

Oznake zemljopisnog porijekla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda

Nada Knežević¹, Marina Palfi^{1*}, Karolina Vrandečić², Ivana Dodlek Šarkanj³, Jasenka Ćosić²

Sažetak

Potrošači pognije biraju proizvode koje kupuju i sve više pažnje posvećuju autohtonim poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima zaštićenim oznakama na nacionalnoj i europskoj razini. Svojim zakonodavnim okvirom EU nastoji zaštititi vrijednost tih proizvoda odgovarajućim oznakama izvornosti (ZOI), zemljopisnoga podrijetla (ZOZP) i zajamčeno tradicionalnog specijaliteta (ZTS). Svi proizvodi zaštićeni oznakama ZOI, ZOZP i ZTS na razini EU nalaze se u bazi podataka *eAmbrosia – the EU geographical indications register*. Republika Hrvatska je do sada zaštitila 31 proizvod od čega 14 proizvoda oznakom ZOI i 17 proizvoda oznakom ZOZP. Ostale zakonski regulirane sheme certificiranja u EU i/ili dobrovoljni sustavi certificiranja na nacionalnoj razini kao i oni kojima upravljaju privatni subjekti također imaju svrhu pomoći potrošačima u odabiru proizvoda koji kupuju. U cilju veće prepoznatljivosti i promidžbe domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda Republika Hrvatska je uspostavila nacionalni sustav kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda putem jedinstvene prepoznatljive oznake - "Dokazana kvaliteta". Kako bi privukli još veću pažnju potrošača za takve proizvode potrebna su dodatna ulaganja u promoviranje i edukaciju potrošača na nacionalnom i međunarodnom tržištu.

Ključne riječi: oznake kvalitete, informiranje potrošača, „Dokazana kvaliteta“

Uvod

Potrošači u zemljama Europske unije (EU) postali su kritičniji u odabiru hrane i pokazuju sve veći interes za diferencijacijom i označavanjem kvalitete (Velčovská i Del Chiappa, 2015.). Dobro poznavanje čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača temelj je za učinkovito planiranje i provođenje većine marketinških aktivnosti s ciljem uspješne prodaje proizvoda i održavanja njegove profitabilnosti (Previšić i Ozretić Došen, 2007.).

Oznake kvalitete postale su vrijedan alat za komunikaciju više kvalitete i sigurnosti prehrambenih proizvoda prema potrošačima, kako bi se stekla konkurentna prednost na tržištu (Velčovská, 2016.), Tradicionalna hrana koristi se kao instrument za širenje na domaćem i inozemnom tržištu, za sprečavanje neloyalne konkurencije i razvoj ruralnog gospodarstva (Albayrak i Gunes, 2010.). Radi promicanja njihovih jedinstvenih karakteristi-

¹ doc.dr.sc. Nada Knežević, dr.sc. Marina Palfi; Podravka d.d., Istraživanje i razvoj, Koprivnica, Hrvatska

² prof.dr.sc. Karolina Vrandečić, prof.dr.sc. Jasenka Ćosić; Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Hrvatska

³ Ivana Dodlek Šarkanj, pred., Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Koprivnica, Odjel za prehrambenu tehnologiju, Koprivnica, Hrvatska
*Autor za korespondenciju: marina.palfi@podravka.hr

ka povezanih s njihovim zemljopisnim podrijetlom, kao i tradicionalnim znanjem EU-a ima za cilj zaštitu imena određenih proizvoda. Isto tako, promocijom takvih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda EU želi povećati konkurentnost i potrošnju proizvoda u EU i izvan EU. Europska komisija objavila je Studiju o ekonomskoj vrijednosti shema kvalitete EU-a, zemljopisnih oznaka i zajamčenih tradicionalnih specijaliteta koja se temelji na svih 3.207 zaštićenih oznaka u 28 država članica EU na kraju 2017. Od 3.207 naziva proizvoda, 49 % su bila vina, 43 % poljoprivredno-prehrambeni proizvodi i 8 % žestoka pića. Udio proizvoda s zaštićenim oznakama dosegao je 7,0 % u EU28, što je procijenjena vrijednost prodaje od 77,15 milijardi EUR u EU28 u 2017. godini (European Union, 2020.).

Zemljopisne oznake imaju sve značajniju ulogu u trgovinskim pregovorima između EU-e i drugih zemalja. EU je zaključila više od 30 međunarodnih sporazuma koji omogućuju priznavanje mnogih geografskih oznaka EU-a izvan EU-a i priznavanje geografskih oznaka izvan EU-a (EU Commission Press). Danas EU ima više od 3.300 proizvoda registriranih geografskim oznakama. Oko 1.250 proizvoda s geografskim oznakama je od država koje nisu članice EU-a i zaštićeni su unutar bloka zahvaljujući bilateralnim sporazumima s drugim zemljama, poput onoga potpisanog s Kinom, kojim su obje strane priznale međusobnu zaštitu 200 prehrambenih proizvoda s geografskim oznakama. I EU i Kina očekuju da će imati koristi od najnovijeg sporazuma koji će stupiti na snagu 2021. godine. Kasnije će se proširiti na dodatnih 175 proizvoda s obje strane (Carbonaro, 2020.).

