

ARGO-PREHRAMBENE ŠEME KVALITETA  
NA NIVOU EU I POTENCIJALNE KORISTI  
ZAŠTITE SRPSKIH PROIZVODA  
U KONTEKSTU PREGOVORA SA EU





---

AGRO-PREHRAMBENE ŠEME KVALITETA  
NA NIVOU EU I POTENCIJALNE KORISTI  
ZAŠTITE SRPSKIH PROIZVODA  
U KONTEKSTU PREGOVORA SA EU

---

**Predlog praktične politike**



CENTAR ZA EVROPSKE POLITIKE

AVGUST 2015.

Ksenija Simović

## Sadržaj:

UVOD .....	3
I. EVROPSKO ZAKONODAVSTVO U OBLASTI ŠEMA KVALITETA PROIZVODA .....	4
II. PRIMERI DOBRE PRAKSE - Studija slučaja o pristupu država članica registraciji tradicionalnih proizvoda.	9
III. SRBIJA I OZNAKE GEOGRAFSKOG POREKLA (OGP) - Trenutna situacija i perspektive u budućnosti .....	16
IV. EKONOMSKI INTERES - Pokretačka snaga registracije poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda .....	21
V. ZAKLJUČAK .....	24
BIBLIOGRAFIJA .....	27

## Lista skraćenica:

<b>AOC</b>	<i>Appellation d'Origine Contrôlée</i>
<b>DOC</b>	<i>Denominazione d'Origine Controllata</i>
<b>EFTA</b>	European Free Trade Association (Evropsko udruženje slobodne trgovine)
<b>EU</b>	Evropska unija
<b>GTS (eng. TSG)</b>	Garantovano tradicionalni specijalitet
<b>IPARD</b>	Instrument for Pre-accession Assistance, Rural Development (Instrument za pretpristupnu pomoć, komponenta Ruralni razvoj)
<b>OGP</b>	Oznaka geografskog porekla
<b>PDO</b>	Zaštićeno ime porekla
<b>SGRS</b>	Službeni glasnik Republike Srbije
<b>SGSCG</b>	Službeni glasnik Srbije i Crne Gore
<b>TRIPS</b>	Sporazum o trgovinskim aspektima prava intelektualne svojine
<b>ZGO (eng. PGI)</b>	Zaštićena geografska oznaka
<b>ZOP</b>	Zaštićena oznaka porekla

## Lista ilustracija:

Slika 1: Zvanične oznake za PDO, PGI i TSG;	3
Slika 2: Proces registracije zaštićenih proizvoda	8
Slika 3: Onlajn platforma DOOR; Printscreens	8
Slika 4: Toskanska pršuta	9
Slika 5: Sir Parmigiano Reggiano	10
Slika 6: Sir mocarela od bivoljeg mleka	11
Slika 7: Ardeche kestenje	12
Slika 8: Roquefort Soci��t��	13
Slika 9: Bouchot dagnje	13
Slika 10: Label Rouge	14
Slika 11: Kontrolne markice: Kontrolisano ime porekla i Kontrolisana geografska oznaka	18

## Lista grafikona:

Grafikon 1: Broj registrovanih proizvoda po kategoriji, na nivou EU	23
Grafikon 2: Broj registrovanih proizvoda u okviru ZOP, ZGO, GTS šema na nivou EU	23

## UVOD

Osnovni cilj ovog predloga praktične politike jeste da ispita različite aspekte šema kvaliteta poljoprivredno-prehrambene industrije na nivou Evropske unije, koje su razvijene za proizvode sa specifičnim karakteristikama kao rezultat posebnog porekla, specifičnih sastojaka ili načina uzgajanja i proizvodnje. Svrha studije je da dubinski analizira različite aspekte ove evropske politike i da prepozna potencijalne koristi koje bi od njene primene imali srpski proizvođači poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Stoga, posebna pažnja će biti usmerena na procenu stanja u ovoj oblasti u Srbiji, kao i na mogućnosti koje su sada dostupnije usled napretka pregovora o pristupanju Srbije Evropskoj uniji. S obzirom na to da, prema brojnim ekonomskim pokazateljima, registrovanje simbola kvaliteta kao što su **zaštićeno ime porekla** (eng. PDO), **zaštićena geografska oznaka** (eng. PGI) i **garantovano tradicionalni specijalitet** (eng. TSG) obično dovodi do povećane sposobnosti proizvođača da se nadmeću na tržištu, studija će pokušati da ukaže na mogućnosti i probleme koji kao rezultat registracije regionalnih i tradicionalnih proizvoda mogu nastati u poljoprivredno-prehrambenom proizvodnom sistemu Srbije.<sup>1</sup>

Kako bi se bolje razumele razmere ove politike, neophodno je ukratko prikazati osnovne šeme kvaliteta:

- **Zaštićeno ime porekla (eng. PDO)**

– odnosi se na poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su proizvedeni, obrađeni i pripremljeni u određenoj geografskoj oblasti, upotrebom specifičnog, priznatog znanja.

- **Zaštićena geografska oznaka (eng. PGI)**

– pokriva poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su usko vezani za određeno geografsko područje. Bar jedna od faza proizvodnje, obrade ili pripreme proizvoda mora se odvijati na tom lokalitetu.

- **Garantovano tradicionalni specijalitet (eng. TSG)**

– pokriva poljoprivredne i prehrambene proizvode koji su proizvedeni na tradicionalni način, od tradicionalnih sirovih materijala, ili sadrže tradicionalne sastojke.<sup>2</sup>



Slika 1: Zvanične oznake za PDO, PGI i TSG; izvor: Evropska komisija

Na evropskom nivou primećuje se stalni porast broja registrovanih proizvoda, kao i zahteva za registraciju, što potvrđuje da postoji rastući interes potrošača za ovim vrstama proizvoda, kao i interes proizvođača da koriste

<sup>1</sup> Studija će pokriti samo šeme kvaliteta koje se odnose na prehrambene proizvode, s obzirom da su alkoholna pića, vino i aromatizovano vino pokrivene drugim uredbama, koje neće biti analizirane. To su Uredba EU 1308/2013 za vina, Uredba EU 110/2008 za alkoholna pića i Uredba EU 251/2014 za aromatizovana vina.

<sup>2</sup> Izvor: Evropska komisija: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/> (24.04.2014).

registraciju za stvaranje konkurentske prednosti na tržištu. Takođe, kvalitet i ugled proizvoda koje garantuje neka od šema kvaliteta smatraju se velikim razvojnim dostignućem regiona.

Fokus rada će stoga biti na ekonomskim pitanjima proizvodnje i prodaje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda koji su registrovani u okviru neke od šema kvaliteta.

Metodologija istraživanja se zasniva na analizi postojeće akademske literature, proučavanju evropskog zakonodavstva (posebno uredbi u vezi s ovom temom), analizi statističkih podataka, nekoliko studija slučaja, kao i na nekoliko intervjuja s relevantnim akterima, kako iz EU, tako i iz Srbije.

## I. EVROPSKO ZAKONODAVSTVO U OBLASTI ŠEMA KVALITETA PROIZVODA

Evropski potrošači, kao i potrošači u razvijenijim zemljama uopšte, danas više nego ikad pokazuju interesovanje za kvalitet, poreklo i organoleptička svojstva hrane koju kupuju. Rastući interes i protok informacija naveli su potrošače da tragaju za proizvodima sa višim zdravstvenim, dijetetskim i higijenskim standardima. Oni zahtevaju proizvode koji garantuju bolji ukus i viši nivo kvaliteta, što se često povezuje sa specifičnim poreklom ili metodom proizvodnje.

Ovi pojačani zahtevi potrošača doveli su do „zaokreta ka kvalitetu“ u poljoprivredno-prehrambenom sektoru u Evropi, gde dolazi do sve većeg kretanja od industrijskog sveta (sa velikim brojem standardizovanih konvencija o kvalitetu i logikom masovne proizvodnje) ka „domaćoj proizvodnji“ gde su pravila o kvalitetu ugrađena u poverenje i tradiciju, a proizvodi i oblici ekonomskog organizovanja raznovrsni, lokalizovani i ekološki.<sup>3</sup>

Problem sa standardima kvaliteta leži u činjenici da je sâm pojam kvaliteta vrlo težak za definisanje. Vorner (Warner) navodi da se ranije kvalitet određivao na osnovu ukusa, zrelosti, svežine ili arome, što su naglašavali učesnici u procesima proizvodnje, ali se skorašnje nezadovoljstvo potrošača posledicama koje industrija i poljoprivreda imaju na zdravlje, bezbednost, homogenizaciju i okolinu, ispoljava tako što traže zamenu za masovno proizvedene proizvode, koje je međusobno teško razlikovati.<sup>4</sup>

EU je svakako svesna menjajuće percepcije potrošača, čemu je posvetila pažnju u Zelenoj knjizi o kvalitetu poljoprivrednih proizvoda, iz 2008.<sup>5</sup> U knjizi se naglašava da jedan od najvažnijih aspekata kvaliteta proizvoda zacelo čine osobine kvaliteta u poljoprivrednom sektoru, naročito one povezane sa posebnim proizvodnim metodama koje su često rezultat lokalne tradicije i stručnosti.

Čak i pre Zelene knjige, EU je uvela šeme za identifikovanje i zaštitu poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda koji poseduju posebne kvalitete. Ove šeme su danas deo složene evropske politike kvaliteta poljoprivrednih proizvoda.

Prvi evropski propis koji se odnosi na geografsko poreklo i zaštićenu oznaku porekla za poljoprivredne i prehrambene proizvode<sup>6</sup> usvojen je 1992. Propis je preuzeo dosta elemenata iz postojećih nacionalnih sistema zaštite, kao što su francuski AOC (*Appellation d'Origine Contrôlée*) ili italijanski DOC (*Denominazione d'Origine Controllata*).

<sup>3</sup> Dejvid Gudman, „The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda“, *Journal of Rural Studies*, 19(2013), str. 1-7.

<sup>4</sup> Kit Daglas Vorner, „The quality of sustainability: Agro ecological partnerships and the geographic branding of California wine grapes“, *Journal of Rural Studies* 23(2007), str. 142-155.

<sup>5</sup> Evropska komisija, Zelena knjiga o kvalitetu poljoprivrednih proizvoda, 15. oktobar 2008.

<sup>6</sup> Ovaj propis se ne odnosi na pića i vinske proizvode (regulisani su odvojenim propisima).

Kao što je Hjuž (Hughes) objasnio, zakoni koji se odnose na poreklo proizvoda (eng. *appellation laws*) tradicionalno su objašnjavani idejom da je specifična zemlja ključni input za specifični proizvod (fr. *terroir*). Prema njegovim rečima, *terroir* je ideja „esencijalnog nekusa zemlja/kvalitet“: lokalni proizvođači imaju pravo na ekskluzivnu upotrebu imena proizvoda jer niko van tog lokalnog područja ne može napraviti identični proizvod. Naravno, kada je ime geografskog područja upečatljivo i poznato (na primer, Napa, Bordo ili švajcarska čokolada), kontrola upotrebe imena donosi ekonomske koristi lokalnim proizvođačima, bez obzira da li su lokalni proizvodi zaista jedinstveni.<sup>7</sup>

*Terroir*-proizvod je proizvod koji odlikuje specifično geografsko poreklo. On se razvija u dugom periodu kroz interakciju s lokalnom tradicijom, lokalnim okruženjem i stručnošću. Ovi faktori se razmatraju pri prijavi za PDO i PGI.<sup>8</sup>

Tri šeme kvaliteta, povezane s konceptom *terroir*, jesu:

#### a) ZAŠTIĆENA OZNAKA POREKLA (ZOP)

Ova šema se odnosi na proizvode koji su povezani s određenom geografskom oblašću.

Osnovne karakteristike proizvoda sa ZOP su:

- Potiče iz specifičnog mesta, regiona, ili (u posebnim, ali ređim slučajevima) zemlje.
- Kvalitet i osobine proizvoda moraju biti povezani s određenim geografskim okruženjem, odnosno njegovim prirodnim i ljudskim faktorima.

N. B. Skraćenice **ZOP, ZGO i GTS** u studiji se koriste samo u odnosu na šeme kvaliteta na nivou Evropske unije. Srpski Zakon o oznakama geografskog porekla definiše samo dve kategorije oznaka geografskog porekla: a) ime porekla i b) geografsku oznaku, za koje se koristi često jedna skraćenica **OGP**.

