

The Norwegian Transhumance and Pastoralist Association (Norsk seterkultur)

EUROMONTANA

Bilbao 23rd October 2014

Katharina Sparstad



About us

- **An NGO organisation for active mountain farmers and others involved in Norwegian mountain farm culture**
- **500 members**
- **100 of these produce dairy products for sale**
- **Established in 1999**

1. Our purpose is to ensure long term preservation of the transhumance and pastoralist culture through active use of the mountain farms in line with traditional as well as modern principles
2. It defines transhumance and pastoralist culture as the nature, culture and industry being used for farming purposes
3. Encourages focus on mountain farming amongst authorities as well as the general public

2 Context

There is an increasing market for high quality products from mountain areas in Norway. The consumers want to experience:

- Genuine culture heritage
- Good food quality
- Sustainable food production
- Good animal welfare



3. The main idea

To make a special brand for dairy products from real summer mountain farms

The main objectives are:

- 1.To increase the turnover from milk products from summer dairy farms based on rough grazing in the mountain areas.
- 2.To build confidence in the market, through establishing a brand making it possible to separate the real products from fake ones

Targets:

- 1.The content of the brand should be easy to understand
- 2.The brand must be based on proper documentation
- 3.The brand must be easy to administrate

There are two branding alternatives:

- 1.A brand defined, owned and administrated by the producers themselves
- 2.A protected label with legal protection administrated by MATMERK.



Butter

6 KYRSMØR - VALDRES



KINNING kan vera både langtekkeleg, tungt og, som i dette tilfellet, surt og kaldt. Då kan det vera godt å styrke seg på ein kaffikopp. Det er Katharina Sparstad som kinnar i Sanddalen, Vang.

lova ungene *smørgås* på flatbrød eller på vaffel om dei var finke til å kinne eller gjera anna arbeid.»³⁰⁶ «Det var eit tungt arbeid å kinne, serleg når det var store stell.»³⁰⁶

Bruk av halvkinna rumme

«I Høre fekk ungene *rummebløyte* når dei kinna. Fleire flatbrødstykke vart duppa ned i rjomen når han *bausa*, og so vart dei lagde upp kvarandre på ei skål eller ein *trebrøst*.»³⁰ «Når dei hadde kinna, og rjomen hadde teke til å *bause* som best, braut *budeia* opp firkannta flatbrødstykke, stakk dei ned i rjomen eitt for eitt og la dei i ein stor haug på *tallik*. Så fekk huslyden ta til seg. Dette var *myljomat* på *stolene*.» (Valde). I V. Slidre vart dette kalla *rjummehøyte*.»³¹ «Når rummen var kinna ei lite stund, var han god på flatbrød. Vi fekk då ei litt pause i frå kinninga og eit stort stykke brød med rumme og sukker på.»³²

«*Grøpa* rumme var godt på flatbrød. Det gav mor oss som takk for hjelpe.»²⁷ «Når mor hadde kinning, måtte me hjelpe henne med den, og då fekk me *kinnerjome*.»³¹ Når rummen *bausa*: «Då fekk alle i huset *rumme på brøt*», *rummebløyte* eller kva det no heite.»³⁰⁹ «I Høre (V) fekk ungene *rummebløyte* – når me kinna. Fleire flatbrødstykke vart duppa ned i rjomen når han *bausa* og lagde opp på kvarandre på ei skål.»³⁰⁶ «Når dei kinna, fekk ungene alltid *kjindne* eller *rumme på brød*.»³⁰⁶ «Når me kinna, fekk alle i huset rummeklining.»³⁰⁶

