

Anna Jasiulewicz

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

OZNACZENIA GEOGRAFICZNE SZANSĄ PROMOCJI PRODUKTÓW REGIONALNYCH I TRADYCYJNYCH

1. Wstęp

W Unii Europejskiej stworzono specjalne przepisy mające na celu promocję żywności wytworzonej w klasyczny sposób, metodami tradycyjnymi z zastosowaniem surowców lokalnych, a więc produkowanej w niepowtarzalny sposób. By mogła ona skutecznie konkurować na rynku z żywnością produkowaną na masową skalę, o przyzwoitym i powtarzalnym, ale niewyszukanym poziomie jakości, konsument, od którego oczekuje się wyboru właśnie takiej żywności i zapłacenia ceny z reguły wyższej, powinien otrzymać gwarancję, że otrzymuje towar oryginalny, niezafałszowany. Musi więc istnieć sposób na weryfikowanie deklaracji producentów co do sposobu i miejsca wytworzenia żywności pretendującej do miana żywności markowej. Identyfikację i wybór poszczególnych wyrobów ułatwiają oznaczenia geograficzne, nazwy pochodzenia oraz świadectwa potwierdzające ich szczególny charakter.

2. Przepisy prawne

Zasady ochrony wartości związanych z pochodzeniem i specyfiką produkcji żywności w Unii Europejskiej określono w Rozporządzeniu Rady nr 2081/92 o ochronie znaków geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i artykułów spożywczych oraz w Rozporządzeniu nr 2082/92 o świadectwach specyficznego charakteru wydawanych dla produktów rolnych i produktów żywnościowych. Kolejne akty prawne to przede wszystkim rozporządzenia Komisji dotyczące wpisu nazw produktów do Rejestru chronionych nazw pochodzenia oraz chronionych oznaczeń geograficznych.

W Polsce kwestie oznaczeń geograficznych reguluje Ustawa o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych z dnia 17 grudnia 2004 r.¹

Zgodnie z wymienionymi aktami prawnymi ochronie podlegają „nazwa pochodzenia” i „znak geograficzny”. Używa się pojęć „ochrona nazwy pochodzenia” (*protection of designation of origin* PDO) i „ochrona znaku geograficznego” (*protection of geographical indication* PGI) oraz „certyfikat specyficznego charakteru” (*certificate of specific character*), na podstawie którego produkt może otrzymać oznaczenie „gwarantowana tradycyjna specjalność” (*traditional speciality guaranteed* TSG).

Ochrona nazw pochodzenia (PDO) dotyczy produktów blisko związanych z obszarem, którego nazwę noszą. Produkt musi spełnić następujące dwa warunki:

- jakość lub cechy charakterystyczne produktu muszą pozostawać w związku ze szczególnym środowiskiem geograficznym, które zawiera właściwe dla niego naturalne i ludzkie czynniki, takie jak klimat, jakość ziemi, oraz lokalne *know how*;
- produkcja i przetwarzanie surowca, do momentu uzyskania produktu finalnego, musi się odbywać na określonym obszarze geograficznym, którego nazwę nosi dany produkt.

Aby uzyskać ochronę oznaczenia geograficznego (PGI), produkt powinien spełniać łącznie następujące warunki:

- musi zostać wyprodukowany na danym obszarze geograficznym; w przeciwieństwie do ochrony nazw pochodzenia wystarczy, że jedna z faz produkcji jest przeprowadzona na tym obszarze geograficznym, a np. surowce używane do produkcji pochodzą z innych obszarów;
- powinien być w związku z obszarem geograficznym, jednakże warunek ten nie musi być spełniony, tak jak w przypadku nazwy pochodzenia; wystarczy, że specyficzna jakość, renoma bądź inne cechy charakterystyczne będą przypisane pochodzeniu geograficznemu danego produktu.

Gwarantowana tradycyjna specjalność (TSG) to oznaczenie przyznawane produktowi ze względu na jego specyficzny charakter, oznaczający cechę lub zespół cech, które w sposób wyraźny odróżniają produkt rolny lub produkt żywnościowy od podobnych mu produktów należących do tej samej kategorii, przy czym sposób prezentacji nie jest traktowany jako cecha odróżniająca.

Procedura otrzymania unijnego oznaczenia jest skomplikowana, ale warta zachodu. Najważniejsze, by zjednoczyła się grupa producentów wyrobu i wspólnie wystąpiła o jego zdobycie oznaczenia, załączając dowody tradycyjnego charakteru produktu – stare receptury, przysłowia, a nawet fragmenty wierszy. Dokumenty te są bardzo dokładnie analizowane i dopiero po pozytywnej opinii odpowiednich organów – najpierw krajowych, a potem unijnych – produkt zostaje uznany za specyficzny dla danego regionu.

¹ DzU z 2005 r. nr 10, poz. 68 – ustawa zastąpiła wcześniej obowiązujące przepisy w zakresie kompetencji rozpatrywania wniosków o rejestrację zawarte w ustawie *Prawo własności przemysłowej* (DzU z 2003 r. nr 119, poz. 117).

W Polsce za prowadzenie systemu rejestracji produktów o określonym pochodzeniu geograficznym i specyficznej, tradycyjnej jakości odpowiada – w rozumieniu przepisów unijnych – Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Do jego zadań należy przekazywanie wniosków o rejestrację oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia (produktów regionalnych) oraz świadectw o szczególnym charakterze (produktów tradycyjnych) do Komisji Europejskiej.