To znači da proizvod koji treba da dobije ZOP mora imati dokaz da su njegove karakteristike rezultat pripadanja određenoj oblasti i sposobnosti ljudi iz tog regiona.

Važno je naglasiti da posedovanje samo jedne od navedene dve karakteristike nije dovoljno za dobijanje ZOP, jer je veza između specifičnog znanja i prirodnih uslova terena od suštinskog značaja. Ovo se mora pravilno razumeti jer nepostojanje ove veze isključuje sve one proizvode koji poseduju samo jednu od karakteristika. Dakle, specifičnost spomenute veze je ono što daje dodatnu vrednost proizvodima koji imaju ZOP i što navodi potrošače da među svim proizvodima biraju baš taj, bez obzira na njegovu višu cenu.

Neki od najpoznatijih proizvoda sa ZOP su francuski *Roquefort*, italijanska *Riccota di Buffala Campana*, španska *Jamon de Huelva*, ali i neke vrste voća i povrća, poput čuvenih italijanskih pistača (*Pistachio di Bronte*) ili nemačke šljive (*Stromberger Pflaume*).

#### b) ZAŠTIĆENA GEOGRAFSKA OZNAKA (ZGO)

Ova šema kvaliteta se uobičajeno koristi kao podrška proizvođačima određenih proizvoda koji su povezani sa specifičnom geografskom oblašću.

<sup>7</sup> Džastin Hjuž, „Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications“, *Hastings Law Journal*, Vol. 58, p. 299, 2006; *Cardozo Legal Studies Research Paper No. 168*, 2006, str. 301.

<sup>8</sup> Atle Wehn Hegnes, „Introducing and practicing PDO and PGI in Norway - Turning to protected quality through translations of meaning and transformations of materiality“, *Anthropology of Food*, 2012. (<http://aof.revues.org/7210#entries>)

Osnovne karakteristike proizvoda sa ZGO su sledeće:

- Potiču iz specifičnog mesta, regiona, ili (u posebnim, ali ređim slučajevima) zemlje.
- Kvalitet i osobine proizvoda su suštinski rezultat određenog geografskog porekla.
- Bar jedna od faza proizvodnje mora biti izvedena na određenom geografskom području.

Proizvode sa ZGO obično karakteriše ime koje identifikuje tip proizvoda. Ove specifične karakteristike ili ugled koji je proizvod stekao zahvaljujući određenoj oblasti čine ga posebnim i opravdavaju njegovo ime.

Kako bi proizvod dobio ZGO etiketu, bar jedna od faza proizvodnje se mora izvesti u posebnom geografskom području, ali se dozvoljava da sirovi materijali korišćeni u proizvodnji potiču i iz drugog lokaliteta.

Neki od najpoznatijih proizvoda sa ZGO su irski *Clare Island Salmon*, italijanski *Salame Felino*, nemački *Dormunder Beer*, ali i neke vrste voća i povrća kao što su portugalski *Citrinos do Algavre*, poljski *Jablka tąckie* ili nemački *Franken-Spargel*.

### c) GARANTOVANO TRADICIONALNI SPECIJALITET (GTS)

Iako nije vezana direktno za koncept *terroir*-a, ova šema je vrlo specifična, jer potencijalno može obuhvatiti veliki broj korisnika. Naime, oznaka GTS se može koristiti za proizvode sa posebnim obeležjima proisteklim iz upotrebe tradicionalnih sastojaka ili tradicionalnog načina pripreme.

GTS se može odnositi na (prehrambene) proizvode koji:

- su rezultat proizvodnog procesa koji odgovara tradicionalnom načinu pripreme i obrade tih proizvoda;
- su proizvedeni upotrebom sirovih materijala ili sastojaka koji se tradicionalno koriste u proizvodnji.

Neki od najpoznatijih proizvoda sa oznakom GTS su italijanska *Mozzarella* i *Pizza Napoletana*, španski *Jamón Serrano*, kao i belgijski *Kriek* i holandski *Boerenkaas*.

Konačno, važno je pomenuti postojanje još jedne kategorije proizvoda koji sve više privlače pažnju u okviru evropskih politika kvaliteta, a to su *planinski proizvodi*. Oni su privukli pažnju posebno nakon što su uključeni u Uredbu (EU) 1151/2012 o šemama kvaliteta, koja je postavila temelje novog okvira za razvoj opcione oznake kvaliteta – „planinski proizvod“.<sup>9</sup> Uredba je podstakla debatu o usvajanju druge dobrovoljne oznake kvaliteta – „ostrvski proizvod“ (proizvod ostrvske poljoprivrede).<sup>10</sup>

### Uredba (EU) 1151/2012

*Kvalitet i raznovrsnost proizvodnje u oblastima evropske poljoprivrede, ribolova i vodoprivrede čine jednu od najvažnijih snaga Unije, jer obezbeđuju konkurentsku prednost njenim proizvođačima i daju veliki doprinos njenom kulturnom i gastronomskom nasleđu. Ovo je posledica veština i odlučnosti evropskih farmera i proizvođača koji su održavali tradiciju, ali su vodili računa i o razvoju novih sastojaka i načina proizvodnje.*<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Više informacija o šemi kvaliteta koja se odnosi na planinske proizvode možete naći u sledećoj studiji: Fabien Santini, Fatmir Guri, Sergio Gomez y Paloma - Labelling of agricultural and food products of mountain farming, European Commission, Joint Research Centre, 2013.

<sup>10</sup> Više informacija o šemi kvaliteta koja se odnosi na proizvode ostrvske poljoprivrede možete naći u sledećem izveštaju: Report from the commission to the European parliament and the council on the case for an optional quality term 'product of island farming', 2013.

<sup>11</sup> Uredba (EU) 1151/2012 Evropskog parlamenta i Saveta od 21. novembra 2012. o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode (strana 1), Službeni glasnik EU, 14.12.2012.

Trećeg januara 2013. stupila je na snagu najnovija uredba (Uredba [EU] 1151/2012) o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode. Njen cilj je da pomogne proizvođačima poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda da bolje potrošačima predstave i u njihovoj svesti bolje pozicioniraju svoje proizvode, koji imaju posebne karakteristike i proizvodne osobine. Ona osigurava:

- a) Pravednu konkurenciju za farmere i proizvođače poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda koji poseduju karakteristike i osobine dodate vrednosti;
- b) Dostupnost svih informacija o proizvodima;
- c) Poštovanje prava intelektualne svojine;
- d) Integritet unutrašnjeg tržišta.<sup>12</sup>

Ciljevi ove uredbe se ispunjavaju uređivanjem implementacije prethodno pomenutih šema kvaliteta. Kako je navedeno u Uredbi, šeme kvaliteta doprinose:

- a) karakteristikama dodate vrednosti;
- b) osobinama dodate vrednosti koje su rezultat metoda uzgajanja i proizvodnje, ili mesta njihove proizvodnje ili prodaje.<sup>13</sup>

Uredba (EU) 1151/2012 precizno uređuje i pitanje deklarisanja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Oni podležu pravilima postavljenim u Direktivi 2000/13/EZ o usklađivanju zakona zemalja članica koji se odnose na deklarisanje, prezentaciju i reklamiranje prehrambenih proizvoda.

Od dana primene ove uredbe, kako bi se unapredila zaštita na teritorijama država članica, oznaka porekla i geografski pokazatelji treba da budu registrovani samo na nivou Unije.

Veoma važna je i činjenica da zaštita nije omogućena samo državama članicama. Uredba precizira da zaštita oznake porekla i geografskih oznaka treba da bude jednako dostupna i trećim državama koje ispunjavaju kriterijume i koje uživaju zaštitu u svojoj zemlji.<sup>14</sup>

Šeme kvaliteta ZOP i ZGO su važan deo intelektualne svojine, međunarodne trgovine i poljoprivrednih politika. Zbog toga je Uredba (EU) 1151/2012 pružila posebnu pažnju ovim aspektima. Prava intelektualne svojine su važan ekonomski generator, dok međunarodna trgovina i poljoprivreda imaju velike koristi od registracije ovih proizvoda, s obzirom da stiču dodatnu vrednost i bolju poziciju na tržištu. Takođe, navedena uredba podvlači da je dodatna vrednost ZGO i GTS zasnovana na poverenju potrošača. S obzirom na to da su potrošačke politike veoma važne u EU, Uredba (EU) 1151/2012 se bavi ovim pitanjima tako što osigurava da su deklaracije kvaliteta verodostojne i propraćene efektivnim potvdama i kontrolama. Šeme kvaliteta podležu sistemu nadzora, uz principe postavljene u Uredbi (EK) 882/2004<sup>15</sup> o službenim kontrolama koje se vrše radi utvrđivanja usaglašenosti sa zakonom o hrani i hrani za životinje, kao i s propisima iz oblasti zdravlja i dobrobiti životinja,

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, str. 7

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*, str. 9.

<sup>15</sup> Uredba (EK) 882/2004 Evropskog parlamenta i Saveta od 29. aprila 2004. o službenim kontrolama koje se vrše radi utvrđivanja usaglašenosti sa zakonom o hrani i hrani za životinje, kao i sa propisima iz oblasti zdravlja i dobrobiti životinja, strana 1, Službeni list EU, 28.05.2004.

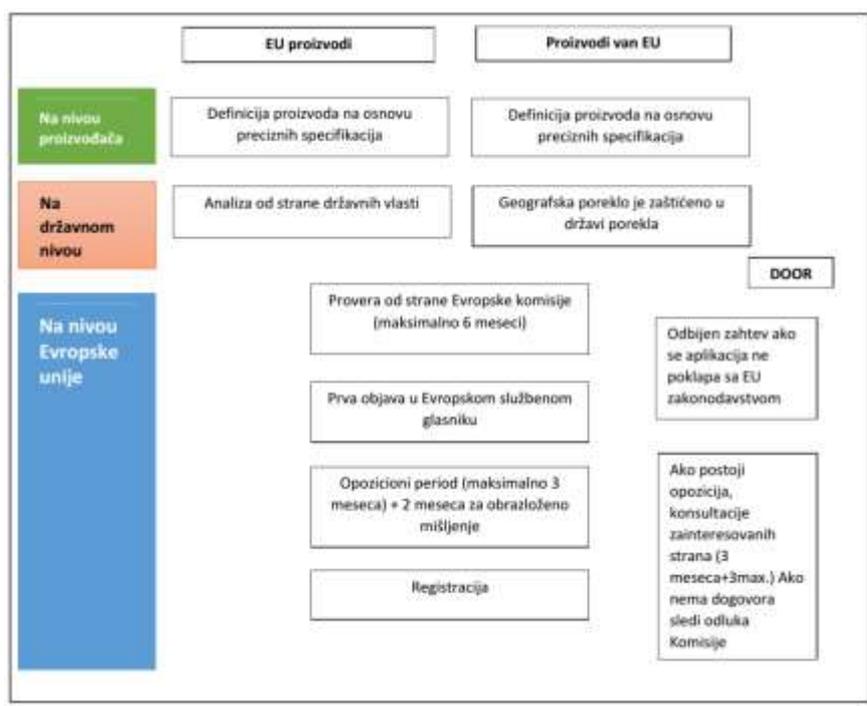
koji zahtevaju sistem provera u svim fazama proizvodnje, obrade i distribucije. Najvažnije odredbe Uredbe (EZ) 882/2004 spomenute su i u Uredbi 1151/2012<sup>16</sup> koja se bavi kontrolom ZOP, ZGO i GTS.

Proces registracije zaštićenih proizvoda uključuje tri osnovna nivoa: nivo proizvodnje/proizvođača, nacionalni nivo i nivo EU. Svi koraci i učesnici objašnjeni su u sledećem organogramu.

Najpre se na nivou proizvođača definišu proizvod i njegove karakteristike, u skladu s jasnim specifikacijama. Te specifikacije moraju da sadrže jasne informacije/dokaze o povezanosti datog proizvoda sa teritorijom, istorijat i tehničke detalje o proizvodnji itd. Kada se to utvrdi, drugi korak predstavlja procena prijave od strane državnih vlasti.

