



Progresivni savez
Socijalista & Demokrata
u Europskom parlamentu

Ured Tonina Picule,
zastupnika u Europskom parlamentu

AUTOHTONI PROIZVODI I OZNAKE KVALITETE EUROPSKE UNIJE

OD IDEJE DO REALIZACIJE

DRUGO, DOPUNJENO IZDANJE, 2019.





Progresivni savez
Socijalista & Demokrata
u Europskom parlamentu

AUTOHTONI PROIZVODI I OZNAKE KVALITETE EUROPSKE UNIJE

OD IDEJE DO REALIZACIJE

DRUGO, DOPUNJENO IZDANJE, 2019.



www.toninopicula.com

Impressum

Izdavač

Ured Tonina Picule, zastupnika u Europskom parlamentu (S&D)

Za izdavača

Tonino Picula

Urednik

Ivan Matić

Autori tekstova

Ana Marušić Lisac, Ivan Matić, Tonino Picula

Grafičko oblikovanje

Skizza studio

Ilustracije

Nik Titanik Studio d.o.o.

Lektura

Virtualni asistent d.o.o.

Tisak

Kerschoffset d.o.o.

Drugo, dopunjeno izdanje, 2019.

Posebno zahvaljujemo na doprinosu pri izradi priručnika proizvođačima i podržavateljima hrvatskih autohtonih proizvoda, a napose gospođi Mariji Cerjak, gospodinu Anti Madiru, gospodinu Andriji Matiću, gospodinu Nikoli Vidakoviću, gospodinu Ugu Toiću te gospodinu Vjekoslavu Žužiću.


Projekt realiziran uz financijsku podršku Progresivnog saveza socijalista i demokrata u Europskom parlamentu (S&D).


Sadržaj


6	EUROPSKE POLITIKE KVALITETE ZA POLJOPRIVREDNE I PREHRAMBENE PROIZVODE Od A do Ž u četiri točke
11	1. Europske politike kvalitete
11	2. Oznake kvalitete
13	3. Specifičnost oznaka
15	4. Prednosti oznaka EU kvalitete
19	UDRUŽIVANJEM DO ZAŠTITE Korak po korak od domaćeg do europskog stola
23	a. Lokalna faza
25	b. Nacionalna faza
27	c. Europska faza
29	d. Faza kontinuiranog nadzora
31	PROZIVODI I POTROŠAČI NAKON ZAŠTITE
39	CERTIFIKACIJA PROIZVODA Jamstvo kvalitete i sigurnosti zaštićenih proizvoda
45	EUROPSKE PRIČE S OKUSOM HRVATSKE
47	Europska „pršut-sila“
52	Obrana ličke reputacije
55	Izazovi projekta zaštite
57	Dva imena, jedna vrhunska priča
59	Tekuće zlato otoka Cresa
63	POTENCIJALI
66	ABECEDNI POJMOVNIK
69	KORISNI LINKOVI

Legenda

 Jeste li znali?

 Važno

 Dodatna informacija

 Zanimljivost

Drage čitateljice i čitatelji,

iznimno mi je zadovoljstvo što Vam mogu predstaviti drugo izdanje priručnika o našim autohtonim proizvodima i europskim oznakama kvalitete. I ovo izdanje vidim kao skroman doprinos našim zajedničkim naporima da kroz zaštitu tradicionalnih hrvatskih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda na europskoj razini, ali i kroz edukaciju potrošača, pomognemo malim i srednjim proizvođačima. Nakon pet godina konzistentnog rada sa stručnjacima i proizvođačima diljem Hrvatske, ponosan sam što napori oko zaštite autohtonih proizvoda u Hrvatskoj daju rezultate: narasla je proizvodnja ranije zaštićenih proizvoda kao i ukupni broj apliciranih i zaštićenih proizvoda. Iskrene čestitke svim proizvođačima!

Ovaj priručnik sažimajući postojeća iskustva želi potaknuti nove proizvođače da pridruže svoje proizvode popisu onih s europskim oznakama kvalitete. Broj hrvatskih zaštićenih proizvoda je u tri godine, koliko je prošlo od prvog izdanja, porastao s devet na dvadeset i dva te su mnogi proizvođači prikupili nova iskustva s proizvodnjom i plasmanom zaštićenih proizvoda na tržište. Upravo njihova iskustva predstavljaju okosnicu ovog drugog izdanja koje je ažurirano svježim podacima, obogaćeno novim primjerima te prošireno potpuno novim poglavljem koje u fokusu ima potrošače.

Europske politike kvalitete važan su i koristan alat u rukama europskih proizvođača u osiguravanju konkurentnosti i profitabilnosti, ali i osiguravanju kvalitete proizvoda koji dolaze na obiteljske stolove. Sustav oznaka kvalitete, **odnosno oznaka izvornosti, geografskog podrijetla te zajamčenog tradicijskog specijaliteta**, jedna je od najučinkovitijih poluga ove politike čiji je okvir postavljen i unificiran na razini čitave Europske unije. Na pitanje što i kako možemo napraviti unutar takvog europskog



okvira, odgovor moramo dati sami, a upravo ovim priručnikom želim doprinijeti tome da naš odgovor bude sistematičan i učinkovit.

Vrijednost tržišta proizvoda s oznakom izvornosti gotovo je 55 milijardi eura tj. gotovo pola bilijarde kuna. Drugim riječima, to je gotovo pet hrvatskih godišnjih proračuna. Od 2005. do 2010. ovo je tržište raslo 12%, dok je tržište poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima raslo u istom periodu čak 19%. Zanimljivost je, posebno za Hrvatsku, i to da se gotovo 60% trgovine proizvodima zaštićenima oznakom izvornosti odvija na domaćem tržištu svake od zemalja članica, 20% otpada na trgovinu među državama članicama, dok se preostalih 20% izvozi u treće zemlje. Ukupna je vrijednost izvoza zaštićenih proizvoda iz EU u treće zemlje 11 milijardi eura (2010) što čini 15% ukupne vrijednosti EU izvoza.

Ulazeći u Europski parlament u srpnju 2013., i ponovno 2014. godine, kao Vaš izabrani zastupnik, ove statistike bile su mi snažan poticaj da promoviraju europskih politika kvalitete u Hrvat-

skoj stavim među prioritete svojega djelovanja. Suradnja, zajedništvo, kvaliteta i strateško planiranje neki su od kamena temeljaca ove politike koji u hrvatskom kontekstu dobivaju jednu dodatnu dimenziju – razotkrivaju neke od osnovnih problema s kojima se naše gospodarstvo, pa tako i poljoprivreda, nose posljednjih desetljeća. Ovaj priručnik i u svom drugom izdanju nastoji doprinijeti rješenjima za neke od njih.

Zaštita proizvoda, odnosno stjecanje neke od oznaka kvalitete, nije samo akt osviještenog patriotizma, nego i izraz poduzetništva kako bi se osnažila pozicija na tržištu. Mnogi misle da proizvod treba zaštititi jer je „naš najbolji“ i jer je zaštita sama po sebi dobra. Međutim, što kad imate zaštićeno ime, a nemate okupljene proizvođače koji će proizvod proizvoditi i plasirati na tržište? Zaštita nije prvi već posljednji korak u priči o oživljavanju proizvodnje u Hrvatskoj. Održiva proizvodnja, i to kvalitetnih tradicionalnih proizvoda koji se konzumiraju u Hrvatskoj, jest najbolji način za zaštitu naše baštine i tradicije pri čemu su nam oznake kvalitete tek jedan od alata na raspolaganju. Za razvoj domaće poljoprivredne i prehrambene proizvodnje podjednako su nam potrebne velike količine kvalitetnih proizvoda, ali i osviješteni te educirani potrošači. Svakom svojom kupnjom on ili ona „glasaju“ da se nečega proizvede te poručuju proizvođačima da se njihov proizvod prepoznaje i traži. Da bi to mogao, da se ne bi osjećao izigranim ili prevarenim, potrošač se ima mogućnost, pa čak i dužnost, informirati kako bi svoj novac uložio ili utrošio u ono što želi i u što vjeruje.

Biti jedna od manjih država članica u Europskoj uniji ne bi nas trebalo obeshrabriti. Istina, velika Francuska, Njemačka i Ujedinjeno Kraljevstvo nalaze se na vrhu tablice vrijednosti tržišta proizvodima zaštićenima oznakom izvornosti, ali ih slijede zemlje s kojima se Hrvatska itekako može uspoređivati: Portugal, Grčka, Irska, Mađarska... O našim potencijalima dovoljno govori broj od 22 zaštićena proizvoda u DOOR bazi, dodatnih

8 proizvoda koji su u završnoj fazi zaštite ali i 16 proizvoda koji su još uvijek u nacionalnoj fazi zaštite. Još važnije, mnogi već zaštićeni proizvodi bilježe rast proizvodnje otkako su zaštićeni. U gotovo šest godine članstva u EU napravili smo dobar posao, pokazali da znamo i možemo te da je put novim proizvodima širom otvoren. Vjerujem da će se i drugi gurmani složiti sa mnom da se svi veselimo vidjeti na ovome popisu neke od mnogobrojnih poljoprivrednih i prehrambenih delikatesa koje baštinimo, a koje smo kao potencijal pobrojali na samom kraju priručnika.

Neke od uspješnih hrvatskih priča bit će predstavljene u ovome priručniku pri čemu se vodilo računa o regionalnoj predstavljenosti, ali i o tipu proizvoda kako bi sadržaj bio koristan što većem krugu proizvođača. Iza tih priča stoje, međutim, stvarni ljudi koji su svojom upornošću i marljivošću motivirali svoje lokalne zajednice te ponudili domaćem i europskom tržištu autentičan okus Hrvatske. Njima, ali i svima Vama koji u projekte zaštite tek krećete ili o takvom pothvatu tek razmišljate, moj Ured i ja sa zadovoljstvom stojimo na raspolaganju.

Vaš zastupnik,
Tonino Picula



1 **EUROPSKE POLITIKE** **KVALITETE ZA** **POLJOPRIVREDNE** **I PREHRAMBENE** **PROIZVODE**

Od A do Ž u četiri točke



Jeste li znali da je više od 77% područja Europske unije klasificirano kao ruralno te da udomljuje otprilike polovinu njenog ukupnog stanovništva?

1 Europske politike kvalitete

Europska unija drugo je najveće svjetsko gospodarstvo s nominalnim BDP-om manjim za dva bilijuna dolara¹ od vodećeg gospodarstva, onog Sjedinjenih Američkih Država. S pola milijarde stanovnika EU je za gotovo 200 milijuna stanovnika² naseljenija od SAD-a dok je istovremeno površinom više nego dvostruko manja. U usporedbi s glavnim gospodarskim takmacima, EU na raspolaganju ima značajno manje površine za gospodarske aktivnosti među kojima poljoprivreda traži posebno mnogo prostora.

Želi li europska poljoprivreda ostati kompetitivna i profitabilna, nedostatak kvalitete mora nadomjestiti oslanjajući se na plasman visoko kvalitetnih proizvoda što osobito vrijedi za europske poljoprivrednike, koji svojom iznimnom tradicijom osiguravaju Europi reputaciju kontinenta vrhunske gastronomije. U sklopu europskih politika kvalitete, koje prvenstveno štite europske potrošače, oznake zemljopisnog podrijetla i tradicijskog specijaliteta oznake su koje posebno izdvajaju poljoprivredne i prehrambene proizvode koje se uzgajalo ili proizvelo po jasno određenoj i zahtjevnoj specifikaciji.

2 Oznake kvalitete

Proizvođačima su na raspolaganju tri EU oznake kvalitete namijenjene zaštiti imena i promociji kvalitetnih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.



Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI)

Protected Designation of Origin (PDO)



Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP)

Protected Geographical Indication (PGI)



Zajamčeno tradicionalni specijalitet (ZTS)

Traditional Specialty Guaranteed (TSG)

¹ Izvor: World Bank 2017

² U trenutku pisanja teksta, početkom ožujka 2019. godine, Ujedinjeno Kraljevstvo je još uvijek punopravna članica Europske unije te je njezino stanovništvo uključeno u statistiku.



Europske politike kvalitete nude i oznaku za ekološki uzgoj koja jamči da proizvod udovoljava strogim europskim pravilima za ekološku hranu i piće. Ekološki uzgoj stavlja naglasak na zaštitu okoliša i dobrobit životinja te zagovara prakse koje minimiziraju čovjekov utjecaj na okoliš te se maksimalno oslanjaju na prirodni ciklus. Oko 200 000 europskih farmi se certificiralo za proizvodnju ekološke hrane. U 2013. godini europski potrošači potrošili su preko 22 milijarde eura na ekološke proizvode čije je tržište te godine raslo gotovo 6%.³ Prema Eurobarometru čak 26% EU građana kupuju ekološki prihvatljive proizvode dok ih ponekad kupuje njih 54%.⁴

Prve dvije oznake, kako im ime i sugerira, povezane su s konkretnim zemljopisnim područjima, pa se još i kolokvijalno nazivaju „zemljopisnim oznakama“ ili „oznaka ma autohtonosti“ (eng. geographical indications). **Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI)** odnosi se na poljoprivredne i prehrambene proizvode koje se proizvelo, preradilo i pripremlilo na jasno određenom zemljopisnom području koristeći tehnologiju i znanje specifične tom istom području. **Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP)** odnosi se na poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su jasno i tijesno povezani s određenim zemljopisnim područjem u kojem se odvija najmanje jedna od faza u proizvodnji, preradi ili pripremi proizvoda.

Oznaka za **Zajamčeno tradicionalni specijalitet (TSG)** nije povezana sa zemljopisnim područjem tj. ne postoji uzročno-posljedična veza između tehnologije proizvodnje i/ili kvalitete sirovine s jedne strane te zemljopisnog područja s druge. Ova oznaka naglašava tradicionalni karakter proizvoda bilo u njegovu sastavu ili načinu proizvodnje.



ZOI i ZOZP oznake su povezane sa zemljopisnim područjem, dok je TSG oznaka povezana s tradicijom pri čemu među oznakama ne postoji hijerarhija. Jedna nije bolja ili lošija od druge ili treće. Tri oznake zaštite razvijene su kako bi pokrile najveći mogući broj iznimnih autohtonih proizvoda koji se proizvode u lokalnim zajednicama.