U Europskoj uniji postoje različiti sustavi označavanja hrane s ciljem informiranja kupaca i pružanje povjerenja u različite karakteristike kvalitete prehrambenih proizvoda. Istraživanja su pokazala da potrošači visoko cijene sheme označavanja hrane koje su regulirane EU zakonodavstvom (Gracia i de-Magistris, 2016.). Upotreba vjerodostojnih oznaka omogućuje prehrambenim tvrtkama isticanje kvalitete ili prisutnosti određenih neprimijećenih poželjnih svojstava (McCluskey i Loureiro, 2003.). Tako je i cilj inovacija u označavanju hrane promovirati zdravstvenu, okolišnu i socijalnu održivost proizvodnje hrane, kulture, tradicije i rizika novih tehnologija (Albert, 2010.).

Iako velika količina informacija može zaveći potrošače, uglavnom za karakteristike hrane koje je teže razumjeti (Falguera i sur., 2012.), ozna-

ke kvalitete itekako su korisne, kako za potrošače, tako i za same proizvođače (Velčovská, 2016.; Gracia i de-Magistris, 2016.).

Sheme EU

Europske unija je svojim zakonodavstvom regulirala sustav označavanja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Zemljopisne oznake uspostavljaju prava intelektualnog vlasništva za određene proizvode čije su osobine posebno povezane s područjem proizvodnje. U kategoriji hrane zaštićene oznake su *Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI)* i *Zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla (ZOZP)*. Osim prethodno navedenih zaštićenih oznaka povezanih teritorijem koji potvrđuju postojanje veze između ponuđene kvalitete, reputacije ili svojstva proizvoda i njegova zemljopisnog podrijetla na nivou EU zaštićena je i oznaka Zajamčeno tradicionalni specijalitet (ZTS) (Tablica 1.; Slika 1.). Ova oznaka ističe tradicionalne aspekte kao što je način izrade proizvoda ili njegov sastav, bez povezivanja s određenim zemljopisnim područjem (European commission). Nakon stupanja na snagu pravnog okvira kojim su definirane zaštićene oznake, Komisija unosi podatke u Registar zaštićenih oznaka izvornosti, zaštićenih oznaka zemljopisnog porijekla i zajamčeno tradicionalnih specijaliteta (*eAmbrosia – the EU geographical indications register*) (eAmbrosia).

Republika Hrvatska je Pravilnikom o zaštićenim oznakama izvornosti, zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalnim specijalitetima poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i neobveznim izrazom kvalitete »planinski proizvod« propisala uvjete i način dobivanja zaštićenih oznaka koji se podnosi ministarstvu nadležnom za poslove poljoprivrede (Anon, 2019.). Do sada je na razini EU zaštitila 31 proizvod, od čega je 14 proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti i 17 proizvoda zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. Još uvijek niti jedan proizvod nije registriran niti prijavljen u postupak registracije za dobivanje oznake zajamčeno tradicionalni specijalitet (eAmbrosia).

U Europskoj uniji postoje i ostale zakonski regulirani programi označavanja proizvoda poput "Planinski proizvod" i „Proizvod najudaljenijih regija EU“. Pojam kvalitete "Planinski proizvod" naglašava specifičnosti proizvoda izrađenog u planinskim područjima s teškim prirodnim uvjetima. Omogućuje bolje plasiranje proizvoda na tržište; potrošaču osigurava i prepoznavanje određene karakteristike

Tablica 1. Zaštićene oznake u EU
Table 1 Protected labels of the EU

Zaštićene oznake/Protected labels	Karakteristike proizvoda/ Product characteristics
Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI)/ Protected Designation of Origin (PDO)	<ul style="list-style-type: none"> • koji potječe iz određenog mjesta, regije, ili u posebnim slučajevima države/ originating in a specific place, region or, in exceptional cases, a country • čija kvaliteta ili karakteristike u bitnom ili isključivo, nastaju pod utjecajem posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine/ whose quality or characteristics are essentially or exclusively due to a particular geographical environment with its inherent natural and human factors • čije se sve faze proizvodnje odvijaju u određenom zemljopisnom području/ the production steps of which all take place in the defined geographical area
Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP)/ Protected Geographical Indication (PGI)	<ul style="list-style-type: none"> • koji potječe iz određenog mjesta, regije, ili države/ originating in a specific place, region or country • čija se kvaliteta, ugled ili ostale karakteristike pripisuju njegovom zemljopisnom podrijetlu/ whose given quality, reputation or other characteristic is essentially attributable to its geographical origin • čija se najmanje jedna faza proizvodnje odvija u određenom zemljopisnom području/ at least one of the production steps of which take place in the defined geographical area
Zajamčeno tradicionalni specijalitet (ZTS)/ Traditional speciality guaranteed (TSI)	<ul style="list-style-type: none"> • rezultat je obzirom na način proizvodnje, prerade ili sastava odgovarajućeg tradicionalnog postupka za taj proizvod ili prehrambeni proizvod/ results from a mode of production, processing or composition corresponding to traditional practice for that product or foodstuff ili/ or • se proizvodi od sirovina ili sastojaka koji se tradicionalno koriste/ is produced from raw materials or ingredients that are those traditionally used

