

PRODUKTION OG AFSÆTNING AF NICHEPRODUKTER - MULIGHEDER M.H.T. LAMMEFJORDSGRØNSAGER

Jonas Baungaard Jensen, Landbrugsskolen Sjælland

Henning Otte Hansen, Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

På trods af, at grønsagsproduktionen på Lammefjorden er meget specialiseret, er afregningsprisen til landmanden begrænset og ligger sig tæt på nulpunktet for driftsøkonomisk balance og til tider under. Gulerødder og kartofler fra Lammefjorden har fået en officiel og beskyttet egnsmærkebetegnelse. Egnsmærker opnår generelt en merpris på 20-30 pct. Det er dog bemærkelsesværdigt, at landmanden "kun" har omkring 13 pct. af forbrugerkronen på Lammefjords-kartofler. Her er der tale om unikke produkter, hvor det i praksis udelukkende er landmanden og landmandens placering og produktion, som skaber de unikke produkter.

Indledning

Produktion og afsætning fra nicheprodukter giver muligheder for øget værdi og øget indtjening til landmændene. Lammefjordskartofler er netop blevet anerkendt som BGB - Beskyttet Geografisk Betegnelse - og Lammefjordsgulerødderne opnåede dette allerede i 1996. Dette giver yderligere fordele for landmændene i området. Som det ses i artiklen, er der betydelige udfordringer forbundet med at producere nicheprodukter i Lammefjorden - og landmændene får langt fra alle fordelene.

Denne artikel er en udløber af Jonas Jensens virksomhedslederopgave på Landbrugsskolen Sjælland. Virksomhedslederopgaven blev af Nordea og Landhusholdningsselskabet belønnet som den bedste opgave i 2016 ved forårskonferencen. Jonas Jensen var efterfølgende på et kort praktikophold på IFRO, Københavns Universitet