³ Izvor: European Parliamentary Research Service 2015;
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/557009/EPRS_BRI\(2015\)557009_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/557009/EPRS_BRI(2015)557009_EN.pdf)

⁴ Izvor: Eurobarometer 367, 2013

3 Specifičnosti oznaka

Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI)



Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP)



Zajamčeno tradicionalni specijalitet (ZTS)



Ime proizvoda

Ime proizvoda mora uključivati specifično mjesto, regiju ili (iznimno) državu

Ime proizvoda mora uključivati specifično mjesto, regiju ili (iznimno) državu

Tradicionalni specijalitet nije povezan sa zemljopisnim područjem

Poveznica sa zemljopisnim područjem (ZP)

Proizvod mora u svojoj suštini biti povezan s određenim područjem

Kvaliteta, ugled ili neka druga karakteristika proizvoda mora biti povezana s područjem

Proizvod ne mora biti povezan s konkretnim područjem

Proizvodni proces

Cjelokupni proizvodni proces mora se odvijati u određenom ZP-u

Najmanje jedna (ključna) faza u proizvodnom procesu mora se odvijati u određenom ZP-u

Proizvod se može proizvesti bilo gdje dok se god poštuje zaštićena tradicionalna receptura

Sirovina

Sirovina mora biti uzgojena i/ili proizvedena u određenom ZP-u

Nije bitno odakle dolazi sirovina dok god se poštuje zaštićena tehnologija i receptura proizvoda

Nije bitno odakle dolazi sirovina dok god se poštuje zaštićena tehnologija i receptura proizvoda

Hrvatska ima dvanaest proizvoda zaštićenih oznakom ZOI na europskoj razini: Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres, Istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje, Istarski pršut, Korčulansko maslinovo ulje, Krčko maslinovo ulje, Neretvanska mandarina, Ogulinski kiseli kupus, Paška janjetina, Paška sol, Slavonski med, Šoltansko maslinovo ulje te Varaždinsko zelje. Proizvode označene ovom oznakom od prve se do posljednje faze proizvelo u jasno označenom zemljopisnom području te korištenjem tehnologije koja je povezana s tim područjem tj. proizvođači su dokazali da se ovi proizvodi mogu na zadovoljavajuće kvalitetan način proizvesti isključivo na području koje su definirali. Zemljopisno područje na kojem ih se proizvelo u potpunosti je uvjetovalo njihovu kvalitetu i unikatnost.

Među proizvodima zaštićenima oznakom ZOZP na europskoj razini Hrvatska ima deset proizvoda: Baranjski kulen, Dalmatinski pršut, Drniški pršut, Krčki pršut, Lička janjetina, Lički krumpir, Međimursko meso 'z tiblice, Poljički soparnik, Slavonski kulen te Zagorski puran. Ovi proizvodi nisu u svim svojim fazama proizvedeni na jednom geografskom području, ali se ključna faza proizvodnje odvija na zemljopisnom području koje su definirali udruženi proizvođači. I u ovom slučaju proizvod svoju unikatnost i kvalitetu duguje specifičnostima zemljopisnog područja poput vjetra, sastava zemlje, tipa ispaše i sl.

Hrvatska još uvijek nema proizvod koji bi nosio oznaku ZTS na europskoj razini iako bi raznovrsne hrvatske regionalne kuhinje mogle aplicirati niz tradicionalnih receptura. Neke su od dobro poznatih primjera ZTS-a npr. talijanske *Pizza Napoletana* i *Mozzarella* ili pak slovenska *Prekmurska gibanica*. Radi se o proizvodima čiju su tradicionalnu recepturu jasno definirali originalni proizvođači, ali koja nije povezana s određenim zemljopisnim područjem. Ovi proizvodi mogu se proizvesti bilo gdje u EU, ali zaštićeno ime mogu koristiti isključivo ako ih se proizvelo po tradicijskoj recepturi koju su odredili originalni proizvođači koji su podnijeli zahtjev za zaštitom.

Hrvatska je tako u nešto više od pet godina članstva u EU zaštitila ukupno 22 proizvoda, od kojih su svi popisani u DOOR bazi. Iako najmlađa EU članica, Hrvatska je 11. najuspješnija zemlja članica po broju zaštićenih proizvoda, ispred mnogih „starih“ članica poput Belgije, Austrije, Nizozemske, Švedske, Irske, Danske itd.⁵

! Jednom od tri oznake kvalitete štiti se ime proizvoda, a ne proizvod. Zaštita osigurava da se na tržištu zaštićenim imenom mogu označiti isključivo proizvodi koje se proizvelo po jasnim i strogim pravilima koje su definirali proizvođači okupljeni u udruženje koje je pokrenulo, vodilo i financiralo postupak zaštite.

⁵ Izvor: DOOR baza, ožujak 2019.



DOOR (Database Of Origin & Registration) javnosti je dostupna *online* baza u kojoj se popisalo sve proizvode koji su dobili neku od oznaka ili koji su u procesu dobivanja neke od oznaka kvalitete. Bazu možete pretraživati po zemlji, proizvodu, tipu oznake ili pak fazi postupka zaštite u kojoj se proizvod nalazi. Hrvatska je početkom 2019. u DOOR bazi imala 22 proizvoda od čega 12 zaštićenih oznakom ZOI te 10 oznakom ZOZP.



Za dobivanje oznaka ZOI i ZOZP proizvođači moraju dokazati da postoji veza između zemljopisnog područja i konkretnog proizvoda, tj. da upravo uvjeti određenog zemljopisnog područja čine proizvod posebnim na način da ga se takvog ne može proizvesti nigdje drugdje.

4 Prednosti oznaka EU kvalitete

Proizvođači oznakom kvalitete štite ime koje se može aplicirati isključivo na proizvode koji poštuju specifikaciju koju su sami sastavili čime jamče kvalitetu proizvoda gdje god da se pojavi na tržištu. Zaštićeno ime nije rezervirano za samo jednog proizvođača ili jednu grupu proizvođača. Ime može koristiti svatko tko striktno poštuje specifikaciju u cjelini. U slučaju ZOI to primjerice znači i da se sve proizvodne faze moraju odvijati na zemljopisnom području određenom u specifikaciji proizvoda. Ako novi proizvođač propusti poštovati makar jednu stavku iz specifikacije, svoj proizvod neće moći plasirati na tržište pod zaštićenim imenom. Dodatni benefit oznaka EU kvalitete za proizvođače ogleda se i u tome što u nadzoru tržišta te zaštiti imena svojega proizvoda sada mogu računati i na europsko zakonodavstvo te administrativnu zaštitu državnih institucija.

Oznaka kvalitete prije svega je europski alat u rukama proizvođača da svoj proizvod bolje pozicioniraju na tržištu te svoju proizvodnju zaštite od zloupotreba. Vaš proizvod oznakom kvalitete dobiva ugled na tržištu koji mu podiže cijenu i čija je daljnja zaštita Vaš zadatak i interes.

Europska unija oznakama kvalitete doprinosi te brine i o europskim potrošačima. Oznake kvalitete garantiraju podrijetlo proizvoda, njegovu kvalitetu te autentičnost kroz provedbu niza kontrola procesa proizvodnje kao i zaštićenih proizvoda plasiranih na tržište. Europski potrošači kroz oznake kvalitete dobivaju širi izbor kvalitetnih proizvoda te alat za razlikovanje generičkih kopija od autentičnih proizvoda.

Europske su politike kvalitete kroz sustav oznaka zaštite proizvoda značajno doprinijele i malim lokalnim zajednicama. Potičući fragmentirane male proizvođače da se udruže, EU je pomogla revitalizaciju ne samo proizvodnje već čitavih ruralnih područja. Okupljeni oko proizvodnje autohtonih proizvoda proizvođači, bilo poljoprivrednih bilo prehrambenih proizvoda, svojim zajednicama donijeli su dodatnu vrijednost te pozitivno utjecali na ukupnu gospodarsku sliku i društvenu koheziju.




Tradiciju i proizvod najbolje se štiti kvalitetnom proizvodnjom pomoću udruživanja. Zaštita proizvoda bez proizvođača i proizvedenih količina rezultiraju oznakom za koju nema proizvoda na koji se može aplicirati.



Jeste li znali da bi Hrvatska trenutnom dinamikom uskoro mogla brojem zaštićenih proizvoda preći zemlje poput Austrije, Belgije, Finske, Mađarske i Nizozemske, od kojih su neke u Europskoj uniji od njezina osnutka?

2 UDRUŽIVANJEM DO ZAŠTITE

Korak po korak od domaćeg
do europskog stola

 Jeste li znali da se čak 60% prodaje EU proizvoda zaštićenih oznakama izvornosti ostvaruje unutar država iz kojih potječu?

Za potrebe ovog priručnika, postupak i konzumacija zaštite proizvoda nekom od tri EU oznake kvalitete može se podijeliti u četiri faza:

- a. lokalna faza,
- b. nacionalna faza,
- c. europska faza te
- d. faza kontinuiranog nadzora.

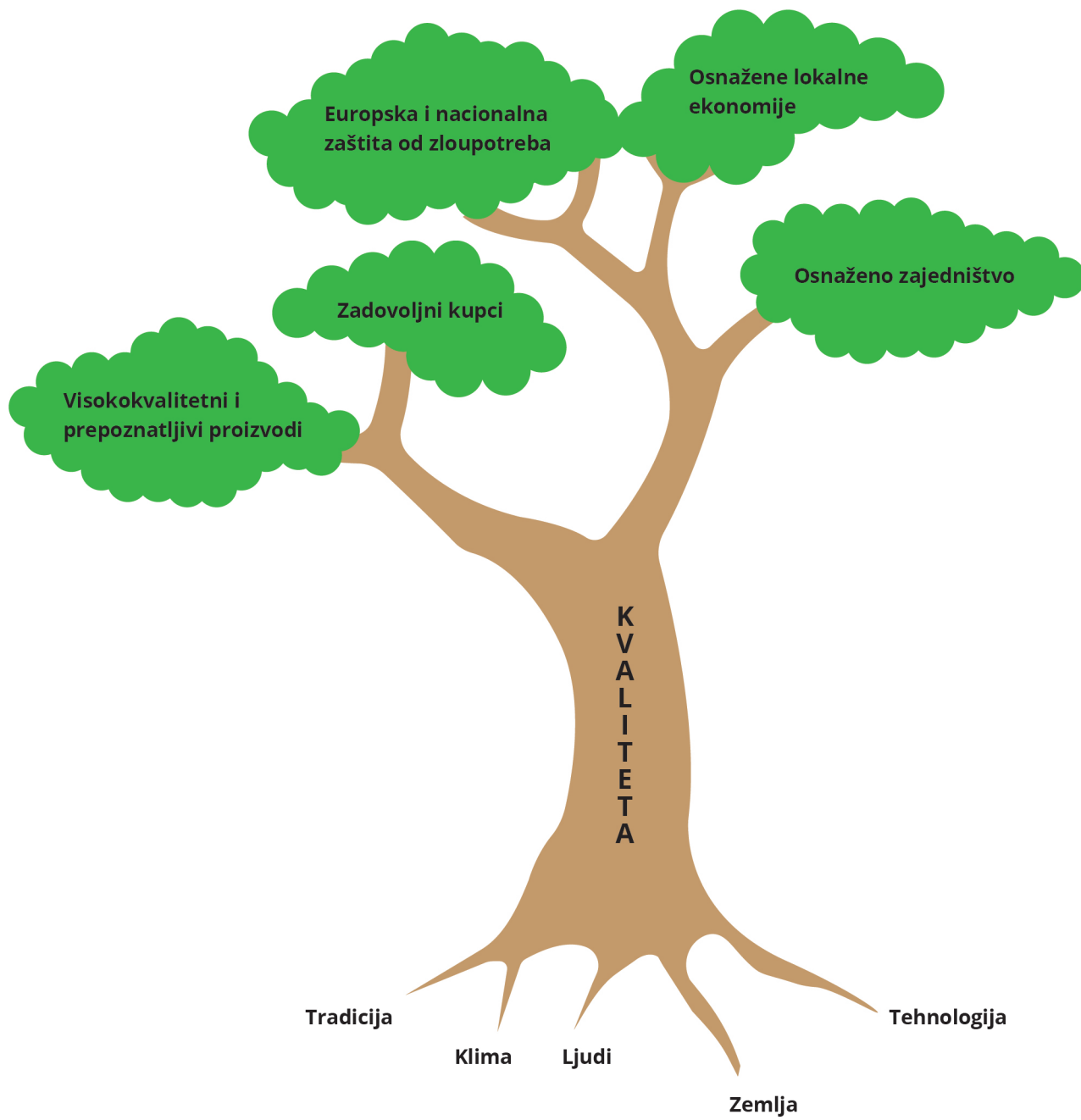
Projekt zaštite proizvoda

Iza svakog uspješnog projekta prije svega stoje složan tim suradnika i dobre ideje. Specifičnost svakog projekta zaštite tj. registracije proizvoda na europskoj razini je, dakako, sam proizvod koji za zajednice iz kojih dolaze predstavlja puno više od prodajnog artikla namijenjenog konzumaciji. Proizvodi koji dobiju neku od tri oznake kvalitete su proizvodi s pričom, proizvodi koji nose trajan pečat zajednice u kojoj nastaju, a koja ih čini posebnima i „za koplje“ boljima od drugih. Ovdje je proizvod puno više od branda koji ima svoju tržišnu vrijednost.

Oslanjajući se na tradiciju i specifične uvjete proizvodnje svojih zajednica, proizvođači kroz projekt zaštite izgrađuju sustav kvalitete koji ima dalekosežne i višestruko pozitivne učinke na proizvodnju, ali i čitavu zajednicu. Upravo stoga, projekt zaštite mora biti poduzetnički projekt čiji je ključan sastojak i dodatna vrijednost što se oslanja na tradiciju zajednice. Ako ste proizvođač s takvim proizvodom, možda je vrijeme da počnete razmišljati o projektu zaštite svog proizvoda na europskoj razini.



Projekt registracije proizvoda na europskoj razini prije svega bi trebao biti poduzetnički projekt koji strogo propisanom specifikacijom želi osnažiti tržišnu poziciju proizvoda te ga zaštititi od zloupotreba. Samo dugoročno održivom proizvodnjom može se oživiti i očuvati tradicija koja je neosporno ključan sastojak svakog projekta zaštite.



a. Lokalna faza

TRAJANJE:
ovisno o vrsti
proizvoda
i samim
proizvođačima

Prva faza projekta zaštite proizvoda je najvažnija, najdulja te zahtjeva najviše truda i posla od strane proizvođača. Ukratko, u idealnoj prvoj fazi proizvođači određenog proizvoda dogovaraju se, razrađuju sve potrebne standarde proizvodnje proizvoda (tzv. specifikaciju), usuglašavaju dugoročni plan proizvodnje i plasmana, odabiru kontrolno tijelo koje će prema specifikaciji ubuduće nadzirati kvalitetu, pripremaju službene dokumente potrebne za sljedeću fazu te ih, nakon obavljenog posla, predaju nacionalnom tijelu zaduženom za postupak registracije, što je u hrvatskom slučaju Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske.



