Proizvodnja i zaštita autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Čepo, Vinka

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josip Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:983376

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Vinka Čepo

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Proizvodnja i zaštita autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Završni rad

Osijek, 2017.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Vinka Čepo

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Proizvodnja i zaštita autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu završnog rada:

1. izv.prof.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
2. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, član
3. izv.prof.dr.sc. Jadranka Deže, član

Osijek, 2017.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda, smjer Agroekonomika
Vinka Čepo

Završni rad

Proizvodnja i zaštita autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Sažetak:
Autohtoni proizvodi su oni proizvodi koji konkuriraju svojom kvalitetom i posebnošću ostalim proizvodima na globalnom tržištu zbog svojih tehnoloških, prehrambenih te organoleptičkih posebnosti. Izuzetno su važni za održivi ruralni razvoj, očuvanje tradicije i identiteta pojedinog kraja. Republika Hrvatska, u svojim autohtonim proizvodima, često kao temeljne sastojke koristi meso ili sir od također autohtonih pasmina koje su zaštićene. Autohtoni poljoprivredni i prehrambeni proizvodi štite se oznakom izvornosti, oznakom tradicionalnog ugleda ili oznakom zemljopisnog podrijetla na prijelaznoj, nacionalnoj razini i razini Europske unije. Budući da su upravo ovakvi proizvodi temelj budući razvoj ruralnog područja kao i cjelokupne poljoprivredne djelatnosti, potrebno je raditi na poticanju svijesti potrošača i upoznavanju s pojmom „autohtoni proizvodi“.

Ključne riječi: autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi, tradicijski proizvodi, zaštita autohtonih proizvoda, zaštićena oznaka izvornosti, zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla, oznaka tradicionalnog specijaliteta, ruralni razvoj, kulturna baština, tradicija, prepoznatljivost, Republika Hrvatska, Europska unija

36 stranica, 4 tablice, 22 grafikona, slika i shema, 12 literaturnih navoda

Završni rad je pohranjen: u Knjižnici Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agriculture in Osijek
Undergraduate university study Agriculture, course Agroeconomics
Vinka Čepo

BSc Thesis

Production and protection of autochthonous agricultural and food products

Summary:
Autochthonous products are those products that with their quality and uniqueness compete with other products on the global market. They are competetive on the global market because of their tehnological, food and organoleptic specificities. Indigenous products are extremely important for sustainable rural development, the preservation of tradition and indentity of a particular place. Republic of Croatia, in its indigenous products, often uses meat or cheese that also come from protected indigenous breeds. Agricultural and food indigenous products are protected with designation of origin, than with traditional reputation or with geographical origin of the transition and national and European Union level. Because these indigenous products represent foundation for future development of rural areas as well as all agricultural activities, it is necessary to make the efforts to promote consumer awareness and familiarization with the concept of indigenous products.

Keywords: autochthonous agricultural and food products, traditional products, protection of autochthonous products, Protected Designation of Origin, Protected Geographical Indication, Traditional Speciality Guaranteed, rural development, cultural heritage, tradition, recognition, Republic of Croatia, European Union

36 pages, 4 tables, 22 figures, 12 references

BSc Thesis in archived Library of Faculty of Agriculture in Osijek and in digital repository of Faculty of Agriculture in Osijek

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. MATERIJAL I METODE 2
3. ULOGA I ZNAČAJ AUTOHTONIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA ZA RAZVOJ RURALNIH PODRUČJA REPUBLIKE HRVATSKE 3
4. AUTOHTONI POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENI PROIZVODI 5
4.1. Primjeri autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda 8
4.1.1. Poljički soparnik 8
4.1.2. Dalmatinski pršut 9
4.1.3. Varaždinsko zelje 10
4.2. Autohtone pasmine u funkciji finalizacije kroz autohtone proizvode 10
4.2.1. Crna slavonska svinja 11
4.2.2. Slavonski kulen 11
4.2.3. Paška ovca 12
4.2.4. Paški sir 12
4.2.5. Paška janjetina 13
5. ZAŠTITA AUTOHTONIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA 14
5.1. Zaštićena oznaka izvornosti i zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla 16
5.2. Zaštićena oznaka zajamčeno tradicionalni specijalitet 17
5.3. Označavanje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda zaštićenim oznakama izvornosti, zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla ili oznakama zajamčeno tradicionalnog specijaliteta 18
5.4. Nacionalni sustav registracije 21
6. POTROŠNJA I STAVOVI POTROŠAČA PREMA AUTOHTONIM POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIM PROIZVODIMA 22
7. ZAKLJUČAK 33
8. POPIS LITERATURE 34

1. UVOD

Republika Hrvatska jedna je od bogatijih zemalja u pogledu bioraznolikosti gdje zauzima visoko mjesto u Europskoj uniji. Ona ima vrlo dobro očuvanu, bogatu i raznoliku kulturnu baštinu. Prioritet Republike Hrvatske je i očuvati tu tradiciju kao i lokalne uvjete, domicilne biljne i životinjske vrste koje su osnova za stvaranje novih, kao i poboljšanja te unaprjeđenja osobina postojećih sorti poljoprivrednog bilja i pasmina domaćih životinja. Upravo u tome uvelike pomažu autohtoni hrvatski poljoprivredno-prehrambeni proizvodi koji su rezultat hrvatske tradicije i baštine. Takvi autohtoni proizvodi su karakteristični za pojedino područje ili regiju te se proizvode na tradicijski način. Oni su postali jasno prepoznatljivi kao i zemljopisna područja u kojima se proizvode, a uvelike doprinose i razvoju tog područja koji je uglavnom ruralni. Osim navedene velike tradicijske uloge ovakvih proizvoda, vrijedno je napomenuti da, zbog posljedice globalizacije, dolazi do velike konkurencije za plasman prehrambenih proizvoda. Sve veće značenje pri rastu konkurentnosti imaju ekološki (organski), te upravo autohtoni proizvodi. Takve je proizvode zbog navedenih razloga izuzetno važno zaštititi. Autohtoni poljoprivredni i prehrambeni proizvodi štite se oznakom izvornosti, oznakom tradicionalnog ugleda ili oznakom zemljopisnog podrijetla zbog stvaranja i očuvanja identiteta i prepoznatljivosti kao i zbog više cjenovne kategorije. Osim toga, one osiguravaju zaštitu naziva od zlouporabe i neovlaštenog izravnog ili neizravnog korištenja. Zaštita autohtonih proizvoda ulazi u zakonski definirano područje te obuhvaća poseban postupak sukladno odredbama Uredbe (EU) i provedbenih propisa.

Cilj je prikazati ulogu i značaj proizvodnje autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u doprinosu gospodarskoj prepoznatljivosti određenog ruralno-regionalnog prostora Republike Hrvatske kao i važnost zaštite naziva poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta uz pojašnjenje postupka registracije istih.

Anketnim istraživanjem obuhvaćeno je razumijevanje građana Republike Hrvatske samog pojma „autohtono“, utvrđivanje značaja koje takvi proizvodi imaju kod domaćeg potrošača te razumijevanje oznaka kojima su ovi proizvodi označeni.

2. MATERIJAL I METODE

Kako bi se utvrdila potražnja stanovništva Republike Hrvatske za autohtonim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima te razumijevanje značenja istih kao i razumijevanje i razlikovanje zaštićene oznake izvornosti i zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, korišteno je anketno ispitivanje.
Anketa je provođena putem društvenih mreža, osobno ili preko trećih osoba, anonimno na uzorku od 100 ispitanika. Ispitanici su različitih dobnih skupina i različite razine obrazovanja. Provedba ankete se odvijala u veljači, 2017. godine. Jedini uvjet za ispunjavanje ankete je taj da je osoba punoljetna te da je državljanin Republike Hrvatske. Anketa je provedena u online obliku, anketnim upitnikom kojeg su ispitanici ručno ispunjavali ili intervjuom s ispitanikom. Ispitanici su birani slučajno i po volji za sudjelovanje u anketnom ispitivanju. Podatci su analizirani i obrađeni u Excel-u, te grafički prikazani.

U okviru provedene ankete, promatrani su navedeni parametri:

- Dob
- Spol
- Razina obrazovanja.

Provedena anketa ima za cilj dokazati nedovoljno razumijevanje pojma „autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod“ i ispitati razumijevanje i shvaćanje istih za razvoj ruralnog prostora, očuvanja hrvatske tradicije i kulturne baštine stvarane godinama. Nadalje, cilj ovog anketnog ispitivanja je istražiti razumijevanje i zainteresiranost potrošača o zaštićenim oznakama kojima se takvi proizvodi štite.
Osim ankete, istraživani i proučavani su brojni znanstveno-stručni radovi koji se također temelje na anketama i drugim metodološkim istraživanjima kao i službene web stranice.

3. ULOGA I ZNAČAJ AUTOHTONIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA ZA RAZVOJ RURALNIH PODRUČJA REPUBLIKE HRVATSKE

Tradicijski proizvodi u ruralnom području imaju značajan utjecaj na ekonomsku, socijalnu i funkcionalnu strukturu ruralnog prostora. Proizvodnja autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda najčešće je organizirana na seljačkim gospodarstvima s malim opsegom proizvodnje. Tržišna ponuda ovakvih proizvoda je stoga vrlo ograničena. (Lončarić i sur., 2012.)

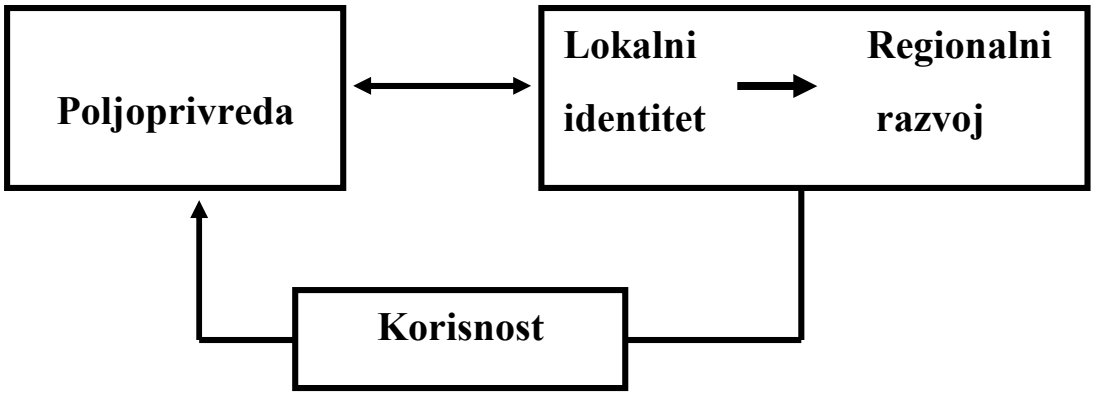
Ruralni prostor je jedan od najvećih bogatstava kojima Republika Hrvatska raspolaže. Ekološki je očuvano te stoga treba voditi brigu da tako ostane i u budućem razdoblju. Naime, glavna gospodarska djelatnost u ovakvim područjima je poljoprivreda. Stoga su upravo poljoprivreda i ruralni prostor u uskoj vezi. Tako će jačanje konkurentnosti poljoprivrede kao gospodarske djelatnosti uvelike ovisiti o razvoju i oživljavanju ruralnog područja. Jedno od učinkovitih rješenja za postizanje takve konkurentnosti i jačanje ruralnog područja je širenje tradicijske proizvodnje, jer upravo tradicionalna poljoprivredna proizvodnja ima ključnu ekološku i gospodarsku važnost. Ovakvi proizvodi mogu postati izuzetno velik dio dohotka kao i zaposlenosti za veliki broj poljoprivrednih domaćinstava u ruralnom području. najznačajniji potencijal razvoja ruralnih područja su njegovi stanovnici. Oni su inicijatori promjena u cilju gospodarskog razvoja, vodeći brigu o tradicijskim i kulturnim vrijednosti te očuvanju okoliša. Lokalno stanovništvo, povezano u lokalne zajednice, može najbolje obaviti promidžbu lokalnih vrijednosti koje su specifične za svako područje. Održavanje manifestacija na području lokalne zajednice sa ciljem, promidžbe tradicijskih vrijednosti, jačanja poljoprivrede kao gospodarske djelatnosti i njezinih prepoznatljivih proizvoda, posebno je važno (Deže i sur., 2017.).