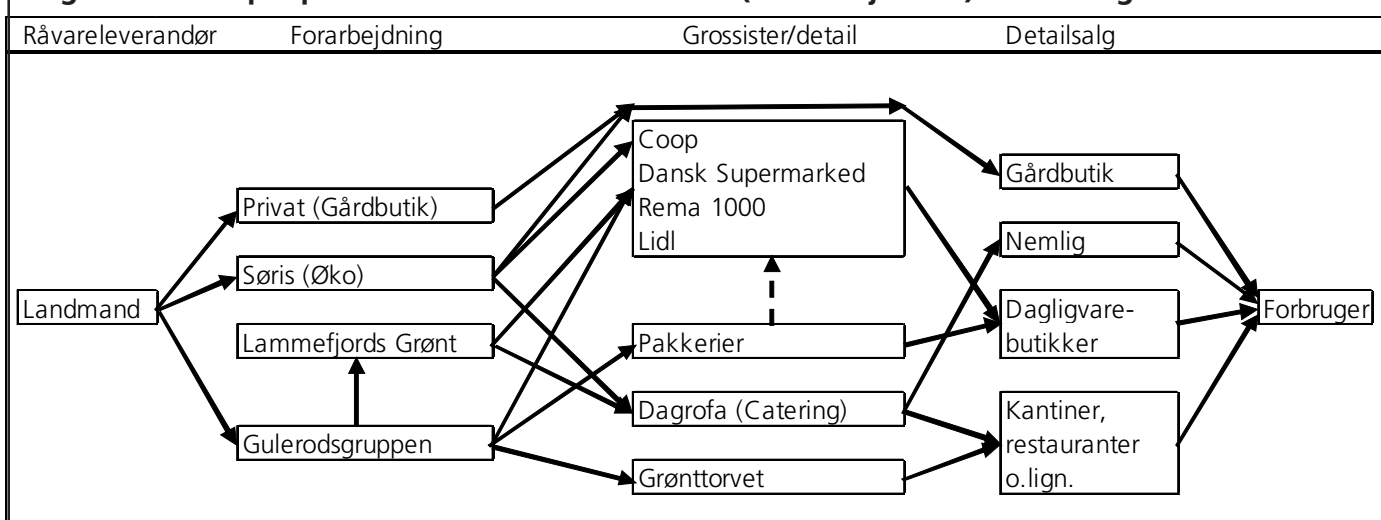
Udgangspunkt

Artiklen tager udgangspunkt i en virksomhedslederopgave afleveret på Landbrugsskolen Sjælland i foråret 2016. Her analyseres en mindre (50 ha.) grønsagsejendom på Lammefjorden. Idéen var at skabe en produktion af grøntsager på ejendommen, som man ville kunne leve af. Bedriften skulle videreudvikles ud fra den bestående produktion af kartofler, gulerødder og bundtgulerødder.

Afgrøder som kartofler og gulerødder anses for at være en specialproduktion, men den er normalt relativt let at afsætte. Der er flere virksomheder beliggende på, eller i nærheden af, Lammefjorden, der bearbejder gulerødder, kartofler og andre grøntsager.

På trods af, at grønsagsproduktionen er meget specialiseret, er afregningsprisen til landmanden begrænset og ligger sig tæt på nulpunktet og til tider under. Landmanden får måske 1,5 krone for hvert kilo kartofler, han leverer til pakkeriet, men kan se at de samme kartofler sælges til 25 kr. for

Figur 1. Eksempel på værdikæder fra landmand (Lammefjorden) til forbruger: Gulerødder



Kilde: Egen fremstilling

Lammefjords Grønt: Gulerødderne skrælles, rives og skæres. De bliver solgt videre B2B. Gulerødderne bliver blandt andet leveret af Gulerodsgruppen.

Gulerodsgruppen: Landmændene leverer deres gulerødder, som bliver vasket og pakket. Gulerodsgruppen står for afsætning til blandt andre Coop og Dansk Supermarked. Gulerodsgruppen er et aktieselskab, hvor landmændene kan købe sig til medbestemmelse.

Pakkerier: Pakkerier som Strandlyst og Storhage leverer varer direkte til dagligvarebutikker. Butikkerne bestiller en række varer; kartofler, gulerødder, løg, porrer og jordbær, som så efterfølgende bliver pakket og leveret.

2 kg. i butikken. De kartofler, som blev leveret til pakkeriet af landmanden til 1,5 kroner pr. kg., sælges nu til 12,5 kroner pr. kg.

I virksomhedslederopgaven blev det analyseret, hvorledes landmanden kan få en større del af kagen selv. Ved at bundte nogle af gulerødderne og derved forædle produktet på ejendommen blev der skabt en merindtjening til bedriften. Det kræver dog, at der er styr på afsætningen, inden man går i gang, da man ellers risikerer at stå tilbage med et dyrt produkt, som ikke kan afsættes.

Det er bekvemt at kunne afsætte sine råvarer til en anden virksomhed, som står for forædlingen og afsætningen af produktet. Det giver stordriftsfordele i hele forsyn-

