



Gir miljømerking / profilering konkurransetrinn i ulike markeder?

Ålesund, 14. mai 2009

Kjell Grønn, Direktør, Innovasjon Norge

We give local ideas global opportunities

Hvem er jeg?

*Kjell Grønn, Siv. Øk.

*Utdannelse fra Frankrike, praksis i fransk og norsk næringsliv

*Tidligere leder av Norges Eksportråds kontorer i Madrid, Milano og Miami

*Pt. Leder av Innovasjon Norge i Paris

Visjon

“Vi gir lokale ideer
globale muligheter og
Globale ideer lokale
Muligheter!”



Innovasjon Norge

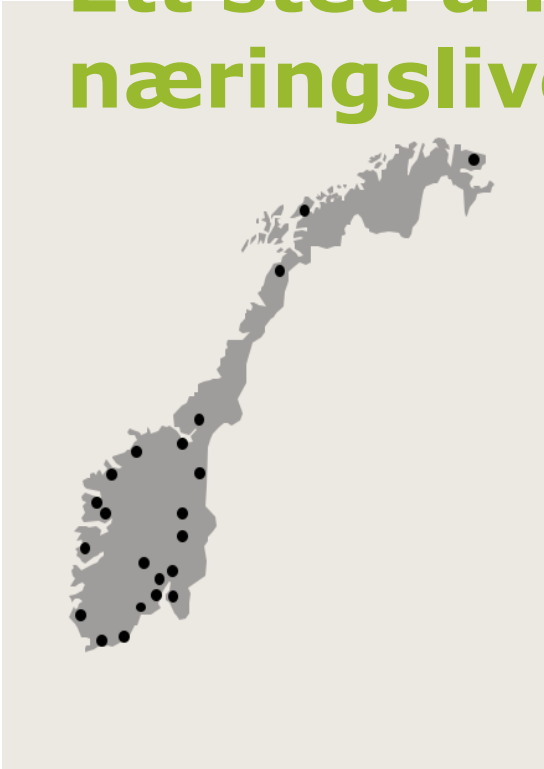
- Stiftet 19. desember 2003 som særlovsselskap
- Startet sin virksomhet 1. januar 2004
- Overtok virkemidlene fra SND, Norges Eksportråd, Statens veiledningskontor for oppfinnere (SVO) og Norges Turistråd.
- Drøyt 750 ansatte med kontorer i alle landets fylker og i 34 land. Hovedkontor i Oslo.

Formål



Innovasjon Norge skal fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering.

Ett sted å henvende seg – der næringslivet



Kontorer i alle fylker og i 34 land

Frankrike

Profilering og Miljømerking

- ## Merkeordninger i Frankrike
- Gjennom alle matkriser har det vært noen produkter som har gått uberørt gjennom, med en betydelig økning i etterspørselen; Matvarer med en av Landbruksdepartementets 4 offisielle merker:
 - R Label Rouge, det røde merket, merket for særskilt høy kvalitet
 - AOC Appellation d'Origine Controlée, beskyttet opprinnelsesbetegnelse
 - AB Agriculture Biologique. økologisk landbruk
 - "A Tout Certifié Qualité" sertifisert spesifikk kvalitet
 - *AOC - BOB: Opprinnelsesbetegnelse: Navnet på et område, et bestemt sted, som betegner et landbruksprodukt eller et næringsmiddel, som har opprinnelse i dette området, og hvis egenskaper kan tilskrives det geografiske miljø med dets naturbetingede og menneskelige egenskaper, og som er fremstilt, forarbeidet og tilvirket i det avgrensede området*

- ## Merkeordninger i Frankrike II
- AOC som merkeordning er særlig kjent fra vin, men også mye brukt for ost. Merket gis til et produkt som er typisk og spesifikt for en region, og gir beskyttelse i EU. **Nå i Norge med tjukkmelk fra Røros og norsk laks. Tørrfisk fra Lofoten kommer i år.**
 - I Frankrike er en villig til å fremheve ulikheter i kvalitet, og at ikke alle produsenter er i stand til å levere like høy kvalitet. AOC er knyttet til begrepet "**terroir**"; natur, kultur og mennesket.
 - I Frankrike finnes det 44 ulike meieriprodukter med AOC (19 % av produksjonen), mens det i alt finnes 400 ulike ostesorter.
 - Den første loven som beskyttet et meieriprodukt ble vedtatt allerede i 1666, og skulle beskytte ost fra Roquefort mot etterlikning.
 - To av nyeste AOC-produktet under utvikling er "Agneau