Potražnja za takvim prepoznatljivim proizvodima s dodanom vrijednosti neprestano raste. Korist koju hrvatsko selo i ruralno područje od ovakvih proizvoda ima je višestruka: zapošljavanje stanovništva, upošljavanje seljačkih gospodarstava, očuvanje okoliša, izražena ekonomska isplativost, stvaranje prepoznatljivosti i identiteta područja u kojem se takav proizvod proizvodi kao i brojna druga.

Poseban značaj ovakvih proizvoda ogleda se u očuvanju kulture krajolika. Naime, proizvodnja autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u ruralnom području treba biti ekonomski isplativa, ekološki prihvatljiva, socijalno pravedna i tehnološki suvremena,

a tradicijski se proizvodi uklapaju u ukupnu strategiju održivog razvoja budući da omogućavaju revitalizaciju i razvoj ruralnog područja, sustavno poduzetništvo, umrežavanje poduzetnika, povećanje dohotka u ruralnom području i doprinose stvaranju različitih lokalnih, regionalnih, državnih ili međunarodnih partnerstva. (Lončarić i sur., 2012.)

Važno je poznavati pojam autohtoni regionalni proizvod hrane koji predstavlja onaj proizvod koji imaju neraskidivu vezu s regijom u kojoj se proizvodi. Ta se veza ogleda u zemljopisnom položaju regije, krajoliku, kulturi, povijesti, klimatskim uvjetima i tradiciji proizvodnje koja se očituje u određenim običajima, tradicionalnim vrijednostima, tehnologiji i metodama proizvodnje specifičnim za određenu regiju. Budući da ne postoje dvije zemljopisno iste regije, tako ne postoje ni dvije regije s jednakim karakteristikama, čime je određena jedinstvenost, odnosno autohtonost proizvoda. (Oliva i Paliaga, 2015.). Upravo zato autohtoni proizvodi izrazito utječu na stvaranje identiteta i značaja području kojem pripadaju. Oni objedinjuju specifičnost područja iz kojeg nastaju, kulturno nasljeđe tog prostora kao i tradiciju stvaranu godinama, što drugi, srodni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi ne postižu. Proizvodnja autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, za razliku od suvremene proizvodnje i prerade poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, temelji se na specifičnom načinu obrade zemlje, korištenju autohtonih pasmina i autohtonih i tradicijskih sorti poljoprivrednog bilja, puno više ljudskog rada, a manje korištenje mehanizacije i kemijskih sredstava, korištenju domaćeg sjemena i sadnog materijala, tradicionalnom načinu prerade kao i cjelokupnom tradicionalnom načinu proizvodnje.



Shema 1. Povezanost poljoprivrede s regionalnim razvojem

Izvor: Autor prema Zmaić i Horvatin (2012.)

4. AUTOHTONI POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENI PROIZVODI

Autohtoni proizvodi su oni proizvodi koji konkuriraju svojom kvalitetom i posebnošću ostalim proizvodima na globalnom tržištu zbog svojih tehnoloških, prehrambenih te organoleptičkih posebnosti.[1] Ovakvi proizvodi imaju dodatnu vrijednost. Izuzetno su važni za održivi ruralni razvoj, očuvanje tradicije i identiteta pojedinog kraja. Iz tog razloga imaju veliki značaj za područje u kojem se proizvode. Naime, izravna su veza s tim područjem i daju mu posebno značenje i identitet. Samim time su vrijedan segment u turističkoj ponudi, a proizvode se u relativno malim serijama. Takvi proizvodi dolaze iz primarne poljoprivredne proizvodnje, prerađevine ili su to ipak određena tradicijska jela. Mnogi autohtoni proizvodi u Republici Hrvatskoj su zaboravljeni ili pak nisu dovoljno prepoznati. Unatoč tome, Republika Hrvatska se može pohvaliti brojnim autohtonim proizvodima kao i autohtonim i tradicijskim sortama poljoprivrednog bilja.

Tablica 1. Popis nekih autohtonih i tradicijskih sorti poljoprivrednog bilja

VRSTA	SORTA
	POVRĆE
LUK	SLAVONSKI LJUBIČASTI
ČEŠNJAK	ISTARSKI CRVENI, SLAVONSKI OZIMI, OGULINSKI
KUPUS BIJELI	VARAŽDINSKI
PAPRIKA	FEFERONI CRVENI LJUTI, FEFERONI ZELENI BLAGI, FEFERONI ŽUTI LJUTI, VIROVITIČANKA
RAJČICA	BRAČKI JABUČAR. ŠIBENSKI ŠLJIVAR
PERŠIN	DOMAĆI LIŠĆAR
GRAH	SLAVONSKI ZELENI
HREN	LUDBREŠKI HREN
PASTRNJAK	PODRAVKIN BIJELI
LUBENICA	VUKOVARSKA
POSTRNA REPA	VARAŽDINSKA
	VOĆE
JABUKA	SLAVONSKA SRČIKA, ZELENIKA, BAUMANOVA RENETA, BJELIČNIK, BOBOVEC, BOSKOP, BOŽIĆNICA, CAREVIĆ RUDOLF, FRANCUSKA KOŽARA, GRAVENSTEIN, JAMES GRIEVE, KANADA, KARDINAL, KRIVOPETELJKA, LIJEPOCVJETKA, LONDON

[1] Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, minivodič za poslovnu zajednicu, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=15325, 02.03.2017.

	PEPPING, MAŠANKA, ONTARIO, OVČJI NOS, RIMSKA LJEPOTICA, SIVA JESENSKA RENETA, SLAVA SVIJETA, ŠAMPANJKA, ZLATNA ZIMSKA PARMENKA, ANANAS RENETA, RIBSTON PEPPING, ZIMSKA BANANA, ADAMOVKA, MEĐIMURSKA KLOPČENKA, CRVENA JESENSKA REBRAČA, BIJELA ZIMSKA REBRAČA, ŠARLAMOVSKI
KRUŠKA	TEPKA, DRUAROVA, MARGARETA MARIJA, ZIMSKA PASTRVKA, LUBENIČARKA
TREŠNJA	DENISENOVA ŽUTA, DROGANOVA ŽUTA, VOLOVSKO SRCE, OKIĆKA, ŠNAJDEROVA KASNA, KUTJEVAČKA CRNA
LIJESKA	ISTARSKI DUGULJASTI, ISTARSKI OKRUGLI
ŠLJIVA	BISTRICA, GROF ALTAN RINGLO, VELIKI ZELENI RINGLO, ERSINGERSKA RANA, BIJELA SITNA, BIJELA KASNA MIRISAVA, BIJELICA, BIJELICA JAJARA, BRDAKLIJA, CERIĆANKA, DEBELJARA, KAMENJARA, MANDALENKA, MOTIČANKA, PASJARA, PINTARA, RUŽICA, TORGULJA BIJELA, TORGULJA PLAVA, TRNOVAČA, TURKINJA, VALPOVKA
MASLINA	KARBONACA, ROŠINJOLA, ULJARICA, ŽIŽOLERA
ŠIPAK	KONJSKI ZUB, ZAMORSKI
VINOVA LOZA	BLATINA, BOGDANUŠA, DIŠEĆA RANINA, DOBRIČIĆ, GRK, KLEŠČEC, MALVASIJA DUBROVAČKA, MUŠKAT RUŽA, SUŠČAN, ŠKRLET, TRNJAK, VUGAVA, ZLATARICA VRGORSKA, ŽLAHTINA

Izvor: Autor

Nadalje, Republika Hrvatska posjeduje i brojne izvorne i zaštićene pasmine domaćih životinja.

Tablica 2. Izvorne i zaštićene pasmine domaćih životinja

VRSTA	PASMINA
GOVEDA	Istarsko govedo, Slavonsko-srijemski podolac, Buša
KONJI	Hrvatski posavac, Hrvatski hladnokrvnjak, Lipicanac, Međimurski konj
SVINJE	Crna slavonska, Turopoljska
MAGARCI	Istarski magarac, Primorsko-dinarski magarac, Sjeverno-jadranski magarac
OVCE	Cigaja, Creska ovca, Dalmatinska pramenka, Dubrovačka ruda, Istarska ovca, Krčka ovca, Lička pramenka, Paška ovca, Rapska ovca
PERAD	Zagorski puran, Kokoš hrvatica
PČELE	Siva pčela
KOZE	Hrvatska šarena koza, Hrvatska bijela koza

Izvor: Autor

Osim navedenih sorti i pasmina, tu su još brojni proizvodi iz gastronomske ponude, te proizvodi "s pričom":

- Međimursko bučino ulje/Koščičino ulje z'Međimurja
- Međimursko meso z'tiblice
- Istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje
- Ekstra djevičansko maslinovo ulje otoka Korčule
- Šoltansko maslinovo ulje
- Krčko ekstra djevičansko maslinovo ulje
- Zagorski mlinci,
- Baranjska paprika,
- Viški hib,
- sir Kvarg,
- Rudarska greblica
- Sir Škripavac
- Sir Lička basa i drugi.

S obzirom na bogat sadržaj autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda kojima se Republika Hrvatska može pohvaliti i navedene koristi, prvenstveno za gospodarski razvitak od istih, ovakvim proizvodima važno je osigurati posebno mjesto i zaštitu na tržištu, uz naglašavanje navedenih važnost kao i kvalitete, posebnosti i tradicije koju imaju.