Središte prve i najvažnije faze projekta je priprema aplikacije proizvoda pri čemu su udruženi proizvođači kamen temeljac uspješne priče. Veći broj proizvođača znači i veću uključenost zajednice, lakše ostvarivu održivost proizvodnje, veće količine proizvoda, veći pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo, ali i manji trošak postupka zaštite po proizvođaču.

Četiri su glavna zadatka u prvoj fazi:

- Osnovati i organizirati grupu proizvođača koji će biti nositelji projekta u sadržajnom i financijskom smislu. Ova će grupa ljudi obilježiti cijeli daljnji postupak jer će upravo oni definirati sve bitne značajke proizvoda i proizvodnje. Važno je napomenuti da nositelj projekta zaštite može biti i već postojeća udruga proizvođača što prvu fazu već u početku može učiniti jednostavnijom. Također, u iznimnim situacijama, nositelj projekta može biti i samo jedan proizvođač.
- Izraditi specifikaciju proizvoda koja će predstavljati jedinstvenu zajedničku metodu oko koje su se usuglasili svi proizvođači. Specifikacija proizvoda je **suštinski i sadržajno najvažniji dio projekta** jer ona opisuje Vaš proizvod, metodu proizvodnje te utvrđuje njezinu izvornost i tradicionalnost.
- S izrađenom specifikacijom pristupa se sastavljanju tzv. **Jedinstvenog dokumenta** koji predstavlja vjerodostojan sažetak specifikacije koji će biti javno objavljen u službenom glasniku Europske unije te prema kojem će se nakon uspješne zaštite vršiti kontrola. Vodič za podnositelje zahtjeva za ispunjavanje Jedinstvenog dokumenta možete preuzeti na stranicama Europske komisije na sljedećoj poveznici:
http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/guides/guide-for-applicants_hr.pdf

- Četvrti zadatak odnosi se na odabir **kontrolnog tijela** koje će prema Vašoj specifikaciji, sažetoj u Jedinstvenom dokumentu, a nakon uspješne registracije proizvoda na europskoj razini, vršiti nadzor usklađenosti proizvoda sa specifikacijama. Proizvođačima u Hrvatskoj na raspolaganju su dva ovlaštena kontrolna tijela:

1. BIOTECHNICON poduzetnički centar d.o.o., Nazorova 18, 10 000 Zagreb
2. BUREAU VERITAS CROATIA d.o.o., Ciottina 17A, 51 000 Rijeka

Specifikacija proizvoda, koju ćete sažeti u Jedinstvenom dokumentu, sadržajno je najvažniji dio Vašeg projekta koji će Vam oduzeti najviše vremena i predstavljati najveći trošak. Za detaljne korisne informacije konzultirajte Vodič za ispunjavanje Jedinstvenog dokumenta te sljedeće poglavlje s primjerima hrvatskih proizvođača. Niže možete pronaći nekoliko ključnih stavki koje svaka specifikacija mora sadržavati:

- ime proizvoda mora biti stvarno, a njegova upotreba kroz dulji vremenski period dokaziva
- opis proizvoda mora sadržavati tehničke i znanstvene podatke te mora jasno objasniti po čemu se aplicirani proizvod razlikuje od sličnih proizvoda koji se nalaze na tržištu
- jasno definirano zemljopisno područje ako aplicirate za ZOI ili ZOZP pri čemu vodite računa o povezanosti proizvoda i područja
- dokaz da proizvod potječe iz definiranog zemljopisnog područja ako aplicirate za ZOI ili ZOZP
- detaljan, korak po korak, opis metode proizvodnje
- objašnjenu poveznicu između posebnosti proizvoda i posebnosti zemljopisnog područja ako aplicirate za ZOI i ZOZP tj. treba pokazati na koji je način do obilježja proizvoda došlo zbog zemljopisnog područja te koji prirodni, ljudski i drugi elementi daju posebnost proizvodu
- kontakte kontrolnog tijela
- opisana pravila označavanja proizvoda kao npr. logotip proizvoda koji se mora nalaziti na naljepnici proizvoda

b. Nacionalna faza

TRAJANJE:
oko godinu
dana ako
nema
prigovora na
specifikaciju

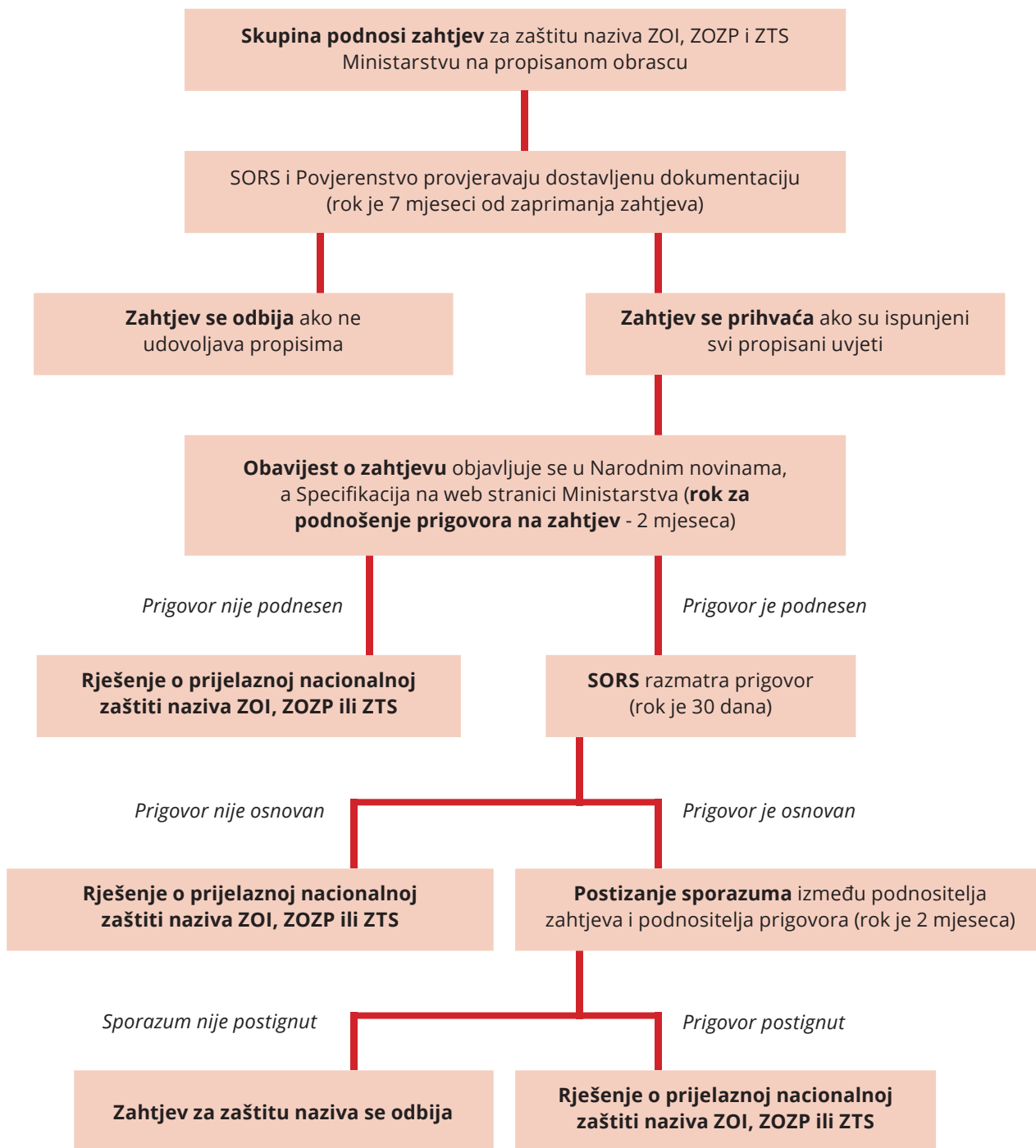
Prelazak iz prve u nacionalnu fazu za proizvođače znači da je glavina posla iza njih te da je daljnja procedura u rukama nacionalnih i europskih tijela dok se ponovno u četvrtoj fazi ne vrati k njima. Obrazce za nacionalni postupak zaštite možete pronaći na mrežnim stranicama Ministarstva poljoprivrede (<http://www.mps.hr/default.aspx?id=9407>) koje je u Republici Hrvatskoj zaduženo za provedbu procedure.

Ministarstvo ima sedmomjesečni rok od dana zaprimanja prijave da ocijeni udovoljava li prijava propisima, da zahtjev objavi u Narodnim novinama, a specifikaciju na mrežnim stranicama Ministarstva. Ako Ministarstvo u roku od dva mjeseca od objave u Narodnim novinama ne zaprimi niti jedan prigovor, proizvodu se odobrava prijelazna nacionalna zaštita.



- ! Prelazak projekta u ruke nacionalnih i europskih institucija ne znači nužno mirovanje za proizvođače koji u iščekivanju pozitivnog rješenja o registraciji proizvoda ovaj period mogu iskoristiti za nastavak okrupnjivanja proizvodnje ili pak započeti s primjenom pravila iz specifikacije kako bi što spremniji dočekali dan odluke.

NACIONALNI POSTUPAK ZAŠTITE NAZIVA ZOI, ZOZP, ZTS POLJOPRIVREDNOG ILI PREHRAMBENOG PROIZVODA



Kroz nacionalnu fazu u ovom trenutku prolazi ukupno šesnaest proizvoda. Blatska lumblija, Brački varenik, Dalmatinska panceta, Dalmatinska pečenica, Lički škripavac, Lumblija, Međimurski krumpir/Međimurski kalamper i Zagorski štrukli/Zagorski štrukli traže Zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla (ZOZP), dok Zaštićenu oznaku izvornosti (ZOI) na nacionalnoj razini trenutno traže: Bračko maslinovo ulje, Goranski medun, Istarski med/Istrski med, Istarski ovčji sir/Istrski ovčji sir, Krčki sir, Meso crne slavonske svinje, Novigradska dagnja i Zagorski bagremov med.¹ Prođu li uspješno nacionalnu fazu, sve ove proizvode ćemo u narednih nekoliko godina vidjeti i u DOOR bazi sa odgovarajućom europskim zaštitom.

c. Europska faza

TRAJANJE:
oko godinu
dana ako
nema
prigovora na
specifikaciju

Ako je Vaš proizvod prošao nacionalnu proceduru bez prigovora, slijede dvije stvari:

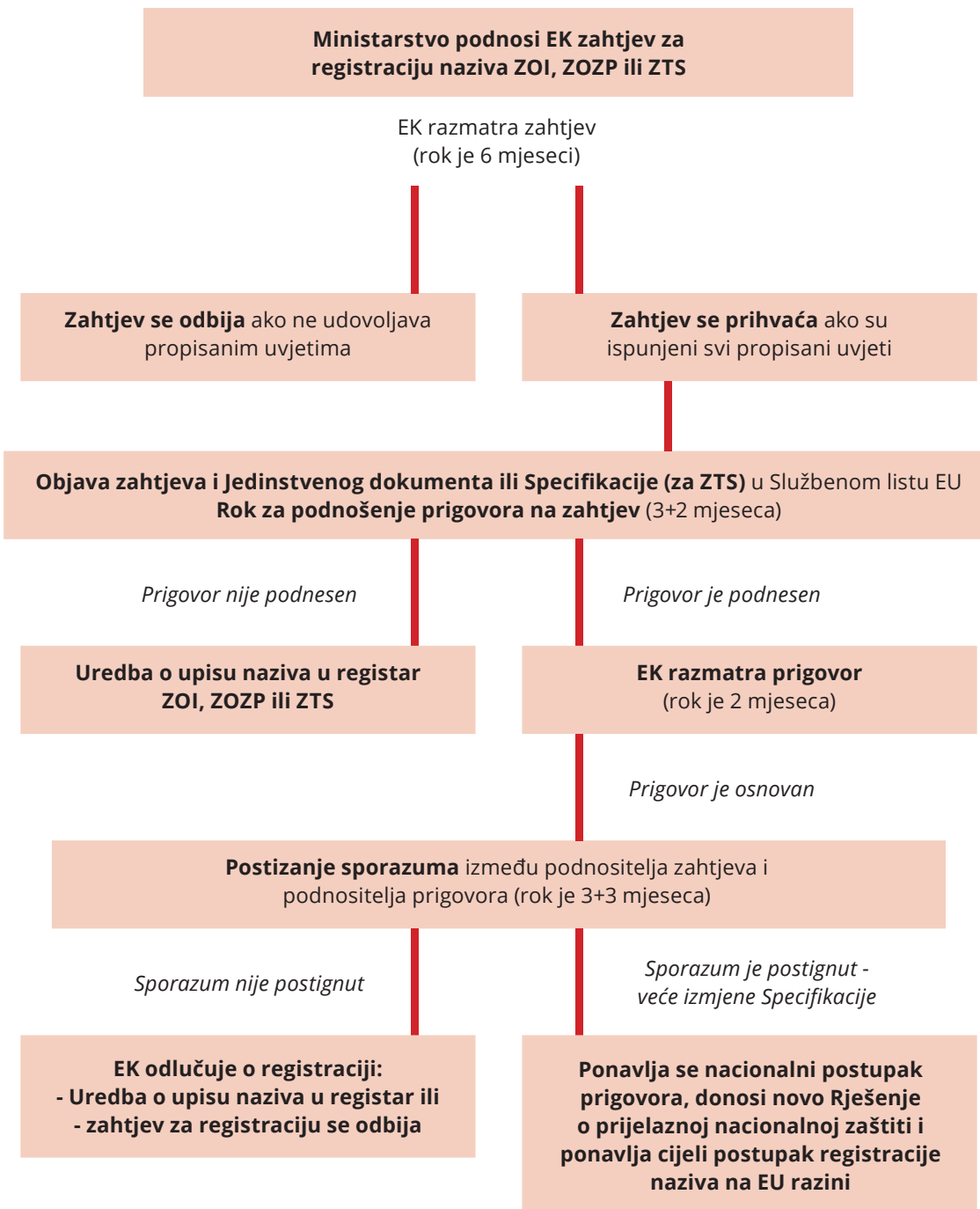
- a.** u roku od 30 dana od dana dostave rješenja o prijelaznoj nacionalnoj zaštiti naziva grupa proizvođača obvezna je odabrati ovlašteno kontrolno tijelo te pokrenuti postupak potvrđivanja sukladnosti proizvoda sa specifikacijom proizvoda prema Planu kontrole odobrenom od strane Ministarstva.
- b.** najkasnije u roku od 2 mjeseca od dana dostave rješenja o prijelaznoj nacionalnoj zaštiti grupa proizvođača dostavlja Ministarstvu dokumentaciju potrebnu za registraciju naziva ZOI, ZOZP i ZTS na razini Europske unije čime procedura prelazi u treću fazu.

