H., *Economics of food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain*, Final Report, 2006, <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html#reports>.
- Gerz, A, Barjolle D, och Sautier D, *Geographical Indications a way forward for local development*, AGRIDEA 2008.
- Gomez Pellon, E, *Viejas culturas lacteas de Cantabria, Etnografía y Patrimonio*, Universidad de Cantabria, 1999.
- Guteland G, Holmberg I och Hägerstrand T, *Ett folks biografi. Befolkning och samhälle från historia till framtid*. Liber Förlag, Vällingby 1975.
- Haines-Young, R. *Land use and biodiversity relationships*. Land Use Policy 265, 2007.
- Henrikson M och Stenkula M, *Entreprenörskap*, SNS Förlag 2007.
- ITPS, *Food Quality Assurance and Certification Schemes managed within an integrated supply Chain*, EU/JRC, 2006.
- ITPS JRC, *Overview of Existing Studies*, 2006
- Jordbruksdepartementet: *Sverige – det nya matlandet. 10 000 nya jobb genom god mat och upplevelser*, 2009.
- Jordbruksdepartementet, *Sverige – det nya matlandet. En rapport om Sverige som det nya matlandet – hur kommer vi dit och varför är det viktigt*, 2008.
- Jordbruksdepartementet, *Sverige Det nya Matlandet, reviderad handlingsplan*, 2010.
- Jordbruksverket, *Landsbygdsprogram i 10 länder inom EU*, www.jbv.se 2010-10-18.
- Kleen Peter, Lemmel Magnus and Holmqvist Göran, *Konsekvenser av ett EG-medlemskap för svensk livsmedelsindustri*, Industrilitteratur 1993.
- Klintman M, Boström M och Ekelund L, *Maten märks*, Research Report in Sociology, Lund University, 2008.

- Lang Tim and Heasman Michael, *Food Wars*, London Earthscan, 2004.
- Livsmedelsverket, *Vägledning för kontrollmyndigheter*, Nyckelhålet, 2010-05-25, www.livsmedelsverket.se
- London Economics, *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, 2010 http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/index_en.htm.
- MAPA, La Agricultura, la pesca y alimentación en España, Consulta del año: 1983.
- McMichael P, *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*, Cornell University Press 1994.
- Mer Vård Mat 2000-2002, En Utvärdering, Agendum och Isaksson Projekt och Uppdrag, 2002.
- Morell M, *Jordbruket i Industrisamhället*, Natur och Kultur 2001.
- ODECA 2006, 2007, samt Cantabria, Anuario 2007 B, Sector Primario, http://www.gobcantabria.es/portal/page?_pageid=33,3913404,33_3913405&_dad=interportal&_schema=INTERPORTAL
- Phillippovich E, *Grundriss der politischen Ökonomie*, II Band, Tübingen, 1922.
- Programa Operativo Regional, *Desarrollo del Medio Rural en Cantabria*, FEOGA 1993.
- Puente Herboso, Z, *La Rueda de los Quesos de Cantabria*, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998.
- Real Decreto 1573/1985.
- Reardon T och Berdegú J, *The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development*, Development Policy Review, Volume 20, Issue 4, 2002.
- Regeringskansliet, Sverige *Det Nya Matlandet – Uppdaterad handlingsplan, nya jobb genom god mat och upplevelser*, 2010.
- Repetto Silva R och Cavalcanti M, *Multilateral trade negotiations on agriculture: A resource manual*, FAO, 2010, <http://www.fao.org/docrep/003/x7355e/X7355e01.htm#TopOfPage>.
- Requier-Desjardin D, *Les Dynamiques territoriales, débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires*, Grenoble-Chambéry, 2007.
- Roseboom, J., Gijsbers, G., van der Zee, F., *Case Study: Boerenkaas (Dutch Farmhouse Cheese)*, TNO – Innovation Policy group, 2006.
- Roseboom, J., Magdelaine, P., *Case Study Label Rouge Chicken*, TNO/ITAVI, 2008.
- Rytkönen P, *Liberalization revisited, The development of trade with dairy products in Argentina and Chile - causes and effects*, I Karlsson och Röwing de Nowina (red), Utsikt mot Utveckling 12, 2009.
- Rytkönen P och Gratzner K, When do trademarks create new markets? Entrepreneurship, trademarks and growth, experiences from Austria, Spain and Sweden, IFSA proceedings 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>
- Rådets förordning 510/2006.
- Rådets förordning 882/2004.
- Rådets förordning 1107/96.
- Rådets förordning 1898/2006.
- Rådets förordning (EEC) No 2081/92, Ansökan om registrering: Art 5 och Art 17 (X).
- Rådets förordning (EG) Nr 510/2006 från Rådet för skyddet av geografiska uppgifter/information och ursprungsbestämmelser för agrarprodukter och livsmedel "Gailtaler Speck".
- Schiebel, W, *Bauer und Bäuerinnen als Unternehmer - Österreichweite Potentialstudie zur Erhebung unternehmerrelevanter Persönlichkeitseigenschaften von Bauern und Bäuerinnen*, 1994.
- Schiebel, W., *Konzentrationstendenzen in der europäischen Ernährungswirtschaft*. Blick ins Land, 29, 3, 1994.
- Schneider, A., Gay, S., *Case study: EurepGAP CEPS och JRC/ITPS*, 2006.
- Schumpeter, J, *The theory of economic development*, (1934), Transaction Publishers, New Brunswick, 2004
- Schumpeter, J *The Creative Response in Economic History* (1947), i Clemence R (red), *Essays. On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, Transaction Publishers, New Brunswick, 1989.