4.1. Primjeri autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

S obzirom da Republika Hrvatska posjeduje velik broj autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda čiji broj neprestano raste, u nastavku je dan prikaz pojedinih takvih proizvoda, njihove povijesti, posebnosti kao i načina pripreme.

4.1.1. Poljički soparnik

Priprema tradicijskog jela Poljički soparnik (*zeljenik*, *uljenak*, *prisnac*) karakteristična je za prostor između rijeka Žrnovnice i Cetine, na jugu do mora, a na sjeveru do Mosora. Soparnik je u prošlosti bio posno *soparno* (suhoparno) jelo koje se pripremalo isključivo u vrijeme posta. Osim na te dane, pripremao se i za počastiti gosta i prijatelja, dok ga danas Poljičani nude najčešće na svečanim prigodama, pa je Poljički soparnik postao znak i simbol stare Poljičke republike. Priprema se i na prostorima koje su Poljičani dobili za zasluge u borbama protiv Turaka i naselili ih poslije njihova odlaska, što podrazumijeva dijelove Sinjske krajine, a tu tradiciju su prenijele i žene iz Poljica koje su udajom otišle u druga sela. Tako se Poljički soparnik priprema i u drugim mjestima.



Slika 1. Poljički soparnik

Izvor: Hrvatska agencija za hranu (http://www.hah.hr)

4.1.2. Dalmatinski pršut

Dalmatinci su od starih Rimljana usvojili vještine konzerviranja svinjskog mesa soljenjem i sušenjem zahvaljujući lako dostupnoj morskoj soli i pogodnoj klimi. Od tada, pa sve do današnjih dana, vještina proizvodnje pršuta prenosila se iz generacije na generaciju. S vremenom se razvio postupak proizvodnje koji je specifičan za područje Dalmacije. Dalmatinski pršut se proizvodi na cijelom području Dalmacije koje obuhvaća najdulji i najveći dio hrvatskog primorja duž Jadranskog mora. Dalmatinski pršut je naš autohtoni proizvod koji se do prije 50 godina proizvodio isključivo na seoskim gospodarstvima. Još prije II. svjetskog rata se jasno razlikovao od drugih pršuta koji su se u to doba pojavljivali na tržištu. Novi gospodarski uvjeti nakon II. svjetskog rata, omogućili su da kvaliteta i posebnost Dalmatinskog pršuta budu prepoznate čak i izvan područja same Dalmacije.

Posebnost Dalmatinskog pršuta očituje se prvenstveno u načinu njegove pripreme i uvjetima u njegovom proizvodnom području. Odlikuju ga osebujna aroma i okus, blagi miris po dimu, slankast ili slani okus, mekana žvakaća konzistencija te jednolična svijetlocrvena do crvena boja. Najznačajnije razlikovno svojstvo u odnosu na sve ostale pršute iz šire regije jest upravo aroma po dimu.

Postoje pisani tragovi da se već se krajem 30-ih godina prošlog stoljeća Dalmatinski pršut nudio u restoranima kontinentalne Hrvatske kao poseban i prepoznatljiv dalmatinski proizvod. Popularnost Dalmatinskog pršuta izvan granica proizvodnog područja posebno je narasla 60-ih godina prošlog stoljeća kada je zbog povećanja potražnje postepeno rasla i njegova proizvodnja. Razvojem turizma i povećanjem potražnje za lokalnim tipičnim proizvodima, Dalmatinski pršut je od sredine 90-ih godina prošlog stoljeća postao jedan od prepoznatljivih simbola Dalmacije i ekonomski značajan tipični prehrambeni proizvod u Republici Hrvatskoj.



Slika 2. Grafički prikaz zajedničkog znaka Dalmatinskog pršuta

Izvor: Informacijski centar Europe Direct Zadar (http://www.edic-zadar.com)

4.1.3. Varaždinsko zelje

Varaždinsko zelje je povrtna kultura dobivena od autohtone čuvane sorte varaždinski kupus (Brassica oleracea var. Capitata f. alba) upisane u sortnu listu u Republici Hrvatskoj, a koja se komercijalno uzgaja samo u definiranom području. (Vincek i sur., 2014.). U kajkavskim govornim područjima Hrvatske, pa tako i u Varaždinskoj županiji, umjesto naziva kupus rabi se često naziv i „zelje“.

Varaždinsko zelje se proizvodi na tradicionalan način u sustavu kontrole, izvornosti, podrijetla i kvalitete. Ono ima visok sadržaj suhe tvari i šećera koji su nastali kao posljedica načina proizvodnje. Naime, proizvod se ostavlja u polju do kasne jeseni, što je moguće zahvaljujući otpornosti na niske temperature. Poseban utjecaj na stvaranje specifične kvalitete Varaždinskog zelja imala je pedološka i klimatska osnova tog područja.



Slika 3. Zajednička oznaka Varaždinskog zelja

Izvor: Ministarstvo poljoprivrede (http://www.mps.hr)

4.2. Autohtone pasmine u funkciji finalizacije kroz autohtone proizvode

Hrvatska je posebna po tome što od svojih autohtonih pasmina stvara i autohtoni proizvod u kojem se koristi isključivo meso i mlijeko autohtone pasmine za proizvodnju proizvoda. Najpoznatija autohtono zaokružena proizvodnja je svakako proizvodnja Slavonskog kulena od pasmine Crne slavonske svinje te proizvodnja Paškog sira, Paške janjetine od autohtone pasmine Paške ovce. Svi ovi proizvodi u svijetu su prepoznati kao izvorni i 100% proizvodi proizvedeni u Hrvatskoj na tradicionalan način.

4.2.1. Crna slavonska svinja

Crna slavonska svinja autohtona je pasmina s dugogodišnjom tradicijom. Jedna je od vodećih simbola istočne Hrvatske. Nastala je u drugoj polovici 19. stoljeća, dok su postupci oplemenjivanja i poboljšanja ove pasmine provođeni i početkom 20. stoljeća. Nastala je na pustari Orlovnjak u blizini Osijeka, na imanju grofa Dragutina Karla Leopolda Pfeifera. Njegova je zamisao bila stvoriti svinju koja će biti bolja od tadašnjih pasmina svinja, prvenstveno u pogledu ranozrelosti, plodnosti i u boljoj mesnatosti. Iz tog je razloga nabavio 10 nazimica lasaste mangulice i križao ih s uvezenim nerastovima berkšir pasmine. Od 1870. godine najbolje žensko potomstvo je svakih 10 godina pario s nerastima američke pasmine poland kina, kako bi se ustalila željena svojstva i kako bi se „osvježila" krv. Tako dobivena svinja bila je značajno bolja od dotadašnjih svinja koje su se uzgajale. Bila je upravo ono što je i želio: ranozrelija, plodnija i mesnatija.
Ovakva je svinja dobroćudne naravi, visoke otpornost i pigmentizirane kože, koja je crne boje (boje pepela). Iako je u to vrijeme došlo do nagle ekspanzije tzv. „bijelih" pasmina svinja, Grof Pfeifer odlučio je stvoriti upravo svinju crne boje. Crna boja ukazuje na predispozicije ove pasmine što se tiče držanja i uzgoja jer takva boja dlake ima zaštitnu funkciju od štetnih sunčevih zraka. Prekrivena je srednje dugim čekinjama, papcima i rilom koji su crne boje. Ima kratko tijelo i kratke i tanke noge. Meso joj je izvanredne kvalitete, s visokim sadržajem unutar-mišićne masti, te izuzetno dobra okusa. Zbog tih svojstava koristi se za dobivanje kvalitetnih suhomesnatih proizvoda od kojih je najpoznatiji Slavonski kulen koji je pod Nacionalnom zaštitom autohtonih proizvoda.

4.2.2. Slavonski kulen

Domaći Slavonski kulen (*kulin*) je autohtona hrvatska delicija koja se proizvodi stoljećima na području Slavonije kao proizvod od posebnog značaja. Kušao se nekada samo u izvanrednim prilikama (rođenja, krštenja, vjenčanja…). Naziv „kulin" se upotrebljava u dijelu Slavonije u kojem prevladava ikavica i to posebno u okolici Slavonskog Broda i dijela Slavonske Posavine. Domaći slavonski „kulin" proizveden na autohtoni način podrazumijeva proizvodnju početkom zime, a fermentaciju i sušenje za vrijeme zime i proljeća. U prijašnjim vremenima Slavonski kulen se proizvodio od crnih slavonskih svinja, a danas se za proizvodnju mogu koristiti ne samo crne slavonske svinje, već i razni

križanci. Bitni preduvjeti za dobar „kulin“ su: starost svinje od 1,5 do 2 godine, kvalitetna i ispravna prehrana te mogućnost kretanja svinje u slobodnom prostoru (otvoreni i poluotvoreni sustav držanja). „Kulin“ je posebno cijenjen zbog svog oblika, a dugotrajnim sazrijevanjem razvija specifične i izražene arome zbog kojih se razlikuje od ostalih sličnih proizvoda.



Slika 4. Slavonski kulen

Izvor: Hrvatska agencija za hranu (http://www.hah.hr)

4.2.3. Paška ovca

Paška ovca kao autohtona hrvatska pasmina pripada skupini mediteranskih ovaca. Nastala je na području otoka Paga, gdje se i danas uglavnom uzgaja. Pretpostavlja se da je oplemenjivanje paške ovce kakvu danas poznajemo s drugim pasminama započelo početkom 19. stoljeća. Najviše traga na pašku ovcu ostavilo je križanje iz 1870.g. kada je austrijska vlada financirala kupovinu 245 merino Negretti ovnova, 50 ovnova križanaca merino x pramenka i 21 ovna pasmine Southdown. Ova križanja ostavila su najviše značaja na vanjštini paških ovaca, pa se u literaturi 1870. godina najčešće i uzima kao godina početka nastanka današnje paške ovce.

4.2.4. Paški sir

Paški sir je najpoznatiji i najcjenjeniji tvrdi ovčji sir u Hrvatskoj i u potpunosti autohtoni proizvod. Odlikuje se ugodnim, pikantnim okusom. Svijetložute do tamnožute je boje (ovisno o starosti). Dobiva se od mlijeka isključivo paške ovce koja pase travu na kamenjarskim pašnjacima otoka Paga koji obiluju različitim vrstama aromatičnog i

ljekovitog bilja. Osim toga, posebnu vrijednost mu daje sol koja u tragovima ostaje na travi poslije bure kojom se hrani ovca.

Ovčji sir na otoku Pagu se proizvodi od davnina. Kako se je današnja paška ovca križanjem formirala 1870. god., pretpostavlja se da je to godina kada Paški sir dobiva današnji poznati ugodan i pikantan okus. Paški sir je danas jedan od najpoznatijih hrvatskih autohtonih proizvoda, međutim ne samo kod nas već i u svijetu.