Izvor/Source: Anon, 2012.; Anon, 2014.

proizvoda. Poljoprivreda u najudaljenijim regijama EU suočava se s poteškoćama zbog udaljenosti i otočnosti, uključujući teške zemljopisne i meteorološke uvjete. Kako bi se osigurala veća svijest o poljoprivrednim proizvodima iz najudaljenijih regija Europske unije (francuski prekomorski odsjeci - Guadeloupe, Francuska Gvajana, Reunion i Martinik (Martinique) - te Azori, Madeira i Kanarski otoci) izrađen je poseban logotip (European commission). Mjere predviđene u članku 1. utvrđuju se za svaku najudaljeniju regiju u Programu za rješavanje problema koji se posebno odnose na udaljenost i otočni položaj (POSEI) (Anon, 2013.).

Potrošačima EU pomoć u odabiru kvalitet-

nih proizvoda mogu pomoći i dobrovoljni sustavi certificiranja na nacionalnoj razini ili oni kojima upravljaju privatni subjekti (European commission). Osim programa EU-a, postoji i velik broj privatnih i nacionalnih sustava ili logotipa za kvalitetu hrane definiranih u okviru raznih inicijativa i koji se primjenjuju u poslovanju među poduzećima ili s potrošačima. Komisija je izradila smjernice koje pokazuju najbolju praksu za djelovanje takvih programa (Anon, 2010.).

Hrvatske nacionalne oznake kvalitete i neoba-



Slika 1. Zaštićene oznake/Figure1. Protected labels

Izvor/Source: Anon, 2014.

vezni sustav certificiranja

Uz međunarodne oznake, svaka zemlja ima svoje nacionalne i / ili regionalne oznake kvalitete koje su relevantne samo u određenoj zemlji ili regiji (Velčovská i del Chiappa, 2015.). Propisi vezani uz oznake izvornosti i kvalitete pružaju proizvođačima mogućnost zaštite njihovih proizvoda koji se po nekim karakteristikama i svojstvima, načinu prerade i proizvodnje razlikuju od ostalih na domaćem i međunarodnom tržištu (Koprivnjak, 2000.). Zaštita proizvoda pridonosi stvaranju identiteta i prepoznatljivosti regije ili zemlje kroz podizanje razine konkurentnosti domaće proizvodnje, što je jedan od prioritarnih ciljeva hrvatske poljoprivredne politike (Zlatović i sur. 2016.).

Republika Hrvatska, kao i mnoge zemlje EU i izvan EU ima i razne neobvezujuće sheme certificiranja koje nisu regulirane zakonodavnim okvirom u želji da takvi proizvodi budu što više prepoznatljivi među potrošačima što u konačnici proizvođačima donosi i dodanu vrijednost proizvoda. Tako u svojoj nadležnosti Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu (HAPIH) ima sustav neobaveznog označavanja domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, putem zaštićenih znakova (Mlijeko, meso i jaja hrvatskih farmi, Med hrvatskih pčelinjaka te Brašno i kruh hrvatskih polja). Svrha neobaveznog sustava označavanja je informiranje potrošača o podrijetlu proizvoda s ciljem zaštite i jačanja domaće poljoprivredne proizvod-

nje, a dodijeljenim znakom HAPIH jamči podrijetlo domaćih proizvoda kroz praćenje sljedivosti (HAPIH, 2019.). Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, dodjeljuje oznaku „Hrvatski otočni proizvod“ proizvodima koji zadovoljavaju kriterije izvrsnosti, izvornosti i tradicije (Središnji državni portal).

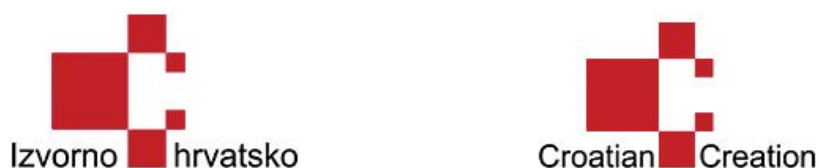
Znakovi kvalitete HGK „Hrvatska kvaliteta“ / „Croatian Quality“ i „Izvorno hrvatsko“ / „Croatian Creation“ intelektualno su vlasništvo Hrvatske gospodarske komore, registrirani pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo.

Znak Hrvatska kvaliteta (Slika 2.) nose proizvodi koji se proizvode ili usluge koje se pružaju na teritoriju Republike Hrvatske, a udovoljavaju višoj razini kvalitete od one koja je utvrđena zakonodavnim okvirom i normativnim kriterijima za vrstu i kategoriju proizvoda. Znak je priznanje hrvatskom proizvođaču/pružatelju usluge kao i proizvodu/usluzi, a ujedno je i jamstvo potrošaču da je riječ o proizvodu/usluzi koji zadovoljava najvišu razinu kvalitete i predstavlja vrh kvalitete u svjetskoj ponudi. Znak Izvorno hrvatsko (Slika 3) nose visokokvalitetni proizvodi i usluge Republike Hrvatske koji su nastali kao rezultat razvojno-istraživačkog rada, invencije, inovacije ili dugogodišnje tradicije. (HGK).