Ministarstvo poljoprivrede, odobrivši prijelaznu nacionalnu zaštitu te sakupivši dokumentaciju za europsku razinu zaštite, automatski će Zahtjev za registraciju proslijediti Europskoj komisiji (nema potrebe podnositi poseban zahtjev). Uredbom Europske komisije o upisu naziva proizvoda u registar, Vaš proizvod dobiva odgovarajuću europsku oznaku kvalitete te je zaštićen na teritoriju čitave Europske unije pred više od pola milijarde njezinih građana. U slučaju da Komisije iz bilo kojeg razloga odbije Zahtjev za registraciju prestaje vrijediti i nacionalna prijelazna oznaka. Uz proizvođače u prethodnom poglavlju spomenutih proizvoda (12 ZOI proizvoda te 10 ZOZP proizvoda), prednosti i potencijale zaštite proizvoda jednom od oznaka kvalitete u Hrvatskoj su prepoznali i proizvođači sljedećih proizvoda: Bjelovarski kvargl, Malostonska kamenica, Paški sir, Rudarska greblica, Slavonska kobasica, Šoltansko maslinovo ulje, Varaždinski klipč i Zagorski mlinci.² Svi navedeni proizvodi prošli su nacionalnu fazu te se nalaze u DOOR bazi na popisu „prijavljenih“ proizvoda čija je završna europska faza još uvijek u postupku.

¹ Izvor: Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske, ožujak 2019.

² Izvor: DOOR baza, ožujak 2019.

POSTUPAK REGISTRACIJE ZAŠTIĆENOG NAZIVA ZOI, ZOZP i ZTS NA RAZINI EUROPSKE UNIJE



U slučaju kada EK odbije zahtjev za registraciju naziva, prestaje i prijelazna nacionalna zaštita.

d. Faza kontinuiranog nadzora

Registracijom imena proizvoda na razini EU posao nije gotov već, u mnogočemu, tek počinje. Projekt zaštite nije projekt koji ima unaprijed određen vijek trajanja. Projekt traje dok god postoje proizvođači koji predano proizvode prema registriranoj specifikaciji i kojima je u interesu na tržištu održavati prepoznatu razinu kvalitete te se boriti protiv onih koji oznaku zloupotrebljavaju koristeći je na proizvodima koji ne ispunjavaju postavljene standarde. Ako nestanu proizvođači, nestat će i proizvodi, a svaka oznaka kvalitete u tom slučaju gubi svaki smisao.


Četvrta faza je stoga podsjetnik da su prethodne tri faze nužni koraci u ostvarivanju održive proizvodnje za koju su europske oznake kvalitete izvrstan i učinkovit alat na raspolaganju hrvatskim proizvođačima. Oznaka kvalitete ima vrijednost koja se temelji na tradiciji i kvaliteti, ali i predanom radu ljudi, proizvođača koji su radili na razvoju i provedbi projekta – upravo je to vrijednost koju proizvođači moraju kontinuirano štititi.



Kontinuirani nadzor kvalitete i usklađenosti proizvoda s oznakama kvalitete ključ je očuvanja vrijednosti zaštićenih proizvoda. Vaš proizvod nosi sa sobom priču Vaših lokalnih zajednica te je važno nadzirati da ta priča u svakom trenutku bude autentična i vjerodostojna.

3 PROIZVOĐAČI I POTROŠAČI NAKON ZAŠTITE



 Jeste li znali da vrijednost tržišta proizvoda s oznakama izvornosti doseže gotovo 65 milijardi eura?

Tržište je mjesto gdje se potrebe, želje i financijske mogućnosti potrošača presijecaju sa sposobnostima, umješnošću i tehnološkim mogućnostima proizvođača. Dok potrošači kreiraju potražnju za proizvodima, proizvođači na nju nastoje odgovoriti raznovrsnom ponudom. Iako ih pogone različiti motivi, potrošače želja da uz minimalan trošak maksimalno zadovolje svoje potrebe, a proizvođače da uz minimalno ulaganje ostvare maksimalan profit, i jedni i drugi su dva lica iste medalje.

Europske oznake kvalitete pomažu i jednima i drugima: proizvođačima omogućuju da svoj proizvod istaknu u moru sličnih dok istovremeno potrošačima olakšava da u istom moru pouzdano prepoznaju autentične i kvalitetne proizvode. Za konzumiranje ovih prednosti potrebni su, međutim, educirani i osviješteni proizvođači koliko i potrošači.

Što zaštita znači za proizvođače?

Postupak zaštite tradicije i autohtonosti, kroz zaštitu izvornosti ili zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, predstavlja, zapravo, uvođenje novog proizvoda na tržište. Prije zaštite, proizvod čiji se naziv u međuvremenu zaštitio, doživljavao je brojne proizvodne varijacije, prvenstveno ovisne o recepturi pojedinih proizvođača, te rokovima proizvodnje. Proizvod koji je zaštićen s određenom recepturom, koji se smije proizvoditi samo na definiranom području te koji prolazi neovisne kontrole sa svrhom očuvanja kvalitete je, zapravo, novi proizvod na tržištu. Proizvođače koji su ga proizvodili na zaštitu su, u većini slučajeva, potaknula dva faktora: nedovoljna standardiziranost proizvodnje koja nudi potrošaču gotov proizvod i zloupotreba od strane nekih proizvođača, koji se nerijetko nalaze čak van regije proizvodnje čiji naziv koriste.

Nedovoljna standardiziranost proizvoda dovodi do zbunjivanja potrošača u smislu karakteristika proizvoda. Kod sireva to može biti različito trajanje zrenja, kod suhomesnatih proizvoda veličina i težina, a kod prerađenih proizvoda korištenje netradicionalnih aditiva u proizvodnji i sl. Takvo postupanje neminovno dovodi do pada kvalitete i ugleda proizvoda, jer nema mehanizma koji bi spriječio neloyalnu konkurenciju tj. spriječio određene proizvođače da, uz što manje financijskog, vremenskog i tehnološkog uloga, dobiju proizvod na koji bi stavili deklaraciju tradicionalnog i autohtonog. Drugim riječima, bez standardizacije i zaštite proizvoda teško je sankcionirati one proizvođače koji se zbog maksimiziranja profita odlučuju dovesti potrošače u zabludu koristeći ugled proizvoda u kojeg su neki drugi proizvođači uložili vrijeme, trud i novac.

! Bez standardizacije i zaštite proizvoda teško je sankcionirati one proizvođače koji zbog maksimiziranja profita, a bez dodatnog ulaganja, odlučuju dovesti potrošače u zabludu koristeći ugled proizvoda u kojeg su neki drugi proizvođači uložili vrijeme, trud i novac.

S druge strane, tržište danas i s njim povezan razvoj tehnologije, ljudska inovativnost, napredak u proizvodnji i želja da se vlastiti proizvod plasira što bolje kupcu dovode do toga da se u marketingu koriste nazivi i tvrdnje koje omogućavaju bolju prodaju. Na tržištu postoji niz proizvoda koji koriste određeni zemljopisni pojam, kako bi na taj način kupcu bili privlačniji da za njim posegne na polici u trgovini, prilikom odabira proizvoda u svojoj košarici.

Jedan od zornih primjera za to su natpisi „Lički krumpir“ na tržnicama, koji su bili česti na štandovima pa je ispadalo da je gotovo sav krumpir na tržnici bio „lički“. To se radilo s ciljem da natpis privuče potrošače na kupnju krumpira, računajući na njihovu želju da kupe kvalitetan lički krumpir koji ima reputaciju i za koji znaju da je izvanredan za pripremu brojnih jela našeg podneblja. Ukoliko nema zaštite, utoliko gotovo da i nema načina da se takvi slučajevi spriječe, osim po vrlo fleksibilnim i teško dokazivim odredbama regulative o označavanju prehrambenih proizvoda. Proizvođači koji žele na svom proizvodu istaknuti kvalitetu, često će posegnuti za nečim što ima određenu reputaciju na koju se žele nasloniti. Proizvođači su posebno osjetljivi ako takav naziv koriste proizvođači koji se ne nalaze niti blizu područja proizvodnje i/ili se ne pridržavaju postavljenih standarda kvalitete te tako dovode kupce u zabludu radeći štetu ugledu proizvoda, potrošačima te tradicionalnim proizvođačima koji se standarda pridržavaju.

! Certifikacija zaštićenih proizvoda omogućuje da se na tržištu nalaze samo oni proizvođači čija je metoda i lokacija proizvodnje dokazano utvrđena i potvrđena kontrolom i certifikacijskim postupkom. Certifikacija, dakle, otvara tržište legalnim proizvođačima, a zatvara ga onima koji se naslanjaju na reputaciju, tradiciju i podrijetlo koje ne opravdavaju svojom proizvodnjom.

Postoji i određeni broj proizvođača koji individualnim žigovima štite zemljopisne nazive, odnosno koriste ih u nazivu poduzeća, kako bi na taj način dobili na atraktivnosti proizvoda kojeg proizvode.

Bolja pozicija na tržištu je krajnji cilj svake zaštite. Bolja pozicija uključuje lakšu komunikaciju proizvoda i njegovih karakteristika, ostvarenje sigurnijeg plasmana, većeg prihoda i bolju reputaciju. Kod zaštite podrijetla, dodatna korist je upotreba naziva određenog zemljopisnog područja, povezivanjem na koju se stvara asocijacija s obilježjima tog područja, osobito pozitivnima, u percepciji kupca (povijesna ili administrativna regija, grad, otok i sl.).

Certifikacija zaštićenih proizvoda omogućuje da se na tržištu nalaze samo oni proizvođači, čija je metoda i lokacija proizvodnje dokazano utvrđena i potvrđena kontrolom i certifikacijskim postupkom. Certifikacija, dakle, otvara tržište legalnim proizvođačima, a zatvara ga onima koji se naslanjaju na reputaciju, tradiciju i podrijetlo koje ne opravdavaju svojom proizvodnjom. S jedne strane, tržište se otvara onima koji vjerodostojno i provjereno proizvode svoj proizvod i kite ga zaštićenim nazivom, a s druge strane, zatvara se proizvođačima koji proizvode proizvod sličnih karakteristika u drugom području ili na način koji je sličan tradicionalnom načinu, odnosno onima koji iz nekog razloga ne certificiraju svoju proizvodnju, iako se nalaze u definiranom području i proizvode po recepturi koja je gotovo istovjetna načinu proizvodnje opisanom u Specifikaciji proizvoda.



Za proizvode bez certifikata i dalje se može koristiti zaštićeno ime „za osobne potrebe“, ali se takav necertificiran proizvod ne smije plasirati na tržište pod zaštićenim imenom. Drugim riječima, proizvođači sličnih ali necertificiranih proizvoda ne smiju ostvarivati financijsku korist na račun proizvođača koji su uložili u certifikate.

Što zaštita znači za potrošače?

Potrošači su na suvremenim i naprednim tržištima svakodnevno izloženi teškom zadatku da u nizu sličnih proizvoda, bombardirani informacijama i oglašavanjem te u ogromnoj ponudi različitih kanala distribucije, svoj novac potroše na proizvode za koje su sigurni da opravdavaju njihovo povjerenje i izbor. Pitanje odabira proizvoda je na neki način i pitanje odgovornosti prema vlastitom novcu, a ta odgovornost traži informiranost. Novac je najmoćniji glas koji potrošač ima. Svakom svojom kupnjom on ili ona „glasaju“ da se nečega proizvede te poručuju proizvođačima da se njihov proizvod prepoznaje i traži. Da bi to mogao, da se ne bi osjećao izigranim ili prevarenim, potrošač na naprednim tržištima ima mogućnost informirati se kako bi svoj novac uložio ili utrošio u ono što želi i u što vjeruje. Ne kupiti neki proizvod, jer u njega ne vjeruje, dakle, odbiti kupnju je mogućnost koju potrošač uvijek ima na raspolaganju. I obratno.



Novac je najmoćniji glas koji potrošač ima. Svakom svojom kupnjom on ili ona „glasaju“ da se nečega proizvede te poručuju proizvođačima da se njihov proizvod prepoznaje i traži. Educiran potrošač stoga ne šteti samo svoj novac, već svojim izborom šalje poruku proizvođačima čega proizvoditi više, a čega manje.

Činjenica jest da se danas na proizvodima, a posebno prehrambenim, nalaze brojni znakovi. Neki od njih komuniciraju posebnu kvalitetu, neki podrijetlo, dok neki komuniciraju dodanu vrijednost u smislu metode proizvodnje kao što su ekološka ili biodinamička proizvodnja. Povrh toga, postoje i određeni znakovi koji komuniciraju neko drugo posebno svojstvo, npr. *gluten free* ili *vegan*. Rastući broj diferenciranih oznaka potrošača može zbunjivati ili stvarati nelagodu zbog nepoznavanja ili nerazumijevanja. Slow Food pokret primjerice zagovara tzv. narativnu ili deskriptivnu oznaku koja, uz podatke propisane zakonom, daje precizne informacije o proizvođačima, njihovim tvrtkama, korištenim vrstama biljaka ili uzgoju životinja, tehnikama uzgoja i prerade, dobrobiti životinja i sl.

Certifikacijski znakovi koji potvrđuju da je proizvod ono što tvrdi da jest, npr. plavo žuta oznaka EU za proizvod zaštićen oznakom zemljopisnog podrijetla na Dalmatinskom pršutu ili crveno-žuta oznaka za izvornost na npr. Ekstra djevičanskom maslinovom ulju Istra, su ono što educiranom potrošaču daje sigurnost. Potrošači koji znaju što žele lakše će se snaći na tržištu i doći do kvalitetnih proizvoda pouzdanih proizvođača. U interesu je stoga i potrošača, ali i proizvođača, da se značenje oznaka jasno i redovito komunicira prema javnosti te edukacijama olakša potrošačima snalaženje na tržištu i maksimalno smanji prostor za zloupotrebe.



Za prosudbu kvalitete proizvoda, kemijske ili fizikalne analize nisu dovoljne, a ponekad ni kušanje nije dovoljno. Bilo koji tehnički pristup neće uzeti u obzir sve ono što stoji iza proizvoda - podrijetlo, povijest, tehnike obrade - i ne dopušta potrošaču da shvati je li hrana proizvedena na način koji poštuje okoliš ili socijalnu pravdu. Slow food stoga zagovara narativnu ili deskriptivnu oznaku koja, uz podatke propisane zakonom, daje precizne informacije o proizvođačima, njihovim tvrtkama, korištenim vrstama biljaka ili uzgoju životinja, tehnikama uzgoja i prerade, dobrobiti životinja i sl.

