



Poslednjih godina sve se više priča o poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima sa zaštitom oznake geografskog porekla, odnosno ime porekla i geografska oznaka. Na ovaj način se obeležavaju tradicionalni proizvodi karakteristični za jednu zemlju. Srbija ima ogroman potencijal za takvu proizvodnju, samo je potrebno tim i takvim proizvodima obezbediti ekskluzivnost.

Rukovodilac grupe za kvalitet hrane pri Ministarstvu poljoprivrede i zaštite životne sredine, gospodin Branislav Rakećić, kaže je podrška Ministarstva, kada su u pitanju proizvođači poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda sa oznakom geografskog porekla, jedan od strateških ciljeva politike kvaliteta i da je to jednako prepoznato i u Strategiji razvoja poljoprivrede i ruralnog razvoja. Konkretno se to odražava kroz mere podrške kojima su izdvojeni upravo oni proizvođači koji imaju proizvod sa oznakom geografskog porekla i pored onih mera koje imaju ostali poljoprivredni proizvođači imaju još dodatne benefite (vezane za kontrolne markice kojima obeležavaju svoj proizvod, refundira se deo troškova za kontrolnu sertifikaciju, pomoć kroz investicije u primarnoj proizvodnji, pri nabavci opreme i repromaterijala, kao i investicije u preradi).

- Nije dovoljno da imamo dobar proizvod već moramo i da ga bolje upakujemo, boje i više promoviramo – istakao je gospodin Rakećić, napominjući da već imamo ambalažu bolju nego prethodnih godina, ali na tome moramo još da radimo, jer i sam izgled proizvoda podiže njegovu cenu, kao i na poštovanju pravilnika o deklarisanju proizvoda i sl.. Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa oznakom geografskog porekla su proizvodi posebnog kvaliteta, ali je pitanje zašto je bitno da proizvođači na taj način zaštite svoj proizvod?

- To je pre svega pitanje kvaliteta i sigurnosti. Ono na čemu moramo raditi je promocija, na protoku informacija od proizvođača do potrošača. Da kada kupac želi nešto da kupi da zna šta kupuje i zašto plaća tu cenu, što znači da mora biti siguran u ono što kupuje. Ministarstvo iz tog razloga insistira na kontrolnim markicama, da proizvodi budu aдекватno deklarirani, da uliju jednu sigurnost, poverenje potrošaču u ono što oni nude.

Ova zaštita je bitna i zbog toga što su ti proizvodi skuplji, od proizvoda iste kategorije. Kiseli kupus iz Futoga je za nekoliko desetina procenata skuplji od kupusa koji se proizvodi u okolini Čačka i svakog drugog kupusa. Fruškogorski lipov med sa oznakom geografskog porekla je skuplji od svih drugih medova.

Imate dve mogućnosti da budete konkurentni: sa cenom i kvalitetom. Na žalost u mnogim našim segmentima poljoprivredne i prehrambene proizvodnje mi ne možemo da budemo konkurentni po količini, po ceni, ali ono po čemu možemo, možemo po kvalitetu. Ono što

karakteriše našu poljoprivredu, to su usitnjena gazdinstva, veliki broj proizvođača koji proizvode male količine, i oni ne mogu da budu konkurentni sa cenom. Sa kvalitetom mogu. I to je za njih jedan od izlaza kako da dođu na tržište. Uvek podvlačim da je bitno da imate izlaz na domaće tržište, da ti proizvodi budu prepoznatljivi u Srbiji. Kada budu prepoznati u zemlji, onda je mnogo jednostavnije da budu prepoznati i van nje, u regionu i šire. Vrlo je teško praviti neku dobru priču u inostranstvu ako ta priča nije ispričana na domaćem tržištu – objasnio je gospodin Rakić.

On je takođe rekao da je u Zavodu za intelektualnu svojinu zavedeno više zaštićenih proizvoda i kada kažemo da imamo 36 poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda koji su zaštićeni mislimo samo na ono što može biti predmet zaštite na nivou Evropske unije.

- Nama je jako bitno da naši proizvodi budu zaštićeni na nivou EU. Čini mi se da ćemo prvo krenuti sa zaštitom Ariljske maline i Futoškog kupusa, da to bude put i za ostale proizvode koji će krenuti tim putem. Zaštita na nivou EU te proizvode će staviti u konkurentsku poziciju, među 1.300 proizvoda zaštićenih na taj način.

Oznake geografskog porekla su ime porekla i geografska oznaka.