Ovo je korak gde se procedure za evropske i neevropske proizvode razlikuju. Neevropski proizvodi nakon utvrđene definicije moraju proći kroz čitav proces evaluacije proizvoda i registracije na nacionalnom nivou, pre nego što mogu preći na treći nivo – ispitivanje na evropskom nivou, od strane Evropske komisije.

Treći korak traje do šest meseci od dana podnošenja i može imati dva ishoda: ili odbijanje aplikacije zbog pravnih osnova, ili odobrenje koje se zatim objavljuje u Službenom listu EU.

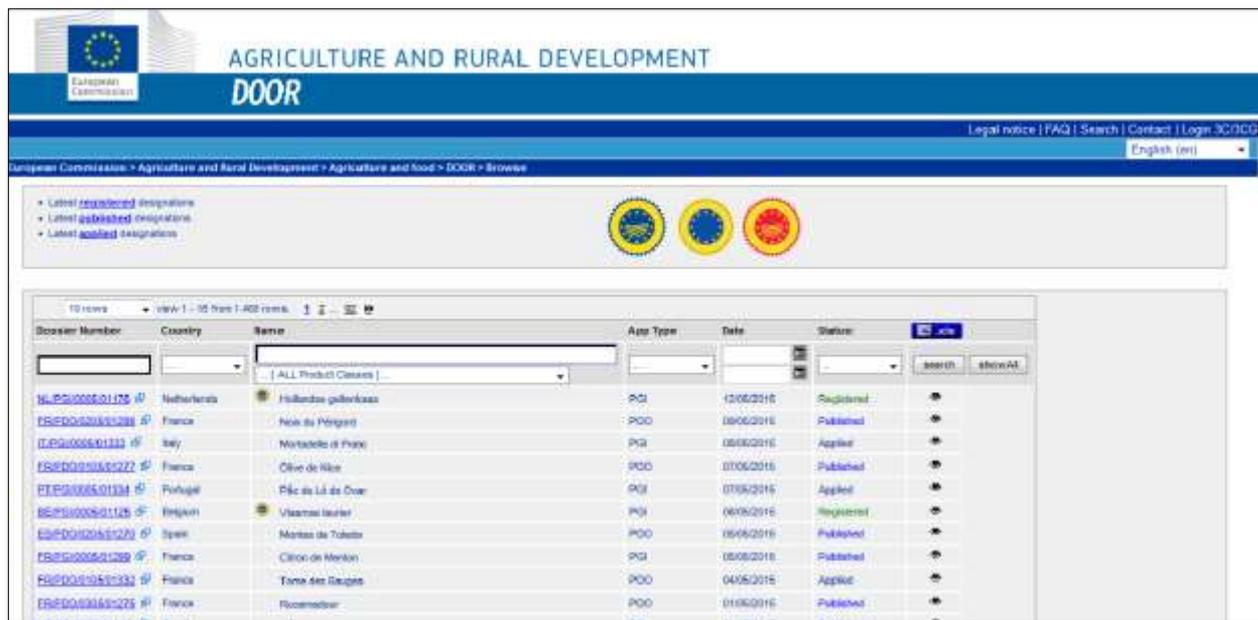


Slika 2: Proces registracije zaštićenih proizvoda. Izvor: Evropska komisija

Ipak, najteža faza na evropskom nivou jeste *period protivljenja*, koji traje do pet meseci (3+2 ako je neophodno) i koji omogućava svima da izraze neslaganje s registracijom proizvoda. Ukoliko su primedbe osnovane, a kompromis se ne može pronaći, zahtev će biti odbijen. S druge strane, ukoliko nema primedbi ili ukoliko su rešene u periodu konsultacija, Komisija nastavlja s procesom registrovanja. Sve faze na nivou EU mogu biti

<sup>16</sup> Uredba (EU) 1151/2012 Evropskog parlamenta i Saveta od 21. novembra 2012. o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode (član 35-40), Službeni list EU, 14.12.2012.

propraćene kroz onlajn platformu DOOR, koja sadrži podatke i dokumenta svih zahteva i registracija na evropskom nivou, u svakoj od zemalja.



Slika 3: Onlajn platforma DOOR; Printscreen

## II. PRIMERI DOBRE PRAKSE - studija slučaja o pristupu država članica registraciji tradicionalnih proizvoda

### 1. STUDIJA SLUČAJA: Italija - *Prosciutto Toscano*, *Parmigiano Reggiano*, *Mozzarella di Bufala* i *Pizza Napoletana*

Na nacionalnom nivou, u Italiji, kvalitet proizvoda se odnosi na kvalitet tradicionalnih proizvoda koji su neizbežno povezani sa zemljom, okruženjem i ljudskim talentom. U ovoj zemlji, zaštita i promocija prehrambenih proizvoda su već godinama predmet ozbiljnih pravnih propisa čiji je cilj ojačanje pozicije pojedinačnih prehrambenih proizvoda sa jedne i celokupnog proizvodnog poljoprivrednog sektora, sa druge strane.

Italija trenutno ima 274 registrovana proizvoda zaštićena na nivou EU, od čega je 49 sireva, 104 vrste različitog voća i povrća, dve paste i mnogi drugi. Region Emilija Romanja ima primat među ostalim italijanskim regionima po broju proizvoda koji već imaju ZOP i ZGO. Ova regija ima ukupno 39 (19 ZOP i 20 ZGO) proizvoda već zaštićenih pod evropskim šemama kvaliteta.

Toskanska pršuta ili *Prosciutto Toscano*<sup>17</sup> samo je jedan od mnogih pozitivnih primera o kojima će biti reči. ZOP u klasi proizvoda od mesa (kuvano, usoljeno, dimljeno) registrovana je 1996. Proizvođači su naglasili: „Priroda, klima i strast proizvođača zajedno stvaraju ukus Toskanske pršute i održavaju ga jedinstvenim. Kako bi se zaštitili jedinstvenost i karakteristični način toskanskog uzgoja svinja i tehnika proizvodnje, osnovan je

<sup>17</sup> Za više o ovom ZOP: <http://www.prosciuttotoscano.com/> (26. 09. 2014)

*Consorzio Prosciutto Toscano* (Udruženje proizvođača Toskanske pršute), koje je u septembru 1997. započelo proizvodnju zaštićenih proizvoda.<sup>18</sup>



Slika 4: Toskanska pršuta

Verovatno najbolji svetski primer ZOP-a je *Parmigiano Reggiano*. Ova vrsta sira je veoma poznata u svetu, pa je stoga više puta pokušavano i njegovo imitiranje, a isto toliko puta su i Udruženje proizvođača i Komisija pokretali sudske sporove zbog zloupotrebe imena i brenda ovog proizvoda.

Osim posebnih organoleptičkih sastojaka i načina proizvodnje koji je tipičan za region Emilia Romanja, tj. *Reggiano* (Parma, Bolonja, Modena itd.), proizvođači su imali veoma napredno razmišljanje. Kao što je naglasilo Udruženje: „Nakon Drugog svetskog rata, kada je poljoprivreda prolazila kroz radikalne promene, proizvođači *Parmigiano Reggiano*-a su osnovali udruženje i postavili pravila kako bi garantovali postojanje posebnih karakteristika mleka i proizvodnog procesa u mlekarama. Najznačajnija odluka bila je ona koja je kodifikovana u prvoj Uredbi o ishrani mlečnih goveda iz 1957, a podrazumevala je da ishrana životinja treba da bude bazirana na lokalnoj prehrani i da bude očuvana tradicionalnim sušenjem (kosidbom), a zabranjena je upotreba fermentisane stočne hrane, kao što je kukuruzna silaža. Šezdesete i sedamdesete su bile godine kada su uspostavljene visokoproduktivne poljoprivredne metode, a proizvodnja kukuruzne silaže je morala da se prilagodi zahtevima visoke proizvodnje po nižim troškovima. Ipak, ovo je izazvalo i probleme u kvalitetu proizvodnje sireva sa dugim zrenjem [u čiju kategoriju spada *Parmigiano*].“<sup>19</sup>



Slika 5: Sir Parmigiano Reggiano

Kao što se može primetiti, proizvođači su na vreme razumeli značaj zaštite autentičnosti i kvaliteta svojih proizvoda, pa su stvorili toliko jako Udruženje za poljoprivredno-prehrambene proizvode i ZOP, da je Evropska unija morala da interveniše kako bi zaštitila interese Nemačke. U sporu protiv Nemačke, Komisija je odlučila

<sup>18</sup> Prosciutto Toscano, <http://www.prosciuttotoscano.com/> (26. 09. 2014)

<sup>19</sup> Parmigiano Reggiano, „Our Strength Points“, [http://www.parmigianoreggiano.com/where/parmigiano\\_reggiano\\_strengths\\_points.aspx](http://www.parmigianoreggiano.com/where/parmigiano_reggiano_strengths_points.aspx) (11.06.2015)

da vrati „slučaj parmezan“ Evropskom sudu pravde, jer je Nemačka odbijala da prihvati zaštićenu oznaku porekla *Parmigiano-Reggiano*, već je koristila prevod „parmezan“. Evropski sud pravde je 26. februara 2008. odlučio da „samo sirevi koji poseduju zaštićenu oznaku porekla mogu biti prodavani pod imenom *parmezan*“. Ovaj slučaj potvrdio je važnost dobrog funkcionisanja i organizovanja Udruženja, koje obuhvata sve odobrene proizvođače mleka. Udruženju je zvanično dodeljen zadatak osiguravanja proizvodnje u skladu sa specifikacijama za ZOP, uz prethodno pomenute zadatke obezbeđivanja pravilne upotrebe zaštitnih znakova i zaštite protiv zloupotreba. Konačno, ono je zaduženo i za promotivne kampanje i povezane aktivnosti.

Još jedan veoma poznat proizvod je *Mozzarella di Bufala* ili sir Mocarela od bivoljeg mleka, registrovana 1996. I ovaj proizvod iza sebe ima dobro organizovano udruženje, osnovano 1981, koje je takođe jedino priznato od strane italijanskog Ministarstva poljoprivrede, hrane i šumarske politike. Udruženje je zaduženo za zaštitu, očuvanje, unapređenje i promociju proizvoda. *Mozzarella di Bufala Campana* predstavlja najvažniji brend sa ZOP-om u srednjoistočnoj Italiji i treći je među najvažnijim italijanskim sirevima sa ZOP-om.



Slika 6: Sir mocarela od bivoljeg mleka

Ipak, ovaj značajni italijanski prehrambeni brend pretrpeo je posledice usled nestabilnosti regiona Kampanija. Tokom testiranja uzoraka bivoljeg mleka 2008. pronađeni su tragovi dioksina. Oni su povezani sa ilegalnim spaljivanjem toksičnog otpada na teritorijama Kaserte i Napulja, koje kontroliše mafijaški klan Kamora (Camorra).<sup>20</sup> Ovo je dovelo do zabrane prodaje, kako unutar Italije, tako i van nje, usled čega je brend izgubio mnogo do tada vernih kupaca. Ipak, Udruženje je pokrenulo pitanje intenzivnijih kontrola i mapiranja zagađenog zemljišta, pa je problem stavljen pod kontrolu. Veoma je važno naglasiti da, na primer, sir *Mozzarella* od običnog kravljeg mleka ne poseduje ZOP, ali je registrovan kao garantovano tradicionalni specijalitet, pa stoga može biti proizvođen širom sveta. Poput mocarele, i napolitanska pica ima GTS. Zaštita ovog proizvoda od imitacija bila je teška bitka za njegove ljubitelje, ali EU je stavila tačku na borbu koja je započela pre više od četvrtine veka. Ova GTS oznaka znači da sve picerije koje teže da ponude original moraju proći kontrolu specijalne komisije, koja proverava način proizvodnje i proizvodne standarde. S druge strane, zaštićeni status omogućava proizvođačima ne samo da promovišu ekskluzivnost proizvoda, već i da naplate premiju. Ova pica je zaštićena i promovisana i od strane Udruženja prave napolitanske pice (it. *Associazione Verace Pizza Napoletana*, AVPN), neprofitne organizacije koja se bavi promocijom tradicionalnih proizvoda napravljenih u skladu sa karakteristikama opisanim u međunarodnim propisima o dobijanju zajedničke oznake brenda „Prava napuljska pica“ (it. *Vera Pizza Napoletana*). Sastojci pice moraju biti paradajz *san marzano* i

<sup>20</sup> The Guardian, „Ultimatum for Italy in Cheese Dioxin Scare“, <http://www.theguardian.com/environment/2008/mar/28/food.italy> (09.06.2015)

sveži bivolji sir mocarela, oba zaštićena evropskim šemama kvaliteta, što je čini proizvodom izuzetnog kvaliteta, značajnim za očuvanje italijanskog nasleđa.