Slika 5. Paški sir

Izvor: Paška sirana (http://www.paskasirana.hr)

4.2.5. Paška janjetina

Paška janjetina je meso dobiveno klanjem mlade muške i ženske janjadi koja su ojanjena od paške ovce. Janjad paške ovce za proizvodnju „Paške janjetine“ pri klanju ne smije biti starija od 45 dana računajući od datuma janjenja do datuma klanja. (Udruga uzgajivača paške ovce, „Rogujica“, 2015.). Naime, meso je blijedoružičasto, finih i nježnih mišićnih vlakana s malo masnog i vezivnog tkiva. Mano tkivo je bijele boje bez primjesa drugih boja. Trup zaklane janjadi je prekriven tankim slojem subkutanog masnog tkiva. Na tržište ju se plasira isključivo svježu i u obliku trupa ili polovica trupa bez organa probavnog sustava, donjih dijelova nogu i kože. Konzumira se isključivo termički obrađena, a tako, termički obrađeno meso, je sočno i mekano, ugodnog je okusa i blagog mirisa kao posljedice klanja mlade teladi koja je bila hranjena mlijekom.

5. ZAŠTITA AUTOHTONIH POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA

Kada je riječ o autohtonim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, neizostavna i vrlo bitna stavka je zaštita takvih proizvoda. Autohtoni proizvodi su proizvodi karakteristični za pojedino područje ili regiju proizvode se na tradicijski način, i kao takve potrebno ih je zaštititi (Sinković, 2011.) Svi takvi proizvodi imaju velike mogućnosti za valorizaciju područja u kojem se proizvode, a doprinose i očuvanju regionalnog identiteta. Međutim, ako takvi proizvodni nisu i formalno prepoznati i kao takvi zaštićeni nije ih moguće staviti u funkciju razvoja lokalnih zajednica. Rijetki su proizvodi postali prepoznatljivi, ali isto tako još ih je puno koji se tek trebaju otkriti, registrirati i zaštiti te na taj način učini prepoznatljivima (Deže i sur., 2017.).

Zaštita autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda zaštićenim oznakama izvornosti i zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla u Republici Hrvatskoj se provodi od 1991. godine. Ministarstvo poljoprivrede uspostavilo je i provodi postupak zaštite proizvoda sukladno propisima (uredbama, zakonima i pravilnicima) na nacionalnoj razini te ima ključnu ulogu u postupku pokretanja i provedbe postupka zaštite autohtonih proizvoda na razini Europske unije.[2]

Autohtoni poljoprivredni i prehrambeni proizvodi štite se zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ili zajamčeno tradicionalnog specijaliteta, čime postaju gospodarski sve važniji jer doprinose održivom ekonomskom i društvenom razvoju zajednice te omogućuju lokalnom stanovništvu veliku korist od njih. Navedene se oznake štite kao intelektualno vlasništvo kako bi se spriječila njihova zloupotreba ili neovlaštena upotreba, budući da one doprinose većoj tržišnoj vrijednosti proizvoda i usluga koja odgovara njihovim posebnim svojstvima i time stečenom ugledu. Učinkovit sustava zaštite ovih oznaka koristi i potrošačima te širokoj javnosti, promicanjem poštenog tržišnog natjecanja i dobrih poslovnih običaja (Zlatović i sur., 2016.).

Svaka od ovih oznaka donosi jedno sasvim drugačije tržište. Donosi tržište koje traži i cijeni izvanrednost, visoku kvalitetu, kontrolirano zemljopisno podrijetlo, visoke standarde u pripremi i skladištenju hrane, kontrolu, identitet i jasnu prepoznatljivost. Potrošačima se na taj način daje garancija da se radi o proizvodu kojemu je priznata i zaštićena posebnost

[2] Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, minivodič za poslovnu zajednicu, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=15325, 02.03.2017.

uvjetovana karakteristikama područja iz kojeg potječe, ljudskim faktorom, samim karakteristikama proizvoda, sirovinama ili tradicionalnim određenim metodama proizvodnje. Za proizvođača je zaštita i registracija naziva proizvoda ponekad dug i zahtjevan put, ali svakako u konačnici vrlo isplativ i koristan. Naime, danas proizvođači pokazuju sve veći interes za zaštitu autohtonih proizvoda koju je moguće ostvariti kroz različite sustave kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode.

Značaj zaštite naziva poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta povezan je s više aspekata. Pravno gledajući, proizvod se štiti od zlouporabe i narušavanja ugleda izvornog proizvoda. Gledajući s gospodarskog aspekta, tako zaštićen proizvod pripada proizvodima više cjenovne kategorije i samim time jamči povećanje dohotka za proizvođača tako zaštićenog proizvoda. Povećava se prepoznatljivost i daje se identitet zemljopisnom području u kojem se proizvod proizvodi. Doprinosi se razvoju turizma te razvoju ruralnih područja, njeguje se i razvija regionalna tradicija, čuva se priroda i okoliš, doprinosi se samoodrživom gospodarenju, a osnivaju se i interesne grupe (udruge, zadruge, klasteri…) s ciljem zajedničkog nastupa na tržištu. Takav proizvod jamči kvalitetu potrošaču, s druge strane sprječava odljev stanovništva iz regije i povećava dohodak regionalnih proizvođača zbog dokaza o kvaliteti.

Prije donošenja odluke o pokretanju postupka registracije i zaštite naziva poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta, potrebno je donijeti nekoliko ključnih odluka. Potrebno je odgovoriti na pitanje o nazivu proizvoda kojeg proizvođač želi zaštititi i nalazi li se taj proizvod pod tim nazivom na tržištu. Nadalje, potrebno je znati na kojem se zemljopisnom području točno proizvodi ili se eventualno može proizvesti i postoji li već istovrstan ili sličan proizvod na tržištu. Izuzetno važno je imati dokaz o tradiciji proizvodnje tog proizvoda i znati njegove bitne karakteristike i specifičnosti koje ga razlikuju od sličnih proizvoda koji se stavljaju na tržište. Važno je unaprijed znati koliko je proizvođača koji proizvode taj proizvod i raspitati se o tome jesu li neke skupine proizvođača i/ili prerađivača već organizirane i aktivne na području zaštite i podizanja kvalitete u proizvodnji, preradi i marketingu. Proizvođač također treba znati svoje glavne ciljeve i očekivane rezultate nakon zaštite naziva tog proizvoda, poznavati unaprijed ukupne troškove zaštite proizvoda te tko će izraditi specifikaciju i pripremiti svu ostalu dokumentaciju potrebnu za provedbu postupka zaštite i registracije naziva proizvoda.

5.1. Zaštićena oznaka izvornosti i zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla

Zaštićena oznaka izvornosti je naziv za označavanje proizvoda koji potječu iz određenog mjesta ili regije, a njihova su kakvoća i svojstva bitno ili isključivo nastala pod utjecajem posebnih prirodnih i ljudskih faktora određenog geografskog područja. Njegova proizvodnja, prerada i priprema u cijelosti se odvija u tom geografskom području, dok zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla dobivaju proizvodi koji potječu iz određenog mjesta ili regije te koji imaju određenu kakvoću, ugled ili neko drugo svojstvo prepoznatljivo za to geografsko područje i čija se proizvodnja i/ili obrada kao i/ili priprema odvijaju u određenom geografskom području (Deže i sur., 2017.). Zaštićena oznaka izvornosti i zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla mogu se primijeniti na sve poljoprivredne i prehrambene proizvode osim na vino, vinski ocat i jaka alkoholna pića. Za zaštitu naziva proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti ili zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla potrebno je dokazati kako proizvod potječe točno iz određenog mjesta, regije ili zemlje te kako se kvaliteta ili neka druga njegova obilježja pripisuju upravo tom određenom zemljopisnom području.

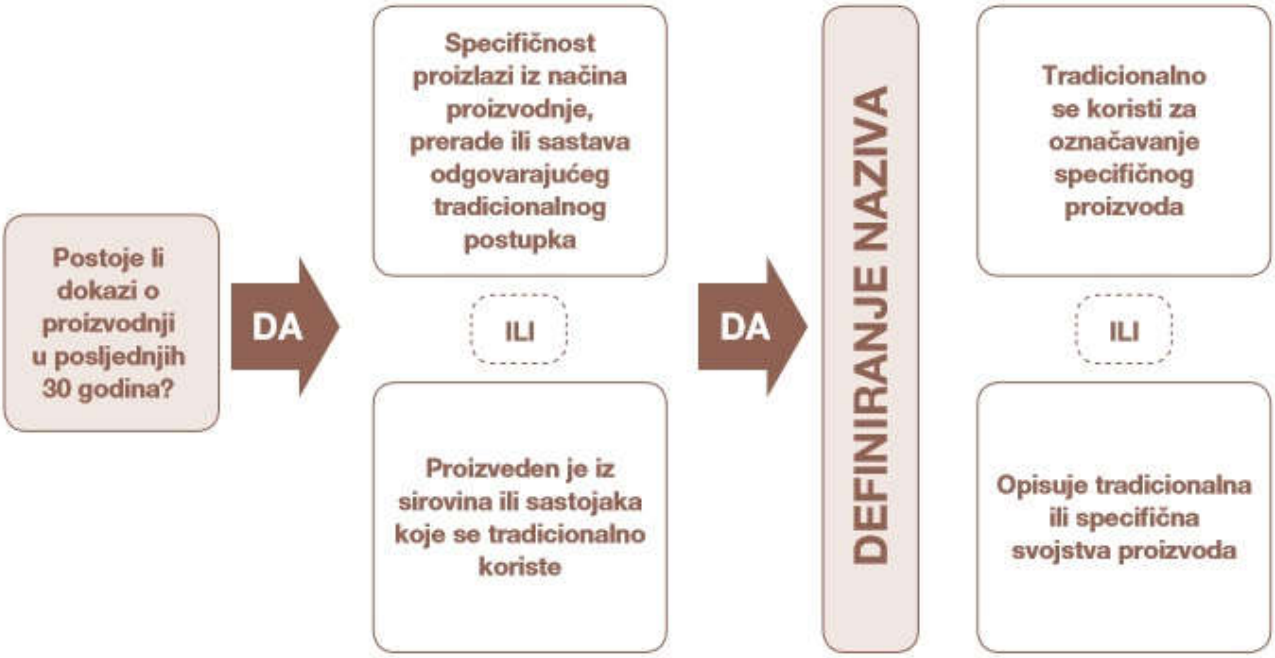


Shema 2. Shema donošenja odluke o oznaci zaštite naziva proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti ili zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla

Izvor: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu (http://www.mps.hr)

5.2. Zaštićena oznaka zajamčeno tradicionalni specijalitet

Zaštićena oznaka zajamčeno tradicionalnog specijaliteta može se primijeniti na sve poljoprivredne i prehrambene proizvode namijenjene ljudskoj prehrani. Za zaštitu naziva proizvoda oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta potrebno je dokazati postojanje proizvodnje unazad minimalno 30 godina i njeno postojanje i danas uz primjenu identičnog načina proizvodnje sirovina i/ili sastojaka.[3]



Shema 3. Donošenje odluke o oznaci zaštite naziva proizvoda zaštićenom oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta

Izvor: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu (http://www.mps.hr)

[3] Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, minivodič za poslovnu zajednicu, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=15325, 05.03.2017.