- Foreløpig er det 6 sjømatprodukter som har AOC i Europa

(totalt 500) **Merkeordninger i Frankrike V**

- Det er en laks fra Irland, en østers fra UK, 2 ørretprodukter fra Tyskland, en kaviar fra Hellas og kamskjell fra Frankrike.
- Det er en rekke produkter på beddingen, blant annet har Portugal 2 produkter på gang, en sardinstamme og et skjellart og kanskje bakalao....
- Sjømatprodukter med AOC utvikler seg, men vil nødvendigvis være litt tregt, da forvaltningen har lite erfaring med sjømat.
- I en artikkel i "Fisk, industri og marked" ble det hevdet at "Skrei fra Lofoten" kan bli en norsk AOC.
- Professor Lassault ved INRA / universitetet i Le Mans: "Små og mellomstore næringsmiddelbedrifter kan bare overleve på enten å produsere handelens egne merkevarer

Merkeordninger i Frankrike (og Europa)

- "Label Rouge" (det røde merket) er en annen merkeordning som eies av Landbruksdepartementet. Merket ble etablert i 1962
- "Label Rouge" er et kvalitetsmerke som ikke er knyttet til opprinnelse, men stiller store krav til produksjonsmetode, produktets kvalitet og den personen som er ansvarlig for den virksomheten som benytter merket.
- Merket ble etablert som en motvekt til det man oppfattet som en forflatning av kvaliteten i fransk landbruksproduksjon i overgangen til det industrialiserte landbruket.
- Merket er en "20% ordning". Dersom for stor andel av produksjonen kvalifiserer til merket så vil kravene skjerpes slik at noen faller ut
- Ordningen ble også skapt for å støtte utkantlandbruk, og er mye brukt på alle kjøttslag og ikke minst på høyt foredlede produkter



- En Label Rouge kylling er "Poulet Fermier Jaune des Landes élevé en liberté", gule gårdskyllinger fra Landes (et fylke) oppdrettet i frihet.
- Dette er en langsomtvoksende rase som er gule i skinnet, og foring med mais forsterker denne fargen. Kyllingene blir slaktet etter ca 87 dager.
- FRIHET er en viktig del av imagen til produktet. Kyllingene skal leve uten noen form for stengsel, med fri tilgang til utearealer!!! (Lønnsomt!)

















Prisforskjeller i butikken

- Skotsk laks har som første ikke-franske produkt fått "Label Rouge", et offentlig garantert kvalitetsmerke. Dette øker pris og image til skotsk laks
 - Norsk røkelaks koster 225 NOK/kg
 - Skotsk laks av samme merke koster 280 NOK/kg
 - Skotsk røkelaks Label Rouge 430 NOK/kg
- Poteter selges til mange priser (NOK/kg)

Sort	Pris	Kjede
Bintje	1,25	Auchan
Monalisa	3,25	Carrefour
Roseval	5,75	Monoprix
Ratte	19,75	Monoprix
AOC Ile de Ré/ Roseval	25,00	Auchan

Fresh cod and sustainability

Product quality remains the only key selling point.

- MSC label is just starting and no fresh cod is today sold under this label in France but is supposed to expand rapidly. (Findus represents today 75% of the MSC fish sold in France)
- ISO 14000 is claimed by some of the transformation plants but is not required when buying fresh cod.
- Bio label is also in an starting phase in France for seafood products. We did not find any bio fresh cod during this study.
- No real differentiation between wild or farmed for fresh cod
- Regulations about cod origin labelling in supermarkets do not allow the customers to make the right decision, as seen



Fresh cod and sustainability

Several French distributors are promoting sustainability through various actions:

- "Auchan" encourages to eat cod from mature fish (large size, reproductive age).
- Carrefour, has been developing for several years its brand "Filière Qualité Carrefour" to ensure fish quality and low environmental impact, only for salmon. They also launched in 2008 first fresh and frozen MSC fish under the brand "AGIR", but no MSC fresh cod.

Expectation from the suppliers?

Importers needs are focused on the following points, ranked by importance:

- **Just on time delivery** (especially when ads have been promoting the product)
- **Respect quality and quantities as planned** (the product has to be present in all shelves in the whole country at the same time)
- **Price**: This is especially relevant when the product is a special promotion in supermarkets or hypermarkets.