Konačno, potrošač ima mogućnost, ali i dužnost, kontaktirati nadležne službe ako sumnja na neki proizvod, ako je uočio proizvod na tržištu, bilo da se radi o trgovini, tržnici, sajmu ili ugostiteljskom objektu, za koji misli da je krivotvorina. Proizvođače koji računaju s vašom neinformiranošću, nastoje vas dovesti u zabludu te rade štetu certificiranim proizvođačima, ne bi trebalo ignorirati i propustiti prijaviti. Na raspolaganju vam je uvijek podići vlastiti glas i izravno prozvati proizvođača, obratiti se nadležnim inspekcijama ili pak kontaktirati certificirane proizvođače i njihova udruženja te ih upozoriti na nelojalnu konkurenciju koja ruši ugled njihovih certificiranih proizvoda.


Potrošačima su na raspolaganju i brojna savjetovišta i udruženja potrošača koja također mogu dati odgovor na pitanja ili pak pokrenuti postupak prema službama u slučaju prijavljenih sumnji. Inspekcijske službe redovito reaguju na prijave od strane potrošača koje mogu biti anonimne, a ukoliko prijavitelj ostavi svoj kontakt, pismeno ga izvijeste u zakonskom roku o ishodu zatražene provjere.



Proizvođače i/ili trgovce koji računaju s vašom neinformiranošću, nastoje vas dovesti u zabludu te rade štetu certificiranim proizvođačima, trebalo bi prijaviti.

4 CERTIFIKACIJA PROIZVODA

Jamstvo kvalitete i sigurnosti
zaštićenih proizvoda

 Jeste li znali da je cijena proizvoda sa zaštitom izvornosti u prosjeku 2,23 puta veća u odnosu na usporedive proizvode bez zaštite?



Ana Marušić Lisac, dipl. ing,
Biotechnicon poduzetnički centar d.o.o.

Certifikacija proizvoda predstavlja sveobuhvatan postupak kontrole kvalitete. Za proizvođača je to dobrovoljna aktivnost kojom se naglašavaju specifične karakteristike proizvoda koje čine razliku među sličnim proizvodima na tržištu. Komunikacijom ovih prednosti poboljšava se ugled i položaj proizvoda na tržištu, pa certifikacija proizvoda posredno pomaže da proizvod odgovori na zahtjeve modernih korisnika i trgovaca. Na taj način, ona označava više od same kvalitete i sigurnosti, ona otvara tržište.

Regulativa zaštite autohtonih proizvoda propisuje certifikaciju proizvoda kao obavezan korak za sve proizvođače zaštićenog proizvoda, odnosno one koji zaštićeni proizvod stavljaju na tržište, tzv. korisnike oznake, jer oni potrošaču predstavljaju posebnosti područja i načina proizvodnje proizvoda koji se štiti oznakom. Budući da su ti proizvodi zaštićeni prema zakonu, država jamči za njihovu sukladnost sa specifikacijom proizvoda. Njihova sukladnost utvrđuje se prema dokumentu koji definira njihove karakteristike i način proizvodnje, a to je specifikacija proizvoda koja su u postupku zaštite izrađuje i predaje nadležnom tijelu na registraciju. Nju pišu sami proizvođači autohtonog proizvoda, katkad uz pomoć konzultanta. Nakon objave specifikacije, njen sadržaj predstavlja normu, odnosno popis normativnih zahtjeva za proizvodnju zaštićenog proizvoda.

Certifikaciju proizvoda provode ovlaštena certifikacijska tijela. Ona, da bi poslovala kao produžena ruka nadležnog tijela, Ministarstva poljoprivrede, moraju ispunjavati stroga pravila ovlaštenja koja su propisana zakonom. Između ostalog, to su dovoljna razina stručne i tehničke osposobljenosti, raspolaganje opremom i

prostorom potrebnim za provođenje kontrolnih aktivnosti te kriteriji za kadar. Dodatno, stručnost u radu certifikacijskog tijela procjenjuje agencija za akreditaciju (u RH Hrvatska akreditacijska agencija) koja provjerava ispunjava li certifikacijsko tijelo u svom radu zahtjeve međunarodne norme EN ISO 17065, što se prvenstveno odnosi na kompetentnost, dosljednost i nepristranost u radu.

Poseban zahtjev akreditacije i postupka ovlašćivanja certifikacijskog tijela odnosi se na kadar u kontrolnim i certifikacijskim aktivnostima. Od njega se traži fakultetska diploma relevantnog usmjerenja, poznavanje metodologije rada u provođenju kontrola, kao i načina proizvodnje proizvoda koji se kontroliraju. Kadar je upućen na kontinuirano dodatno obrazovanje te provjeru svog znanja i načina rada unutar i izvan vlastite organizacije.

Certifikacija proizvoda uključuje dvije osnovne grupe aktivnosti: kontrolne aktivnosti i certifikacijske aktivnosti kojima se dokazuje usustavljenost načina rada proizvođača.

Budući da je svaki zaštićeni proizvod specifičan u svojoj proizvodnji, tako se za svakog od njih razvija certifikacijska shema po kojoj se certifikacija provodi. Certifikacijsko tijelo, u tu svrhu, izrađuje plan kontrole, odnosno dokument koji predviđa koje će se kontrolne točke i na koji način obuhvatiti kontrolom, frekvenciju kontrola te način provođenja. Plan kontrole, nadalje, predviđa razinu nesukladnosti koja se može pojaviti. Za svaku utvrđenu nesukladnost mora se navesti je li velika (*major*) ili mala (*minor*). Nesukladnost se smatra velikom ukoliko utvrđeno odstupanje izravno utječe na neuvjetnost sirovine i proizvoda koje propisuje registrirana specifikacija. Jedan od primjera velike nesukladnosti je korištenje nitritnih i nitratnih soli kod zaštićenih pršuta kao konzervansa i sredstva koje daje lijepu crvenu boju mesa tijekom zrenja ili sorta maslina koja nije izričito navedena u Specifikaciji proizvoda za zaštićena maslinova ulja. U drugom slučaju odstupanje se definira kao mala nesukladnost kod koje je moguće provesti popravnu radnju. Kod malih nesukladnosti najčešće se radi o nedostatnoj dokumentaciji sljedivosti ili neispravnoj deklaraciji proizvoda što je sve moguće popraviti, odnosno izmijeniti do trenutka stavljanja proizvoda na tržište. Također, parametar povišene vlage u mesnim proizvodima je element koji se može korigirati dužim zrenjem, pa se također smatra malom nesukladnošću.



Specifičnost svakog zaštićenog proizvoda zahtjeva izradu zasebne certifikacijske sheme za svaki proizvod te kontrolni plan kojim se utvrđuju i nesukladnosti koje se mogu pojaviti.

Kod Plana kontrole važno je da se svi navedeni parametri razrađuju za svaku fazu proizvodnje zaštićenog proizvoda. Tako se npr. kod proizvodnje Istarskog pršuta, koji je zaštićen oznakom izvornosti, kontroliraju faza uzgoja (pasmine), faza tova, faza klanja i rasijecanja mesa te proces proizvodnje u pršutani sve do provjere svojstava gotovog proizvoda laboratorijskom analizom i označavanja gotovog proizvoda za tržište. Kod Ogulinskog kiselog zelja ZOI potrebno je kontrolirati sortu korištenog sjemena, termin sadnje, termin i način berbe, svojstva sirovine (glavica kupusa koje ulaze u preradu), pripremu glavica za preradu, dodatke za kiseljenje te sve faze kiseljenja odnosno fermentacije. Nadalje, kontrolira se i način transporta s ciljem zadržavanja izvorne kvalitete proizvoda, svojstva gotovog proizvoda te njegovo pakiranje.

Postupak certifikacije proizvoda uključuje nekoliko koraka. To su prijava u sustav s potpunom dokumentacijom, nakon čega se prema Planu kontrole provode kontrole i uzorkovanja, odnosno testiranje proizvoda ili analiza. Svi se nalazi kontrola bilježe, što omogućava izradu završnog izvještaja i konačnu odluku. Certifikacijski postupak završava potvrđivanjem sukladnosti sa specifikacijom i izdavanjem certifikata.

Iz navedenog je očigledno da certifikacija proizvoda podržava vjerodostojnost proizvoda i njihovu kvalitetu jer uključuje kontinuirane kontrolne aktivnosti, pri čemu se, kao tehnike kontrole, primijenjuju: terenska kontrola (vizualna), dokumentacijska kontrola te konačno kontrola laboratorijskih analiza i nalaza.

Terenska kontrola kod proizvođača znači obilazak onih prostora, odnosno proizvodnih parcela, na kojima se kontrolor može vizualno uvjeriti u ispunjavanje određenog zahtjeva specifikacije. Na ovaj se način provjeravaju npr. lokacija objekta ili zemljišta na definiranom području, nasad, sortiment u nasadu ili ishrana životinja. Na primjeru maslinovih ulja, terenskom kontrolom utvrđuju se lokacija nasada, sorte prisutne u masliniku, način berbe te način prerade i skladištenje.

Dokumentacijskim kontrolama, koje se provode kontinuirano tijekom godine, provjerava se sukladnost svih onih zahtjeva koje proizvođač prati u određenim zapisima, evidencijama ili registrima, odnosno prati se sukladnost u dužem vremenskom tijeku, npr. održavanje određene temperature kroz čitavu fazu zrenja suhomesnatih proizvoda, odnosno poštivanje vremenskih okvira u kojima se faze proizvodnje zaštićenih proizvoda moraju provesti. Kod proizvodnje npr. Paške janjetine ZOI, predviđeno je da janjenje traje od studenog do ožujka. Kako je neizvedivo da kontrolor bude svakodnevno u tom periodu na terenu, proizvođač vodi evidenciju janjenja te evidenciju datuma klanja iz čega se može utvrditi starost janjadi koja je propisana 25 do 45 dana. Istovremeno, kod Slavenskog meda ZOI dokumentacijski se kontroliraju termini dohrane pčela te sastav dohrane. Za dohranu je potrebno koristiti samo šećer proizveden na području definiranom Specifikacijom proizvoda, što se dokazuje ulaznim računima iz kojih mora

biti jasno vidljiv naziv i podrijetlo šećera koji je dobavljen za proizvodnju šećernih pogača. Također, kod ovog proizvoda dokumentacijski se kontroliraju i termini i lokacije seljenja košnica prema potvrdama pašnih povjerenika. Dokumentacija punjenja Slavenskog meda ZOI u staklenke je također obavezan dio kontrole s ciljem certifikacije ovog proizvoda.


Kontrolom laboratorijskih nalaza utvrđuje se kvaliteta gotovog proizvoda. Taj dio provodi se u akreditiranim laboratorijima, pri čemu kontrolno tijelo utvrđuje odgovaraju li rezultati nalaza parametrima koji su navedeni u specifikaciji.

Kada su prikupljeni svi podaci o proizvodnji proizvoda, radi se završni izvještaj. U njemu su sumirani svi nalazi kontrola te svi dodatni podaci koji služe odboru za certifikaciju u certifikacijskom tijelu da donese kvalificiranu odluku o certifikaciji. Rezultat čitavog procesa je certifikat, odnosno potvrda sukladnosti poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda koji nosi oznaku izvornosti ili zemljopisnog podrijetla sa specifikacijom proizvoda, kojom je tom proizvodu omogućena zaštita.

Proizvođačima je važno naglasiti da postupak certifikacije proizvoda treba od početka projekta zaštite uvažiti kao organizacijski i financijski napor budućih korisnika oznake. U tom smjeru idu i Mjere ruralnog razvoja u kojima postoji posebno razvijena mjera sufinanciranja troškova kontrole i certifikacije proizvoda. Konkretno, Mjera 3 uključuje Podmjeru 3.1. kao Potporu za novo sudjelovanje u sustavima kvalitete. Navedena podmjera odnosi se na dodjelu namjenskih bespovratnih novčanih sredstava za financiranje troškova kontrole i certifikacije proizvoda u prvim godinama sudjelovanja poljoprivrednika u sustavima kvalitete. Prihvatljivi su certificirani poljoprivredni ili prehrambeni proizvodi iz sustava kvalitete za zaštićene oznake izvornosti i zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, koji su registrirani na EU razini i navedeni u DOOR bazi podataka o podrijetlu i registraciji. Potpora se odobrava na razdoblje do pet godina u maksimalnom iznosu do 15.000 eura, odnosno maksimalno do 3.000 eura godišnje u protuvrijednosti u kunama. Iznos godišnje potpore se isplaćuje prema Zahtjevu za isplatu kojeg proizvođač svake godine podnosi po računima kontrolnog tijela za provedbu kontrola, laboratorijskih analiza i za godišnju naknadu za sudjelovanje u shemi kvalitete. Intenzitet javne potpore kod ove podmjere iznosi 100% od ukupnih prihvatljivih troškova.



Mjera broj 3 Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske predviđa financijsku potporu proizvođačima i skupinama proizvođača za registraciju i zaštitu naziva svojih proizvoda nekom od oznaka kvalitete. Dvjesto podmjera rezervirana su sredstva upravo za potpore ulaska u sustav kvalitete (3.1.) i za promotivne aktivnosti na domaćem tržištu (3.2.).

 Jeste li znali da je ukupna vrijednost izvezenih proizvoda s oznakom izvornosti procijenjena na 11,5 milijardi eura što čini 15% ukupnog europskog izvoza hrane i pića?

Europska „pršut-sila“

Hrvatska priča o EU oznakama kvalitete počinje upravo s jednim pršutom. Zaštićenu oznaku zemljopisnog porijekla (ZOZP) Krčki pršut službeno je dobio 14.4.2015. čime će ostati zapamćen kao prvi hrvatski proizvod koji je dobio europsku zaštitu. Iste godine u listopadu zaštita je uslijedila za Istarski pršut, a u prosincu i za Drniški pršut. Kada je u veljači 2016. Komisija službeno objavila Zaštićenu oznaku zemljopisnog porijekla za Dalmatinski pršut, Hrvatska je dobila četvrti zaštićeni pršut te se smjestila na treće mjesto u EU, uz Italiju i Španjolsku, po broju zaštićenih pršuta. Europska pršut-sila je rođena.

Europsko pionirstvo krčkog pršuta nije, međutim, jedino što ovu europsku priču s hrvatskim okusom izdvaja od drugih. Nositelj projekta zaštite imena „Krčki pršut“ nije naime bila grupa proizvođača već samo jedan tradicionalni proizvođač tj. Mesnica-market „Žužić“. Obitelj Žužić svoju vezu s pršutom te vezu pršuta sa zemljopisnim područjem nisu imali problem dokazati. Naime, u registraciji imena proizvoda pomogao im je zavjet zabilježen u franjevačkom samostanu na otočiću Košljunu koji je potvrdio desetljetnu tradiciju pršutarstva na Krku i u obitelji Žužić.