- SLU, Redovisning av uppdrag om utvärdering av Landsbygdsprogrammet 2007-2013.
<http://www.sweden.gov.se/sb/d/126/a/136/action/search/type/simple?query=landsbygdsprogrammet>
- SLU, *Slututvärdering av Miljö- och landsbygdsprogrammet 2000-2006 – vad fick vi för pengarna?* Dnr 12-3269/07. SLU 2007: Slututvärdering av Miljö- och landsbygdsprogrammet 2000-2006 – vad fick vi för pengarna? Dnr 12-3269/07.
- Svenskt Sigill, *IP Sigill Basregler, standard för kvalitetssäkrad primärproduktion av livsmedel*, 2009.
<http://www.svensksigill.se/kontrollmarkning/sv/konsument/konsument.php>, 2010-09-08.
- The green paper on agricultural and quality policy*,
http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/index_en.htm 2010-09-10
- Vandecandelaere E, Arfini F, Belletti G och Marescotti A, *Linking people, places and products, A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*, FAO, 2009.
- Wirsig A, Profeta A, Häring A, Lenz R, *Indigenous species, traditional and local knowledge and intellectual property rights*, IFSA Proceedings 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>
- Wramner P och Nygård O, *Från naturskydd till bevarande av biologisk mångfald. Utvecklingen av naturvårdsarbetet i Sverige med särskild inriktning på områdesskyddet*. COMREC Studies in Environment and Development No. 2, 2010.
- Österreich als Genussland in Mitteleuropa positionieren,
<http://lebensmittel.lebensministerium.at/article/articleview/73197/1/1471>

Internetkällor

- http://www.55plus-magazin.net/php/aria_di_festa__schinkenfest__in_san_daniele_zu_ehren_des_schinkens,16971,7473.html
- <http://www.cniel.com/site.asp?where=chiffres/chiffre.html>, 2011-02-24.
- Maison du Lait, 2011-01-05
- <http://www.comte.com/trad-la-filiere-en-bref,4,0,4,2,1.html>, 2010-09-28.
- <http://ec.europa.eu/agriculture/>, 2010-09-15.
- <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/>, 2010-08-28.
- http://ec.europa.eu/agriculture/quality/database/index_en.htm, 2010-09-15.
- http://ec.europa.eu/agriculture/events/qualityconference/index_en.htm, 2010-08-28.
- <http://www.eu-upplysningen.se/Amnesomraden/Livsmedel/Kvalitetsskydd-for-livsmedel/> 2010-09-08
- <http://www.fao.org/docrep/010/ag130e/AG130E13.htm>, Certification for intrinsic food quality, 2010-09-08.
- <http://www.fil-idf.org/>, IDF 2011-01-05.
- <http://www.gis-syal.agropolis.fr/index1024.htm>, 2010-12-10.
- EUROSTAT, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>, 2011-01-05,
- www.jordbruksverket.se/download/18.50cb902d1234ca17a7e80002128/Bilaga+7+ Förändring+i+axel+3.pdf, 2009-08-27.
- <http://www.jordbruksverket.se/jordbruksverketslattelastidor/stodtilllandsbygden/stodforkvalitetscertifiering.4.795c224d1274198ffc280003259.html>, 2010-09-08.
- www.kaese-festival.at, 2011-02-14.
- http://www.kleinezeitung.at/kaernten/hermagor/hermagor_presseegger_see/1998983/index.do
- http://www.55plus-magazin.net/php/aria_di_festa__schinkenfest__in_san_daniele_zu_ehren_des_schinkens,16971,7473.html, 2011-02-24.
- www.koemau.com, 2011-02-14.
- www.krav.se, 2010-09-08.
- <http://www.kaerntencard.at/carinthia-holiday/>, 2011-02-24.