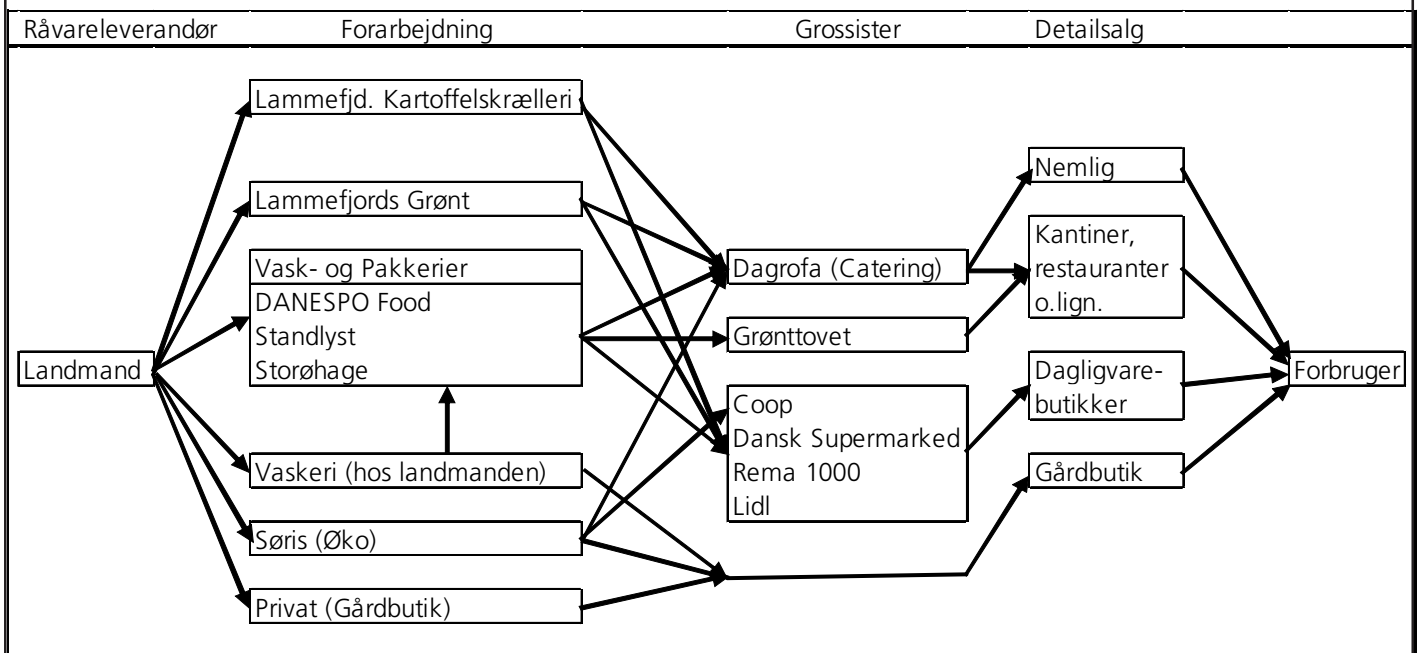
ningskæden og mulighed for at afsætte store mængder til de store dagligvarekæder, så som Coop og Dansk Supermarked. Landmandens indtjening går dog let tabt i hele dette spil, da hans andele af forbrugerkrønen - den endelige salgspris i butikkerne - er lille og endda faldende.

Værdikæden fra landmand til forbruger

Værdikæderne fra en landmand på Lammefjorden til forbrugerne er vist som eksempler i figur 1 og 2. De væsentligste aktører er ligeledes kort beskrevet.

Afstanden mellem landmænd og forbrugere - og dermed værdikæden - er normalt kort, når det gælder grønsager. Det skyl-

Figur 2. Eksempel på værdikæder fra landmand (Lammefjorden) til forbruger: Kartoffler



Kilde: Egen fremstilling

Lammefjordens Kartoffelskræller: Skræller kartofler og sælger dem videre til andre firmaer (B2B). Produktet er bl.a. kartofler i vakuumpakket plastik.

Lammefjords Grønt: Skræller, koger og skærer kartoflerne i stykker for at sælge dem videre B2B. Lammefjords Grønt er en del af DANESPO Food.

Vaske- og Pakkerier: DANESPO Food er ejet af bl.a. DLF Seed. Strandlyst og Storøhage Kartoffler er privatejede virksomheder. Alle tre virksomheder tager råvare ind som de vasker, samt størrelses- og kvalitetssorter og ender op med et færdigt produkt.

Vaskeri (hos landmanden): Nogle af landmændene på Lammefjorden har egne vaske- og sorteringsanlæg på gården.

Sørís (Øko): Økologisk grøntsags producent beliggende i Ølstykke. Sælger varer under eget navn til Coop og i egen gårdbutik.