Ministarstvo poljoprivrede uspostavlja nacionalni sustav kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda - „Dokazana kvaliteta“, radi



Slika 2. Oznaka „Hrvatska kvaliteta“, Izvor: HGK.
Figure 2 Label „Croatian Quality“, Source: HGK.



Slika 3. Oznaka „Izvorno hrvatsko“, zvor: HGK.
Figure 3 Label „Croatian Creation“, Source: HGK

postizanja još veće prepoznatljivosti i promidžbe domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i to putem jedne, jedinstvene prepoznatljive oznake (Anon, 2020.). Osim informiranja potrošača o dodanoj vrijednosti proizvoda ovaj sustav štiti i proizvođače od nepoštenih praksi. „Dokazana kvaliteta“ je nacionalni sustav kvalitete namijenjen označavanju poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda s posebnim karakteristikama u sektorima proizvodnje i prerade mlijeka, proizvodnje i prerade mesa, proizvodnje i prerade voća i povrća, proizvodnje meda, proizvodnje jaja, proizvodnje i prerade uljarica, prerade maslina, proizvodnje brašna, proizvodnje šećera te u sektoru ribarstva i akvakulture, koji se proizvode sukladno Specifi-

kacijama (Anon, 2020.). Znakom Dokazana kvaliteta s naznakom države (Slika 4.) mogu se označiti samo poljoprivredni i prehrambeni proizvodi za koje je izdana Potvrda o sukladnosti i kod kojih država na znaku označava zemlju gdje je taj proizvod proizveden i/ili prerađen, a ista je kao i zemlja podrijetla glavnog sastojka.

Znakom Dokazana kvaliteta bez naznake države (Slika 5.) mogu se označiti samo poljoprivredni i prehrambeni proizvodi za koje je izdana Potvrda o sukladnosti i kod kojih zemlja u kojoj su proizvedeni i/ili prerađeni nije ista kao i zemlja podrijetla glavnog sastojka (Anon, 2020.).

Nacionalni sustav „Dokazana kvaliteta“ uspostavljen je na način da troškovi certifi-



Slika 4. Oznaka „Dokazana kvaliteta“ s naznakom države, Izvor: Anon, 2020.

Figure 4 Label „Dokazana kvaliteta“ with country indication, Source: Anon, 2020.



Slika 5. „Dokazana kvaliteta“ bez naznake države, Izvor: Anon, 2020.

Figure 5 Label „Dokazana kvaliteta“ without country indication, Source: Anon, 2020.

ranja proizvođača budu prihvatljivi za financiranje kroz Mjeru 3 Programa ruralnog razvoja koja nudi i mogućnost potpore za aktivnosti informiranja i promoviranja koje provode skupine proizvođača. Do sada je Ministarstvo poljoprivrede zaprimilo specifikacije proizvoda podnositelja zahtjeva Hrvatske voćarske zajednice, Zagreb za koju je Ministarstvo poljoprivrede donijelo i Rješenje o priznavanju oznake „Dokazana kvaliteta“ te Udruge za znanost o peradi, Veterinarskog fakulteta sveučilišta u Zagrebu i Zajednice udruga hrvatskih povrćara (Ministarstvo poljoprivrede).

Mišljenje potrošača

Prema Studiji o ekonomskoj vrijednosti shema kvalitete EU-a, zemljopisnih oznaka i zajamčenih tradicionalnih specijaliteta, postoji jasna ekonomska korist za proizvođače u smislu marketinga i povećanja prodaje zahvaljujući visokoj kvaliteti i ugledu ovih proizvoda te spremnosti potrošača da plate kako bi dobili autentični proizvod (European Union, 2020.).

Certificiranje proizvoda ima prvenstveno za cilj pružiti potrošačima relevantne pokazatelje kvalitete proizvoda koji kupuju. Stoga se provode razna istraživanja kako bi li se dobio što bolji uvid u njihove preferencije prema pojedinim oznakama kvalitete. Istraživanje mišljenja proizvođača poka-

zuje da je kod 68 % proizvođača porasla potražnja za njihovim proizvodom od kada su korisnici označeni, 20 % proizvođača povećalo je cijenu proizvoda dok 94% proizvođača smatra da je proizvod označen EU simbolom prepoznatljiv na tržištu. Osim toga, istraživanje pokazuje i da svi proizvođači prodaju cjelokupnu certificiranu količinu proizvoda (Kolarić Kravar, 2019.).