<http://www.lebensmittel-kaernten.at/>, 2010-12-01.

<http://www.slv.se/sv/grupp2/Livsmedelsforetag/Vagledning-och-annan-information/Skyddade-ursprungs-beteckningar-geografiska-beteckningar-och-garanterade-traditionella-specialiteter/Traditionella-specialiteter-enligt-forordning-EG-nr-5092006-/>, 2010-09-08.

<http://www.regiomarket.org/index.php?id=18>, 2011-01-07.

<http://www.regiomarket.org/index.php?id=40>, 2010-12-01.

<http://www.tillvaxtverket.se/sidfot/amnesomraden/entreprenorskap.4.21099e4211fdb8c87b800017627.html>, 2010-09-22

<http://www.wipo.int/lisbon/en/general/>, 2010-09-08,

<http://www.wipo.int/tk/en/>, 2010-09-10,

http://www.wipo.int/cgi-lis/guest/bool_srch5?ENG+17, 2010-09-08.

<http://www.woche.at/noetsch-im-gaital/kultur/18-polentafest-noetsch-d16104.html>, 2011-02-24.

<http://www.woche.at/lesachtal/kultur/lesachtaler-dorf-und-brotfest-d12372.html>, 2011-02-24.

Referenser

-
- ⁱ Morell Mats, *Jordbruket i Industrisamhället*, Natur och Kultur 2001.
- ⁱⁱ Se bland annat: Mc Michael Phillip, *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*, Cornell University Press 1994. Rytkönen Paulina, *Liberalization revisited, The development of trade with dairy products in Argentina and Chile - causes and effects*, I Karlsson och Röwing de Nowina (red), *Utsikt mot Utveckling* 12.
- ⁱⁱⁱ Syal, <http://www.gis-syal.agropolis.fr/index1024.htm>
- ^{iv} Se exempelvis Requier-Desjardin Denis, *Les Dynamiques territoriales, débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires*, Grenoble-Chambéry, 2007 och Lang Tim and Heasman Michael, *Food Wars*, London Earthscan 2004
- ^v Joslin 2006
- ^{vi} <http://ec.europa.eu/agriculture/> (april 2008).
- ^{vii} London Economics, *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/index_en.htm, sid 202.
- ^{viii} Jordbruksdepartementet 2009: Sverige – det nya matlandet. 10 000 nya jobb genom god mat och upplevelser.
- ^{ix} Jordbruksdepartementet 2008: Sverige – det nya matlandet. En rapport om Sverige som det nya matlandet – hur kommer vi dit och varför är det viktigt.
- ^x Jordbruksdepartementet 2008: Sverige – det nya matlandet. En rapport om Sverige som det nya matlandet – hur kommer vi dit och varför är det viktigt.
- ^{xi} Jordbruksdepartementet 2008: Sverige – det nya matlandet. En rapport om Sverige som det nya matlandet – hur kommer vi dit och varför är det viktigt.
- ^{xii} Regeringskansliet (2010) Sverige Det Nya Matlandet – Uppdaterad handlingsplan, nya jobb genom god mat och upplevelser.
- ^{xiii} Sverige Det nya Matlandet, reviderad handlingsplan, Jordbruksdepartementet, 2010.
- ^{xiv} <http://www.tillvaxtverket.se/sidfot/amnesomraden/entreprenorskap.4.21099e4211fdb8c87b800017627.html>, 2010-09-22.
- ^{xv} Schumpeter, J, *The theory of economic development*, (1934), Transaction Publishers, New Brunswick, 2004; Henrekson M och Stenkula M, *Entreprenörskap*, SNS Förlag 2007.
- ^{xvi} Schumpeter, J, *The Creative Response in Economic History*, i Clemence R (red), *Essays. On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, Transaction Publishers, New Brunswick, 1989.
- ^{xvii} <http://www.fao.org/docrep/010/ag130e/AG130E13.htm>, Certification for intrinsic food quality, 2010-09-08.
- ^{xviii} <http://www.wipo.int/lisbon/en/general/>, 2010-09-08.
- ^{xix} Repetto Silva R och Cavalcanti M, *Multilateral trade negotiations on agriculture: A resource manual*, FAO, <http://www.fao.org/docrep/003/x7355e/X7355e01.htm#TopOfPage>, 2010-09-08.