Gospodin Vjekoslav Žužić zahtjev za registraciju oznake zemljopisnog podrijetla Krčkog pršuta dostavio je u travnju 2010. godine Ministarstvu poljoprivrede koje je u ožujku 2012. godine donijelo pozitivno Rješenje čime je naziv „Krčki pršut“ postao zaštićen u Republici Hrvatskoj. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju, Zahtjev je u veljači 2014. prosljeđen Komisiji koja je godinu i mjesec dana kasnije uvrstila Krčki pršut na popis zaštićenih proizvoda.

! Europska oznaka kvalitete Krčkog pršuta ojačala je tržišnu poziciju proizvoda, ali i privukla veći broj gostiju koji proizvod žele degustirati upravo na mjestu gdje nastaje, u mjestu Vrh na otoku Krku. Jedna od bitnih prednosti Europske politike kvalitete jest upravo dodatni poticaj razvoju ruralnih krajeva Unije.

Najzahtjevniji dio projekta, izrada specifikacije proizvoda, proces je koji je trajao pune dvije godine u kojem je obitelj Žužić imala podršku grada Krka te konzultanta dr.sc. Uga Toića. Kako je Krčki pršut bio zaštićen na nacionalnoj razini i prije ulaska Hrvatske u EU, cijeli proces zaštite trajao je punih pet godina, dok je od ideje do zaštite proizvoda prošlo osam godina.

Danas se godišnje proizvede gotovo dvije tisuće jedinica Krčkog pršuta čija je kvaliteta bolje prepoznata na tržištu te cijenjena od strane rastućeg broja kupaca. U modernom proizvodnom pogonu obitelj Žužić spremna je i na pet puta veću proizvodnju svoje glavne mesnate delicije koja privlači i sve veći broj turista koji posjećuju Krk i atraktivnu „Kuću pršuta Žužić“ u mjestu Vrh. Priča obitelji Žužić tako pokazuje da zaštita imena proizvoda na razini EU ne doprinosi samo proizvođaču proizvoda, već pozitivno utječe na razvoj gospodarskih aktivnosti cijele jedne lokalne zajednice.

! Posebnost Krčkog pršuta ogleda se u tome što ga se ne dimi kao u Dalmaciji, već suši, ali i u tome da ga se obrađuje s kožom što ga razlikuje od Istarskog pršuta.

Iako je Istarski pršut zaštićen na europskoj razini nakon Krčkog pršuta, proces njegove zaštite započeo je puno ranije. Oznaka mu je dodijeljena u listopadu 2015. godine nakon punih petnaest godina predanog rada i to kao prvom zajedničkom hrvatsko-slovenskom proizvodu. Istarski pršut je jedini hrvatski pršut sa Zaštićenom oznakom izvornosti i jedini čija je oznaka dvodržavna. Oznaka izvornosti Istarskog pršuta znači da se proizvodnja obavlja isključivo na Istarskom poluoto-

ku, njegovom hrvatskom i slovenskom dijelu (najviše na području između Pazina i Poreča), dok je uzgoj točno određenih pasmina svinja za Istarske pršute dozvoljen na tom području te u desetak županija središnje, sjeverne i istočne Hrvatske.¹

i Posebnost Istarskog pršuta ogleda se u tome što mu se prije sušenja, za razliku od svih drugih hrvatskih pršuta, skida koža i potkožno masno tkivo te ga se suho salamuri morskom solju uz dodatak začina. Tradicionalna tehnologija obrade Istarskog pršuta pak zahtjeva da se ostavljaju zdjelične kosti, što ovaj pršut čini jedinstvenim u svijetu.

Hrvatska je 2015. godinu završila sa trećim zaštićenim pršutom – Drniškim pršutom. Drniški pršutari počeli su se udruživati još 2002. godine te prvi zahtjev za nacionalnu zaštitu podnijeli dvije godine kasnije, no zbog približavanja hrvatskog članstva u EU prijava je ponovljena 2011. Posebnost svakog zaštićenog proizvoda leži u lokalnoj tradiciji, a tradicionalnu posebnost svog proizvoda Drnišani nisu imali problem dokazivati. O Drniškom pršutu naime postoje brojna povijesna svjedočanstva, pa tako kraljevske zahvalnice iz Londona potvrđuju da se Drniški pršut nalazio i na pladnjevima posluživanima tijekom krunidbe britanske kraljice Elizabete II. Područje proizvodnje Drniškog pršuta je strogo ograničeno i to na Grad Drniš te susjedne općine Promina, Ružić, Unešić i Biskupija. Na tom području moraju se odvijati sve faze proizvodnje Drniškog pršuta osim uzgoja, tova, klanja i klaoničke obrade svinja za proizvodnju pršuta.²

i Specifičnost Drniškog pršuta proizlazi iz manje slanog i blago slatkastog okusa, blage arome dima i stupnja osušenosti, koje su rezultat tradicionalnog načina proizvodnje i prilagodbe lokalnim klimatskim prilikama te njegove dugogodišnje reputacije i značaja na domaćem tržištu i šire.

+ Ideja o zaštiti zemljopisnog porijekla Dalmatinskog pršuta poslužila je kao glavni motiv proizvođačima Dalmatinskog pršuta za udruživanje 2006. godine. Udruga je vrlo brzo pokazala sve prednosti zajedničkog djelovanja, pa je sedam godina kasnije potaknula osnivanje Klastera hrvatskog pršuta koji okuplja preko 20 proizvođača četiri zaštićene vrste pršuta.

¹ Udruga proizvođača Istarskog pršuta, Specifikacija proizvoda, (2008)

² Udruga proizvođača Drniškog pršuta, Specifikacija proizvoda (2015)

Projekt „Dalmatinski pršut“ započeo je još 2006. godine kada je napravljen jedan od najvažnijih koraka u procesu zaštite – udruživanje proizvođača. Sam proces udruživanja, od ideje do osnivačke skupštine, protekao je glatko u pola godine te omogućio proizvođačima da lakše ostvare zajedničke ciljeve, bolje se pozicioniraju na regionalnom i državnom tržištu, lakše riješe administrativne prepreke te uspješnije promoviraju proizvod. Velik broj udruženih proizvođača u Udruzi proizvođača dalmatinskog pršuta dobio je u procesu zaštite financijsku pomoć Ministarstva poljoprivrede u iznosu od 150 000 HRK te podršku Splitsko-dalmatinske županije, dok su im oko same izrade specifikacije pomagali dr. sc. Ivica Kos te dr.sc. Ugo Toić.

! Prema procjeni Udruge proizvođača dalmatinskog pršuta, izrada specifikacije Dalmatinskog pršuta trajala je tri godine s troškom od 50-tak tisuća kuna kojeg su međusobno podijelili udruženi proizvođači.

Zaštita naziva „Dalmatinski pršut“ (ZOZP) ušla je u „nacionalnu fazu“ zaštite u veljači 2012. godine kada je Udruga proizvođača dalmatinskog pršuta podnijela Ministarstvu poljoprivrede zahtjev za registraciju koja je pozitivno ocijenjena već u srpnju iste godine. Ministarstvo je u veljači 2014. uputilo Dalmatinski pršut u „europsku fazu“ koju je Komisija točno dvije godine kasnije završila upisom četvrtog hrvatskog pršuta na listu zaštićenih proizvoda na razini Europske unije.

Unutar zemljopisnog područja Dalmacije čija je sjeverna točka grad Novalja, a južna granica s Crnom Gorom, danas se proizvodi oko 95 tisuća komada Dalmatinskog pršuta za kojim je potražnja, procjenjuju proizvođači, porasla za 10% nakon dobivene europske oznake kvalitete. Višestoljetna tradicija proizvodnje Dalmatinskog pršuta danas nosi europsku zaštitu te se njezini nositelji posvećuju nadzoru kvalitete, uklanjanju neispravno deklariranih proizvoda na tržištu i promociji, pri čemu im je zajedničko djelovanje i dalje glavna prednost.

+ Dobar kupac je informiran kupac te je kao takav ključan za proizvođače zaštićenih proizvoda koji se od drugih izdvajaju autentičnošću i kvalitetom. Jedan od načina promocije i edukacije potrošača su primjerice Dani hrvatskog pršuta koje Klaster organizira svake godine.

Četiri i pet godina nakon dobivenih zaštita, hrvatski pršutari, udruženi u Klaster hrvatskog pršuta, slažu se oko prednosti koje im je zaštita donijela, ali i oko izazova s kojima se suočavaju na tržištu. Prije zaštite, proizvođači su radili svaki na svoj način te su postojale velike oscilacije u slanosti, intenzitetu dima (kod dimljenih pršuta), starosti, veličini i vanjskom izgledu. Danas, pršuti sa zaštićenim oznakama prolaze u svim fazama proizvodnje kroz kontrole od strane neovisnog kontrolnog tijela. Na tržište se plasiraju samo proizvodi odgovarajuće kvalitete, prepoznatljivog vanjskog izgleda, arome i okusa – najbolji način za očuvanje ugleda proizvoda i povjerenja potrošača. Zaštita je uvelike doprinijela i lokalnim zajednicama u kojima se proizvode pršuti. S rastom proizvodnje pršutane zapošljavaju lokalno stanovništvo, plaćaju poreze i komunalne naknade, privlače dodatne posjetitelje kroz organizaciju manifestacija te promoviraju lokalne zajednice i regije.

Glavni izazov certificiranim pršutarima i dalje ostaju zloupotrebe imena. Na tržištu se tako koriste domaća zaštićena imena za proizvode koji dolaze iz drugih zemalja ili koji se rade sušenjem butova bez kosti i koji po definiciji niti nisu pršuti. Mnogi jelovnici u ugostiteljskim objektima koriste zaštićene nazive pri čemu provjera dobavnih računa otkriva da se radi o necertificiranim pršutima. U borbi protiv takvih i sličnih zloupotreba, proizvođačima su najjači saveznik upravo potrošači.



Educirani i osviješteni potrošači znat će prepoznati oznake kvalitete, ali i prijaviti one koji zloupotrebljavaju tuđi trud te dovede kupce u zabludu.

Obrana ličke reputacije

Zlouporebe imena „Lički krumpir“ jedan je od glavnih motiva koji je okupio tradicionalne proizvođače te ih potaknuo na projekt zaštite imena na nacionalnoj i europskoj razini. Ugled ovog ličkog poljoprivrednog proizvoda, kojeg kupci cijene zbog kvalitete za koju su spremni izdvojiti i koju kunu više, potaknuo je nemali broj oportunističkih da naziv koriste na proizvodima koji i cijenom i kvalitetom značajno zaostaju za originalom. Zlouporeba imena je, između ostalog, značajno doprinijela propasti proizvodnje krumpira u Lici, pa je grupa proizvođača u udruženju oko projekta zaštite vidjela najbolji način oživljavanja zamrle proizvodnje.

Inicijativa za zaštitu imena Ličkog krumpira započela je još 2005. godine pod vodstvom gospodina Nikole Vidakovića. Kako se u to vrijeme Republika Hrvatska usklađivala sa zakonodavstvom i propisima Europske unije u tom području, dogodio se niz administrativnih i zakonskih promjena koji su oduljili cijelu proceduru. Danas su, nakon punih pet godine članstva u Europskoj uniji te 30 proizvođača u DOOR bazi od kojih je 21 zaštićeno, u Hrvatskoj stvoreni uvjeti za brži i lakši postupak zaštite.



Udruga proizvođača Ličkog krumpira osnovana je još 2001. godine, no tek od 2005. aktivno rade na projektu zaštite imena svog proizvoda. Projekt su financijski podržali Ministarstvo poljoprivrede i Općina Lovinac, pa proizvođači Ličkog krumpira nisu bili financijski opterećeni. Izrada specifikacije proizvoda trajala je gotovo šest godina, a Udruzi proizvođača pri samoj je izradi pomogao konzultant dr. Alexander Wirsig.



U slučaju projekta zaštite Ličkog krumpira financijska podrška Ministarstva i Općine u potpunosti je rasteretila proizvođače dodatnih troškova.

Zaštita naziva „Lički krumpir“ (ZOZP) započela je u srpnju 2011. godine kada je Udruga proizvođača Ličkog krumpira predala Zahtjev za registraciju Ministarstvu poljoprivrede koje je već u studenom iste godine donijelo Rješenje o nacionalnoj zaštiti. U lipnju 2014. godine Ministarstvo je pak Europskoj komisiji prosljedilo zahtjev za Lički krumpir koji je službenu zaštitu na EU razini dobio u rujnu 2015. Nacionalna i europska faza zaštite je u slučaju Ličkog krumpira trajala malo više od četiri godine pri čemu treba uzeti u obzir da je Republika Hrvatska u EU ušla tek u srpnju 2013. kada su hrvatski proizvodi dobili mogućnost europske zaštite.


Procjena proizvođača je da se u 2018. godini proizvelo oko 1.000 tona zaštićenog Ličkog krumpira što je značajno više od 250 tona iz 2015. godine. Lički proizvođači međutim vole podsjetiti da je to i dalje mala količina u uspoređi sa proizvodnjom krumpira u Lici prije tridesetak godina kada je ta brojka bila iznad 70.000 tona. Prostor za daljnji razvoj i rast je značajan.



Od 2015. godine i dobivene zaštite do 2019. godine proizvodnja certificiranog Ličkog krumpira narasla je gotovo četiri puta, s 250 na oko 1.000 tona.

Prema riječima proizvođača, Lički krumpir je tri godine nakon zaštite izložen neloyalnoj konkurenciji u manjoj mjeri nego prije. Zaštita proizvoda donijela mu je značajan dodatni publicitet što je dovelo do povećanja potražnje, a posljedično i proizvodnje. Zaštita Ličkog krumpira je stoga doprinijela revitalizaciji gotovo uništene proizvodnje ali i privlačnosti Like kao gastronomske destinacije. Osim što je danas dostupan i u velikim trgovačkim centrima, Lički krumpir je preko online aplikacija za kupnju dostupan u svim dijelovima Hrvatske.

U borbi protiv zlouporaba imena na tržištu, kojih ima sve manje otkako je proizvod dobio Zaštićenu oznaku zemljopisnog porijekla (ZOZP), proizvođači Ličkog krumpira se oslanjaju na svoje udruženje koje je dužno detektirati i prijaviti nadležnim institucijama svaku zlouporabu imena. Kako bi suzili prostor za zloupotrebe proizvođači sudjeluju u nizu sajмова i drugih javnih manifestacija, suorganiziraju Dane Ličkog krumpira u Općini Lovinac u južnoj Lici te ulažu u promociju proizvoda preko društvenih mreža.

-  Za promociju zaštićenog Ličkog krumpira udruženi proizvođači planiraju koristiti dio sredstava od prodaje krumpira te dostupna europska sredstva kroz Podmjeru 3.2. iz Programa ruralnog razvoja.

