



تنوع الأجبان وتيسر أسعارها

خيارات إمداد مفتوحة دائماً

تتميز الولايات المتحدة بأنها أمة متعددة الثقافات، تقوم على مهاجرين وفدوا إليها من مختلف بلدان العالم. لذلك يمكن القول إن العديد من شركات الأجبان الأمريكية استقت مهاراتها في إنتاج الأجبان من مهاجرين أوروبيين أتوا إلى أمريكا طامحين في غدٍ أفضل وحاملين أفضل صفاتهم لصناعة الأجبان. فكانت إنطلاقة صناعة الأجبان الأمريكية منذ حوالي قرنين، حيث بدأ منتجو الأجبان أولاً بصناعة الأجبان الأكثر شهرةً في بلدانهم الأم، مثال "البارميزان" و"الفيتا" وغيرهما، وهي تقاليد حافظوا عليها حتى يومنا هذا لأن هذه الأجبان أصبحت، منذ فترة طويلة، من الأساسيات في المنازل الأمريكية، وهي تلاقي منذ ذلك الحين نجاحاً زاهراً في الكثير من البلدان الأخرى. غير أن الوضع حالياً مقلق جداً، ذلك أن أسماء بعض هذه الأجبان الرائجة الأمريكية الصنع تواجه تهديداً بفعل محاولات الاتحاد الأوروبي المطالبة بالملكية الحصرية لتلك الأسماء.

مدى تأثير ذلك عليكم

الأجبان بشكل كبير في المستقبل، الأمر الذي سيؤدي إلى ارتفاع في الأسعار وقد يفرض على الشارين تغييراً في عمليات الاستيراد التي يعتدونها وفي علاقاتهم الجارية القائمة. ولا بد من الإشارة هنا إلى الأثر التجاري الكبير الذي سيطال حصصهم من السوق ومبيعاتهم وأرباحهم.

إن محاولات الاتحاد الأوروبي المطالبة بالملكية الحصرية لهذه الأسماء تهدد بتقليص خيارات الإمداد العالمي بالأجبان من الولايات المتحدة كما ومن غيرها من كبرى البلدان الأخرى المصدرة لمنتجات الألبان والأجبان. لذلك في حال حصل الاتحاد الأوروبي على مراده، سيتراجع عدد موردي

- بلغ حجم جبن الفيتا المصنوع خارج اليونان في 2014 أكثر من 790000 طن، أي ما يزيد عن 10 أضعاف كمية الفيتا التي تم إنتاجها في اليونان، كما أن 64 بالمائة من مجموع الصادرات من جبن الفيتا غير يونانية المصدر.
- في 2014، بلغت نسبة البارميزان المنتج خارج إيطاليا 49 بالمائة من مجموع الإنتاج العالمي من البارميزان الذي سجل 622817 طن. كما وتبين أن 72 بالمائة من البارميزان الذي تم التداول به عالمياً كان مصدره غير إيطالي.
- للولايات المتحدة تاريخ عريق في صناعة الأجبان بدأ مع توافد المستوطنين الأوروبيين الأوائل، وهي حالياً أكبر بلد منتج للأجبان في العالم، ذلك أن إنتاجها من الأجبان في العام 2014 بلغ 5.3 مليار طن، وقد وفرت بذلك مروحة كبرى من الخيارات وإمداد ثابت يلبي الطلب العالمي المتزايد على الأجبان.



معلومات
مفيدة

أسماء الأجبان الشائعة: فيتا جورجونزولا



فيتا



جورجونزولا

تراجع كبير في حجم مبيعات منتجات غذائية شائعة كثيرة في جميع أنحاء العالم. لذلك يركّز مجلس صادرات الألبان والأجبان الأمريكية، ممثل صناعة الألبان والأجبان الأمريكية، على الوقوع المحتمل لهذه المسألة على أسواق الأجبان الدولية، وعلى الخطر الذي تشكّله على قطاعات اللحوم والبيض والخضار والفاكهة:

- سيضطرّ الكثير من المنتجين والمصدّرين أن يبذلوا جهود كبيرة ومكلفة لتغيير بطاقات المعلومات البيانية والعلامات التجارية الخاصة بمنتجاتهم، الأمر الذي سيؤثر على قابلية تسويقها ويحدّ من قيمة العلامات التجارية المعروفة دولياً ويربك المستهلكين.
- إنّ مستوردي ومعيدي تصدير الأجبان الرائدة والعلامات التجارية للأجبان قد يواجهون دعاوى قضائية لاستيرادهم أجبان تحمل أسماء خاضعة لحماية الملكية من قبل الاتحاد الأوروبي وبلدان أخرى، وقد يخسرون أسواق قيمة عملوا لسنوات طويلة على إرسائها، الأمر الذي سيؤثر سلباً على عائداتهم من استثماراتهم السابقة في بناء العلامات التجارية كما وعلى أرباحهم ومبيعاتهم الحالية.