5.3. Označavanje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda zaštićenim oznakama izvornosti, zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla ili oznakama zajamčeno tradicionalnog specijaliteta

Proizvod čiji je naziv zaštićen oznakom izvornosti, oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta na nacionalnoj razini te za koji je Ministarstvo poljoprivrede dostavilo Europskoj komisiji dokumentaciju za postupak registracije oznake na razini Europske unije, može biti označen nacionalnim znakom tijekom perioda prijelazne nacionalne zaštite (period od podnošenja dokumentacije Europskoj komisiji pa sve do registracije oznake na razini Europske unije). Označavanje nacionalnim znakom obavlja korisnik oznake i važno je naglasiti da je ono dobrovoljno.



Slika 6. Prijelazna nacionalna zaštita proizvoda

Izvor: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, minivodič za poslovnu zajednicu (http://www.mps.hr)

Nakon što je oznaka registrirana **na razini Europske unije**, nacionalni znak se i dalje može koristiti za označavanje proizvoda, no bez navođenja tekstualnog dijela znaka „Prijelazna nacionalna zaštita temeljem Uredbe 1151/2012“.[4]



Slika 7. Primjer nacionalne oznake nakon registracije na razini Europske unije

Izvor: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, minivodič za poslovnu zajednicu (http://www.mps.hr)

[4] Uredba Europskog Parlamenta i Vijeća (EU) br. 1151/2012, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=6078 , 02.03.2017.

Nakon registracije na razini Europske unije, proizvod mora biti označen odgovarajućim znakom (propisanim od strane EU) i nazivom proizvoda koji se mora nalaziti u istom vidnom polju.[5]



Slika 8. Zaštićena oznaka izvornosti, zaštićena oznaka zemljopisnog porijekla i oznaka tradicionalnog specijaliteta na razini Europske unije

Izvor: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu (http://www.mps.hr)

Naziv proizvoda koji je zaštićen oznakom izvornosti i oznakom zemljopisnog podrijetla ujedno je i zaštićen od:[6]

- bilo kakvog izravnog ili neizravnog komercijalnog korištenja registriranog naziva za proizvode koji nisu obuhvaćeni registracijom, ako su ti proizvodi usporedivi s proizvodima registriranim pod tim nazivom ili ako se korištenjem tog naziva iskorištava ugled zaštićenog naziva, uključujući kad se ti proizvodi koriste kao sastojak;
- bilo kakve zloupotrebe, oponašanja ili podsjećanja, čak i ako je označeno pravo podrijetlo proizvoda, ili ako je naziv proizvoda preveden, ili ako mu je dodan izraz poput „stil", „tip", „metoda", „kako se proizvodi u", „imitacija" ili slično, uključujući slučajeve kada se ti proizvodi koriste kao sastojak;
- bilo kakve druge lažne oznake ili oznake koja dovodi u zabludu u vezi s izvorom, podrijetlom, prirodom ili bitnim osobinama proizvoda na unutarnjem ili vanjskom pakiranju, na promidžbenim materijalima ili dokumentima koji se odnose na dotični proizvod, te od pakiranja proizvoda u ambalažu koja stvara pogrešnu predodžbu o njegovom podrijetlu;
- bilo kakve druge prakse koja može potrošača dovesti u zabludu u vezi s pravim podrijetlom proizvoda.

[5] Uredba Europskog Parlamenta i Vijeća (EU) br. 1151/2012, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=6078 , 02.03.2017.
[6] Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=15325 , 02.03.2017.

Registrirani nazivi proizvoda kao zajamčeno tradicionalni specijaliteti zaštićeni su također od svake zlouporabe, oponašanja ili podsjećanja i svakog drugog postupka koji bi mogao dovesti potrošača u neku zabludu.

Hrvatska ima ukupno 24 zaštićena autohtona proizvoda. Istovremeno, od ukupnog broja 16 ih je zaštićeno kako na nacionalnoj razini tako i Europskoj uniji zaštićenom oznakom izvornosti i zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. U pripremi je 7 proizvoda koji će biti označeni sa zaštićenom oznakom izvornosti i 6 proizvoda sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. (Deže i sur., 2017.)

Tablica 3. Autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi zaštićeni zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalnog specijaliteta

ZAŠTIĆENA OZNAKA IZVORNOSTI	ZAŠTIĆENA OZNAKA ZEMLJOPISNOG PORIJETLA	ZAŠTIĆENA OZNAKA ZAJAMČENO TRADICIONALNOG SPECIJALITETA
Istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje	**Krčki pršut***	**Vrbovečka pera**
Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cresa*	**Drniški pršut***	
Korčulansko maslinovo ulje*	**Dalmatinski pršut***	
Krčko maslinovo ulje*	**Baranjski kulen***	
Istarski pršut*	**Lička janjetina**	
Neretvanska mandarina*	**Lički krumpir***	
Ogulinski kiseli kupus/zelje*	**Poljički soparnik***	
Slavonski med	**Zagorski puran***	
Šoltansko maslinovo ulje*	**Međimursko meso'z tiblice**	
Paška janjetina*	**Slavonski kulen/Slavonski kulin**	
Paška sol		
Varaždinsko zelje*		

**Nacionalna i EU oznaka zaštite*

Izvor: Autor prema Deže, Ranogajec i Sudarić, 2017.

5.4. Nacionalni sustav registracije

Republika Hrvatska uspostavlja sustav registracije i zaštite naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda na nacionalnoj razini sukladno EU (Zakon o zaštićenim oznakama izvornosti, oznakama zemljopisnog podrijetla i oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda[7], Pravilnik o oznakama izvornosti i oznakama zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda[8], Pravilnik o oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda[9], Pravilnik o izgledu i načinu korištenja znaka oznake izvornosti, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda[10]– nacionalni propis).

Za provedbu Uredbe Europskog Parlamenta i Vijeća (EU) br. 1151/2012 i nacionalnih propisa[11] (Zakona i propisa donesenih na temelju Uredbe) nadležno tijelo je Ministarstvo poljoprivrede koje obavlja veliki dio posla u samom postupku zaštite i registracije naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta

U postupku zaštite i registracije naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda jednom od tri moguće zaštićene oznake, prolazi se kroz tri važne faze. Prva je faza predregistracijska. U toj fazi se formira skupina. Druga je faza postupka zaštite naziva na nacionalnoj razini koju provodi Ministarstvo poljoprivrede. Ono provjerava dokumentaciju, iznosi obavijesti o podnesenom zahtjevu radi ulaganja prigovora na nacionalnoj razini, donosi odluke o prihvaćanju kao i odbijanju Zahtjeva za zaštitu naziva proizvoda te donosi odluke o prijelaznoj nacionalnoj zaštiti naziva jednom od zaštićenih oznaka. Posljednja faza je faza postupka registracije naziva jednom od zaštićenih oznaka na razini Europske unije.

---

[7] Zakon o zaštićenim oznakama izvornosti, oznakama zemljopisnog podrijetla i oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 84/08, 75/09, 20/10), dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_05_50_1223.html , 14.03.2017.

[8] Pravilnik o oznakama izvornosti i oznakama zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 88/09, 53/10), dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_06_65_1254.html , 02.03.2017.

[9] Pravilnik o oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 82/09, 53/10), dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_09_105_2298.html , 02.03. 2017.

[10] Pravilnik o izgledu i načinu korištenja znaka oznake izvornosti, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 23/10), dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_02_23_567.html , 02.03.2017.

[11] Uredba Europskog Parlamenta i Vijeća (EU) br. 1151/2012, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=6078 , 02.03.2017.

6. POTROŠNJA I STAVOVI POTROŠAČA PREMA AUTOHTONIM POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIM PROIZVODIMA

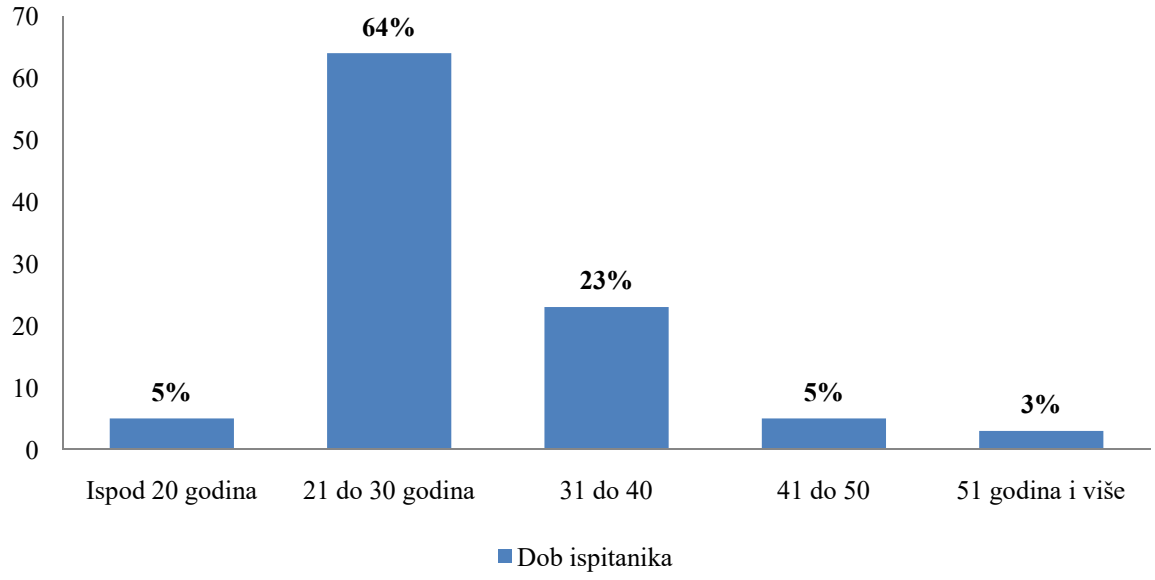
Utvrđivanje čimbenika koji utječu na stavove i preferencije potrošača uvelike je važno za pripremu takvih proizvoda za samo tržište. Osim navedenog, bitno je i utvrđivanje samog znanja stanovništva Republike Hrvatske o pojmu „autohtoni proizvod“. Naime, važno je znati da se autohtonim proizvodima smatraju oni prehrambeni proizvodi koji zbog tehnoloških, prehrambenih i organoleptičkih specifičnosti, kvalitetom i posebnošću uspješno konkuriraju na domaćem tržištu i dio su domaće gastronomske ponude. Drugim riječima, autohtoni proizvod bio bi starosjedilački, urođeni proizvod koji se od davnine proizvodi u nekom kraju tj. koji ima tradiciju proizvodnje u nekom kraju (Oliva i Paliaga, 2015.). Nadalje, važno je znati da su oni prepoznatljivi su po zemljopisnom području u kojem se proizvode, a također su ključni radi stvaranja identiteta tog zemljopisnog područja i izravna su veza s njim te mu daju dodatnu vrijednost i prepoznatljivost.[12] Upravo je ruralni prostor od izuzetnog značaja za razvoj ovakvih proizvoda, a i takvi proizvodi, s obzirom da su prepoznatljivi po zemljopisnom području iz kojeg dolaze (a to je uglavnom ruralni prostor), izuzetno doprinose razvoju takvih područja kojima je, u današnje vrijeme, zbog sve lošijih gospodarskih pokazatelja, od velikog značaja. Ukoliko je poznato da je upravo ruralni prostor izvor prirodnog i društvenog bogatstva i nasljeđa koji se čuva i baštini godinama, jasna je i važnost kao i značaj autohtonih proizvodima za jačanje, konkuriranje ovih prostora kao i nastavak dugogodišnje tradicije. Ovakvi proizvodi označavaju se oznakama zemljopisnog podrijetla i oznakama izvornosti. Kao razlozi zaštite tih proizvoda mogu se navesti: jačanje identiteta i prepoznatljivosti, izravne veze proizvoda s određenim zemljopisnim područjem što daje dodatnu vrijednost i prepoznatljivost tom zemljopisnom području te pridonosi ruralnom razvoju; osnivanje interesnih udruženja u svrhu zajedničkog nastupa na tržištu, odnosno zajedničke promidžbe prehrambenog proizvoda; viša cjenovna kategorija. (Sinković, 2011.)