«Alle i huset skulle smaka *kjinnarumme* på flatbrød når dei kinna. Dei tok opp *rummin* med *rummekjei n.*»³⁰⁹ «Når dei kinna, og rjomen *bausa* (d.e. vaks), fekk me rjome og brød i *sleikjngstraunge*. Dette trauret var lite og vart berre nytta til å ha *rjome* (eller fløyte) og *brød* i.»³⁷⁸ «Når *budeia* i V.S. kinna i gamle dagar, var det fast skikk at ungene fekk *rjome på brød*», når rjomen hadde teke til å *bause* som best, braut *budeia* opp firkannta flatbrødstykke. Desse stakk ho ned i rjomen, eitt for eitt, og la dei på ein *tallik*, så det vart ein høg haug. Så fekk huslyden ta til seg. Dette var ofte *myljomål* på *stolen*.»³⁷⁸ – «*Rjummehøyte* kalla dei dette i V.S.»³⁷⁸

– Kva var kunsten med kinninga?

«So sende ho *rjumin* åt *kjinnun*, o dissa lite upp o ne

med *ryle*. Ner ho då hadde gjort ifrå se mörgstellen, so hengde ho ta se *fjøspløggje*, osso bar det te *kjinne*. Då stelte ho *kjinna* imot bondefote og stoa *kjinna* med *kneno*, osso *kjinna* ho upp o ned so det skvart kvite sprette oppi *hjeljen*, det det var berre svarte *kløvninga*. Desse sprettin kalla ho *goversdaga*. O ho *Gommo* va berre sel til dei at det vart mange *goversdaga* ner ho var på *stole*.»³⁷

– Om å gjera at rummen ikkje var altfor kald når me kinna. Stundo kume det på lenge før ein fekk smør, kanskje når det var kaldt. Letta på *løket* og såg om det tok til å *grøpa seg*, bli sandete.»³⁰ – Det var berre å sveive til ein såg *mannen med ljlen*»²¹ «... dersom rummen var i kaldaste laget. Då vart han så fast.»²⁷ – Måtte få til rette *kinnedaren* i stavkinna.»²⁷ – Poengt med å kinne er mest muleg bevegelse. I *tønnekinne* må ein då ofte snu ganske sakte.»²² – Etter tre-fire kast tok ein ut *dotiken* og då sleppte ein ut trykket.»²¹ – Om å gjera ikkje å kinne jamt. Lite rykkevis og nuppete.»²¹ – Når det tok til å *grøpe*, gjekk det tungt, og då hugsar og at ho *Olaug-syster*, som var fem år yngre enn eg, sat oppå kinneløket, så kinna skulle stå roleg. Kinna stod oppå *slabenken*»²³

– Sveiva jamt, men i *grøpingen* skulle ein sveive meir forsiktig til me fekk samla smøret.»⁷² – Skulle ikkje dra alfor fort, passeleg fort.»⁸² – Me drog jamt, men det vart ujamt når det tok til å bli smør. Det *grøpa seg*»⁹¹ «Det hende dei ikkje fekk smør, då var det noko trolleskap i *gjerdo*, meinte dei.»²²⁸ «Når ein kinna, var det om å gjera å få den rette lüten i rjomen. Det skulle seue



RUMMEN er flytande i starten.

på ein eigen måte i rjomen, om ein kinna rett. Dette var serleg tilfelle når ein nytta *stannkinne*. Om ei stund tok rjomen til å vekse, han *bausa*. Denne nemnemåten er brukt over heile Valdres frå V. til Hedalen i S.A. Yst i Beindale sa dei *bauser*»³⁰⁹ «I *Bausing* vart *rjomen* ofte så tjukk, at det vart eit tungt arbeid å *kjindne*. Ofte laut ein då halde i kinna. Ein kunne og binde fast kinna med eit *snøre*.»³⁰⁹



ETTER NOKO kinning blir rummen tjukk.



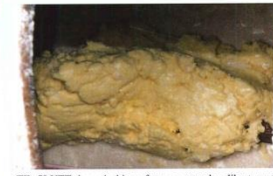
OG ENDÅ tjukkare, meir fastflytande.



GRØPING heiter det når smøret tek til å samle seg i grynete klumpar.