-
- ^{xx} http://www.wipo.int/cgi-lis/guest/bool_srch5?ENG+17, 2010-09-08.
- ^{xxi} Rytkönen Paulina, Liberalization revisited, The development of trade with dairy products in Argentina and Chile - causes and effects, i Karlsson och Röwing de Nowina (red), *Utsikt mot Utveckling* 12.
- ^{xxii} IDF The World Dairy Situation, 2001 och 2009.
- ^{xxiii} Francois Casabianca, INAO expert and Eduardo Lainz, 2009.
- ^{xxiv} Intervju med Eduardo Lainz kvalitetschef för ODECA.
- ^{xxv} Kleen Peter, Lemmel Magnus and Holmqvist Göran, *Konsekvenser av ett EG-medlemskap för svensk livsmedelsindustri*, Industrilitteratur 1993, sid 78.
- ^{xxvi} London Economics, *Evaluation of the CAP on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, Final Report, http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/index_en.htm, 2008, sid 11.
- ^{xxvii} Rådets förordning 510/2006, samt London Economics, *Evaluation of the CAP on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, Final Report, xxxxx, 2008, sid 12.
- ^{xxviii} Rådets förordning 510/2006, samt Rådets förordning 882/2004.
- ^{xxix} The green paper on agricultural and quality policy, http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/index_en.htm, 2010-09-10.
- ^{xxx} <http://www.eu-upplysningen.se/Amnesomraden/Livsmedel/Kvalitetsskydd-for-livsmedel/> 2010-09-08.
- ^{xxxi} Kommissionens förordning (EG) nr 510/2006, samt nr 1898/2006.
- ^{xxxii} Studiebesök hos Parmiggiano-Reggiano koncernen i Parma, 14 oktober 2007.
- ^{xxxiii} <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/>
- ^{xxxiv} Kommissionens förordning (EG) nr 510/2006, samt nr 1898/2006.
- ^{xxxv} Rådsförordning (EEC) No 2081/92, Ansökan om registrering: Art 5 () Art 17 (X), <http://www.slv.se/sv/grupp2/Livsmedelsforetag/Vagledning-och-annan-information/Skyddade-ursprungs-beteckningar-geografiska-beteckningar-och-garanterade-traditionella-specialiteter/Skydd-av-ursprungs-beteckningar-och-geografiska-beteckningar/>, 2010-09-13.
- ^{xxxvi} Intervju med Stefan Ernlund och Carmina Ionescu från Livsmedelsverket, 2009-11-26.
- ^{xxxvii} <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/>
- ^{xxxviii} <http://www.slv.se/sv/grupp2/Livsmedelsforetag/Vagledning-och-annan-information/Skyddade-ursprungs-beteckningar-geografiska-beteckningar-och-garanterade-traditionella-specialiteter/Traditionella-specialiteter-enligt-forordning-EG-nr-5092006-/,> 2010-09-08.
- ^{xxxix} <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/>
- ^{xl} Wirsig A, Profeta A, Häring A Lenz R, Indigenous species, traditional and local knowledge and intellectual property rights, IFSA proceedings 2010.
- ^{xli} Intervju med Joakim Larsson, Ostfrämjandet, Lennart Holmström, Svensk Mjök och Elisabeth Due, Svensk Mjök 2008-12-18.
- ^{xlii} Klintman M, Boström M och Ekelund L, Maten märks, Research Report in Sociology, Lund University, 2008, sid 40.
- ^{xliiii} <http://www.wipo.int/tk/en/2010-09-10>.
- ^{xliiv} Se bland andra Aaker D, *Building Strong Brands*, New York/The Free Press, 1995 och Da Silva Lopes T, *Global Brands, the evolution of multinationals in alcoholic beverages*, Cambridge University Press 2007.
- ^{xli v} Folkesson Carina, Geografiska Ursprungs-beteckningar och Landsbygdsutveckling i EU, Livsmedelsekonomiska Institutet, 2006:1.
- ^{xli vi} Roseboom, J., Gijsbers, G., van der Zee, F., *Case Study: Boerenkaas (Dutch Farmhouse Cheese)*, TNO – Innovation Policy group, 2006.
- ^{xli vii} Colinet P., Desquilbet M., Hassan D., Monier-Dilhan S., Orozco V., Réquillart V. *Case study: Comté Cheese in France*, INRA 2006.
- ^{xli viii} García Collado, R., Martínez Navarro, E., Riccioli, C., Cáceres Clavero, F., Giray, F., Gay, S., *Case study: "Dehesa de Extremadura", PDO cured ham*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.
- ^{xli x} Schneider, A., Gay, S., *Case study: EurepGAP CEPS och JRC/ITPS*, 2006.
- ¹ Roseboom, J., Magdelaine, P., *Case Study Label Rouge Chicken*, TNO/ITAVI, 2008.
- ^{li} Arfini, F., Boccaletti, S., Giacomini, C., Moro, D., Sckokai, P., *Case study:*