Istraživanje i utvrđivanje čimbenika koji utječu na stavove potrošača te utvrđivanje samog znanja stanovništva Republike Hrvatske o pojmu „autohtoni proizvod“, provedeno je u tri dijela. U prvome dijelu ispitano je razumijevanje pojma „autohtono“ kao i razumijevanje značenja autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. U drugom dijelu ispitana je

[12]Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu, dostupno na: http://www.mps.hr/default.aspx?id=15325 , 02.03.2017.

potrošnja autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, mjesto kupovine, njihova kvaliteta u odnosu na slične industrijske proizvode i istraženo je koliko su takvi proizvodi značajni samim ispitanicima za ruralni razvoj i očuvanje tradicije. U trećem dijelu ispitano je razumijevanje i važnost oznaka kojim su ovakvi proizvodi označeni.

Anketno ispitivanje na području Republike Hrvatske provedeno je na 100 ispitanika različite dobi i stupnja obrazovanja. U istraživanju je sudjelovalo nešto više žena nego muškaraca (63% prema 37%). Po dobi, najviše je ispitanika iz skupine 21-30 godina (64%), s tim da se 23% ispitanika nalazi u skupini 31-40 godina, a manji broj ispitanika (5%) u skupini 41 do 50 godina, te 3% u skupini 51 godina i više, dok je ispitanika mlađih od 20 godina 5%.



Grafikon 1. Dob ispitanika

Izvor: Autor

Što se tiče razine obrazovanja, podjednak i najveći broj ispitanika je sa završenom srednjom školom (46%) i s višom ili visokom školom (41%), dok je 11% ispitanika s magisterijem ili doktoratom, a ostatak ima završenu osnovnu školu (2%). Niti jedan ispitanik nije bez završene osnovne škole.

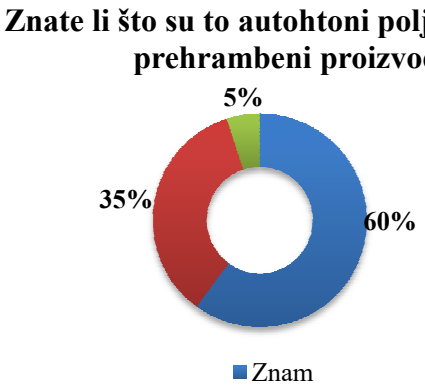


Grafikon 2. Razina obrazovana

Izvor: Autor

Najveći broj ispitanika sam pojam „autohtono“ asocira na riječi „domaće“, „unikatno“ i „kvalitetno“.

Više od pola (60%) ispitanika potvrdilo je da zna što je to autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod, a 35% ispitanika odgovorilo je da misli da razumije isti pojam, dok 5% ispitanika ne zna.



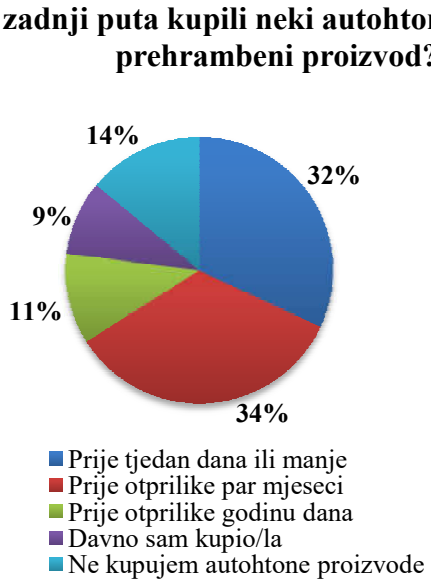
Grafikon 3. Razumijevanje pojma „autohtoni proizvod“

Izvor: Autor

Sljedećim pitanjem željelo se na samom primjeru potvrditi razumijevanje ispitanika o pojmu autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod. S obzirom da većina ispitanika nije točno navela autohtone poljoprivredno-prehrambene proizvode, zaključuje se da se broj onih koji su odgovorili da znaju ili misle da znaju što je to, smanjuje. Iz navedenih odgovora, kao što je „Vegeta“, vidljivo je miješanje pojmova „hrvatski proizvod“ i „autohtoni proizvod“, dok iz odgovora kao što su „Crna slavonska svinja“, „Kokoš hrvatica“, vidljivo je ne razlikovanje pojmova „autohtona pasmina“ i „autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod“. Od točnih odgovora, najčešće su se ponavljali „Paški sir“, „Baranjski kulen“, „Dalmatinski pršut“ i „Paška janjetina“.

Prije nastavka anketnog istraživanja, ispitanicima je objašnjen pojam autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda uz primjere kako bi svi mogli nastaviti rješavati anketu.

Sljedećim pitanjem željelo se utvrditi kada su zadnji puta ispitanici kupili autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod. Najveći dio ispitanika odgovorilo je da su takav proizvod kupili prije tjedan dana ili manje i prije nekoliko mjeseci.



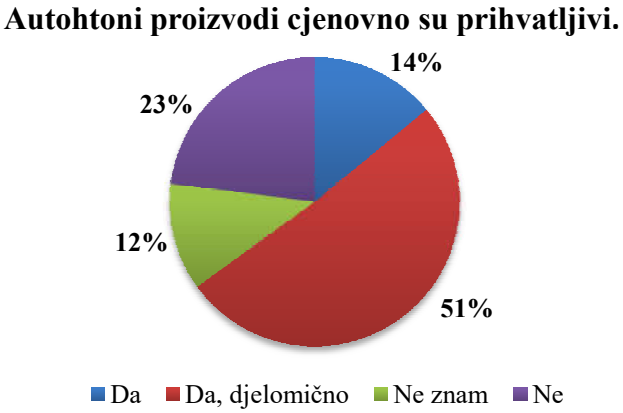
Grafikon 4. Zadnja kupovina autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Izvor: Autor

Sudeći po idućem pitanju u kojem se željelo saznati koji je to proizvod bio, iz netočnih odgovora i zbog lošeg razumijevanja pojma autohtoni poljoprivredno-prehrambeni

proizvodi, zaključeno je da se udjel odgovora o zadnjoj kupovini takvog proizvoda smanjio.

Više od polovice ispitanika smatra da su autohtoni proizvodi cjenovno prihvatljivi i djelomično prihvatljivi, a svega 23% smatra da nisu.



Grafikon 5. Cjenovna prihvatljivost autohtonih proizvoda

Izvor: Autor

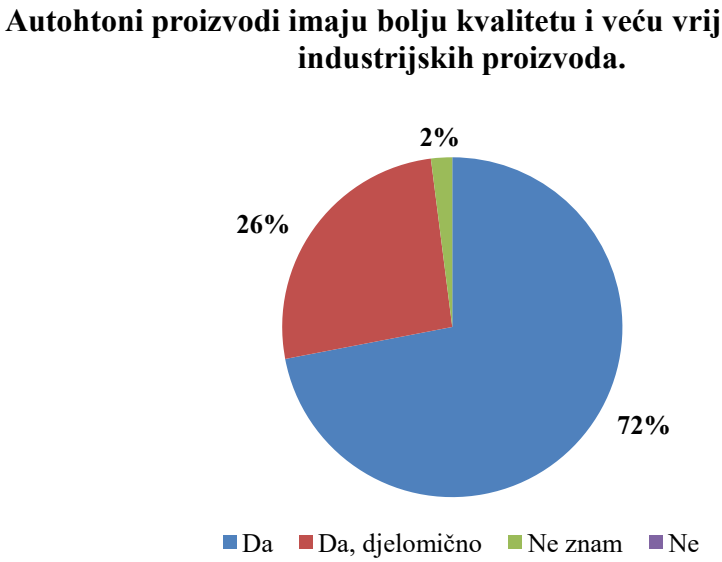
Gotovo svi ispitanici se slažu s tvrdnjom i prepoznaju značaj ovakvih proizvoda za ruralno-regionalni prostor.



Grafikon 6. Važnost autohtonih proizvoda za ruralno-regionalni prostor

Izvor: Autor

Također, gotovo svi ispitanici slažu se s tvrdnjom da autohtoni proizvodi imaju bolju kvalitetu i veću vrijednost u odnosu na iste industrijske proizvode.



Grafikon 7. Vrijednost autohtonih proizvoda u odnosu na iste industrijske

Izvor: Autor

Sljedećim pitanjima istraženi su čimbenici i svijest koji utječu na odluku potrošača o kupnji ovakvih proizvoda. Ispitanici su vrednovanjem od 1 (najmanje važno) do 5 (najviše važno) bodovali tvrdnje navedene u sljedećoj tablici.