## 2. STUDIJA SLUČAJA: Francuska – *Ardèche, Roquefort, Bouchot i Label rouge*

Mnogi ime Rokfor (Roquefort) povezuju sa sirom, ali malo njih van Francuske zna da sir nosi ime upravo po francuskom gradu i regionu gde se proizvodi. Francuski stručnjaci Berard i Maršenej (Marchenay) objašnjavaju da se za promociju biološkog i kulturnog diverziteta koristi sistem kvaliteta koji podrazumeva dodavanje vrednosti proizvodima suštinski povezanim sa svojom teritorijom (fr. *terroir*) u pogledu i kulture i okruženja, odnosno proizvodima koji su povezani sa tradicionalnim praksama i znanjem (fr. *savoir faire*) i zajedničkim sećanjem.

Kako je prethodno objašnjeno, Francuzi su, uz Italijane, pioniri u zaštiti svojih tradicionalnih proizvoda. Uz veoma dugačku listu zaštićenih vina i drugih alkoholnih pića poput sajdera (cidera), Francuzi imaju zavidnu listu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koji su zaštićeni šemama kvaliteta, kao što je:

**Ardèche kestenje**<sup>21</sup> – uzgajanje kestena je dugo bilo glavna aktivnost u regionu Ardeš koji se nalazi u južnom delu centralne Francuske. Lokalne zajednice su naučile da prepoznaju, izaberu i kaleme niz različitih vrsta kestena, a shvatile su i da organoleptički kvaliteti variraju u zavisnosti od mesta, lokalnih praksi i običaja. Kaže se da se društveni, kulturni i ekonomski život u Ardešu bazira na proizvodnji kestena, pa je ovaj proizvod u bliskoj vezi sa prethodno pominjanim pojmom *terroir*-a. Tradicionalne vrste kestena i metode proizvodnje su ostale verne korenima, čak i kada je uvođenje hibridnih varijanti izgledalo kao bolja opcija. Proizvođači su shvatili da bi to značilo potpunu distorziju tradicionalnog proizvodnog sistema. Zbog toga su odlučili da zaštite svoje proizvode i da im garantuju potrebnu dodatnu vrednost zahtevanjem priznanja oznake porekla, što im je i priznato 2006. za 19 ekskluzivnih lokalnih vrsta kestena, čime je dozvoljeno samo tradicionalno agrošumarstvo kestena u toj oblasti.



Slika 7: Ardeche kestenje

**Sir rokfor** (fr. *Roquefort*)<sup>22</sup> – Sir sličan rokforu spominje se u literaturi davne 79. godine nove ere, kada je Plinije Stariji u antičkom Rimu zapisao da je primetio njegov bogati ukus, a posude za njegovo pravljenje su pronađene među praistorijskim ostacima u regionu. Kroz svoju istoriju, osvajao je palate i izazivao oduševljenje među vladarima i imperatorima. Šarl VI je 1411. njime bio toliko oduševljen, da je stanovnicima Rokfora dao monopolsko pravo na pripremu sira (sazrevanje) u pećinama, kao što su radili već stotinama godina. Za vreme prosvetiteljstva, francuski filozof Didro nazvao je ovaj sir „kraljem sireva“, izjavljujući 1782. da je „Rokfor bez sumnje najbolji sir u Evropi“.<sup>23</sup>

<sup>21</sup> Više o Ardèche kestenju: <http://www.chataigne-ardeche.com/fr/chataigne-aoc/> (30.09.2014)

<sup>22</sup> Više o Roquefort siru: <http://www.roquefort.fr/en/news/discovering/the-cheese/production/> (30.09.2014)

<sup>23</sup> French Entree, „Roquefort cheese from the Aveyron“: <http://www.frenchentree.com/tarn-aveyron-food-drink/DisplayArticle.asp?ID=16885> (30.09.2014)

Ovo je prvi sir na svetu koji je 1925. dobio oznaku *Appellation d'Origine Contrôlée* – AOC, tj. zaštićenu oznaku porekla, na nacionalnom nivou. Okružni sud u Milhauu (Aveyron) naveo je 1961. da, iako bi se sir mogao praviti u mnogim regionima južne Francuske, jedino onaj koji je dostigao zrenje u prirodnim pećinama *Mont Combalou* može biti označen kao originalni rokfor.

Postoji sedam proizvođača ovog sira, a najveći među njima je *Roquefort Société*.



Slika 8: *Roquefort Société*

**Bouchot dagnje**<sup>24</sup> – ovo je prvi francuski proizvod koji je dobio oznaku GTS, 2013. godine, zbog tradicionalnog i specifičnog načina pripreme. Kako bi se dobila oznaka GTS, samo dve vrste dagnji mogu biti uzgajane: ili *Mytilus edulis* ili *Mytilus galloprovincialis*. Ovaj primer je veoma specifičan, jer je veoma teško registrovati ovu vrstu proizvoda u okviru šema kvaliteta u EU, s obzirom na potrebu da se jasno objasni specifičnost tog proizvoda u odnosu na druge iz iste kategorije.

*Bouchot* metod je poseban metod uzgajanja koji je razvio škotski mornar Patrik Volton nasukavši se u uvali *D'Aiguillon* 1235. godine. Metoda podrazumeva „bouchot“, odnosno korišćenje drvene grede koja je fiksirana u pesku na obali, na kojoj se dagnje uzgajaju.



Slika 9: *Bouchot dagnje*

Iz kompanije *Pleine Mer* (Normandija) objašnjavaju da je gajenje dagnji u zalivu Mon Sen Mišel započeto 1954, u selu Vivier-sur-mer. Ova aktivnost se brzo razvila, zahvaljujući dobrim uslovima sredine. Kultura uzgajanja *bouchot* metodom pojavila se na istočnoj obali poluostrva Kotentin u Normandiji, tokom 1956, ali se od 1963. brzo širila i na zapadnoj obali, posebno u oblastima Agon i Pirou.<sup>25</sup> U tih trideset godina posle Drugog svetskog rata, Normandija je postala prvi region u svetu po proizvodnji *bouchot* dagnji. U Francuskoj, ovaj proizvod je bio zaštićen ZOP-om (prethodno pomenuta francuska AOC šema), ali sada ima i evropsku GTS oznaku.

<sup>24</sup> Više o Bouchot dagnjama: <http://www.pleinemer.com/mussel-work.htm> (30.09.2014)

<sup>25</sup> Izvor: <http://www.pleinemer.com/bouchot-en.htm> (30.09.2014)

Pored svega navedenog, možda ne bi bilo loše pomenuti i **Label Rouge**, francusku doborovoljnu šemu kvaliteta i znak koji garantuje da je proizvod rezultat višeg nivoa kvaliteta proizvodnje u odnosu na slične proizvode iz iste kategorije. Prema tome, proizvod mora biti u svakoj svojoj fazi u potpunosti usaglašen sa zahtevanim specifikacijama: „Crvena oznaka potvrđuje da proizvod poseduje set karakteristika koje predstavljaju superiorni nivo kvaliteta u odnosu na proizvode slične sadržine.“<sup>26</sup>



Slika 10: Label Rouge

Dok su Italija i Francuska svakako najčuveniji primeri i svetski lideri po broju zaštićenih proizvoda pod šemama kvaliteta, EU teži da promoviše dobre prakse posebno među novijim zemljama članicama.

Stoga će u nastavku biti predstavljeno nekoliko primera uspešnih proizvoda u novim članicama, s posebnim osvrtom na Sloveniju i Hrvatsku, s obzirom da njihovi proizvodi imaju dosta sličnosti s onima u Srbiji.

### 3. Studija slučaja: Novopridošlice - poljska i slovačka *bryndza* i slovenačka *Kranjska kobasica*

#### a) Poljska i Slovačka

Poljska i Slovačka su tek u poslednjih nekoliko godina počele s implementacijom politika kvaliteta EU. Danas, Poljska ima 36 registrovanih proizvoda unutar tri šeme, dok njen sused Slovačka ima 17.

Ipak, one dele čuveni proizvod, sir *bryndza*, koji se pravi od ovčijeg mleka i proizvodi od 18. veka na prostoru planinskog lanca koji razdvaja Slovačku od Poljske. Kažu da je najbolji sir *bryndza* onaj koji se proizvodi od ovčijeg mleka u leto, s obzirom da se tada životinje drže slobodno na pašnjacima.

Ovaj posebni sir registrovan je u obe navedene države, sa naznakom njihovih imena. Tako da se danas na evropskom tržištu mogu naći slovački sir *Slovenská bryndza*, registrovan na nivou EU kao oznaka geografskog porekla od 16. jula 2008, i poljski sir *Bryndza Podhalańska*, registrovan kao oznaka imena porekla na nivou EU od 11. juna 2007. Ovo je značajan primer, koji prikazuje situaciju u kojoj su dva skoro identična proizvoda zaštićena u različitim zemljama. Slučaj sira *bryndza* pokazuje kako proizvod može da obezbedi korist za sve proizvođače. Poljski sir je registrovan kao oznaka imena porekla, omogućavajući na ovaj način veći nivo zaštite proizvodu i ograničavajući zaštitu za sir proizveden u regionu Podhalanska, dok slovački sir *bryndza* nije ograničen samo na planinsku oblast između Poljske i Slovačke nego može da se proizvodi u celoj Slovačkoj, garantujući tako proizvođačima veću mogućnost za pristup ovoj šemi kvaliteta.

#### b) Slovenija

<sup>26</sup> Ministarstvo poljoprivrede, prehrambene industrije i šumarstva Francuske Republike, „Le label rouge“: <http://agriculture.gouv.fr/le-label-rouge,10506> (01.10.2014)

Još jedan veoma interesantan slučaj među novijim članicama EU je slučaj Slovenije, koja obraća posebnu pažnju na zaštitu tradicionalnih proizvoda. Do sada, Slovenija je zaštitila 14 vina i 22 prehrambenih proizvoda na nivou Evropske unije.

Slovenija je uskomešala evropsku javnost pokretanjem postupka za registraciju nekih svojih proizvoda, posebno vina terana i Kranjske kobasice (slo. *Kranjska klobasa*).

Nakon što je EU u svom Službenom glasniku objavila prikaz slovenačkog zahteva za dobijanje oznake geografskog porekla za Kranjsku kobasicu, usledile su žalbe Austrije, Nemačke i Hrvatske. Dok se Slovenija dogovorila sa Austrijom i Nemačkom oko zaštite Kranjske kobasice, došlo je do ozbiljnih poteškoća u pokušaju nalaženja dogovora s Hrvatskom. Vrlo je poznata i značajna diskusija između slovenačkog i hrvatskog ministra poljoprivrede o registraciji ove kobasice, oko koje su se Hrvatska i Slovenija našle u ozbiljnim razmiricama. Hrvatski zvaničnici podneli su prigovor Evropskoj komisiji po pitanju slovenačke tvrdnje, prenoseći tako na Brisel nadležnost za rešavanje spora. Za njih je ovo pitanje bilo od posebnog značaja, s obzirom na tvrdnju hrvatskog Ministarstva poljoprivrede da je godišnji prihod Hrvatske od proizvodnje kobasica oko 13 miliona evra. Spor je otišao toliko daleko da je postojala opasnost da postane ozbiljna kočnica u pristupanju Hrvatske EU. U stvari, EU je imala obavezu da reši spor pre pristupanja Hrvatske, te je Evropska komisija, na osnovu podnetih dokaza, donela odluku da ekskluzivnu oznaku geografskog porekla za Kranjsku kobasicu dodeli Sloveniji. S druge strane, spor je privukao dosta medijske pažnje i podigao svest o potencijalnim budućim sporovima o ovim pitanjima na prostoru Zapadnog Balkana, s obzirom na činjenicu da zemlje bivše Jugoslavije proizvode mnogo sličnih proizvoda. Takođe, i dalje postoji spor oko vina terana, čija je zaštita od strane slovenačkih vinara ostavila u neverici hrvatske proizvođače vina u Istri, budući da su, tek u trenutku kada su odlučili da zaštite svoj proizvod, otkrili da je Slovenija nekoliko godina ranije uspela da zaštiti oznaku geografskog porekla na nivou EU. Ovaj slučaj pokazuje koliko proizvođači moraju da obraćaju pažnju na zaštitu svojih proizvoda u dogledno vreme, a posebno na zahteve za registraciju proizvoda, koje objavljuje Evropska komisija.