- بائعو التجزئة قد يبيعون كميات أقل من المنتجات المفضّلة ويواجهون أسئلة وتعليقات من المستهلكين. وسيترجع عدد أصناف الأجبان المعروفة وقد تنقلّص هوامش ربحهم أيضاً.

- المستهلكون لن يتعرّفوا بعد الآن على المنتجات المعتادة وسيصابون بالإرباك في ما يتعلّق بالعلامات التجارية والمنتجات المفضّلة بالنسبة إليهم. أضف أنّ خياراتهم ستتقلّص وقد ينتج عن ذلك ارتفاع في الأسعار بسبب تراجع المنافسة ضمن فئة منتجات متعارف عليها.

عملت الشركات السنغافورية للتسويق لها وأصبح الطلب عليها كبيراً. غير أنّ الموردين الذين يتمّ التعامل معهم حالياً هم بشكلٍ رئيس من بلدان لا يسمح لها الاتحاد الأوروبي ببيع هذه المنتجات وهي بالتالي مهدّدة بأن يتمّ فرض قيود عليها. وإذا وافقت سنغافورة على حماية ملكية تسمية "فيتا" بصفتها دلالة جغرافية، قد يتمّ مثلاً إلزام مستوردي الفيتا الدماركية والأسترالية بإيجاد موردين جدد يونانيين وأعلى كلفة لهذا الجبن، وذلك عملاً باتفاقية التجارة الحرّة هذه.

- كوستاريكا: تحصر كوستاريكا حالياً استخدام مصطلح "بارميزان" بالمنتجين الإيطاليين دون غيرهم على الرغم من أنّ هذا المصطلح لطالما كان مستخدماً في كوستاريكا وفي جميع أنحاء العالم. وكان لهذا القرار وقع كبير على منتجي تلك الأجبان المحليين الذين كانوا يبيعونها في هذا البلد طوال عقود، كما وعلى الواردات الأخيرة من الولايات المتحدة التي ساعدت في تعزيز الطلب على الأجبان هذه من خلال توسيع مروحة خيارات الإمداد المتاحة.

إنّ الولايات المتحدة وغيرها من البلدان مستاءة بشدّة من مسألة حماية ملكية أسماء الأغذية الشائعة، ويعود ذلك جزئياً إلى تاريخها العريق في إنتاج الكثير من هذه الأجبان. فالبارميزان يصنع في الولايات المتحدة منذ أكثر من قرن وسبق أن فازت شركات أمريكية بعدّة جوائز دولية في مجال الأجبان، مثال "البارميزان" و"الفيتا" وغيرهما، وقد أصبحت الآن أسماؤها مهدّدة بالملكية الحصرية بسبب الدلالات الجغرافية. لذلك تعتبر جهود الاتحاد الأوروبي للحدّ من المنافسة ومن خيارات الإمداد الدولية متعارضة بشكلٍ صارخ مع التوجّه العالمي نحو المزيد من الأسواق المفتوحة ونحو مروحة كبرى من الأصناف والخيارات للشارين والمستهلكين.

وما لم يتمّ التحقّق من سلامة الجهود التي تبذلها أي مجموعة "تتمكّن" المصطلحات العامة، سيؤدّي ذلك إلى

إنضمت شركات أمريكية عديدة إلى تحرك عالمي من شأنه العمل على وقف هذا التجاوز في حماية الدلالات الجغرافية، أي أسماء المنتجات المنسوبة إلى منطقة جغرافية معينة. وتعمل الشركات الأمريكية هذه مع حلفاء دوليين من اثني عشر بلداً تقريباً للتصدي لهذا التهديد الذي يشكل خطراً على تنافسية الإمداد العالمي، وذلك من خلال الإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة.

من المهم جداً أن يعي المستخدمون النهائيون والمستوردون، الذين يقدمون أجبان ولحوم ومنتجات أخرى من بلدان مختلفة، أن يعوا فداحة هذه المسألة وأن يدعموا الجهود الرامية إلى دحض مطالبات الإتحاد الأوروبي هذه، لأنّ العملاء يعرفون أسماء منتجاتهم المفضلة ويتقنون بها. وعندما لا يُسمح إلا للشركات الأوروبية بتسويق الأجبان وغيرها من المنتجات الشائعة بالأسماء التي اعتاد عليها العملاء، ستنحصر الأصناف وتتراجع التنافسية في الأسواق، وترتفع الأسعار، وسكون لذلك تأثيرات تجارية سلبية على الشارين، كما وعلى المستهلكين نظراً لتقلص خيارات الإمداد.