Privat (Gårdbutik): Landmændene står selv for at pakke varer til salg via gårdbutikken.

des, at mange af varerne sælges friske og uforarbejdede, og derfor skal varerne ikke gennem så mange forarbejdnings- og forædlingsled.

Det er også specielt, at landmændenes engagement i de efterfølgende led i form af andelsorganisering er relativt beskeden, når det gælder frugt og grønt.

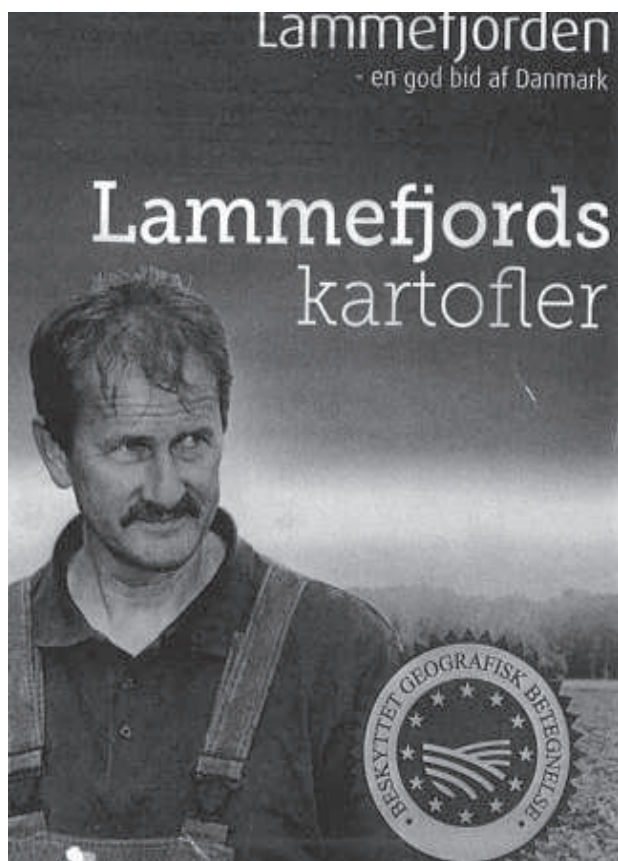
Værdikæden er på andre områder typisk for landbruget: Der er mange små leverandører (landmænd), mens der er langt færre mellemlid og forarbejdningssteder. Det kan medføre en skæv magtfordeling, med mindre landmændene formår at samarbejde og organisere deres afsætning. Det er også typisk, at landmandens andel af vær-

ditilvæksten falder, når produkterne bevæger sig fremad i værdikæden, og at andelen til sidst bliver relativt lille.

Unikke grønsager fra Lammefjorden

Grønsager fra Lammefjorden er generelt begunstiget af gode jordbundsforhold, som giver produkterne en god og unik kvalitet. Dette har betydet, at gulerødder og kartofler fra Lammefjorden har fået et officielt stempel af Europa-Rådet og har opnået en såkaldt BGB. BGB er en forkortelse af Beskyttet Geografisk Betegnelse. Det er et EU-program til at fremme produktionen af lokale kvalitetsfødevarer og landbrugsprodukter. BGB angiver, at produktet er tæt forbundet til et geografisk område. Det kan være produceret eller forarbejdet i det pågældende område.

Figur 3. Eksempel på emballage på Lammefjords-kartofler. Detailpris: 12 kr./kg.



Figur 3 viser således et aktuelt eksempel på, at „Lammefjords-kartofler“ og BGB-mærket bruges på emballage og dermed til markedsføringen af kartofler fra Lammefjorden.

Figur 4 er et andet eksempel, hvor „Lammefjorden“ er et synligt mærke, men hvor BGB ikke nævnes.