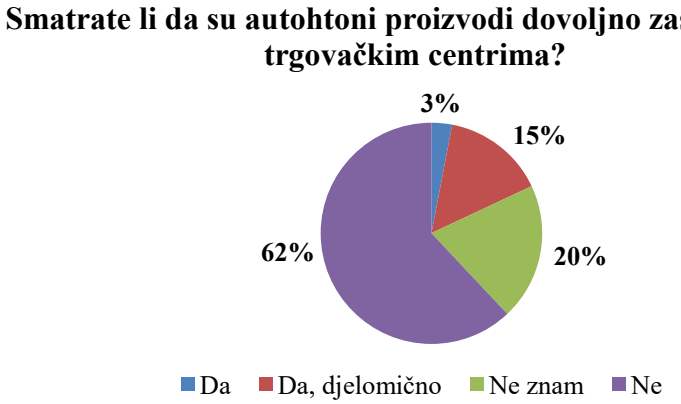
Tablica 4. Čimbenici i svijest ispitanika koji utječu na kupovinu autohtonih proizvoda

TVRDNJA	OCJENA					PROSJEČNA OCJENA
Izbor autohtonog poljoprivredno-prehrambenog proizvoda ovisi o:	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	
	UDJEL, %					
1. Dovoljnoj informiranosti o proizvodu koji se kupuje	1	3	14	41	41	**4,18**
2. Blizini podrijetla proizvoda mjestu stanovanja	19	23	30	19	9	**2,76**
3. Nazivu branda	21	21	40	16	2	**2,57**
4. Odgovarajućoj kvaliteti pri određenoj cijeni	0	1	6	28	65	**4,57**
5. Većoj količini, a manjoj cijeni	9	9	45	25	12	**3,22**
Razlog kupovine autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda:	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	
	UDJEL, %					
1. Pokretanje hrvatske proizvodnje	0	3	11	31	55	**4,38**
2. Očuvanje radnih mjesta	1	5	14	25	55	**4,28**
3. Zaštita tradicije stvarane godinama	1	0	7	31	61	**4,51**
4. Promoviranje tradicionalnih hrvatskih proizvoda	1	1	12	32	54	**4,37**
5. Poticanje razvoja hrvatskog sela	1	1	9	28	61	**4,47**

Izvor: Autor

Iz analiziranog, vidljivo je da su gotovo sve tvrdnje ocjenjene s 3, 4 ili 5 što prikazuje svijest potrošača o važnosti ovakvih proizvoda za ruralni razvoj kao i očuvanje tradicije. Također, vrlo važna je informiranost potrošaču o proizvodu koji kupuje kao i kvaliteta istoga.

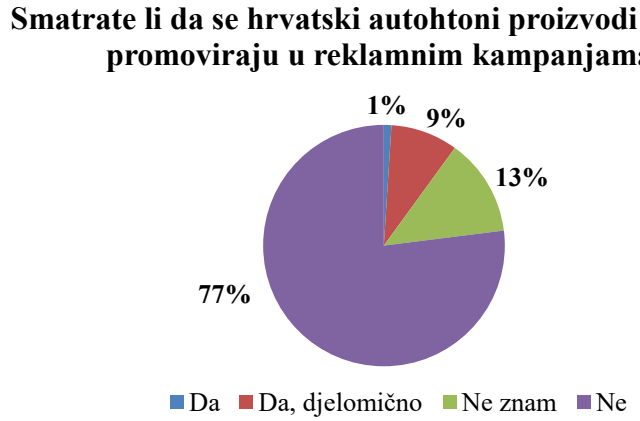
Više od pola ispitanika smatra da ovakvi autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi nisu dovoljno zastupljeni u trgovačkim centrima što je povezano s činjenicom ispitanom u narednim pitanjima vezanim uz mjesto kupnje istih gdje se većina ispitanika izjasnila da bi ovakve proizvode najprije kupili kod samog proizvođača i na tržnici.



Grafikon 8. Zastupljenost autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u trgovačkim centrima

Izvor: Autor

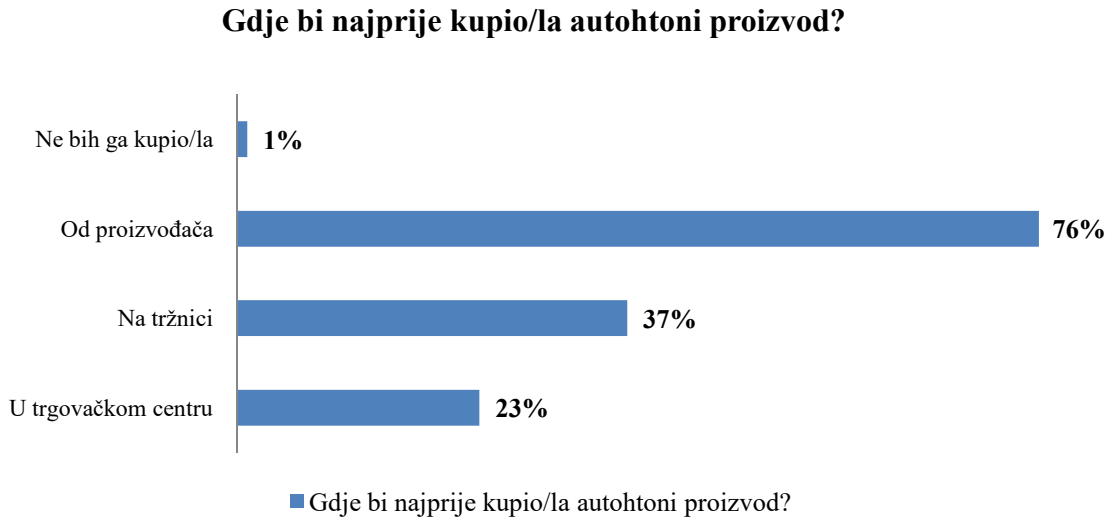
Više od pola ispitanika također smatra da ovakvi proizvodi nisu dovoljno promovirani u reklamnim kampanjama što je povezano s malom količinom takvih proizvoda koji se proizvode, stoga se rješenje vidi u sveukupnoj promociji autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda (na državnoj razni).



Grafikon 9. Promoviranost autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u reklamnim kampanjama

Izvor: Autor

Najveći broj ispitanika tvrdi da bi autohtoni proizvod najprije kupili kod samog proizvođača, zatim na tržnici i trgovačkom centru.



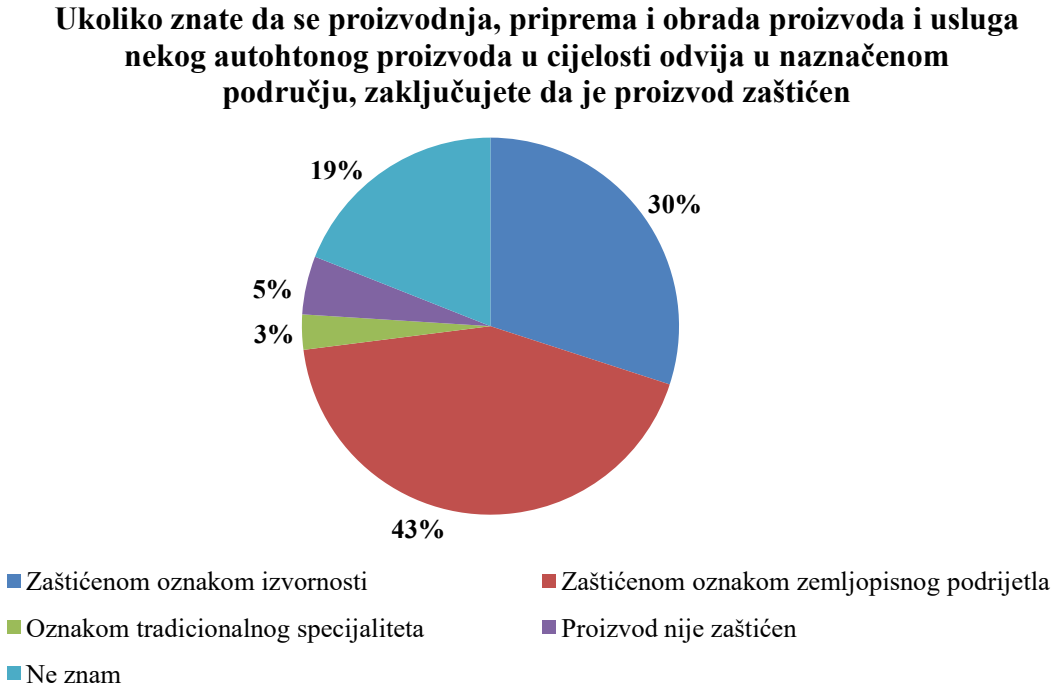
Grafikon 10. Mjesto kupovine autohtonih proizvoda

Izvor: Autor

Trećim dijelom ankete cilj je ispitati prepoznavanje i važnost oznaka kojim su zaštićeni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi. 51% ispitanika tvrdi da ponekad pročitaju oznaku kojom je proizvod zaštićen, 16% ih to čini redovito, 19% to nikada ne čini, a ostatak, 10% ne zna što ona znači ili nisu zainteresirani za oznake, dok svega 4% ispitanika tvrdi da im nije bitna oznaka na proizvodu.

Ispitano je znanje ispitanika i sposobnost prepoznavanja razlike između zaštićene oznake izvornosti i zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla. 32% ispitanika smatra da su to oznake koje se razlikuju, međutim ne znaju koja je razlika, dok 39% ispitanika smatra da su to vrlo slične oznake s ključnom razlikom, 8% ispitanika tvrdi da su to iznake s gotovo istim značenjem, a 12% da su to dvije oznake koje se potpuno razlikuju, dok 9% ispitanika nije zaintesirano za oznake.

Definiciju zaštićene oznake izvornosti točno je prepoznalo svega 30% ispitanika iz čega je vidljiva vrlo loša prepoznatljivost između zaštićene oznake izvornosti i zemljopisnog podrijetla.



Grafikon 11. Razumijevanje definicije zaštićene oznake izvornosti

Izvor: Autor

Ispitanicima je prikazana fotografija oznake zemljopisnog podrijetla na razini EU. 53% ispitanika je prepoznalo o kojoj razini zaštite se radi.

Analiza rezultata pokazala je dosta loše razumijevanje pojma „autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod“ kao i lošu informiranost o istima.

Prilikom anketiranja, najzastupljeniji spol je ženski s 63%. Sukladno tome može se zaključiti da su one spremnije odgovoriti na pitanja ankete iz razloga tog što se najčešće susreću s takvim proizvodima prilikom kupnje bilo na tržnicama, u trgovačkim centrima ili kod samih proizvođača.

Nadalje, najveći broj ispitanika je iz skupine 21-30 godina i to čak 64%. To je skupina ispitanika koja bi trebala biti najviše informatički pismena i zastupljena na društvenim mrežama gdje se ovakav proizvod najčešće promovira, ali analiziranjem ankete utvrđeno je kako je nedostatak promocije jedan od glavnih nedostataka informiranja o autohtonim proizvodima.