S druge strane, sporovi mogu biti lakše rešeni, kao u slučaju sporazuma između Slovenije i Austrije, koji garantuje odgovarajuću zaštitu za Kranjsku kobasicu na nivou EU. Sporazum u isto vreme štiti proizvođače u Austriji, koji će biti u mogućnosti da nastave sa proizvodnjom kobasica koje sadrže reč *kranjski* (nem. *Krainer*), nastavljajući da koriste tradicionalna imena za vrste kobasica kao što su – *Käsekrainer*, *Schweinskrainer*, *Osterkrainer* i *Bauernkrainer*. Ipak, ovo znači da ime *kranjski* ne može više biti samostalno korišćeno u proizvodnji mesnih proizvoda u Austriji. Takođe, treba istaći da se ova zabrana odnosi i na prevod reči *kranjski* ili *Krainer*. Samo slovenački proizvođači imaju pravo da prevode ime *Kranjska kobasica* na druge jezike, uključujući i *Krainer Wurst* u zemljama nemačkog govornog područja. Tako, na primer, austrijski proizvod *Käsekrainer* ne može biti prodavan u Sloveniji kao *Kranjska kobasica sa sirom*, jer može da zbuni potrošače.

Slučaj Kranjske kobasice je vrlo reprezentativan primer, budući da pokazuje kako u određenim slučajevima proces registracije uopšte nije lak i kako evropske gastronomske tradicije ponekad zahtevaju mnogo medijacije, pre nego što proizvod bude povezan sa određenom zemljom ili regionom. S druge strane, postoje i pozitivni primeri, kao skoro uspostavljena saradnja između Slovenije i Hrvatske, koje trenutno napreduju u zajedničkoj registraciji Istarskog pršuta. Naime, ova zajednička registracija moguća je pre svega jer je postignut dogovor između proizvođača s obe strane.

Pored svega navedenog, Slovenija među svojim proizvodima ima i poznati naziv *Prekmurska gibanica*, kolač koji potiče iz severoistočnog regiona Prekmurje i koji je u procesu pridruživanja listi tradicionalnih jela EU, čiji su recepti i tradicionalni način pripremanja zaštićeni GTS šemom. Pod ovom šemom Evropske komisije takođe su registrovani *Idrijski žlikrofi*, vrsta ravioli iz Idrije (grada u zapadnoj Sloveniji), i *Belokranjska pogača*, vrsta

hleba tipična za jugoistočni region Bele Krajine. Nekoliko drugih slovenačkih namirnica takođe je do sada registrovano, dok nekoliko ostalih čeka na registraciju kod Komisije. Prema dostupnim informacijama iz baze podataka DOOR sa sajta Evropske komisije, postoji 22 registrovanih oznaka geografskog porekla i zaštićenih oznaka porekla, među kojima su oznaka geografskog porekla za maslinovo ulje iz Slovenačke Istre *Ekstra deviško oljčno ulje Slovenske Istre*, oznaka imena porekla *Kraška panceta* i oznaka geografskog porekla *Kraški med*.

Slovenački primer može biti relevantan za Srbiju, s obzirom da pokazuje fokus slovenačkog ministarstva poljoprivrede prema politikama kvaliteta, kao i napore udruženja poljoprivrednika u cilju zaštite svojih proizvoda i dodavanja vrednosti.

Ipak, svi zahtevi za registraciju dostavljeni su tek nakon što se Slovenija pridružila EU. Slično je primećeno i u slučaju Hrvatske, koja je podnela prvi zahtev za registraciju samo 5 dana nakon 1. jula 2013. (dana kada je postala 28. država članica EU). Hrvatska je od tada podnela još 10 zahteva, i za sada (u vreme štampanja ove publikacije) registrovana su samo tri proizvoda – Krčki pršut, Neretvanska mandarina i Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres.<sup>27</sup> Prema rečima šefa Radne grupe za poljoprivredu u procesu pregovora sa EU, gospođe Galo, registracija tradicionalnih proizvoda je trebalo da bude prioritet ranije u procesu, kako bi se hrvatskim proizvodima osigurala dodatna vrednost pre potpunog ulaska Hrvatske na jedinstveno tržište EU.

### III. SRBIJA I OZNAKE GEOGRAFSKOG POREKLA (OGP) - trenutna situacija i perspektive u budućnosti

U Srbiji je registracija proizvoda regulisana Zakonom o oznakama geografskog porekla (SG RS broj 18/2010), koji je usvojen u Skupštini 22. marta, a stupio na snagu 3. aprila 2010. Zakon je zamenio prethodni Zakon o oznakama geografskog porekla (SG SCG broj 20/06).

Kao i u slučaju Uredbe (EU) 1151/2012, odredbe ovog zakona se ne primenjuju na vino i druga alkoholna pića, kao što je rakija. Zaštitni sistem ovih proizvoda uređen je odvojenim zakonima (Zakon o vinu i Zakon o rakiji i drugim alkoholnim pićima). Zakon je primenljiv na svu ostalu robu, kao i usluge.

Srpski zakon o oznakama geografskog porekla definiše dve kategorije oznaka geografskog porekla :

- a) ime porekla i
- b) geografsku oznaku.

Kategorija „garantovani tradicionalni specijalitet“ nije pokrivena srpskim zakonom, te registracija takve vrste oznake nije ni moguća na nacionalnom nivou.

Stručnjaci iz srpskog Zavoda za intelektualnu svojinu ističu da su terminologija i imena porekla preuzeti iz Lisabonskog aranžmana<sup>28</sup> za označavanje porekla i međunarodnu registraciju, odnosno da su oznake geografskog porekla definisane u skladu sa značenjem člana 22 Sporazuma o trgovinskim aspektima prava

<sup>27</sup> Evropska komisija, DOOR, Denomination Information

[http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=HR&filter.category=&filter.type=&filter.status=REGISTERED](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=HR&filter.category=&filter.type=&filter.status=REGISTERED) (11.08.2015)

<sup>28</sup> Lisabonski aranžman o zaštiti oznaka porekla i njihovom međunarodnom registrovanju, 31. oktobar 1958, prerađen u Stokholmu 14. jula 1967. i izmenjen 28. septembra 1979, dostupan na:

[http://www.wipo.int/lisbon/en/legal\\_texts/lisbon\\_agreement.html](http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.html), ovaj Ugovor nije deo EU zakonodavstva i nije priznat na nivou EU, ali jeste potpisan od nekolicine zemalja članica EU.

intelektualne svojine (TRIPS).<sup>29</sup> Zaštita proizvoda, koji su u skladu sa ovim zakonom, takođe je primenjiva unutar sporazumâ EFTA o slobodnoj trgovini.<sup>30</sup>

Član 3 Zakona o oznakama geografskog porekla definiše ime porekla kao „geografski naziv zemlje, regiona, ili lokaliteta, kojim se označava proizvod koji odatle potiče, čiji su kvalitet i posebna svojstva isključivo ili bitno uslovljeni geografskom sredinom, uključujući prirodne i ljudske faktore i čija se proizvodnja, prerada i priprema u celini odvijaju na određenom ograničenom području“.<sup>31</sup>

U skladu sa članom 4 novog zakona,<sup>32</sup> geografsko poreklo se definiše kao „oznaka koja identifikuje određeni proizvod kao proizvod poreklom sa teritorije određene zemlje, regiona ili lokaliteta na toj teritoriji, gde se određeni kvalitet, ugled ili druge karakteristike proizvoda suštinski mogu pripisati njegovom geografskom poreklu i čija se proizvodnja i/ili, prerada i/ili priprema odvijaju na određenom ograničenom području.“<sup>33</sup>

Zakon u članu 72 reguliše neovlašćenu upotrebu imena porekla ili oznaka geografskog porekla od strane bilo kog privrednog subjekta. U skladu sa značenjem članova 56 i 57 ovog zakona, smatraće se prekršajem svaka neovlašćena upotreba imena porekla, odnosno oznake geografskog porekla. Takođe, svaka imitacija oznaka registrovanih proizvoda smatraće se prekršajem, u skladu sa zakonom.

U cilju zaštite oznaka imena porekla, odnosno oznaka geografskog porekla, priznanje ovlašćenih korisnika oznaka mora se ostvariti kod Zavoda za zaštitu intelektualne svojine. Zahtev takođe mora da obuhvati dokaz specifičnih karakteristika proizvoda, u formi specifikacija, koje uključuju opis procesa proizvodnje proizvoda i precizno razlikovanje specifičnih karakteristika i kvaliteta proizvoda, odnosno informacije o stečenoj reputaciji. Stručnjaci iz Zavoda za zaštitu intelektualne svojine preciziraju da svi zahtevi proizvođača za priznanje ovlašćenja na upotrebu oznaka geografskog porekla moraju biti potkrepljeni dokazom aktivnosti i sertifikatom o kontroli proizvoda. Oni takođe naglašavaju da za sve aktivnosti u vezi sa intelektualnom svojinom, u skladu sa zahtevima registracije imena porekla, odnosno geografskog porekla, mora biti pribavljeno mišljenje organa Republike Srbije nadležnih za oblast koja se tiče proizvoda i usluga zaštićenih oznakama imena porekla, odnosno geografskog porekla. U slučaju poljoprivrednih proizvoda i prehrambenih namirnica, nadležni organ je Ministarstvo poljoprivrede i životne sredine.

Kada nadležni organ prizna oznake geografskog porekla, rezultati se objavljuju u Informatoru o radu Zavoda za zaštitu intelektualne svojine. Prema srpskom zakonu, period zaštite registrovanih oznaka geografskog porekla nije ograničen, ali pravo na upotrebu oznake geografskog porekla jeste, i to na period od tri godine od dana upisa u odgovarajući registar pri nadležnom organu. Pravo upotrebe oznake geografskog porekla se može obnavljati neograničeni broj puta podnošenjem novog zahteva, uz propisani iznos i značajan dokaz neizmenjenog kvaliteta proizvoda. Ovde se zakon razlikuje od Uredbe (EU) 1151/2012, jer se u EU ne zahteva obnova dozvole za upotrebu na svake tri godine, s obzirom na česte kontrole kvaliteta u praksi. Isprva se one odvijaju međusobno između proizvođača, obično unutar konzorcijuma proizvođača, ali i od strane tela za nadzor tržišta. S druge strane, u Srbiji, registracija tj. priznanje ovlašćenog korisnika oznaka geografskog porekla može biti poništeno, ukoliko bude utvrđeno da u vreme davanja dozvole zakonski zahtevi za

<sup>29</sup> Sporazum o trgovinskim aspektima prava intelektualne svojine – TRIPS je Aneks 1C Sporazuma iz Marakeša kojim se ustanovljava Svetska trgovinska Organizacija, potpisan u Marakešu, Maroko, 15. aprila 1994.

<sup>30</sup> Aneks VI – Prava intelektualne svojine, Službeni glasnik RS – međunarodni sporazumi broj 6/2010.

<sup>31</sup> Zakon o oznakama geografskog porekla, Službeni glasnik RS, 18/2010.

<sup>32</sup> Zakon o oznakama geografskog porekla, Službeni glasnik RS, 18/2010.

<sup>33</sup> *Ibid.*

registraciju odnosno priznavanje nisu bili ispunjeni. Ipak, odluka o priznanju i ovlašćenom korisniku može biti povučena, ukoliko su uslovi za priznanje prestali da postoje.