Izazovi projekta zaštite

Virovitička paprika izvrsna je europska priča koja, iako na žalost nije imala sretan završetak, može poslužiti svima onima koji o zaštiti svojih proizvoda tek razmišljaju.

Osnovni motiv za zaštitu imena „Virovitička paprika“, prema riječima proizvođača, bila je zaštita od zlouporabe imena koje se upotrebljavalo za proizvode koji nisu dolazili iz virovitičkog kraja. I prije pokretanja projekta za zaštitu Virovitičke paprike, proizvođači su bili udruženi u Udrugu proizvođača povrća Virovitičko-podravske županije. Iako su u razgovorima o zaštiti i definiranju tehnologije proizvodnje sudjelovali proizvođači izvan i unutar Udruge, u početnoj su fazi, ali i kasnije, glavninu poslova i obveza preuzele jedna do dvije osobe što je u konačnici predstavljalo preveliko opterećenje.

! Poželjno je u priči o zaštiti proizvoda imati podršku širokog kruga proizvođača, otkupljivača i prerađivača te lokalne zajednice.



Projekt zaštite Virovitičke paprike započeo je 2006. godine kada ga je financirala Virovitičko-podravska županija. U izradi specifikacije sudjelovali su znanstvenici s Agronomskog fakulteta u Zagrebu koji su odradili prvo istraživanje na terenu (prikupljanje tehnoloških parametara među proizvođačima, zemljopisni okvir i sl.) te je kasnije sastavljena kompletna specifikacija čiji je trošak pokriven projektima Županije, odnosno Ministarstva.

I Kao najveći problem projekta zaštite Virovitičke paprike proizvođači su naveli poteškoću pri prikupljanju povijesnih dokaza da se sintagma „virovitička paprika“ upotrebljavala u praksi kroz povijest.

Zahtjev za zaštitom poslan je u Ministarstvo u ljeto 2011. godine. koje je u siječnju 2013. odobrilo zaštitu na nacionalnoj razini. Zahtjev za zaštitu oznakom zemljopisnog podrijetla (ZOZP) prosljeđen je na europsku razinu u ožujku 2014. godine, nakon čega je dobiven negativan odgovor iz Bruxellesa.

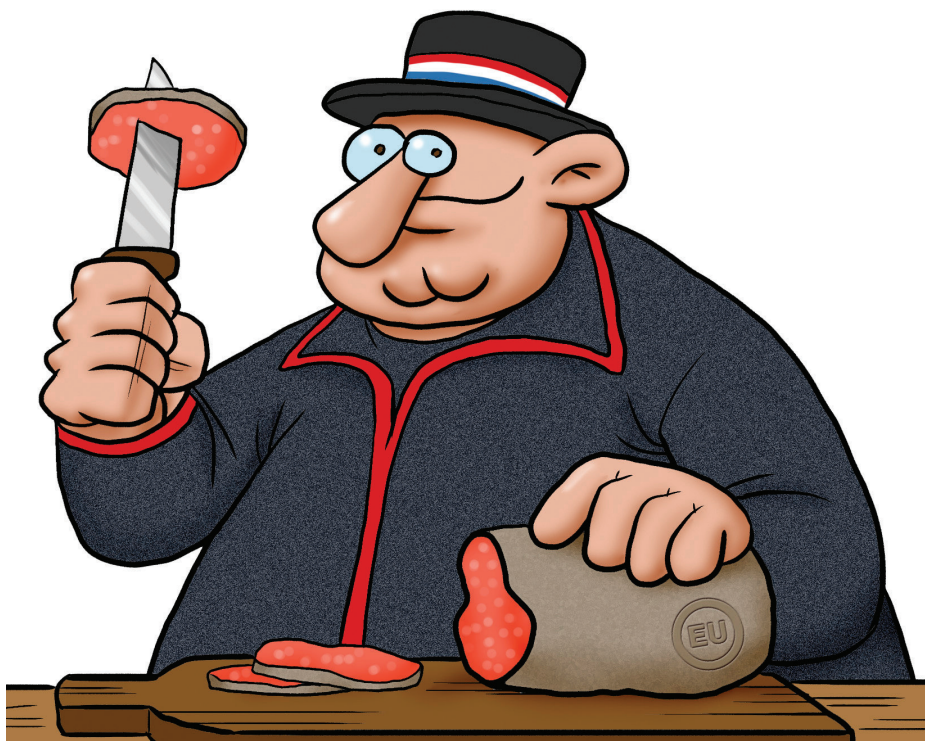
Iako je proces zaštite moguće ponovno pokrenuti, na žalost, proizvođači koji su zajedno krenuli u proces zaštite razišli su se, pa nakon negativnog odgovora iz Komisije, nema osobe koja bi ga ponovo pokrenula.

Dva imena, jedna vrhunska priča

Proizvođači Slavenskog kulena/kulina još početkom 2000.-tih započeli su raditi na zaštiti imena svog proizvoda kako bi spriječili patvorine te osigurali jači imidž, bolju poziciju na tržištu, veću cijenu te jačanje identiteta lokalne zajednice.

Lokalnu fazu zaštite Slavenskog kulena obilježilo je filtriranje članstva Udruge proizvođača. Tajnik Udruge Slavenski domaći kulen-kulin Andrija Matić ističe da je udruživanje teklo prilično jednostavno kroz pola godine intenzivnoga rada i naglim priljevom članova nakon kojeg je uslijedilo lagano osipanje. Matić napominje da je prva faza tražila učestalu komunikaciju, posjete i razgovore jer su s novim članovima dolazile nove ideje i prijedlozi, a da je kasnije osipanje članova ukazalo na značajne razlike među proizvođačima kao i na to da neki nisu spremni poštivati odrednice zaštite.

- ! Dugotrajna izrada specifikacije nije potraćeno vrijeme. Ona trajno definira kriterije kvalitete i proceduru proizvodnje, testira timski duh te predanost svakog proizvođača pridržavanju zajedno dogovorenih pravila.



Proizvođači Slavenskog kulena/kulina bili su među pionirima zaštite kada se, kako sami ističu, i državna administracija učila zajedno s njima. Unatoč poteškoćama, Slavonci su na raspolaganju imali značajnu pomoć pri izradi zahtjevne specifikacije od strane dr. Damira Kovačića i dr. Danijela Karolyia. Nakon prve godine usuglašavanja i učestalih razgovora, Udruga je zauzela jedinstven i čvrst stav oko svih parametara te pristupila izradi specifikacije čiji su dio troškova podnijeli i sami proizvođači nadajući se bržoj zaštiti i postizanju sigurnije prodaje i veće cijene.



Danas se trošak po pojedinačnom proizvođaču, uključujući troškove nadzora i certificiranja, kreće od 2-3 tisuće pa do 10-ak tisuća kuna godišnje, što se dijelom sufinancira kroz Udrugu i sponzorstva, a uskoro i realizacijom Mjere 3 Programa ruralnoga razvoja.

Cijeli postupak zaštite Slavenskog kulena/kulina usko je povezan sa svim aktivnostima Udruge proizvođača kojoj je to bio glavni, a često i jedini cilj svih 15 godina postojanja. Ukupno je Udruga na svoje aktivnosti od 2005. pa do kraja 2015. potrošila 1.149.596,73 kuna što uključuje i prihode iz državnog proračuna, proračuna regionalne i lokalne samouprave, Središnjeg saveza uzgajivača svinja, članarine, donacije, potpore iz međunarodnih projekata i sl.

kulen/kulin zaštićen je na nacionalnoj razini od 2013. godine, a europsku je konačno dobio u studenom 2017. Sama nacionalna zaštita unaprijedila je imidž regionalne zajednice te pridonijela značajnom povećanju prihoda malih obiteljskih gospodarstava. Danas 34 proizvođača proizvodi oko 30 tona kulena/kulina čija je tržišna vrijednost između 6 i 7 milijuna kuna i koji ima i bolju prodaju i bolju vidljivost na tržištu. Kupci cijene kakvoću i vrednuju ugrađene dodane vrijednosti.

Tekuće zlato otoka Cresa

Hrvatski otoci su puno više od sunca i mora. Njihova tisućljetna povijest naseljenosti i života u relativnoj izolaciji od kopna ostavila nam je u nasljeđe bogatu i jedinstvenu gastronomsku tradiciju, kao i tehnike uzgoja i prerade. Otok Cres nije iznimka, a creski maslinari prvi su hrvatski i otočki maslinari koji su svoj proizvod odlučili zaštititi na europskoj razini.

Projekt zaštite creskog maslinovog ulja pokrenula je 2007. godine već postojeća udruga maslinara, proizvođača koji su imali određene rezultate u svom poslovanju i koji su željeli unaprijediti proizvodnju i prodaju. Željeli su motivirati lokalne proizvođače na podizanje kvalitete ulja, regulirati pravni status ulja, omogućiti otkupljivačima bolju organizaciju sirovinske baze, stvoriti moderan promidžbeni alat kojim će se dodati nova vrijednost maslinovom ulju te stvoriti pravni temelj za povlačenje dodatnih sredstava iz specifičnih mjera u okviru programa ruralnog razvoja. Nacionalna faza zaštite je dovršena u srpnju 2012. godine, a europska u srpnju 2015. kada je Hrvatska dobila prvo zaštićeno maslinovo ulje - Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres.



Udruživanje creskih maslinara bio je jedan od temeljnih preduvjeta registracije oznake. Naime, zaštićene oznake izvornosti su svojevrсни zajednički žigovi, drugim riječima, različiti proizvođači proizvode isti proizvod i stavljaju ga na tržište pod istim imenom (oznakom), te je stoga najučinkovitije provoditi zajedničku promidžbu proizvoda putem udruženja proizvođača. Udruga je za izradu specifikacije angažirala stručnog suradnika koji i sam uzgaja masline na Cresu, a financijsku podršku je u inicijalnoj fazi pružila Primorsko-goranska županija. Usklađivanje proizvodnih parametara nije bilo komplicirano s obzirom da je način proizvodnje maslina/ulja na području otoka Cresa vrlo ujednačen, a u upravnom tijelu udruge sjede tri diplomirana inženjera agronomije što je uvelike olakšalo raspravu oko svih parametara kvalitete. Pisanje specifikacije, oko koje su konzultirani kolege maslinari iz Italije i Grčke, trajalo je gotovo 5 godina, s time da treba uzeti u obzir da se radi o jednoj od prvih specifikacija u Hrvatskoj.

! Do ostvarivanja bolje cijene i vidljivosti na tržištu ne dolazi se automatizmom. Zaštitom imena tek počinje pravi angažman udruženih proizvođača u promidžbi proizvoda. Zaštićena oznaka proizvođačima predstavlja pravni temelj za promociju kvalitete, posebnosti i izvornosti koju jamči država, tj. predstavlja alat koji se treba koristiti za dodavanje vrijednosti proizvodu.

Glavna prednost dobivanja Zaštićene oznake izvornosti za creske maslinare se očituje u standardizaciji postupaka proizvodnje i kvalitete te u nezavisnoj kontroli poštivanja zadanih parametara. Drugim riječima, dok su se prije zaštite na tržištu mogli naći proizvodi različitih proizvođača koji su se značajno razlikovali po njihovim kvalitativnim svojstvima, standardi kvalitete definirani specifikacijom i postupak certificiranja osiguravaju da svi proizvodi, bez obzira na proizvođača, zadovoljavaju minimalne zahtjeve kvalitete.

Do ostvarivanja bolje cijene i vidljivosti na tržištu ne dolazi se automatizmom, tj. samo činjenicom da neki proizvod posjeduje zaštićenu oznaku. Zaštita imena nije krajnji cilj. Zaštitom imena tek počinje pravi angažman proizvođača, a prvenstveno njihovog udruženja, u promidžbi oznake, odnosno proizvoda. Zaštićena oznaka proizvođačima predstavlja pravni temelj za promociju kvalitete, posebnosti i izvornosti koju jamči država, tj. predstavlja alat koji se treba koristiti za dodavanje vrijednosti proizvodu. Ponekad, na početku nije ni potrebno postići veću cijenu, dovoljno je da oznaka omogući ulazak u neke distribucijske kanale koje prije nisu korišteni (maloprodajni lanci, zračne luke i sl.) i na taj način olakša plasman proizvoda.

Kupnjom proizvoda s oznakom kupac dobiva prije svega sigurnost, jamstvo da je

kupio proizvod određenih svojstava i kvalitete koji je proizveden na točno određenom području. Dakako, preduvjet za ostvarivanje tih prednosti jest poznavanje značenja oznaka od strane kupaca/potrošača, u čijoj edukaciji creski maslinari veliku ulogu vide u državi. Edukacija je do sada bila prvenstveno usmjerena prema proizvođačima dok se potrošači educiraju samo u neposrednom razgovoru u prodajnom objektu. Zbog ograničenih financijskih i ljudskih resursa udruge, zajednička promocija Ekstra djevičanskog maslinovog ulja Cres je za sada najvidljivija kroz veliki promidžbeni pano uz državnu cestu D100 nekoliko kilometara prije ulaska u grad Cres, na području samih maslinika. Ostalu promidžbu provode sami korisnici oznaka, bilo na lokalnom tržištu, bilo sudjelovanjem na promidžbeno/prodajnim manifestacijama poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koji se održavaju diljem Hrvatske.