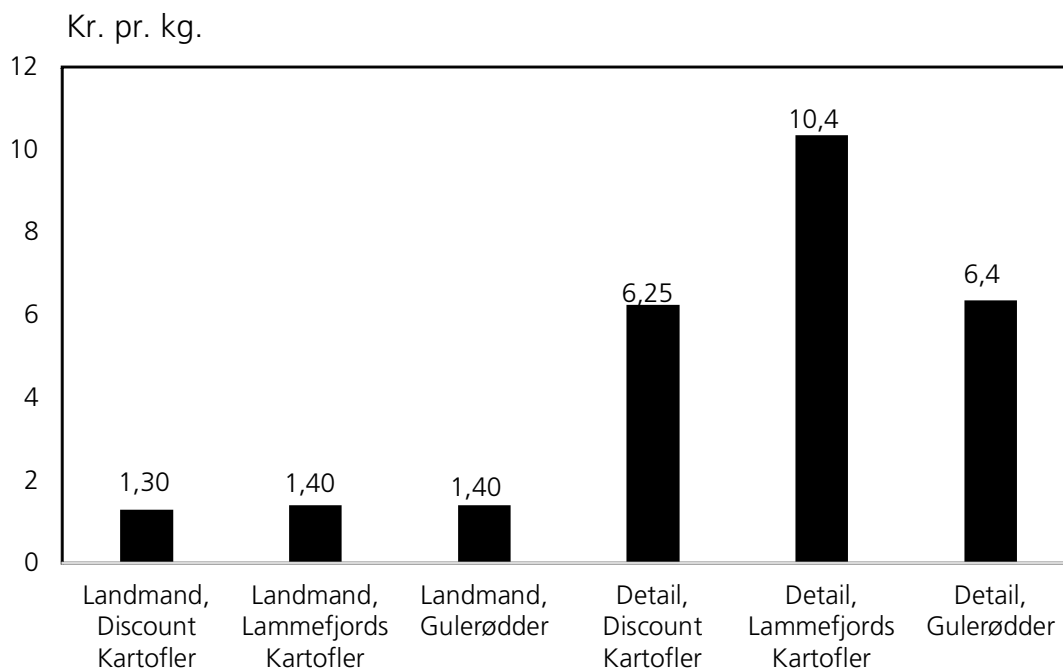
Egnsmærkerne har rødder i det franske begreb om terroir og opfattelsen af, at der er behov for institutioner, som tillader markedet at afspejle de kulturelle og sociale kvaliteter af en bestemt landskab, herunder den måde landskabet forvaltes af producenterne (Douguet og O'Connor 2003).

Ifølge Schamel (2007) opnår egnsmærker en merpris på 20-30 pct. Egnsmærker giver således producenterne mulighed for at lade markedet anerkende og værdisætte deres varer (Kireeva 2011). Spørgsmålet er selvfølgelig, om merprisen tilfalder detailledet, og i hvor høj grad merprisen føres tilbage til producenterne.

Figur 4. Eksempel på emballage på Lammefjords-kartofler. Uden BGB-mærke



Figur 5. Producent- og detailpriser på Lammefjords-grønsager indsamlet i maj 2016



Kilde: Egen indsamling af data via Landbrug & Fødevarer (2016), store checks samt interview med udbydere.

Priser i værdikæden - og landmandens andel

Kartofler og gulerødder varierer meget i pris og kvalitet, og prisen varierer også betydeligt i løbet af året. Derfor er det ikke ukompliceret at foretage prissammenligninger. Der fremkommer dermed en vis usikkerhed, hvilket dog kan reduceres ved dels at sammenligne ensartede produkter med samme kvalitet, dels at foretage sammenligningen inden for en relativt kort tidsperiode for at undgå sæson-prisudsving.

I det følgende er der foretaget prissammenligninger ved hjælp af indsamling af prisdata („store checks“) i 4 forskellige områder (København, Svininge og Holbæk samt på internettet). I alt er der indsamlet priser fra 9 forskellige steder, og der er på dette grundlag beregnet gennemsnitspriser. Priserne er i alle tilfælde omregnet til kilo-priser.