Parmigiano Reggiano, Istituto di Economia Agro-alimentare, Università Cattolica, Piacenza och Dipartimento di Economia, Sezione di Economia Agro-alimentare, Università di Parma, Parma, 2006

^{lii} Garcia, M., Economic Analysis of Quality Assurance Schemes, The Red Tractor Scheme, Assured Food Standards, 2007.

^{liii} Källa: Gay, S. H., Economics of food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain, Final Report, 2006, <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html#reports>, 2010-09-10.

^{liv} http://ec.europa.eu/agriculture/events/qualityconference/index_en.htm

^{lv} Gay, S. H., Economics of food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain, Final Report, 2006, <http://foodqualityschemes.jrc.ec.europa.eu/en/outputs.html#reports>, 2010-09-10.

^{lvi} Cáceres Clavero, F., Riccioli, C., Martínez Navarro, E., García Collado R, Handan Giray, F., och Hubertus Gay, S., *Case study Baena PDO extra virgin olive oil*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.

^{lvii} Se till exempel: Chevalier Judith, *Capital Structure and Product-Market Competition: Empirical Evidence from the Supermarket Industry*, The American Economic Review, Volume 85, No. 3 1995, sid. 415-435. Eller Reardon Thomas och Berdegué Julio, *The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development*, Development Policy Review, Volume 20, Issue 4, 2002, sid 371-388.

^{lviii} Cáceres Clavero, F., Riccioli, C., Martínez Navarro, E., García Collado R, Handan Giray, F., och Hubertus Gay, S., *Case study Baena PDO extra virgin olive oil*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.

^{lix} Aguilar, E., *Quality as rural marketing strategy*, paper presented at Södertörn University 20th of May 2010.

^{lx} Cáceres Clavero, F., Riccioli, C., Martínez Navarro, E., García Collado R, Handan Giray, F., och Hubertus Gay, S., *Case study Baena PDO extra virgin olive oil*, Consejería de Agricultura y Pesca och JRC/ITPS, 2006.

^{lxi} Aguilar, E., *Quality as rural marketing strategy*, paper presented at Södertörn University 20th of May 2010.

^{lxii} Europeiska kommissionens förordning 1107/96.

^{lxiii} <http://www.comte.com/trad-la-filiere-en-bref,4,0,4,2,1.html>, 2010-09-28.

^{lxiv} Colinet P., Desquilbet M., Hassan D., Monier-Dilhan S., Orozco V., Réquillart V. Case study: Comté Cheese in France, Unité d'Economie et Sociologie Rurales Toulouse INRA, 2006.

^{lxv} Se Maison du Lait, EUROSTAT, samt IDF.

^{lxvi} World Dairy Situation 2009, International Dairy Federation, 2010, sid 40.

^{lxvii} Colinet P., Desquilbet M., Hassan D., Monier-Dilhan S., Orozco V., Réquillart V. Case study: Comté Cheese in France, Unité d'Economie et Sociologie Rurales Toulouse, INRA, 2006.

^{lxviii} Gay, Hubertus., Economics of Food Quality Assurance and Certification Schemes managed within an Integrated Supply Chain, Final report, http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/index2_en.htm

^{lxix} Gay, Hubertus., Economics of Food Quality Assurance and Certification Schemes managed within an Integrated Supply Chain, Final report, http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/index2_en.htm, sid 54.

^{lxx} London Economics, Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI), Final report, hemsida, 2008

^{lxxi} London Economics, Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI), Final report, hemsida, 2008, sid 105.

^{lxxii} ^{lxxii} Telefonintervju, Joakim Larsson, Ostfrämjandet 2010-11-29.