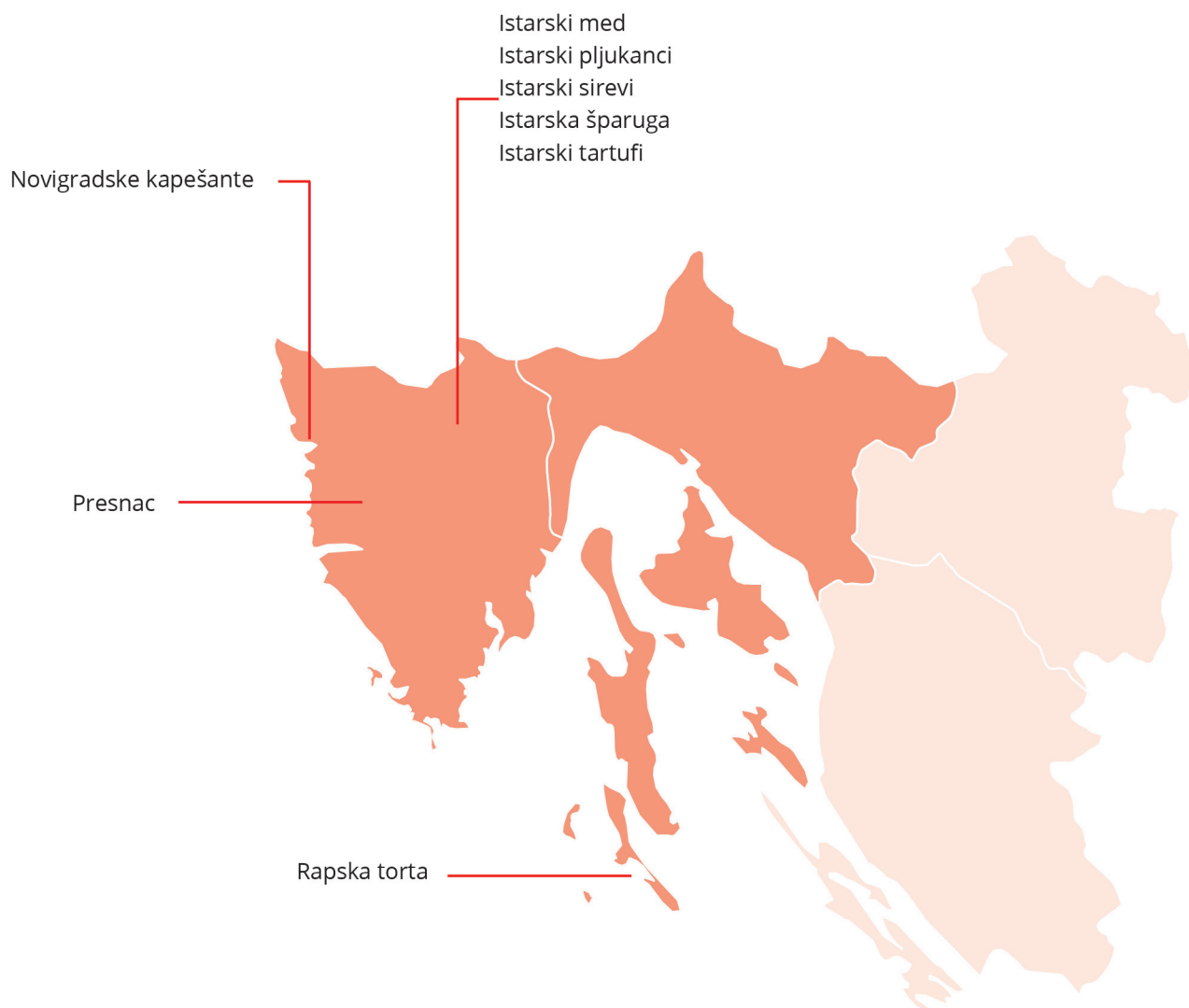
Danas se na Cresu godišnje u prosjeku proizvede oko 60 tona maslinovog ulja (oscilacije mogu biti značajne), od čega se 5-6 tona proda pod Zaštićenom oznakom izvornosti „Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres“. Ulje se prvenstveno prodaje izravno na lokalnom turističkom tržištu na otocima Cresu i Lošinju. Svi korisnici oznake imaju vlastite maloprodajne objekte u kojim se može i kušati ulje, a PZ Cres nudi i vođenu degustaciju ulja u sklopu koje se prikazuje i petnaestominutni film o creskom maslinarstvu. Zaštita proizvoda obogatila je turističku ponudu lokalne zajednice ističući njezin identitet i gastronomsku tradiciju, ali i doprinijela očuvanju i unaprijeđenu proizvodnje posredstvom koje je zaštićena i kulturna baština same zajednice.



Osnovni preduvjet za dodavanje vrijednosti i povećanje prepoznatljivosti proizvoda s oznakom jest stručno osmišljena i kvalitetno provedena permanentna promidžba. To je moguće učiniti samo ako se osigura dovoljan kapacitet djelovanja udruge koja bi trebala okupiti većinu, ako ne i sve proizvođače.

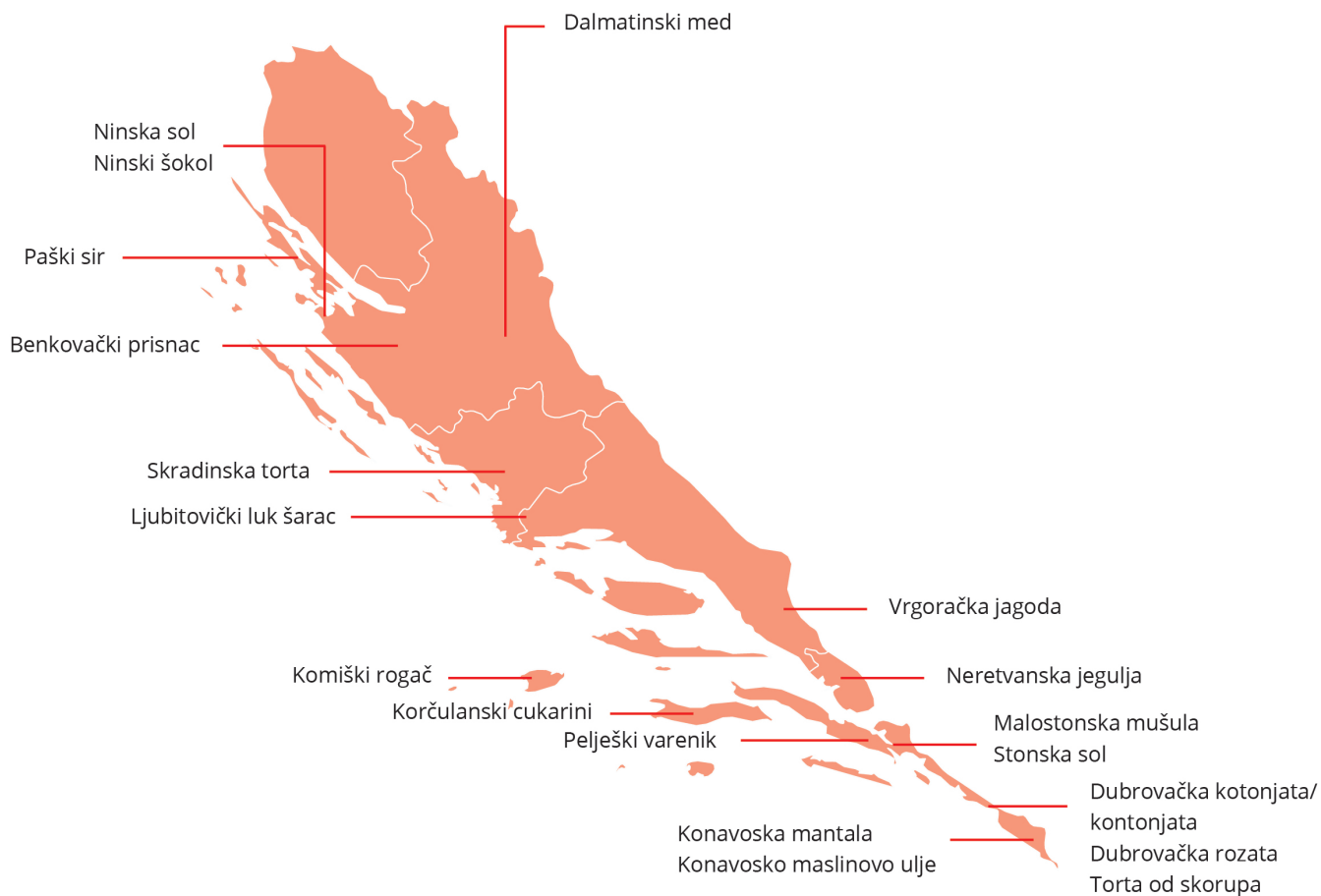
POTENCIJALI

Istra i Kvarner



* Predložena lista hrvatskih potencijala nije cjelovita. Radi se o popisu manjeg broja proizvoda iz različitih dijelova Hrvatske kojeg se, obzirom na našu bogatu poljoprivrednu i gastronomsku tradiciju, može značajno proširiti.

Dalmacija



* Predložena lista hrvatskih potencijala nije cjelovita. Radi se o popisu manjeg broja proizvoda iz različitih dijelova Hrvatske kojeg se, obzirom na našu bogatu poljoprivrednu i gastronomsku tradiciju, može značajno proširiti.

Kontinentalna Hrvatska



* Predložena lista hrvatskih potencijala nije cjelovita. Radi se o popisu manjeg broja proizvoda iz različitih dijelova Hrvatske kojeg se, obzirom na našu bogatu poljoprivrednu i gastronomsku tradiciju, može značajno proširiti.

ABECEDNI POJMOVNIK

Certifikacija proizvoda

postupak je utvrđivanja sukladnosti proizvodnje proizvoda koji se štiti oznakom registriranom u postupku zaštite. Obuhvaća kontinuirane terenske, dokumentacijske i laboratorijske kontrole kako bi zaštićeni proizvod bio u svim fazama ispravno proizveden i vjerodostojan. Provođe je ovlaštena i akreditirana certifikacijska tijela. Samo proizvođači koji prođu certifikaciju proizvoda mogu koristiti zaštićeni naziv proizvoda.

DOOR (Database Of Origin & Registration)

javnosti je dostupna *online* baza u kojoj su popisani svi proizvodi koji su dobili neku od oznaka kvalitete ili koji su u procesu dobivanja neke od njih. Bazu se može pretraživati po zemlji, proizvodu, tipu oznake ili pak fazi postupka zaštite u kojoj se proizvod nalazi.

Europske oznake kvalitete

dio su Europske politike kvalitete koje obuhvaćaju oznake kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode (ZOI, ZOZP, ZTS), oznake kvalitete za vina i žestoka pića te oznake za aromatizirana vina.

Europska politika kvalitete

politika je Europske unije u nadležnosti Opće uprave za poljoprivredu i ruralni razvoj Europske komisije, a koja potiče kvalitetu proizvodnje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda kao i vina i žestokih pića radi jačanja konkurentnosti europske poljoprivrede. Europske politike kvalitete podrazumijevaju oznake kvalitete, oznake za ekološki uzgoj te od 2016. oznake za udaljene regije.

Grupa proizvođača

ili „nositelj zaštite“ jesu udruženi proizvođači koji su pokrenuli projekt zaštite te izradili i osigurali financiranje specifikacije proizvoda. Grupa proizvođača može biti udružena u već postojeću udругu ili pak može osnovati novu udругu temeljenu upravo na projektu zaštite.

Jedinstveni dokument

vjerodostojan je sažetak specifikacije proizvoda koji će biti javno objavljen u službenom glasniku Europske unije te prema kojem će se, nakon uspješne zaštite, vršiti kontrola od strane ovlaštenog kontrolnog tijela.

Kontrolno tijelo

poslovni je subjekt, u posjedu odgovarajućih kvalifikacija, iskustava i akreditacija, odabran od grupe proizvođača da u njihove ime, nakon odobrene zaštite na europskoj razini, kontinuirano i nepristrano vrši nadzor usklađenosti proizvoda sa specifikacijama navedenim u Jedinstvenom dokumentu.

Nacionalna zaštita

je od 1. srpnja 2013. prva i prijelazna razina zaštite proizvoda za proizvode u procesu europske zaštite. U Republici Hrvatskoj za nacionalnu zaštitu odgovorno je Ministarstvo poljoprivrede koje svaki Zahtjev za zaštitom, po odobrenju nacionalne zaštite, automatski prosljeđuje Europskoj komisiji. Ako Komisija odbije Zahtjev, nacionalna zaštita prestaje vrijediti. Grupa proizvođača ne može tražiti europsku zaštitu bez odobrene nacionalne zaštite.

Nositelj zaštite

ili „grupa proizvođača“ jesu udruženi proizvođači koji su pokrenuli projekt zaštite te izradili i osigurali financiranje specifikacije proizvoda. Nositelj zaštite može biti već postojeća udruga ili pak proizvođači mogu osnovati novu udruhu temeljenu upravo na projektu zaštite.

Oznake autohtonosti

kolokvijalni su naziv za ZOI i ZOZP kao oznake vezane uz zemljopisna područja, za razliku od oznake ZTS koja je vezana uz tradiciju. U engleskom poznato i kao *Geographical Indications* (GI).

Specifikacija

je suštinski i sadržajno najvažniji dio projekta zaštite koji obuhvaća detaljne informacije o proizvodu, od imena do detaljnog opisa tehničkih i znanstvenih podataka o proizvodu te procesu i tehnologiji proizvodnje. Specifikacija se u kasnijoj fazi sažima u Jedinstvenom dokumentu.

Zajamčeno tradicionalni specijalitet

ili skraćeno ZTS (eng. *Traditional Specialty Guaranteed* - TGS) je europska oznaka kvalitete koja nije vezana uz zemljopisno područje tj. ne postoji uzročno posljedična veza između tehnologije proizvodnje i/ili kvalitete sirovine s jedne strane te zemljopisnog područja s druge. Ova oznaka naglašava tradicionalan karakter proizvoda bilo u njegovu sastavu ili načinu proizvodnje.

Zaštićena oznaka izvornosti

ili skraćeno ZOI (eng. *Protected Designation of Origin* -PDO) je europska oznaka kvalitete koja se odnosi na poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su proizvedeni, prerađeni i pripremljeni na jasno određenom zemljopisnom području koristeći tehnologiju i znanje specifične tom području.

Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla

ili skraćeno ZOZP (eng. *Protected Geographical Indication* - PGI) je europska oznaka kvalitete koja se odnosi na poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su jasno i tijesno vezani uz određeno zemljopisno područje u kojem se odvija najmanje jedna od faza u proizvodnji, preradi ili pripremi proizvoda.

Zemljopisne oznake

kolokvijalan su naziv za ZOI i ZOZP kao oznake vezane uz zemljopisna područja, za razliku od oznake ZTS koja je vezana uz tradiciju. U engleskom poznato i kao *Geographical Indications* (GI).

KORISNI LINKOVI

Pregled europske i nacionalne regulative koja se odnosi na oznake kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode

<https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/hrana-111/oznake-kvalitete/220>

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/>

Database Of Origin & Registration (DOOR) - baza proizvoda zaštićenih ili u postupku zaštite na europskoj razini

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

Obrasci potrebni za nacionalni i europski postupak zaštite naziva ZOI, ZOZP i ZTS

<https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/hrana-111/oznake-kvalitete/>

[zoi-zozp-zts-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda/nacionalni-postupak-zastite-naziva-zoi-zozp-i-zts/254](https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/hrana-111/oznake-kvalitete/zoi-zozp-zts-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda/nacionalni-postupak-zastite-naziva-zoi-zozp-i-zts/254)

Vodič na hrvatskom jeziku za ispunjavanje Jedininstvenog dokumenta

http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/guides/guide-for-applicants_hr.pdf

Ovlaštena kontrolna tijela za potvrđivanje sukladnosti proizvoda sa specifikacijom proizvoda za ZOI, ZOZP i ZTS

<http://www.biotechnicon.hr/>

<http://www.bureauveritas.hr/>

Kuća krčkog pršuta Žužić

<http://www.kuca-krckog-prsuta.com/>

Klaster hrvatskog pršuta

<http://hrvatskiprsut.com/>