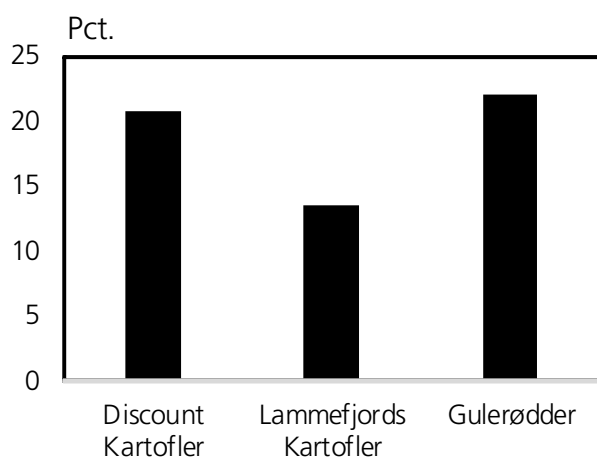
Nogle af de væsentligste resultater fremgår af figur 5.

Figuren viser, at landmanden får en (beskeden) merpris på Lammefjordskartofler på ca. 10 øre (8%). Landmændene får 1,30-1,40 kr. pr. kg. for både kartofler og gulerødder. Priserne kan godt variere meget over tid.

Det skal nævnes, at prissammenligningerne som omtalt tidligere skal tages med et vist forbehold, idet der kan være forskelle i kvalitet, mængder m.m.

Priserne i detailledet er markant højere. Især priserne på Lammefjordskartofler er høje - ca. 7½ gang så høje. Heri skal der dog fratrækkes moms for at gøre priserne sammenlignelige. Ud fra priserne i producent- og detailledet kan landmandens andel af forbrugerkrone beregnes, jf. figur 6.

Figur 6. Forbrugerkronen for kartofler og grønsager



Kilde: Egne beregninger på grundlag af indsamlede data.

Som det ses af figuren, er landmandens andel af forbrugerkronen på discount-kartofler relativt høj. Det kan skyldes, at discount-kartofler er en "slag-vare", som skal lokke kunderne ind i butikken, og hvor detailhandlens avance derfor ikke er så stor. Dermed er der en større andel tilbage til landmanden.

Det er dog bemærkelsesværdigt, at landmanden "kun" har omkring 13 pct. af forbrugerkronen på Lammefjords-kartofler. Her er der tale om unikke produkter, hvor det i praksis udelukkende er landmanden og landmandens placering og produktion, som skaber de unikke produkter. Det er også i dette led, at en mer-pris bliver skabt. Omkostningerne ved pakning, distribution, markedsføring og salg af Lammefjords-kartofler længere fremme i værdikæden er næppe større end ved andre kartofler. Alligevel er det en relativt lille del af detailprisen, som "tilfalder" landmanden.

Kilder

Douquet, Jean-Marc and Martin O'Connor (2003): Maintaining the integrity of the French terroir: A study of critical natural capital in its cultural context. *Ecological Economics*. 44 (2003) 233-254.

Figur 7. Eksempel på andre mærker med egns-angivelse (ikke BGB-mærke)



Egelyng, Henrik og Hansen, Henning Otte (2013): Milliarder til forskel: Fra lokal mad til beskyttet geografisk oprindelse. I: *Tidsskrift for Landøkonomi*. No 2/2013. 199. årgang. pp. 39-51

Egelyng, Henrik; Marie H. Fredskild og Henning Otte Hansen (2016): Barrierer og potentialer for oprindelsesmærker i Danmark. I: *Tidsskrift for Landøkonomi*. No 1/2016. 202. årgang. pp. 9-24

Kireeva, I. (2011): How to register geographical indications in the European Community World Patent Information 33 (2011) 72-77. Elsevier.

Landbrug & Fødevarer (2016): Prisdata-basen

Schamel, G. (2007). Auction markets for specialty food products with geographical indications. *Agricultural Economics* 37, 257-264.