^{lxxiii} Intervju med Agneta Andersson, Brandmanager för Västerbottenos, på Norrmejerier 5 maj 2008.

^{lxxiv} London Economics, Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI), Final report, hemsida, 2008, sid 105.

^{lxxv} ODECA 2006, 2007, samt Cantabria, Anuario 2007 B, Sector Primario, http://www.gobcantabria.es/portal/page?_pageid=33,3913404,33_3913405&_dad=interportal&_schema=INTERPORTAL

^{lxxvi} Europeiska Unionen, MEMO/08/266, Rural Development Programmes o 4 regions of Spain, Bryssel 23 april 2008.

^{lxxvii} Gomez Pellon, E, *Viejas culturas lacteas de Cantabria, Etnografía y Patrimonio*, Universidad de Cantabria, 1999.

^{lxxviii} Garcia Dory, Miguel Angel och Martinez Vicente, Silvio, *La ganadería en España ¿Desarrollo integrado o dependencia?*, Alianza Editorial, 1988, sid 41.

^{lxxix} Caldedo Ordoñez, Victoriano, *Cantabria: Una agricultura que es ganadería*, i "El Sector Agrario: Analisis de las comunidades autónomas", Ministerio de Agricultura, pesca y Alimentación, Eddiciones Mundi Prensa, Madrid 1998.

-
- ^{lxxx} Capdevilla Battles J, Agricultura e industria española frente a la CEE, aspectos jurídicos, económicos y políticos, Editorial AEDOS Barcelona, 1985, sid 95-99.
- ^{lxxxi} Intervju Lainz Manuel, Kvalitetschef för ODECA, 16 juni 2009.
- ^{lxxxii} Europeiska Unionen, MEMO/08/266, Rural Development Programmes of 4 regions of Spain, Bryssel 23 april 2008.
- ^{lxxxiii} Programa Operativo Regional, *Desarrollo del Medio Rural en Cantabria*, FEOGA 1993.
- ^{lxxxiv} Jordbruksverket, Landsbygdsprogram i 10 länder inom EU, www.jbv.se, 2010-10-18.
- ^{lxxxv} La Agricultura, la pesca y alimentación en España, Consulta del año: 1983 / Capítulo: VIII. POLÍTICA DE ESTRUCTURAS AGRARIAS, MAPA, 1983, sid 106-109.
- ^{lxxxvi} La Agricultura, la pesca y alimentación en España, Consulta del año: 1983 / Capítulo: VIII. POLÍTICA DE ESTRUCTURAS AGRARIAS, MAPA, 1983, sid 110.
- ^{lxxxvii} Real Decreto 1573/1985.
- ^{lxxxviii} http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=181525, 2010-10-19.
- ^{lxxxix} Puente Herboso, Zacharias, La Rueda de los Quesos de Cantabria, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998, (publicerade dagboksanteckningar), sid 34.
- ^{xc} Intervju Jose Velarde Collado, ostproducent, 18 juni 2009.
- ^{xci} Puente Herboso, Zacharias, La Rueda de los Quesos de Cantabria, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998, (publicerade dagboksanteckningar), sid 34.
- ^{xcii} Puente Herboso, Zacharias, La Rueda de los Quesos de Cantabria, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998, (publicerade dagboksanteckningar), sid 211-212.
- ^{xciii} Álvarez Pedro, Los quesos de Liébana, De la tradición a las Denominaciones de Origen protegidas, Gobierno de Cantabria 2006, sid 15.
- ^{xciv} Intervju Lainz Manuel, Kvalitetschef för ODECA, 16 juni 2009.
- ^{xcv} Álvarez Pedro, Los quesos de Liébana, De la tradición a las Denominaciones de Origen protegidas, Gobierno de Cantabria 2006, sid 15.
- ^{xcvi} Álvarez Pedro, Los quesos de Liébana, De la tradición a las Denominaciones de Origen protegidas, Gobierno de Cantabria 2006; Puente Herboso, Zacharias, La Rueda de los Quesos de Cantabria, Ondarribi Grafikagintzka SLL 1998, (publicerade dagboksanteckningar); samt Intervju Lainz Manuel, Kvalitetschef för ODECA, 16 juni 2009.
- ^{xcvii} Feo Parrondo, Francisco, Jornadas Gastronómicas de Cantabria, Nimbus nr 17-18, 2006, sid 25.
- ^{xcviii} Feo Parrondo, Francisco, Jornadas Gastronómicas de Cantabria, Nimbus nr 17-18, 2006, sid 38-40.
- ^{xcix} Feo Parrondo, Francisco, Jornadas Gastronómicas de Cantabria, Nimbus nr 17-18, 2006, sid 25.
- ^c Intervju Eloy Gomez Pellón, 16 juni 2009.
- ^{ci} Álvarez Pedro, Los quesos de Liébana, de la tradición a las denominaciones de Origen protegidas, Gobierno de Cantabria 2006.
- ^{cii} Intervju Manuel Lainz Fernández Fontecha, 19 juni 2009.
- ^{ciii} Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca, Anuario de Estadística Agraria y Pesquera de Cantabria 2009, sid 84.
- ^{civ} Casado Cimiano, Pedro, La elaboración industrial y artesana de la leche de montaña, comentarios con motivo de una exposición, Anales del Instituto de Estudios Agropecuarios, Vol II, 1976, sid 225-240.
- ^{cv} Garcia Dory, Miguel Angel och Martinez Vicente, Silvio, *La ganadería en España*, Alianza Editorial 1988, sid 53.
- ^{cvi} Schiebel, W., Bauer und Bäuerinnen als Unternehmer - Österreichweite Potentialstudie zur Erhebung unternehmerrelevanter Persönlichkeitseigenschaften von Bauern und Bäuerinnen, 1994.
- Schiebel, W., *Konzentrationstendenzen in der europäischen Ernährungswirtschaft*. Blick ins Land, 29, 1994,3, 33-35.
- ^{cvii} Der Kärntner Bauer, Marketing hilft neue Chancen in der EU optimal zu nutzen, Nr 35 1995, sid 13.
- ^{cviii} Brunsson N och Jacobsson B, 1 *Standardisering*, Nerenius Santerus förlag, 1998.
- ^{cix} Frödin John., *Om fäbodbebyggelsens utbredning och olika typer i Europa*, Meddelanden från Uppsala universitetets Geografiska institution. Ser. A, N:o 1 1929., s.178.
- ^{cx} Gadd Carl-Johan, Det svenska jordbrukets historia. Den agrara revolutionen: 1700-1870 Nordiska Museet, Stockholm, 2000, s.275-77.