Rezultati istraživanja Gracia i de-Magistris (2016.) ukazuju na to da je najpoželjnija shema označavanja bila oznaka ZOP-a, iza koje su usko slijedile nutritivne informacije (*nutritional fact panel*) i ekološki logo EU-a. Drugim riječima, potrošači su sasvim jasno cijenovali sheme označavanja koje su regulirane EU zakonodavstvom. Sklonosti potrošača prema označavanju hrane bile su heterogene i pronađena su tri segmenta potrošača na temelju preferencija: zaljubljenici u ZOP, organski logo EU i ljubitelji nutritivnih informacija. Jantyyik i Török (2020.) su istraživali veličinu tržišta prehrambenih proizvoda s geografskim podrijetlom dostupnih u Mađarskoj (isključujući vina i žestoka pića) i njihovu cijenu u usporedbi s njihovim izravnim zamjenskim proizvodima, na osnovi empirijskih podataka. Provodili su mjesečnu tajnu kupnju tijekom jedne godine (siječanj – prosinac 2018.) u tri trgovine s popustima (Lidl, Aldi i Penny Market) koje posluju u Budimpešti. Razlog odabira ovih trgovačkih lanaca je njihova dostupnost i naglo proširenje posljednjih godina i uglavnom su dostupne prosječnim potrošačima, kako u Mađarskoj, tako i u cijeloj Europi. Rezultati su pokazali da geografske oznake trenutno imaju samo ograničenu važnost na mađarskom tržištu hrane, što se tiče broja proizvoda i njihovog tržišnog udjela, jer se samo mali broj takvih proizvoda pojavljuju u opskrbi hrane u tim trgovačkim lancima. Što se tiče cijena prosječna premija izuzetno je visoka (u prosjeku 43 %), čak i u slučaju trgovačkih lanaca. Empirijski rezultati također sugeriraju da u Mađarskoj postoji prilika za povećanje hrane s *Geographical Indications* (GI), kako u pogledu dostupnosti, tako i udjela na tržištu. Proizvođačima i prerađivačima razina premije cijene tih proizvoda koja se može postići je dovoljno privlačna da stimulira njihovu prisutnost na tržištu.

Istraživanje sklonosti slovenskih potrošača prema proizvodima (sir, šunka i med) povezanih s cijenom i podrijetlom, a koji su označeni nacionalnom oznakom i zaštićenom EU oznakom izvornosti i zaštićenom geografskom oznakom pokazuju da je cijena najsnažniji pokretač potrošačkih preferenci-

ja prema siru i medu, dok je kod šunke to podrijetlo. Proizvodi koji nose nacionalne oznake izvornosti i zaštićene geografske oznake bili su poželjniji od proizvoda koji nose iste takve oznake EU-a (Kos Skubic, 2018.).

U Srbiji se nakon stupanja na snagu Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP), liberalizaciji trgovine prehrambenim proizvodima s EU i zemalja CEFTA – e, proširila EU mreža veletrgovaca i supermarketa koji distribuiraju uvozne poljoprivredne proizvode i hranu za potrošače u Srbiji te označavanje podrijetla i promocija domaćih proizvoda u Srbiji postaje važno pitanje. Privredna komora Srbije, u suradnji s Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija, organizira natjecanje za najuspješnije trgovačke i korporativne marke i izvoznici „Najbolje iz Srbije“. Postoje mišljenja da Privredna komora Srbije treba proširiti promotivnu kampanju na populariziranje dobrovoljnog označavanja podrijetla, slično aktivnostima Hrvatske gospodarske komore (Jovanić i sur., 2018.).

U Republici Hrvatskoj je tijekom akcija „Kupujmo hrvatsko“ u 2017. godini provedeno istraživanje o prepoznatljivosti znakova kvalitete HGK „Hrvatska kvaliteta“ i „Izvorno hrvatsko“. Rezultati istraživanja pokazali su da je 84 % od 352 ispitanika potrošača koji su posjetili akciju upoznato sa znakovima kvalitete HGK. Kao razlog zbog kojih potrošači kupuju hrvatske proizvode označene znakovima kvalitete HGK „Hrvatska kvaliteta“ ili „Izvorno hrvatsko“, 27 % ispitanika navelo je kvalitetu hrvatskih proizvoda, dok je njih 30 % navelo kako ima više povjerenja u domaće proizvođače, a 34 % anketiranih kao razlog je navelo poticanje domaće proizvodnje i razvoja kvalitetnih proizvoda i usluga (HGK). U uvjetima snažne konkurencije koja vlada na tržištu geografske oznake mogu podržati konkurentno pružanje kvalitete i dovesti do jasnih dobitaka (Moshini i sur., 2008.) te privući potrošače kupnji takvih proizvoda iako je podrijetlo, točnije regija podrijetla, samo po sebi još snažniji signal kvalitete (Resano i sur., 2007.). Same preferencije potrošača prema oznakama kvalitete ovise i o dobi, spolu, različitim interesima, stavovima i ponašanju potrošača (Verbeke, 2013.; Kos Skubic, 2018.).