Slika 11: Kontrolne markice: Kontrolisano ime porekla i Kontrolisana geografska oznaka

U Srbiji postoji ukupno 52 domaćih oznaka geografskog porekla. Među njima su sledeći poljoprivredni proizvodi i prehrambene namirnice:

1. Goveđa užička pršuta,
2. Svinjska užička pršuta,
3. Užička slanina,
4. Sremski kulen,
5. Sremska domaća kobasica,
6. Sremska salama,
7. Požarevačka kobasica,
8. Rtanjski čaj,
9. Krivovirski kačkavalj,
10. Homoljski ovčiji sir,
11. Homoljski kozji sir,
12. Homoljski kravlji sir,
13. Petrovska klobasa (Petrovačka kobasica),
14. Leskovačko roštilj meso (za pljeskavice i ćevapčiče),
15. Valjevski duvan-čvarci,
16. Svrljiški kačkavalj,
17. Futoški sveži kiseli kupus,
18. Homoljski med,
19. Ariljska malina,
20. Svrljiški belmuž,

21. Staroplaninski kačkavalj,
22. Leskovački domaći ajvar,
23. Fruškogorski lipov med,
24. Kačerski med,
25. Sjenički ovčiji sir,
26. Sjenička jagnjetina,
27. Pirotski kačkavalj od kravljeg mleka,
28. Somborski sir,
29. Ečanski šaran,
30. Zlatarski sir,
31. Lemeški kulen
32. Vršачka šunka<sup>34</sup>

Napomena: Osim gore navedenih proizvoda, postoji i određeni broj proizvoda registrovanih na ime stranih lica, čiji se spisak može naći u Aneksu 1 .

Ostatak registrovanih proizvoda na nacionalnom nivou uključuju piva, vina, vodu, kao i neke tradicionalne proizvode poput poznatih ručno pravljenih pirotskih ćilima. Ipak, Srbija ima samo tri proizvoda<sup>35</sup> zaštićena na međunarodnom nivou, kroz Lisabonski ugovor, dok i dalje nijedan na nivou EU. Kako je prethodno navedeno, pre nego što zemlje izvan EU dobiju pravo da zahtevaju evropske oznake, Evropska komisija mora utvrditi da je zahtev osnovan na adekvatnim pretpostavkama.<sup>36</sup> Dakle, pri registraciji poljoprivrednih proizvoda i namirnica sa oznakama geografskog porekla na nivou EU, srpskim proizvođačima trebalo bi da bude pružen isti nivo zaštite kao i proizvođačima iz EU za njihove oznake geografskog porekla. Za registraciju srpskih proizvoda na nivou EU, usaglašavanje domaćeg zakonodavstva sa zakonodavstvom EU nije preduslov, ali bi sigurno takva usaglašenost olakšala proces. Registracijom svojih proizvoda na nivou EU, srpski proizvodi bi verovatno postali prepoznatljiviji na tržištu EU, što bi dalje dovelo do ostvarivanja jednog od primarnih ciljeva agrarnih politika – podizanje konkurentnosti domaćih proizvoda.

S obzirom na skorašnji napredak u pristupnim pregovorima, Srbija se trenutno nalazi u veoma povoljnom momentu za početak procesa registracije svojih tradicionalnih proizvoda na nivou EU. Npr. geografske oznake i tradicionalni izrazi vezani za geografsko poreklo vina već su uključeni u Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između EU i Srbije, te na osnovu reciprociteta priznati i zaštićeni u EU.

Veoma je važno da Srbija što pre počne sa ovim procesom, da se u budućnosti ne bi susrela sa problemima poput onog sa zaštitom šljivovice. Slučaj šljivovice je isprva bio problematičan, s obzirom da su Česi još 2007.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> Na ovoj listi se ne nalaze vina, alkoholna pica, kao ni rukotvorine, koje su deo domaćih zaštićenih proizvoda.

<sup>35</sup> Homoljski med, vino Bermet i Leskovački domaći ajvar

<sup>36</sup> Kina, Čile, Južnoafrička republika, Kanada, SAD i Australija su neke od mnogih trećih zemalja koje su zaštitile određene svoje proizvode na nivou EU.

<sup>37</sup> International Economic Review: A Step Closer to the EU <http://voiceofserbia.org/content/international-economic-review-step-closer-eu> (30.09.2014)

zaštitili svoju oznaku geografskog porekla rakije od šljive iz Moravije pod nazivom *Slivovice*.<sup>38</sup> Srbija bi, s druge strane, na nivou EU mogla da zaštiti svoju rakiju od šljive pod nazivom *Srpska šljivovica* koja bi, ukoliko bi bila plasirana na odgovarajući način, mogla da ostvari bolju prepoznatljivost među potrošačima, kao u slučaju *Škotskog viskija*.<sup>39</sup> Ipak zakonski okvir koji reguliše alkoholna pića drugačiji je od onog koji reguliše prehrambene proizvode i vina, te uvek treba imati u vidu odgovarajuće propise.<sup>40</sup>

Srbija takođe mora da obrati pažnju na zahteve drugih zemalja za registraciju, pogotovo onih sa Zapadnog Balkana. Srbija ima pravo da se žali na zahteve za zaštitu oznake imena porekla, oznaka geografskog porekla ili kategorije „tradicionalnih proizvoda“ podnete od strane svih država (ne)članica EU, što je olakšano činjenicom da je Srbija potpisala Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju.

Kao što je ranije navedeno, Slovenija predstavlja svetli primer među susednim državama, po dometu zaštite svojih proizvoda na nivou EU, dok druge zemlje u regionu, uključujući Srbiju, nisu uspele da ubede proizvođače tradicionalnih proizvoda i da ih podrže u procesu zaštite na nivou EU.

Prema Lisabonskoj konvenciji, roba zaštićena oznakom geografskog porekla nije predmet tarifnih barijera, nema propisanih kvota za izvoz na tržište EU, a prodaja na stranom i domaćem tržištu je generalno je skuplja nego u slučaju robe koja nema ovaj dodatak.<sup>41</sup>

Gospođa Bošković, zadužena za zaštitu oznaka geografskog porekla u Zavodu za intelektualnu svojinu, kaže da je zaštita korisna kako za proizvođače, tako i za potrošače. Ovi proizvodi, nastavlja ona, po pravilu su vredniji od drugih, kao dopuna specifičnog porekla i organoleptičkih svojstava oni uglavnom poseduju viši kvalitet i potrošači žele da plate više za njih. Ipak, zauzvrat, potrošači očekuju da proizvod poseduje sva svojstva i kvalitete navedene u zaštitnoj tehničkoj dokumentaciji, koja se u slučaju srpskog tržišta nalazi u rukama Ministarstva poljoprivrede i životne sredine, kao kontrolnog organa.

Ipak, prema njenim rečima, problem u Srbiji je što proizvođači nisu dobro organizovani, te ne mogu dobro da opaze potencijalnu korist od registracije i zaštite svojih proizvoda, već samo troškove, koji ih pogađaju. Ona dalje navodi da je veoma teško objasniti srpskim poljoprivrednicima i proizvođačima da moraju da plate za nešto sada, a da možda vide korist u ne tako bliskoj budućnosti. Nedostatak dobro organizovanih udruženja poljoprivrednika i proizvođača svakako je jedan od razloga zbog kojih nema mnogo napretka u zaštiti srpskih proizvoda, te zašto potencijal već registrovanih nije u potpunosti iskorišćen. Gospođa Bošković kaže da je među 52 registrovanih proizvoda samo nekoliko aktivno iskoristilo svoju registraciju, kako bi podiglo sopstvenu vrednost. Takođe, ona ističe da među 49 proizvoda postoje i oni koji nemaju ovlašćenog korisnika, kao npr. Užička šunka. Ovo ipak ne znači da šunka ne može biti prodana, već da ona koja se prodaje verovatno nije original.<sup>42</sup>

<sup>38</sup> Češka je zapravo dobila vrstu derogacije za svoj proizvod koji po sastavu donekle odstupa od kategorije 9 alkoholnih pića u kojima se inače šljivovica nalazi.

<sup>39</sup> Trenutno je u EU oznakom geografskog porekla zaštićeno nekoliko posebnih *šljivovica* koje moraju imati odrednicu pre naziva šljivovica: Bošácka slivovica, Slavonska šljivovica i sl.

<sup>40</sup> Za registraciju ili zaštitu alkoholnih pića pravni okvir je EU Uredba (EZ)110/2008

<sup>41</sup> Susana Pérez-Ferreras, "Community Protection of Geographical Indications: A Full Intellectual Property Protection" prezentacija pripremljena povodom Svetskog simpozijuma o geografskim indikatorima, Svetska organizacija za intelektualnu svojinu  
[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo\\_geo\\_sfo\\_03/wipo\\_geo\\_sfo\\_03\\_4.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_4.pdf) (1.10.2014)

<sup>42</sup> Ako nema registrovanog korisnika, onda nema nikoga ko bise bunio povodom nepoštovanja specifikacije registrovanog proizvoda.

## IV. EKONOMSKI INTERES - Pokretačka snaga registracije poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda

Za proizvođače, integracija u kvalitetne šeme predstavlja priliku da ostvare veću konkurentnost na tržištu, veću specifikaciju proizvoda i bolju interakciju svih članova u lancu proizvodnje.

Postoji set koristi i troškova registracije oznaka geografskog porekla i oznaka tradicionalnih proizvoda. Ekonomski posmatrano, zaštita oznaka imena porekla, oznaka geografskog porekla i oznaka tradicionalnih proizvoda razlikuje se od drugih vrsta zaštite intelektualne svojine. Ovo pre svega zbog toga što u slučaju šeme kvaliteta nije zaštićena inovacija, već geografski prostor, koji doprinosi specifičnosti proizvoda. U suštini, smatra se da je sama inovacija umanjena usled zaštite oznaka geografskog porekla.<sup>43</sup> Međutim, Mošini (Moschini) u svom radu navodi da je glavni kompromis u zaštiti intelektualne svojine uglavnom između odobravanja privremenog monopola na nosiocima patenta kako bi se ohrabrila inovativnost i ograničenja koja ta politika nameće „imitatorima“ koji bi mogli da koriste taj pronalazak, ili inovacija za proizvodnju robe koju bi mogli da prodaju po nižim cenama.<sup>44</sup>

Što se tiče trgovine, od uključivanja OGP u TRIPS sa argumentom da je nastavak zaštite geografskog porekla postao od vitalnog značaja u izvoznim delatnostima, EU je, zajedno sa Švajcarskom i šaćicom drugih zemalja, održala ovo pitanje na dnevnom redu. EU je rano u poljoprivrednim pregovorima insistirala da teme kao što je zaštita geografskog porekla moraju biti uključene kao integralni deo paketa.<sup>45</sup>

Opšti pravobranilac EU Francis Džejkobs (Francis Jacobs) ističe da bi trebalo imati na umu, kao i u slučaju zaštitnih znakova, neopravdano visok nivo zaštite oznaka geografskog porekla i oznake imena porekla, koji bi mogao da ugrozi integraciju nacionalnih tržišta uvođenjem neopravdanih ograničenja na slobodni promet robe.

Dodatna vrednost u slučaju oznaka imena porekla, oznaka geografskog porekla i oznaka tradicionalnih proizvoda predstavlja mesto porekla, kao i resursi regiona: zemljište, sredina, raznolikost vrsta, kultura i ljudski resursi.

Veoma je važno posvetiti se pitanju registracije oznaka geografskog porekla i oznaka imena porekla u smislu korisnosti i troškova. Dok su koristi od registracije vidljive za pojedine proizvode, kao i za razvoj određenih regiona, veoma je važno naglasiti troškove koje registracija i održavanje oznaka imena porekla i oznaka geografskog porekla podrazumevaju. Prevažodno, troškovi razvijanja zaštićenog imena daleko su viši od direktnih troškova podnošenja zahteva za registraciju. Ovi troškovi uključuju i one koji se odnose na primenu pravila, metoda i specifikacija, troškove kontrole, troškove marketinga itd. Tu su takođe vidljivi spoljni faktori, koji više od ostalih određuju uspeh takve strategije. Oni obuhvataju, između ostalog, jaku organizacionu i institucionalnu strukturu, uključujući udruženja proizvođača; funkcionalna jednaka partnerstva; snagu tržišnih partnera – uglavnom firmi, koje mogu da izvrše distribuciju proizvoda i njihovu promociju, odnosno da obezbede efektivnu pravnu zaštitu registrovanih proizvoda. Ukoliko su temeljno upravljani, ovi preduslovi su

<sup>43</sup> Daniele Đovanuči *et al.* „Guide to Geographical Indications: Linking Products and Their Origins“, International Trade Centre 2009.