-
- ^{cxi} Phillippovich Eugen, *Grundriss der politischen Ökonomie*, II Band, Tübingen s. 94-104, 1922. Hur denna förändring gick till i Sverige och vilka konsekvenser den hade beskrivs utförlig av Guteland G, Holmberg I och Hägerstrand T., *Ett folks biografi. Befolkning och samhälle från historia till framtid*. Liber Förlag, Vällingby, 1975.
- ^{cxii} Koroschitz Werner, *100 Jahre Kärntner Almwirtschaftsverein 1909-2009. Almwirtschaft im Wandel*. Kärntner Almwirtschaftsverein, Landesmuseum Kärnten, 2009.
- ^{cxiii} Koroschitz Werner, *100 Jahre Kärntner Almwirtschaftsverein 1909-2009. Almwirtschaft im Wandel*. Kärntner Almwirtschaftsverein, Landesmuseum Kärnten, 2009.
- ^{cxiv} Intervju med Arno Oderluggauers, fäbodbrukare, Tressdorfer Alm, 1 augusti 2008 .
- ^{cxv} Intervju med Michaela Burgstaller 2010-03-25, Villach, Landwirtschaftskammer.
- ^{cxvi} Gailtaler Almprotokoll s.17
- ^{cxvii} Intervju med Mikaela Burgstaller, 2010-03-25, Villach, Landwirtschaftskammer
- ^{cxviii} Förordning (EG) Nr 510/2006 från Rådet för skyddet av geografiska uppgifter/information och ursprungsbestämmelser för agrarprodukter och livsmedel ”Gailtaler Speck”.
- ^{cxix} http://www.kleinezeitung.at/kaernten/hermagor/hermagor_pressegger_see/1998983/index.do
http://www.55plus-magazin.net/php/aria_di_festa_schinkenfest_in_san_daniele_zu_ehren_des_schinkens,16971,7473.html
- ^{cx} För beskrivning se: http://www.55plus-magazin.net/php/aria_di_festa_schinkenfest_in_san_daniele_zu_ehren_des_schinkens,16971,7473.html
- ^{cxix} Intervju med Michaela Burgstaller 2010-03-25, Villach, Landwirtschaftskammer.
- ^{cxix} Intervju med Michaela Burgstaller 2010-03-25, Villach, Landwirtschaftskammer.
- ^{cxixiii} Se ansökan: <http://www.agrarprojektpreis.at/page-83.htm>, download: 25 March 2010.
- ^{cxixiv} [www.kaese-festival at](http://www.kaese-festival.at) samt: www.koemau.com
- ^{cxixv} För polentafesten se <http://www.woche.at/noetsch-im-gailtal/kultur/18-polentafest-noetsch-d16104.html> för brödfesten se: <http://www.woche.at/lesachtal/kultur/lesachtaler-dorf-und-brotfest-d12372.html>
- ^{cxixvi} <http://www.kaerntencard.at/carinthia-holiday/>
- ^{cxixvii} Österreich als Genussland in Mitteleuropa positionieren, <http://lebensmittel.lebensministerium.at/article/articleview/73197/1/1471>
- ^{cxixviii} Se t.ex. <http://www.kaernten.at/de.aspx/channel/herbst/season/herbst;>
<http://www.kaernten.at/de.aspx/Articles/List/18.08.2009/to/18.08.2010/Essen-Trinken/filter/Essen-Trinken;>
- ^{cxixix} Intervju Herman Lackner, Gailtaler Almsennereien, 2010-09-25.