Trenutni trend u označavanju prehrambenih proizvoda oznakama kvalitete doveo je do situacije da je umjesto lakše orijentacije potrošača u kvaliteti hrane, učinak prilično suprotan te uzrokuju zbuđenost potrošača (Horáček, 2015.). Zbog

svoga prethodno navedenog naglašava potrebu za proširivanjem i intenziviranjem promotivnih i komunikacijskih aktivnosti kako bi se povećale sklonosti potrošača prema nacionalnim i EU proizvodima s oznakom ZOI-a i ZGO-a (Kos Skubic, 2018.) te posljedično i proizvodnja i potrošnja takvih proizvoda. EU Komisija svake godine izdvaja oko 50 milijuna eura za promicanje kvalitetnih proizvoda u EU-u i širom svijeta (EU Commission Press). Analiziranje sustava zemljopisnih oznaka i prakse u EU u vezi s prehrambenim proizvodima od važnosti je i za buduće članice EU. Baza podataka i klasifikacija zemljopisnih oznaka u EU su detaljni i prilično se razlikuju od nekih zemalja, poput Turske koja se, kao kandidat za članstvo u EU, treba prilagoditi sustavima i propisima EU (Albayrak i Gunes, 2010.). Republika Hrvatska je uvođenjem jedinstvene prepoznatljive oznake »Dokazana kvaliteta« omogućila potrošačima lakše prepoznavanje domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. U spomen na 14. travnja 2015. godine kada je prvi hrvatski prehrambeni proizvod odnosno naziv Krčki pršut registriran u Europskoj uniji kao zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla, Hrvatski sabor je donio Odluku kojom se 14. travnja obilje-

žava kao Dan zaštićenih hrvatskih autohtonih proizvoda (Anon, 2015.).

Zaključak

Svojim zakonodavnim okvirom države članice EU nastoje osigurati zaštitu naziva i registraciju oznaka za poljoprivredne i prehrambene proizvode proizvedene na određenom području i određenim načinom proizvodnje kroz različite sheme certificiranja takvih proizvoda. Certificiranje proizvoda zaštićenim oznakama kvalitete razini EU i na nacionalnoj razini svake države članice te ulaganje u promotivne aktivnosti doprinosi boljoj prepoznatljivosti takvih proizvoda od strane potrošača, a proizvođačima omogućuju bolji plasman i postizanje bolje cijene tih proizvoda. Republika Hrvatska uspostavljanjem nacionalnog sustava kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda - "Dokazana kvaliteta" omogućila je domaćim proizvođačima još veću prepoznatljivost i promidžbu njihovih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.

Literatura

- [1] **Albayrak, M., E. Gunes (2010):** Implementations of geographical indications at brand management of traditional foods in the European Union Afr. J. Bus. Manag. 4 (6), 1059-1068.
- [2] **Albert, J. (2010):** Introduction to Innovations in Food Labelling, In Albert J. (Ed.), Innovations in food labelling, FAO and Woodhead Publishing, 1-4.
- [3] **Anonimno (2010):** Commission Communication — EU best practice guidelines for voluntary certification schemes for agricultural products and foodstuffs (2010/C 341/04). OJEU, C 341/5.
- [4] **Anonimno (2012):** Uredba (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode. SL L 343/1.
- [5] **Anonimno (2013):** Uredba (EU) br. 228/2013 Europskog parlamenta i Vijeća od 13. ožujka 2013. o utvrđivanju posebnih mjera za poljoprivredu u najudaljenijim regijama Unije i stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EZ) br. 247/2006. SL L 78/23.
- [6] **Anonimno (2014):** Provedbena uredba Komisije (EU) br. 668/2014 od 13. srpnja 2014. o utvrđivanju pravila za primjenu Uredbe (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode. SL L 179/36.
- [7] **Anonimno (2015):** Odluka o proglašenju dana zaštićenih hrvatskih autohtonih proizvoda. NN 78/15.
- [8] **Anonimno (2019):** Pravilnik o zaštićenim oznakama izvornosti, zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalnim specijalitetima poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i neobveznom izrazu kvalitete »planinski proizvod«, NN 38/19.
- [9] **Anonimno (2020):** Pravilnik o nacionalnom sustavu kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda »Dokazana kvaliteta«. NN 18/20.
- [10] **Carbonaro, G. (2020):** Geographical Indications: Why protect regional food and drinks?, URL: <https://newseu.cgtn.com/news/2020-10-30/Geographical-Indications-Why-protect-regional-food-and-drinks--UWh5chG1Gg/index.html> (pristupljeno: 08.02.2021.)
- [11] **European Union. (2020):** Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs). Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2020.
- [12] **Falguera, V., N. Aliguer, M. Falguera (2012):** An integrated approach to current trends in food consumption: Moving toward functional and organic products?. Food Control. 26 (2), 274-281.
- [13] **Gracia, A., T. de-Magistris (2016):** Consumer preferences for food labeling: what ranks first? Food Control. 61, 39-46.
- [14] **Horáček, F. (2015):** Chaos za stovky milionů. Značek kvality je na českém trhu příliš. Idnes.cz. URL: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/chaos-v-ceskych-znackach-kvality.A140120_133534_ekonomika_fih (pristupljeno: 28.01.2021.)
- [15] **Jantyyk, L., Á. Török (2020):** Estimating the Market Share and Price Premium of GI Foods—The Case of the Hungarian Food Discounters. Sustainability 12, 1094.
- [16] **Jovanić, T., M. Cogoljević, D. Pejović (2018):** Buy national campaigns and food country of origin labeling: EU legal framework and its relevance for Serbia. Ekonomika poljoprivrede 65 (3), 1289-1302.