<sup>44</sup> Đankarlo Mošini, „Intellectual Property Rights and the World Trade Organization: Retrospect and Prospects“, u Đovani Anania, Meri E. Boman, Kolin A. Karter i Aleks F. MekKala (Giovanni Anania, Mary E. Bohman, Colin A. Carter and Alex F. McCalla), *Agricultural Policy Reform and the WTO: Where are we heading?*, Edward Elgar Publishing, 2004.

<sup>45</sup> Tim Džozling „What’s in a Name? The economics, law and politics of Geographical Indications for foods and beverages“, IIS Discussion Paper No. 109, 2005.

suštinski za razvoj strategije određenih specifičnih proizvoda. Imena kvalitetnih proizvoda mogu da donesu mnogo koristi, kako proizvođačima i potrošačima, tako i celom regionu.

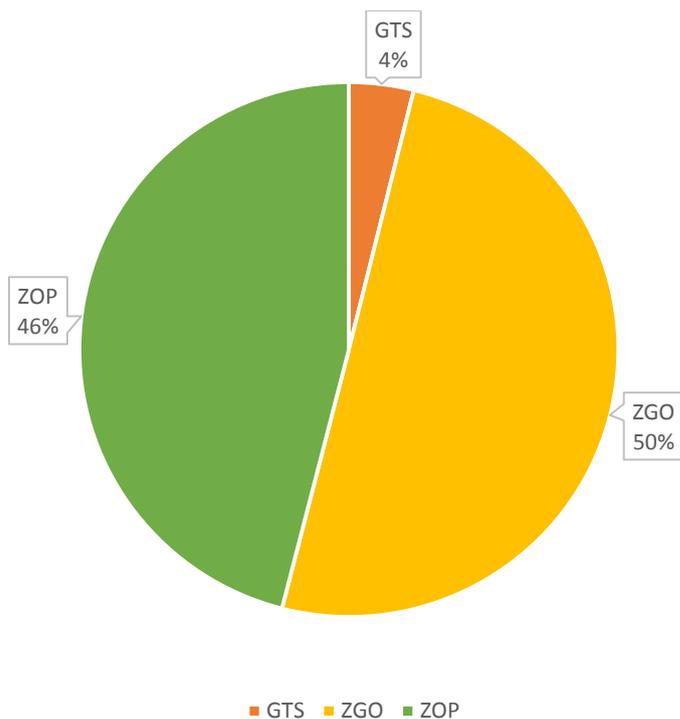
Dok su troškovi registracije i potonjeg održavanja kvaliteta proizvoda viši u odnosu na regularne proizvode, registracija skladna jednoj od šema i korišćenje odgovarajućeg logoa obezbeđuje set značajnih koristi.

Iz analize akademske literature o ovom pitanju<sup>46</sup> možemo da identifikujemo neke ključne koristi od upotrebe šema kvaliteta EU od strane proizvođača:

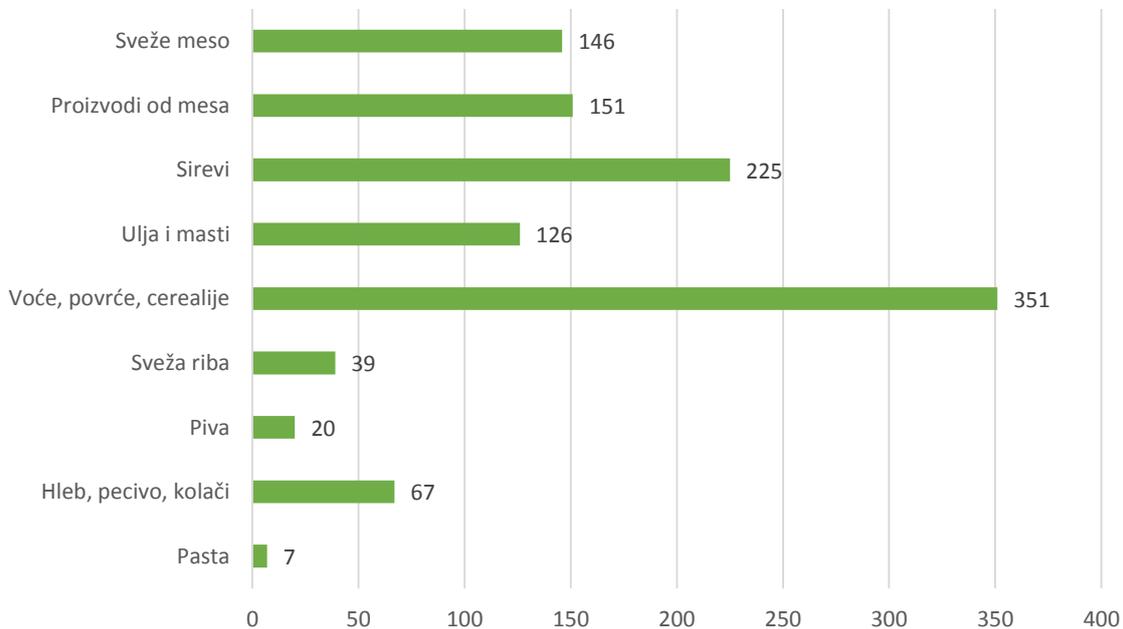
- a) zaštita od nelojalne konkurencije – samo proizvođači koji su usklađeni sa specifikacijama mogu koristiti ime proizvoda,
- b) komandovanje znatnom premijom od cena u odnosu na slične proizvode iste kategorije,
- c) povećanje prodaje kroz međunarodne kanale distribucije,
- d) stabilnost privrednih odnosa i smanjenje nesigurnosti trgovine i finalnih tržišta u odnosu na opseg i/ili cene razmenjenih proizvoda sa oznakama imena porekla i oznakama geografskog porekla,
- e) ostvarivanje korisnosti od kolektivnih promocija proizvoda zahvaljujući prisustvu kolektivne organizacije, zadužene za organizovanje,
- f) zastupanje i promociju prisustva oznaka imena porekla i oznaka geografskog porekla u proizvodnji,
- g) mogućnost upotrebe promotivnih fondova EU za kvalitetne proizvode,
- h) ponuda veće sigurnosti finalnim potrošačima (sledljivost proizvoda i njegovog proizvodnog procesa),
- i) povećana diferencijacija zaštićenih proizvoda na stranim tržištima,
- j) ostvarivanje koristi od dobre reputacije geografskih imena i imena porekla zaštićenih istoimenim oznakama proizvoda.

---

<sup>46</sup> Barjolle and Sylvander 2000, Marescotti 2003, Belletti *et al.* 2007, London Economics 2008, Giovannucci *et al.* 2009, Belletti and Marescotti, The Effects of Protecting Geographical Indications Ways and Means of their Evaluation, Swiss Federal Institute of Intellectual Property, 2011.



Grafikon 2: Broj registrovanih proizvoda u okviru ZOP, ZGO, GTS šema na nivou EU (osim vina i žestokih alkoholnih pića). Izvor: DOOR baza podataka (avgust 2015)



Grafikon 1: Broj registrovanih proizvoda po kategoriji, na nivou EU; Izvor: baza podataka DOOR (avgust 2015)

Studija koju je naručila Komisija o proceni dodate vrednosti registracija ZOP i ZGO pokazala je da dodatna bruto marža za proizvodnju zaštićenih proizvoda izuzetno varira od slučaja do slučaja.<sup>47</sup> Međutim, rezultati tog istraživanja pokazuju takođe da su neke od najviših dodatnih marži za proizvodnju ovih proizvoda povezane s prilično niskim marginama u standardnoj proizvodnji, dok s druge strane odsustvo dodatne marže za proizvodnju zaštićenih proizvoda u nekim slučajevima podrazumeva ipak značajne rezerve kako u toj tako i u standardnoj proizvodnji. U studiji se ipak zaključuje da je teško doći do konkretne procene i da je najvažniji faktor za ostvarivanje boljih cena i zarade u proizvodnji zaštićenih proizvoda „kontekstni faktor“, koji treba da uključuje prisustvo adekvatnog nivoa svesti, poverenja i spremnosti da se dodatno plati za ove proizvode među potrošačima.<sup>48</sup>

Stoga je važno navesti da i potrošači takođe ostvaruju korist putem sistema kvaliteta i logoa, na osnovu garancije da kupuju autentični i visokokvalitetni proizvod, odnosno garancije da su samo dozvoljeni sastojci korišćeni u procesu proizvodnje. Evropski potrošači su u proseku veoma dobro obrazovani u pogledu tradicionalnih proizvoda i značenja šema kvaliteta. Prilikom izbora, čak i ako kvalitetni proizvodi koštaju više, oni ih i dalje biraju, zbog garantovanog nivoa kvaliteta.

Razvoj proizvodnje, domaće prodaje i izvoza kvalitetnih proizvoda takođe može doprineti poljoprivredi i ruralnoj ekonomiji. Ako dodatna vrednost proizvodnje ostane u ruralnim oblastima, cele zajednice mogu izvući korist iz: očuvanja ekonomske aktivnosti; povećanja prilika za zaposlenje; pokretanja ostalih ruralnih aktivnosti poput turizma (sa razvojem turističkog konteksta u smislu gastronomskih tura i tura po domaćinstvima), dodatnog efekta na druge proizvode u regionu, podizanja cene zemljišta, socio-kulturne valorizacije itd.

Za kraj, moramo da istaknemo da EU i dalje naporno radi na razvoju novih šema za dodavanje vrednosti proizvoda iz EU, kao što je opciona šema „planinskog proizvoda“ i „proizvoda ostrvske poljoprivrede“. Upravo šema kvaliteta „planinski proizvod“ može da se ispostavi kao veoma korisna za Srbiju u budućnosti, s obzirom da bi mnogi od trenutno registrovanih i zaštićenih proizvoda u Srbiji mogli lako da usvoje neophodne specifikacije i ostvare tu dodatnu vrednost. Studija EU navodi takođe da su ZOP i ZGO važni u planinskim područjima jer oni predstavljaju efikasne instrumente za zadržavanje dodate vrednosti na lokalnom nivou. Naime, specifičnost prirodnih resursa, u kombinaciji sa visokim nivoom društvenog kapitala i jakih identiteta doprinosi da planinska područja budu posebno pogodna za proizvodnju tipičnih proizvoda sa geografskim poreklom. Takođe, u studiji se navodi da na nivou EU postoji veliki potencijal za dalji razvoj ovog segmenta tržišta u smislu količine. Shodno tome, potencijal daljeg razvoja ovih šema može takođe da doprinose sprečavanju progresivnog napuštanja planinskih sela, što je takođe negativan fenomen u rastu i u Srbiji.

## V. ZAKLJUČAK

Rad unutar tri šeme kvaliteta EU ima za cilj da pomogne poljoprivrednicima i proizvođačima regionalnih i tradicionalnih proizvoda da jedinstvene karakteristike svojih proizvoda predstave kupcima i potrošačima, želeći da pobede u nadmetanju baziranom na kvalitetu. Registrovanje proizvoda u skladu sa ZOP/ZGO/GTS logoima uglavnom dozvoljava proizvođaču da komanduje znatnom premijom cena nad sličnim proizvodima iste kategorije, ali u isto vreme određuje i troškove, koji se odnose na primenu pravila, metoda i specifikacija; troškove kontrole; troškove marketinga itd. U cilju potpunog iskorišćavanja sistema i unapređivanja stabilnosti

<sup>47</sup> Evropska komisija, "Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)", 2012. (20.8.2015)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm)

<sup>48</sup> Areté (Research and Consulting in Economics), „Study on assessing the added value of PDO/PGI products“, Rezime, spoljna studija naručena od strane Evropske komisije, 2013.

i profitabilnosti proizvodnje, proizvođači, pored ispunjavanja određenih preduslova, moraju konstantno da razvijaju sopstvenu proizvodnju i marketinške sposobnosti, u okviru jakih udruženja proizvođača.