- ^{cxixxx} London Economics, Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI), Final report, hemsida, 2008.
- ^{cxixxxi} Gerz, A, Barjolle D, och Sautier D, Geographical Indications a way forward for local development, AGRIDEA 2008.
- ^{cxixxxii} Rytkönen P och Gratzer K, When do trademarks create new markets? Entrepreneurship, trademarks and growth, experiences from Austria, Spain and Sweden, IFSA proceedings 2010, <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111#c282>
- ^{cxixxxiii} Mer Vård Mat 2000-2002, En Utvärdering, Agendum och Isaksson Projekt och Uppdrag, 2002.
- ^{cxixxxiv} Björnsson Sofia, Föreslagna förändringar Axel 1. www.jordbruksverket.se/download/18.50cb902d1234ca17a7e80001930/Bilaga+5+Förändring+i+axel+1.pdf - 2009-08-26
- ^{cxixxxv} Haines-Young, R. Land use and biodiversity relationships. Land Use Policy 265, 2009; samt Wramner, P. och Nygård, O. 2010: Från naturskydd till bevarande av biologisk mångfald. Utvecklingen av naturvårdsarbetet i Sverige med särskild inriktning på områdesskyddet. COMREC Studies in Environment and Development No. 2.
- ^{cxixxxvi} SLU 2007: Slututvärdering av Miljö- och landsbygdsprogrammet 2000-2006 – vad fick vi för pengarna? Dnr 12-3269/07. SLU 2007: Slututvärdering av Miljö- och landsbygdsprogrammet 2000-2006 – vad fick vi för pengarna? Dnr 12-3269/07.
- ^{cxixxxvii} Wramner, P. och Nygård, O. 2010: *Från naturskydd till bevarande av biologisk mångfald. Utvecklingen av naturvårdsarbetet i Sverige med särskild inriktning på områdesskyddet*, COMREC Studies in Environment and Development No. 2.
- ^{cxixxxviii} www.jordbruksverket.se/download/18.50cb902d1234ca17a7e80002128/Bilaga+7+Förändring+i+axel+3.pdf - 2009-08-27.
- ^{cxixxxix} SLU, Redovisning av uppdrag om utvärdering av Landsbygdsprogrammet 2007-2013.

^{cxl} Jordbruksverkets informationstjänst, 2010-12-01.

^{cxli} SLU, Redovisning av uppdrag om utvärdering av Landsbygdsprogrammet 2007-2013.
<http://www.sweden.gov.se/sb/d/126/a/136/action/search/type/simple?query=landsbygdsprogrammet>

^{cxlii} Telefonintervju med Dina Friis, regelutvecklingsenheten 2010-08-09.

^{cxliii} <http://www.jordbruksverket.se/jordbruksverketslattelastidor/stodtillandsbygden/stodforkvalitetscertifiering.4.795c224d1274198ffc280003259.html>.

^{cxliv} För information om Interregprojektet se: <http://www.regiomarket.org/> och <http://www.regiomarket.org/index.php?id=18>. 2011-01-07.

^{cxlv} Man hade satt igång utvecklingsarbetet redan 1998. För närmare info se: <http://www.regiomarket.org/index.php?id=40> och <http://www.lebensmittel-kaernten.at/>, 2010-12-01.