لا يعترض المنتجون الأمريكيون على مفهوم الدلالات الجغرافية التي تحمي أسماء المنتجات المقترنة بمنطقة معينة، مثال "البرمجيانو ريجيانو" من بارما في إيطاليا، أو "غودا هولندا". لكن عندما تحاول شركات تملك حقوق ملكية لهذه الدلالات الجغرافية، بسط الحماية وصفة الحصرية على ملكية أسماء عامة مثال "بارميزان"، و"جرجونزولا"، و"أسياجو"، و"فيتا"، وهذه تكون غالباً كلمات مفردة ضمن الدلالات الجغرافية، يعتبر ذلك تجاوز واضح يرمي إلى اجتزاء المنافسة.

ينشط الإتحاد الأوروبي جاهداً في إطار اتفاقيات التجارة الحرة لبسط امتداد حماية ملكيات الدلالات الجغرافية بشكل غير سليم، وقد نجحت جهوده للأسف في بعض الحالات، لا سيما في:

■ **كوريا:** حيث تمّ منع منتجي الأجبان غير الأوروبيين من بيع أجبان: "أسياجو" أو "فيتا" أو "فونتينا" أو "جرجونزولا" في كوريا، وتمّ حظر تسويقها بهذه الأسماء. أما هذا المنع فقد صدر نتيجة مطالبة الإتحاد الأوروبي بذلك بموجب اتفاقية التجارة الحرة المعقودة بينه وبين كوريا، وكان وقع هذا المنع كبيراً على المستوردين الكوريين لأنه قلص مروحة البلدان والشركات التي يمكنهم شراء هذه المنتجات منها.

■ **سنغافورة:** في سياق مفاوضاتها مع الإتحاد الأوروبي بشأن اتفاقية التجارة الحرة بينهما، وافقت سنغافورة على حماية قائمة طويلة من الدلالات الجغرافية بعد خضوع هذه الأخيرة للتدقيق من السلطات السنغافورية. وتضمّ هذه القائمة أجبان





زوروا CommonFoodNames.com للمزيد حول الإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة وعن مهمته بالنيابة عن المنتجين والشارين والمستخدمين النهائيين والمستهلكين العالميين.

نحن نحضّ الشركات المعنية، منتجة كانت أم شارية، للانضمام إلى الإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة لمحاربة هذا التهديد العالمي المتنامي لخيارات الإمداد، من خلال طلب العضوية في الإتحاد أو طلب المزيد من المعلومات لتسهيل إيصال قلقها حول التجارة والتنافسية إلى حكوماتها. إتخذوا هاتين الخطوتين عبر الاتصال بالإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة على البريد الإلكتروني info@commonfoodnames.com.

كيف يمكنكم المساعدة؟

إنّ الإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة تحالف دولي مستقل لا يبغى الربح، يعمل لإيقاف المحاولات الرامية إلى احتكار الأسماء الشائعة العامة التي أصبحت جزءاً من المجال العام، ويسعى الإتحاد إلى تعزيز تبنّي نموذج ملائم لحماية كلّ من الدلالات الجغرافية الشرعية والأسماء العامة للأغذية. وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ مجلس صادرات الألبان والأجبان الأمريكية وعدد من شركات الألبان الرائدة هي من الأعضاء المؤسسين للإتحاد إلى جانب منتجين من أمريكا اللاتينية وأستراليا ومناطق أخرى. وقد بدأ هذا التحرك عندما بدأت عدّة بلدان في إدخال سياسة الدلالات الجغرافية إلى أنظمتها، الأمر الذي دفع بمنتجي الأغذية وبائعي التجزئة في هذه البلدان إلى الاهتمام بحماية المصطلحات الشائعة.

منذ تأسيسه في 2012، سجّل الإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة نجاحاً كبيراً لجهة زيادة الوعي حول هذه المسألة ودرء التهديدات التي تطال الأسماء الشائعة.

الدلالات الجغرافية مقابل الأسماء العامة:



جبين البارميزان، إسم عام وينتج في بلدان كثيرة حول العالم.



جبين البارميجيانو ريجيانو، لا ينتج إلا في منطقة بارما في إيطاليا.



- للمزيد من المعلومات حول هذا التهديد، زوروا CommonFoodNames.com
- اتصلوا بالإتحاد الخاص بأسماء الأغذية الشائعة عبر: info@commonfoodnames.com للانضمام إلى الإتحاد أو لطلب معلومات إضافية لتسهيل إيصال مخاوفكم في مجال التجارة والتنافسية.
- ويمكن للعملاء الاتصال بمجلس صادرات الألبان والأجبان الأمريكية. لإيجاد ممثل للمجلس بالقرب منكم، زوروا: ThinkUSAdairy.org/global-presence.



للاتصال
بنا:



U.S. Dairy
Export Council.

Ingredients | Products | Global Markets