U slučaju Srbije, najočigledniji zaključak, nakon prethodno iznetog, jeste potreba za setom podržavajućih mera, koje će služiti kao potpora šemama kvaliteta za specifične poljoprivredne proizvode i namirnice na duže staze. Reforme i razvoj u cilju osiguravanja funkcionalnog sistema sertifikacije i zaštite već odobrenih registracija veoma su važan činilac za obezbeđenje dodatne vrednosti za tradicionalne proizvode kao i ekonomsku korist za njihove proizvođače. U Srbiji, nedostatak upotrebe već zaštićenih oznaka porekla je u suštini posledica nedostatka sistema, koji bi omogućio podsticaje za održavanje registracije, njen marketing i zaštitu. Čak i neki od najprepoznatljivijih brendova, poput Leskovačkog ajvara, ne koristi aktivno sopstvenu registraciju, jer računaju na svoje uobičajene potrošače kao pouzdan izvor prihoda.

Mora doći do zaokreta u pristupu ka ovoj kategoriji proizvoda. Održivost mora biti ključni princip, stavljajući u prvi plan mere koje će omogućiti tržištu da bolje prepozna i pozicionira ovu vrstu proizvoda. Kako bi proizvodnja ovih proizvoda postala održiva tokom vremena, sistem koji će pružati podršku proizvodnji i marketingu, kao i sistem kontrole kvaliteta i primene zakona moraju se uspostaviti u oblasti prava intelektualne svojine i politike kvaliteta u okviru poljoprivredne politike.

U kontekstu harmonizacije sa pravnom tekovinom EU i praksi ove oblasti, Srbija se i dalje nalazi na dugom putu. Reforme u ovom sektoru moraju da počnu od vladinog sektora, sa uvođenjem novina kao što je TSG šema, izmenom postojećih ili usvajanjem novih zakona, stvaranjem odgovarajuće šeme podrške za proizvođače i boljom promocijom tradicionalnih proizvoda na nacionalnom i međunarodnom nivou. Kao što se iz prikazane studije slučaja može videti, potencijal za registraciju, zaštitu i marketing tradicionalnih proizvoda je značajan faktor i iz aspekta regionalnog i ruralnog razvoja.

Srbija, kao „treća zemlja“ i u procesu pristupanja EU, ima mogućnost za registraciju nekih proizvoda pod šemama kvaliteta na nivou EU, i ovaj proces bi svakako mogao doprineti boljoj poziciji srpskih proizvoda. Ipak, to prvo podrazumeva da se srpski zakon harmonizuje sa zakonodavstvom EU, posebno o zaštiti šema, identifikacije potencijalnih podnosioca zahteva, proizvoda (obim EU zakonodavstva ograničen je na prehrambene namirnice) itd. Takođe, esencijalno je da se dalje obuče institucije zadužene za implementaciju (Zavod za zaštitu intelektualne svojine, Ministarstvo poljoprivrede i životne sredine). Pored pravnog okvira, postoji potpuni konsenzus oko činjenice da je glavna poteškoća nedostatak organizovanosti proizvođača kao i njihova loša percepcija značaja registrovanog porekla, standarda itd. Zaista, kako bi bili zaštićeni, relevantni proizvodi moraju da poštuju odgovarajuće karakteristike i specifikacije i stoga proizvođači moraju da nauče da sarađuju kako bi promovisali lokalne proizvode i osigurali pozitivan efekat ovih registracija. Vrlo je važno da sami proizvođači prepoznaju značaj ovih šema kvaliteta i zaštite proizvoda, jer inicijativa za zaštitom treba da potekne od njih, dok država treba samo da obezbedi adekvatne uslove, uključujući pravni okvir, sistem promocije itd. To se vidi na primeru bermeta gde izgleda postoje različiti recepti za isto aromatično vino, što na kraju stvara poteškoće za potrošače da prepoznaju kvalitet konkretnog proizvoda. Takođe, teško je objasniti proizvođačima interes takvih šema, zbog nedostatka kanala između Ministarstva poljoprivrede i proizvođača (ne postoji dovoljno organizacija proizvođača, ispostava ministarstva i „savetodavnih službi“ koje bi pomogle ovaj proces) mimo Privredne komore.

Za kraj, važno je osvrnuti se i na specifičnost Balkana u pogledu registracije proizvoda, jer se neki proizvodi prave u različitim državama bivše Jugoslavije sa veoma sličnim ili identičnim karakteristikama (slučaj bermeta opet), što potencijalno može da dovede do mnogo sporova u kontekstu prava intelektualne svojine i zaštite nekih oznaka (npr. pekmez). Izbor zaštite na nivou Lisabonskog sporazuma, sklopljenog pre otvaranja

pregovora sa EU, takođe može da dovede do određenih problema, jer nije deo EU *acquis*-a. Isti ugovor je skoro obnovljen na konferenciji u Ženevi, pa se očekuju neke promene u smislu priznavanja od strane EU.<sup>49</sup>

Srbija bi, dakle, trebalo mnogo brže da ovo pitanje postavi kao jedan od prioriteta i iskoristi momenat pregovora i dostupnosti sredstava (IPA-IPARD) kako bi što bolje uskladila zakonodavstvo, ojačala kapacitete za njegovu implementaciju (pre svega u smislu jačanja organizacija proizvođača), izbegla ili se bolje pripremila za potencijalne problematične sukobe oko registracije i obezbedila bolju poziciju naših poljoprivrednih proizvoda na Jedinstvenom tržištu EU.

---

<sup>49</sup> Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration: [http://www.wipo.int/lisbon/en/legal\\_texts/lisbon\\_agreement.html](http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.html) (20.8.2015); Catherine Saez, "New Act Protecting Geographical Indications Adopted At WIPO", Intellectual Property Watch, 2015 (20.8.2015) <http://www.ip-watch.org/2015/05/20/breaking-news-new-act-protecting-geographical-indications-adopted-at-wipo-some-denounce-process/>

## BIBLIOGRAFIJA

### KNJIGE I ČLANCI:

Areté (Research and Consulting in Economics) – Study on assessing the added value of PDO/PGI products – Executive Summary, external study commissioned by the European Commission, 2013.

Barjolle i Sylvander 2000, Marescotti 2003, Belletti et al. 2007, London Economics 2008; Giovannucci et al. 2009, Belletti and Marescotti, „The Effects of Protecting Geographical Indications Ways and Means of their Evaluation, Swiss Federal Institute of Intellectual Property“, 2011.

Džozling, Tim (Josling, Tim), „What’s in a Name? The economics, law and politics of Geographical Indications for foods and beverages“, IIS Discussion Paper No. 109, 2005.

Đovanuči, Danijele (Giovannucci, Daniele) *et al.* „Guide to Geographical Indications: Linking Products and Their Origins“, International Trade Centre 2009.

Gudman, Dejvid (Goodman, David), „The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda“, Journal of Rural Studies, 19(2013), 1-7.

Hegnes, Atle Wehn, „Introducing and practicing PDO and PGI in Norway -Turning to protected quality through translations of meaning and transformations of materiality“, Anthropology of Food, 2012  
<http://aof.revues.org/7210#entries>

Hjuz, Džastin (Hughes, Justin), „Champagne, Feta, and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications“, Hastings Law Journal, Vol. 58, p. 299, 2006; Cardozo Legal Studies Research Paper No. 168, 2006.

Mošini, Đankarlo (Moschini, GianCarlo), „Intellectual Property Rights and the World Trade Organization: Retrospect and Prospects“, u Đovani Anania, Meri E. Boman, Kolin A. Karter i Aleks F. MekKala (Giovanni Anania, Mary E. Bohman, Colin A. Carter and Alex F. McCalla), Agricultural Policy Reform and the WTO: Where are we heading?, Edward Elgar Publishing, 2004.

Santini, Fabien, Fatmir Guri, Sergio Gomez y Paloma, „Labelling of agricultural and food products of mountain farming“, European Commission, Joint Research Centre, 2013.

Vorner, Kit Daglas (Warner, Keith Douglass), „The quality of sustainability: Agro ecological partnerships and the geographic branding of California wine grapes“, Journal of Rural Studies 23(2007), 142-155.

### INTERNET IZVORI:

Châtaigne d'Ardèche, <http://www.chataigne-ardeche.com/fr/chataigne-aoc/>

Evropska komisija, Poljoprivreda i ruralni razvoj, „Geografski indikatori i tradicionalni specijaliteti“:  
<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/> (24.10.2014)

Pleine Mer, Buchot Mussel, <http://www.pleinemer.com/bouchot-en.htm> (30.09.2014)

Ministarstvo poljoprivrede, prehrambene industrije i šumarstva Francuske Republike, „Le label rouge“,  
<http://agriculture.gouv.fr/le-label-rouge> (01.10.2014)

French Entree, „Roquefort cheese from the Aveyron“, <http://www.frenchentree.com/tarn-aveyron-food-drink/DisplayArticle.asp?ID=16885> (30.09.2014)

Parmigiano Reggiano, „Our Strength Points“,

[http://www.parmigianoreggiano.com/where/parmigiano\\_reggiano\\_strengths\\_points.aspx](http://www.parmigianoreggiano.com/where/parmigiano_reggiano_strengths_points.aspx) (26.09.2014)

Roquefort cheese, <http://www.roquefort.fr/en/news/discovering/the-cheese/production/> (26.09.2014)

(30.09.2014)

Prosciutto Toscano PDO, <http://www.prosciuttotoscano.com/> (26.09.2014)

## **DOKUMENTA**

Aneks VI – Prava intelektualne svojine, Službeni Glasnik RS – međunarodni sporazumi broj 6/2010.

Evropska komisija, Zelena knjiga o kvalitetu poljoprivrednih proizvoda, 15. oktobar 2008.

Lisabonski aranžman o zaštiti oznaka porekla i njihovom međunarodnom registrovanju, 31. oktobar 1958, prerađen u Stokholmu 14. jula 1967. i izmenjen 28. septembra 1979, dostupan na:

[http://www.wipo.int/lisbon/en/legal\\_texts/lisbon\\_agreement.html](http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.html)

Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the case for an optional quality term ‘product of island farming’, 2013

Uredba (EK) 882/2004 Evropskog parlamenta i Saveta od 29. aprila 2004. o zvaničnim kontrolama koje se vrše radi utvrđivanja usaglašenosti sa zakonom o hrani i hrani za životinje, kao i sa propisima iz oblasti zdravlja i dobrobiti životinja, strana 1, Službeni glasnik EU, 28.05.2004.

Uredba (EU) 1151/2012 Evropskog parlamenta i Saveta od 21. novembra 2012. o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode (strana 1), Službeni glasnik EU, 14.12.2012.

Zakon o oznakama geografskog porekla, Službeni Glasnik RS, 18/2010

**ANEKS 1.**

Oznake geografskog porekla registrovane na ime stranih lica

Reg. br. 1 Dingač - Hrvatska

Reg. br. 2 Postup – Hrvatska

Reg. br. 18 CESKO BUDEJOVICKE PIVO

Reg. br. 19 BUDEJOVICKE PIVO - BUDVAR

Reg. br. 20 BUDEJOVICKE PIVO

Reg. br. 21 BUDEJOVICKY BUDVAR

Reg. br. 22 BUD oglašen ništavnim

Reg. br. 30 Crnogorski krstač

Reg. br. 31 Crnogorski vranac

Reg. br. 32 Crnogorski sovinjon (Crnogorski sauvignon)

Reg. br. 33 Crnogorski kaberne (Crnogorski cabernet)

Reg. br. 34 Crnogorski merlo (Crnogorski merlot)

Reg. br. 35 Crnogorski šardone (Crnogorski chardonnay)

Reg. br. 39 Njeguški pršut

Reg. br. 43 Crnogorska lozova rakija

Izdavač: Centar za evropske politike – CEP

Za izdavača: Nebojša Lazarević

Autor: Ksenija Simović

Recenzent: Zoran Sretić

Lektor: Dragana Bajić

Dizajn: Sara Simović

Beograd, 2015.

ISBN

Ovaj predlog praktične politike ima za cilj da ispita različite aspekte šema kvaliteta agro-prehrambene industrije na nivou Evropske industrije, razvijene za proizvode sa specifičnim karakteristikama, koje su rezultat posebnog porekla, specifičnih sastojaka ili načina uzgajanja i proizvodnje.

Svrha studije je da prouči različite aspekte ove evropske politike i da prepozna potencijalne koristi koje bi njenom primenom imali srpski proizvođači agro-prehrambenih proizvoda. Stoga je posebna pažnja usmerena ka proceni stanja u ovoj oblasti u Srbiji, kao i na mogućnosti koje su sada dostupnije usled napretka pregovora Srbije i Evropske unije.

Beograd, 2015