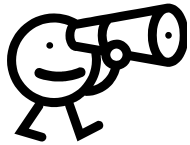
EIN DUNK kjem i kinna når det *grøpa* smøret samlar seg til ein klump og skil seg ut frå *saupet* (kinnepjella).



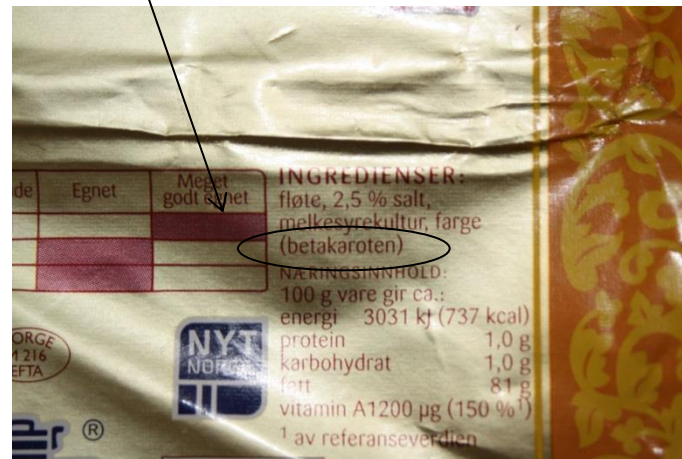
TIL SLUTT dreg ein kinna fram og attende, slik at smøret samlar seg i ein ordentleg klump.



Market and expectations



Most summer mountain farms deliver their milk to the national cooperation TINE



3. The process/project itself and activities

- Defining criteria by (the Board in Norsk seterkultur)
- Documentation (By Dr Hanne Sickel, Bioforsk)
- **MATMERK** – awards the branding and handles the legal aspects
- The program for *Value added and development in the Mountain areas – mountain food* (Verdiskaping og næringsutvikling i fjellområdene – «Fjellmat») under KMD
- **Mattilsynet** – finally treated by the **food safety board**
- **Innovasjon Norge** – search grants for marketing strategies
- Information and marketing

Documentation of special nutritional qualities

Dr Hanne Sickel has in her study, "Effects of vegetation and grazing preferences on the quality of alpine dairy products", revealed significant differences between milk products from mountains and other areas. In their work in the period 2007-2011 they analyzed milk samples for fatty acids, antioxidants and oxidation products. She defended her doctorate March 13, 2013. Adjudication Prof. Brita Svensson Uppsala University (Sweden), Dr. Bruno Martin INRA, Clermont-Ferrand (France) and Dr. Line Nybakken by NMBU / INA (Norway) acclaimed Sickel for her choice of topic, importance for value creation in the hill country, and for the chosen approach. The studies found higher levels of unsaturated fatty acids, antioxidants and vitamin E in the investigated milk. The milk also had a higher content of carotenes, which gives a stronger yellow colour in the milk, sour cream and butter, and also a higher content of terpenenes.



The brand



Our brand will (hopefully) be: →



4. Innovative points - market trends

Benefitting the segment of **Sustainable Tourism**

1. Sustainable tourism is strategically important and a frame condition for the national Norwegian tourism strategy
2. The brand will make it possible to use competitive skilled qualities for food production from mountain areas
3. The brand might stimulate increased production of real sour cream from the market regulator TINE. Increased demand will also hopefully be able to push the price up to the manufacturer.



Our brand will make us more trust worthy and give the customer the possibility to choose the taste of the real thing!

5.The results

A photograph of a brown and white cow standing in a field of tall green grass and purple flowers. In the background, there are two wooden log cabins with gabled roofs and windows, surrounded by trees under a clear sky.

1.Established documentation for special qualities of dairy - products form mountain areas that can separate the real products from the fake ones.

2.Established a board for the project

3.Prepared the first draft criteria

4.Encouragement from the organisation MATMERK who will guide us in the process

5.Prepare Applications to Innovation Norway

Thank you for your attention!