Cod branding

Fresh cod branding in France is inexistent .

Distributors limit the information given to the customers to the strict legal minimum: usual fish name, fishing area (North East Atlantic...), way of production (wild or farmed) and price.





Relation with distributors

- It is important to establish a relationship with supermarkets buyers since they are putting suppliers in competition and this may increase the requirements of the effective implementation of the product on the shelves.
- Champion supermarkets are being transformed into "Carrefour market" . The product offer will get closer to what can be found in Carrefour hypermarkets. Quantities ordered could then consequently be increased.
- A new reform of the distribution regulations, so called "Loi Galland" allows a complete price negotiation between distributors and suppliers. As distributors will be struggling against each others to propose the lowest prices, they could ask for price cuts from suppliers.

United Kingdom

Profiling & Miljømerking

Sustainability issues – MSC or MCS?

Marine Stewardship Council (MSC) – www.msc.org

- Blue-tick mark of certification to fisheries that meet stringent standards of sustainability and management
- In little over a year the quantity of UK fish that is MSC-certified has risen from 6,700 tonnes to more than 150,000 tonnes
- All the major retailers in the UK support and have pledged to purchase MSC-certified seafood products

Marine Conservation Society (MCS) – www.fishonline.org

- UK's biggest marine charity publishes lists of fish to eat and fish to avoid based on the monitoring of stocks and fishing practices
- MCS says poor labelling in shops and restaurants is causing confusion for UK customers

“The business of buying fish in the UK with a clear conscience has become one big headache”

The Times, 14/02/09

“We are in danger of lapsing into ‘sustainability fatigue’” Mitch Tonks, founder of ‘Fishworks’ chain

Farmed or wild cod? Mixed messages ...

“Farmed fish is considered less tasty than wild fish, but it is not too bad a substitute while the stocks in the sea are replenished” Guardian 14/01/09

“Farmed fish are fed on pellets made of wild fish, so are not the answer and are a poor substitute for wild fish in any case” Independent, 2007

- MSC doesn't yet endorse fish farms but will certify the fish feed used on the farms
- the issue is that there is no universal certification body for farmed fish
- the Soil Association (www.soilassociation.org) has so far certified 12 salmon farms since 2006
- the world's first organic cod farm went into administration in February 08
- the British Marine Finfish Association (www.bmfa.uk.com) estimates that within the next 8 to 10 years the UK can produce annually up to 25,000 tonnes of farmed cod

Opportunities

- MSC recommends buying Pacific cod or NORWEGIAN COD
- Still great UK conservatism with regards to fish – we stick to what we know i.e. COD, haddock
- Alternatives to cod are not catching on in the UK – consumers are turned off by the slightly off-white appearance of coley or grey looking pollack
- According to Seafish, there is an increase for the first time in 5 years in the sale of fish and chips in the UK
- The National Federation of Fish Fryers (NFFF) reports that cod will remain the most popular choice for its members and for the UK public
- UK consumers are responding to the Food Standards Agency (FSA) advice that they should be eating a minimum of 2 portions of fish per week
- It's been reported that the latest UK cod fishing quota increase will still not be enough to satisfy UK restaurants and fish and chip shops

Differentiation

Packaging

- In 2008 UK company Dawnfresh Seafoods launched the UK's first compostable packaging solution to great effect

Labelling

- Labelling is considered to be of a poor standard in the UK – MSC wants sellers to go beyond EU requirements of stating the region in which the seafood is caught by specifying localities and fishing methods

Sustainable Certification

- “The number of stores stocking these certified products has grown faster than anyone could have anticipated a few years ago. Looking for the MSC eco-label is an easy way to choose a sustainable product”

James Simpson (MSC)

Miljø, Profilering og Kvalitet i utvalgte land.

Land:	Miljø:	Profilering:	Kvalitet:
Frankrike	X	XXX	XXX
UK	XXX	XX	XX
Portugal	X	XX	XXX
Spania	X	XXX	XXX
Tyskland	XXX	XX	X(X)

Tør vi ha høye ambisjoner?



Takk for oppmerksomheten!

Ta gjerne kontakt.

Innovasjon Norge
22, rue Marignan
75008 Paris, FRANKRIKE
Tel: +33.156592040
Fax: +33.156592041
Mobil: +47.90131387

kjell.gronn@innovasjon norge.no