- [17] **Kolarić Kravar, S.** (2019): Kako komuniciramo s potrošačima putem dodatnih oznaka na proizvodima? Ministarstvo poljoprivrede. URL: https://www.hapih.hr/wp-content/uploads/2019/11/Kolari%C4%87-Kravar_Kako-komuniciramo-s-potro%C5%A1a%C4%8Di-ma-putem-dodatnih-oznaka-na-proizvodima.pdf (pristupljeno 08.09.2020.)
- [18] **Koprivnjak, O.** (2000): Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla u Europskoj zajednici i Hrvatskoj na primjeru djevičanskih maslinovih ulja. *Pomol. Croat.* 6 (1-4), 99-106.
- [19] **Kos Skubic, M.** (2019): Poznavanje in zaznavanje živil z geografsko označbo ali označbo porekla pri potrošnikih. Doctoral dissertation, Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta.
- [20] **McCluskey, J. J., M. L. Loureiro** (2003): Consumer preferences and Willingness to Pay for Food Labeling: A Discussion of Empirical Studies. *J. Food Distrib. Res.* 34 (3), 95-102.
- [21] **Moshini, G., L. Menapace, D. Pick** (2008): Geographical indications and the comparative provision of quality in agricultural market. *Am J Agric Econ.* 90 (3), 794-812.
- [22] **Previšić, J., D. Ozretić** (2007): Osnove marketinga / Previšić Jozo, Ozretić Došen, Đurđana (ur.). Zagreb, Naklada Adverta, 2007.
- [23] **Resano, H., A.I. San Juan, L.M. Albisu** (2007): Consumers' acceptability of cured ham in Spain and the influence of information. *Food Qual. Prefer.* 18 (8), 1064-1076.
- [24] **Velčovská, Š.** (2016): Food quality labels from the producers' perspective. *J. Cent. Eur. Agric.* 17 (3), 815-834.
- [25] **Velčovská, Š., G. Del Chiappa** (2015): The food quality labels: Awareness and willingness to pay in the context of the Czech Republic. *Acta Univ. Agric. Silv. Mendel. Brun.* 63 (2), 647-658.
- [26] **Verbeke, W.** (2013): Food quality policies and consumer interests in the EU. In Klopčič, M., Kuipers, A. and Hocquette, J. F. (Eds.). *Consumer attitudes to food quality products*. EAAP publication No. 133. 1st edition. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
- [27] **Zlatović, D., M. Goreta, K. Paić** (2016): Uskladenost zaštite oznaka izvornosti u hrvatskom pravu s tendencijama zaštite u Europskoj uniji. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* (1-2/2016), 35-62.
- [28] **eAmbrosia – the EU geographical indications register.** URL: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> (pristupljeno: 22.02.2021.)
- [29] **EU Commission Press. Agriculture: Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion.** URL: <https://www.pubaffairsbruxelles.eu/agriculture-geographical-indications-a-european-treasure-worth-e75-billion-eu-commission-press/> (pristupljeno 08.02.2021.)
- [30] **European commission. Quality schemes explained.** URL: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained#tsg> (pristupljeno 20.10.2020.)
- [31] **HAPIH - Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu.** (2019): Neobvezni sustav označavanja domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, putem zaštićenih znakova. URL: <https://www.hapih.hr/neobvezni-sustav-oznacavanja-u-nadleznosti-hapih/> (pristupljeno: 04.02.2021.)
- [32] **HGK - Hrvatska gospodarska komora. Znakovi hrvatske kvalitete.** URL: <https://znakovi.hgk.hr/o-znakovima/> (pristupljeno 20.10.2020.)
- [33] **Ministarstvo poljoprivrede: Dokazana kvaliteta..** URL: <https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/hrana-111/oznake-kvalitete/dokazana-kvaliteta/4226> (pristupljeno 28.08.21.)
- [34] **Središnji državni portal. Dodjela oznake "Hrvatski otočni proizvod".** URL: <https://gov.hr/hr/dodjela-oznake-hrvatski-otocni-proizvod/1442> (pristupljeno: 22.07.2021.)

Dostavljeno: 15.09.2021.

Prihvaćeno: 4.10.2021.

Quality labels on agricultural and food products

Abstract

Consumers are choosing more carefully the products they buy and paying more and more attention to indigenous agricultural and food products protected by labels at national and European level. With its legislative framework, the EU to protect the value of these products with appropriate designations of origin (PDO), geographical origin (PGI) and guaranteed traditional specialty (TSI). All products protected by PDO, PGI and TSI at the EU level are in the database eAmbrosia - the EU geographical indications register. The Republic of Croatia has so far protected 31 products, of which 14 products with the PDO label and 17 products with the PGI label. Other statutory certification schemes in the EU and / or voluntary certification schemes at national level as well as those managed by private entities also have to aim to help consumers choose the products they buy. In order to increase the recognition and promotion of domestic agricultural and food products, the Republic of Croatia has established a national quality system of agricultural and food products through a unique recognizable label - "Dokazana kvaliteta". In order to attract even more consumer attention for such products, additional investment is needed in the promotion and education of consumers in the national and international market.