S obzirom da je u anketnom ispitivanju sudjelovalo najviše ispitanika sa završenom srednjom školom, razumljivo je loše poznavanje navedenog pojma kao i prepoznavanje

oznaka. Naime, takvo obrazovanje kao i obrazovanje s višom ili visokom stručnom spremom koje nema povezanost s poljoprivrednom djelatnosti, ne daje temelje za poznavanje ovih proizvoda te s obzirom na njihovu važnost, postoji više načina za informiranje stanovništva o istima. Naime, to je moguće kroz ulaganja u promociju i marketing u vidu informiranja potrošača o domaćim autohtonim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, razvitka tržnih marki proizvoda, poticanja i nadzora ovakve tradicijske proizvodnje. Dakle, potrebno je provoditi edukaciju na svim razinama i to ne samo već registriranih ovakvih proizvoda i označenih oznakama zemljopisnog podrijetla tradicije i izvornosti, već i onih potencijalnih proizvoda koji imaju perspektivu prerasti domaći sentiment i značaj lokalnog suvenira i postati gospodarski vrlo interesantan proizvod.

Uz takav smjer razvoja i uz poznavanje i razumijevanje ispitanika kao i shvaćanje važnosti autohtonih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda za razvitak ruralnog područja i očuvanje hrvatske tradicije te uz prepoznavanje kvalitete i razlike s obzirom na iste industrijske proizvode, vidljiv je napredak za jačanjem konkurentnosti takvih proizvoda kao i jačanje i razvitak područja iz kojih oni dolaze. S obzirom da velika većina ispitanika ovakav proizvod najprije želi kupiti od samog proizvođača, potrebno je izgraditi modele koji će poticati organiziranje vlastitih prodajnih mreža, omogućiti proizvođaču predstavljanje svog proizvoda, poticati ga u promociji i približavanju krajnjem kupcu te jačati povezivanje u gospodarskom smislu „Plave i Zelene Hrvatske“. Osim navedenog, potrebno je jačati i hrvatski gastronomski identitet kroz turizam uz tradicionalan način pripreme i pripreme jela s nacionalnim obilježjem. Naime, prepoznatljiva hrana i ostali autohtoni proizvodi, osim što mogu dati jasnu poruku o nacionalnom identitetu, ujedno su i turistička atrakcija određene destinacije, a ne samo da se mogu ponuditi na istom turističkom mjestu na kojem su i nastali, već i drugim značajnim i vrlo posjećivanim turističkim destinacijama u Republici Hrvatskoj.

Takvim načinom doprinijelo bi se daljnjem razvoju autohtonih proizvoda na poljoprivrednim domaćinstvima, pa samim time i povećanju konkurentnosti cjelokupne hrvatske poljoprivrede.

7. ZAKLJUČAK

Europska unija daje veliki značaj proizvodnji autohtonih proizvoda što izravno djeluje na povezanost i poticanje razvoja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kao temeljnih proizvodnih jedinica u poljoprivredi. Zaštitom proizvoda nekom oznakom izvornosti, oznakom zemljopisnog podrijetla ili oznakom zajamčeno tradicionalnog specijaliteta dobiva se vrsta branda u Europskoj uniji što uvelike ostavlja pozitivan utisak na samo gospodarstvo zemlje. Hrvatska štićenjem takvim oznakama daje i turističku ponudu kao i samu promociju regija iz kojih proizvod dolazi. Tako se utječe na daljnji razvoj i poticanje ljudi u tom području na bavljenje proizvodnjom. Uvrštavanjem svojih proizvoda kao autohtonih, Hrvatska se uvrštava na karti najvećih zemalja s tradicijskom proizvodnjom i štiti tradiciju koju su godinama stvarali njeni preci, a nastavljaju ju njezini potomci. To je od izuzetnog značaja za razvoj hrvatskog ruralnog prostora, kao i cjelokupne poljoprivredne djelatnosti. Usprkos bogatoj tradiciji i brojnim autohtonim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, anketno istraživanje pokazalo je početnu pretpostavku. Naime, pokazalo je nedovoljno znanje i razumijevanje samog pojma „autohtono“, loše razlikovanje takvih proizvoda od „domaćih hrvatskih proizvoda“ kao i slabo prepoznavanje, zainteresiranost i razumijevanje zaštićenih oznaka, tim više što su u anketnom ispitivanju naviše sudjelovale osobe u dobi od 21 do 30 godina od kojih se očekuje vrlo dobra informatička pismenost i zastupljenost na društvenim mrežama, gdje se, prvenstveno zbog nižeg troška oglašavanja, ponajprije ovakvi proizvodi pojavljuju i promoviraju. Kao rješenje, naglasak se stavlja na ulaganje u promociju i marketing u vidu informiranja potrošača o takvim proizvodima, na razvitku tržnih marki proizvoda, poticanja i nadzora ovakve tradicijske proizvodnje, stvaranju hrvatskog gastronomskog identiteta prvenstveno kroz turizam kao i izgradnji modela koji će poticati organiziranje vlastitih prodajnih mreža i povezati u gospodarskom smislu različite dijelove Hrvatske. Ono što je vrlo pozitivno i što nije potvrdilo početnu pretpostavku je prepoznavanje, od strane ispitanika, važnosti koju autohtoni proizvodi imaju, što za razvoj poljoprivrede kao djelatnosti, što za gospodarski razvoj, jačanje ruralnog prostora i obiteljskih gospodarstava te za očuvanje hrvatske tradicije i kulturne baštine stvarane godinama. U Hrvatskoj se 14. travnja obilježava Dan zaštićenih hrvatskih autohtonih proizvoda. Hrvatska treba i dalje raditi na proširenju asortimana ovakvih proizvoda s obzirom da može proizvesti još brojne proizvode koji imaju perspektivu postati gospodarski vrlo interesantni.

8. POPIS LITERATURE

Radovi u zborniku

Deže, J., Ranogajec, Lj., Sudarić, T. (2017.): Development of local communities through the production of regional autochthonous products, Zbornik radova: Interdisciplinary management research XII, Barković D.(ur), Ekonomski fakultet u Osijeku,1149-1164.

Lončarić, R. (2012.): Mjesto tradicijskih proizvoda u sustavima poljoprivredne proizvodnje. U: Tradicijom usprkos krizi – može li se?, Zbornik radova sa II. Znanstveno-stručnog skupa, 2011., Zmaić, K., Grgić, I., Sudarić, T. (ur.), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci. 147-161.

Lončarić, R., Zmaić, K., Sudarić, T. (2013.): Tradicijski poljoprivredno-prehrambeni proizvodi Slavonije i Baranje: Tržišna vrijednost i ruralni prostor. U: Tradicijom usprkos krizi – može li se?, Zbornik radova sa III. Znanstveno-stručnog skupa, 2012., Zmaić, K., Lončarić, R., Sudarić, T. (ur.), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci. 73-85.

Malenica, I., Rančić, I., Veštić, S. (2017.): Postupak stjecanja oznaka izvornosti proizvoda i usluga pred državnim zavodom za intelektualno vlasništvo. U: Zbornik radova veleučilišta u Šibeniku, 2017., Zlatović, D. (ur.), Veleučilište u Šibeniku. 7-29.

Sinković, K. (2012.): Zaštita hrvatskih poljoprivredno-prehrambenih autohtonih proizvoda. U: Tradicijom uspkos krizi – može li se?, Zbornik radova sa II. Znanstveno-stručnog skupa, 2011., Zmaić, K., Grgić, I., Sudarić, T. (ur.), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci. 59-75.

Zlatović, D., Goreta, M., Paić, K. (2016.): Usklađenost zaštite oznaka izvornosti u hrvatskom pravu s tendencijama zaštite u Europskoj uniji. U: Zbornik radova veleučilišta u Šibeniku, 2016., Zlatović, D. (ur.), Veleučilište u Šibeniku. 35-62.

Zmaić, K., Horvatin, D. (2012.): Tradicijski proizvodi i ruralni turizam za održivu i konkurentnu poljoprivredu. U: Tradicijom usprkos krizi – može li se?, Zbornik radova sa II. Znanstveno-stručnog skupa, 2011., Zmaić, K., Grgić, I., Sudarić, T. (ur.), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci. 135-146.

Zmaić, K., Jukić, S. (2011.): Tradicijski proizvodi kao činitelj jačanja konkurentnosti ruralnog područja. U: Tradicijom usprkos krizi – može li se?, Zbornik radova sa I. Znanstveno-stručnog skupa, 2010., Zmaić, K., Sudarić, T. (ur.), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci. 87-98.

Knjige, udžbenici, skripte

Oliva, E., Paliaga, M. (2012). Research of influence of autochthonous regional products on regional brandexample of the Istrian region, Ekonomska misao i praksa 21(1), 363-380

Paliaga, M., Oliva, E. (2015.): Regionalni autohtoni proizvodi hrane u funkciji izgradnje marke regije. Marko Paliaga, Rovinj. 149.

Internetske stranice

Članovi Udruge dalmatinski pršut, Kos, I., Madir, A., Toić, U.: OZP Dalmatinski pršut-Specifikacija. Travanj 2015. http://www.mps.hr/ (23.02.2017.)

HAH, Hrvatska agencija za hranu. http://www.hah.hr (25.02.2017.)

HPA, Hrvatska poljoprivredna agencija. http://www.hpa.hr (22.02.2017.)

Ministarstvo poljoprivrede. http://www.mps.hr (25.02.2017.)

Ministarstvo poljoprivrede: Registracija i zaštita naziva hrvatskih autohtonih proizvoda, mini vodič za poslovnu zajednicu. http://www.mps.hr (02.03.2017.)

Ministarstvo poljoprivrede u suradnji s GIZ – Njemačkim društvom za međunarodnu suradnju: Vodič za registraciju oznaka izvornosti i oznaka zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u Republici Hrvatskoj. Veljača, 2012. http://www.mps.hr (14.03.2017.)

Pravilnik o izgledu i načinu korištenja znaka oznake izvornosti, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 23/10). http://narodne-novine.nn.hr (02.03.2017.)

Pravilnik o oznakama izvornosti i oznakama zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 88/09, 53/10). http://narodne-novine.nn.hr (02.03.2017.)

Pravilnik o oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 82/09, 53/10). http://narodne-novine.nn.hr/ (02.03.2017.)

Udruga uzgajivača crne slavonske svinje Slavonije, Baranje i Zapadnog Srijema „Fajferica“.http://www.fajferica.hr (25.02.2017.)

Udruga uzgajivača paške ovce „Rogujica“: Paška janjetina, oznaka izvornosti, specifikacija proizvoda. Prosinac 2015. http://www.mps.hr (13.06.2017.)

Uredba Europskog Parlamenta i Vijeća (EU) br. 1151/2012. http://www.mps.hr (02.03.2017.)

Vincek, D., Ozimec, R., Bogović, M., Stipetić, J., Pozder, I., članovi Udruge proizvođača povrća i voća „Zeljari“ Općine Vidovec: OI Varaždinsko zelje- Specifikacija. Prosinac 2014. http://www.mps.hr (23.02.2017.)

Zakon o zaštićenim oznakama izvornosti, oznakama zemljopisnog podrijetla i oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN br. 84/08, 75/09, 20/10). http://narodne-novine.nn.hr (14.03.2017.)