Key words: quality labels, consumer information, "Dokazana kvaliteta"

Geographische Angaben für landwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel

Zusammenfassung

Zusammenfassung

Die Verbraucher wählen die Produkte, die sie kaufen, immer sorgfältiger aus und schenken einheimischen Agrar- und Lebensmittelerzeugnissen, die durch Gütezeichen auf nationaler und europäischer Ebene geschützt sind, immer mehr Aufmerksamkeit. Mit ihrem Rechtsrahmen ist die EU bestrebt, den Wert dieser Erzeugnisse durch entsprechende Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geographische Ursprungsbezeichnungen (g.g.A.) und garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.) zu schützen. Alle auf EU-Ebene durch g.U., g.g.A. und g.t.S. geschützten Erzeugnisse sind in der Datenbank eAmbrosia - dem EU-Register für geographische Angaben - erfasst. Die Republik Kroatien hat bisher 31 Produkte geschützt, davon 14 Produkte mit dem g.U.-Siegel und 17 Produkte mit dem g.g.A.-Siegel. Auch andere gesetzliche Zertifizierungssysteme in der EU und/oder freiwillige Zertifizierungssysteme auf nationaler Ebene sowie solche, die von privaten Einrichtungen verwaltet werden, sollen den Verbrauchern bei der Auswahl der Produkte helfen, die sie kaufen. Um die Anerkennung und Förderung einheimischer Landwirtschafts- und Lebensmittelerzeugnisse zu verbessern, hat die Republik Kroatien ein nationales Qualitätssystem für Landwirtschafts- und Lebensmittelerzeugnisse durch ein einzigartiges, erkennbares Label - "Dokazana kvaliteta" - eingeführt. Um die Aufmerksamkeit der Verbraucher für diese Produkte noch weiter zu steigern, sind zusätzliche Investitionen in die Förderung und Aufklärung der Verbraucher auf dem nationalen und internationalen Markt erforderlich.

Schlüsselwörter: Qualitätssiegel, Verbraucherinformation, "Dokazana kvaliteta"

Indicación geográfica de los productos agrícolas y alimenticios

Resumen

Los consumidores eligen con más cuidado los productos que compran y prestan cada vez más atención a los productos agrícolas y alimenticios autóctonos protegidos con denominaciones a nivel nacional y europeo. Con su marco legislativo, la UE busca proteger el valor de estos productos con Denominación de Origen Protegida (DOP), la Indicación Geográfica Protegida (IGP) y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG). Todos los productos protegidos por las denominaciones DOP, IGP y ETG a nivel de la UE se encuentran en el base de datos eAmbrosia - el registro legal de las denominaciones geográficas de la UE. La República de Croacia hasta ahora ha protegido 31 productos, de los cuales 14 productos con la etiqueta DOP y 17 productos con la etiqueta IGP. Otros sistemas de certificación reguladas en la UE y/o sistemas de certificación voluntarios a nivel nacional, así como los administrados por entidades privadas, también tienen el propósito de ayudar a los consumidores a elegir los productos que compran. Con el fin de aumentar el reconocimiento y la promoción de los productos agrícolas y alimenticios nacionales, la República de Croacia ha establecido un sistema nacional de calidad de los productos agrícolas y alimenticios a través de una etiqueta única y reconocible - „Dokazana kvaliteta“ (la calidad probada). Para atraer aún más la atención de los consumidores hacia estos productos, se necesitan inversiones adicionales en la promoción y educación de los consumidores en el mercado nacional e internacional.

Palabras claves: etiquetas de calidad, información al consumidor, „Dokazana kvaliteta“ (calidad probada)

L'indicazione geografica protetta dei prodotti agroalimentari

Riassunto

I consumatori scelgono con molta cura i prodotti che acquistano, dedicando sempre maggiore attenzione ai prodotti agroalimentari autoctoni protetti con i marchi di qualità a livello nazionale ed europeo.

Col suo quadro legislativo, l'UE tenta di tutelare il valore di questi prodotti con i seguenti specifici marchi: Denominazione di origine protetta (DOP), Indicazione geografica protetta (IGP) e Specialità tradizionale garantita (STG). Tutti i prodotti tutelati con i marchi DOP, IGP e STG a livello dell'UE sono annoverati nel database eAmbrosia - the EU geographical indications register. La Repubblica di Croazia ha finora protetto 31 prodotti, 14 dei quali contrassegnati col marchio DOP e 17 col marchio IGP. Anche gli altri schemi di certificazione legislativamente disciplinati in ambito UE e/o i sistemi di certificazione volontari a livello nazionale, così come quelli gestiti dai soggetti privati, hanno come obiettivo quello di aiutare i consumatori nella scelta dei prodotti che acquistano. Al fine di migliorare la riconoscibilità e la promozione dei prodotti agroalimentari nazionali, la Repubblica di Croazia ha istituito un sistema nazionale di qualità dei prodotti agroalimentari attraverso un marchio unico e riconoscibile: "Dokazana kvaliteta", ossia "Qualità comprovata". Per attirare ancor di più l'interesse dei consumatori verso questo genere di prodotti, sono necessari ulteriori investimenti nella promozione e nell'educazione dei consumatori sia sul mercato nazionale, sia su quello internazionale.

Parole chiave: marchi di qualità, informazione dei consumatori, "Dokazana kvaliteta"