3. Korzyści płynące ze stosowania oznaczeń

System ochrony i promocji wyrobów regionalnych i tradycyjnych jest jednym z najistotniejszych czynników wpływających na zrównoważony rozwój obszarów wiejskich oraz na realizację założeń drugiego filaru wspólnej polityki rolnej. Przyczynia się on do zróżnicowania zatrudnienia na obszarach wiejskich, tworząc na wsi pozarolnicze źródła utrzymania, zwiększa także dochody producentów rolnych. Ma to ogromne znaczenie, w szczególności dla obszarów odległych lub obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania (ONW), gdyż zapobiega wyludnianiu się tych terenów. Za sprawą systemu ochrony i promocji produktów regionalnych i tradycyjnych chroni się także dziedzictwo kulturowe wsi, co w dużym stopniu przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności terenów wiejskich oraz do rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej. Ponadto oznaczenia są instrumentem promocji żywności o wysokiej jakości zarówno w kraju, jak i za granicą.

Z punktu widzenia krajów Unii i ich wielu grup producenckich oraz farmerów tego rodzaju reklama ich produktów jest bardzo pożyteczna. Przepisy mają na celu wprowadzenie w krajach Unii jednolitego sposobu rejestrowania i ochrony znaków produktów wyróżniających się pewną jakością żywnościową, aby – podobnie jak produkty markowe – dobrze się sprzedawały. Nazwa zarejestrowanego produktu jest chroniona i nie może być umieszczona na etykiecie żadnego innego podobnego produktu. Znaki geograficzne PGI, PDO, TSG (rys. 1), umieszczone na etykietach, chronią produkt, zwiększają jego atrakcyjność i stanowią element jego promocji.



Rys. 1. Znaki PDO, PGI i TSG

Źródło: <http://www.defra.gov.uk>.

W latach 1995-1999 zostały przeprowadzone szeroko zakrojone badania wśród konsumentów z Unii Europejskiej, dotyczące wpływu znaków PDO, PGI na decyzje nabywcze konsumentów. Rezultaty badań wypadły następująco²:

- 30% ankietowanych stwierdziło, że pochodzenie produktu (krajowe, regionalne) jest ważnym kryterium w ich decyzjach nabywczych,
- 76% zapewniło, że spożywa żywność produkowaną w sposób tradycyjny,
- 50% słyszało o znakach PDO i PGI, a czterech na dziesięciu kupowało tak oznaczone produkty,
- konsumenci starsi są bardziej skłonni niż konsumenci młodszy nabywać chronione produkty regionalne,
- wysokość dochodów konsumentów ma zdecydowany wpływ na decyzję nabycia regionalnych produktów (im dochód większy, tym większe chęci),
- im większe znaczenie konsumenci przywiązują do miejsca swego pochodzenia i obecności znaków jakości na opakowaniach, tym większa jest z ich strony skłonność do nabywania produktów ze znakami PDO i PGI,
- konsumenci są skłonni płacić średnio 18% więcej za produkty PGI i PDO niż za inne podobne bez tych oznaczeń, gdyż postrzegają je jako „autentyczne” i „reprezentujące wysoką jakość”. Wierzą oni, że wspieranie takich produktów przynosi korzyści dla ludzi i regionu, z którego wyroby pochodzą.

W Unii najwięcej oznaczeń zarejestrowano dla serów (np. we Francji 41, we Włoszech 31, a w Grecji 20). Wiele jest oznaczeń zarejestrowanych w kategorii „produkty mięsne”. Włosi (27 oznaczeń) podkreślają niepowtarzalność „prosciutto” (rodzaj suszonej surowej szynki), niewiele mniej, bo 20 zarejestrowanych produktów w tej kategorii mają Portugalczycy. W kategorii „owoce, warzywa oraz zboża” przodują Włosi. Zarejestrowali oni 39 oznaczeń, wskazując tym samym na niepowtarzalność m.in. pomidorów z regionu Pachino czy cytryn z Costa d'Amalfi. Grecy zastrzeżli 24 oznaczenia w kategorii „oleje i tłuszcze”, w tym oliwa z oliwek. Niemcy zarejestrowali m.in. 12 oznaczeń dla piw oraz 31 dla wód mineralnych. W kategorii „inne produkty pochodzenia zwierzęcego” prym wiodą miody. Wyjątkowo mało zarejestrowanych oznaczeń mają kraje skandynawskie – takie jak Finlandia (1), Szwecja (2), Dania (3)³. Zarejestrowane są też nazwy produktów rolnych – niespożywczych, np.: siano z francuskiego regionu Crau, esencja lawendowa z Prowansji czy szafran z greckiego Kozani.

Regionalne, tradycyjne produkty to doskonała wizytówka regionu i kraju. W związku z tym polscy producenci powinni się starać o rejestrację rodzimych specjalów. W rejestrze Komisji Europejskiej nie znalazł się dotąd, niestety, ani jeden polski produkt. W tej kwestii wyprzedzili nas Czesi, którzy zdążyli już zarejestrować oznaczenia PGI dla 3 piw. Obecnie w Urzędzie Patentowym RP jest zarejestrowanych pięć oznaczeń geograficznych dla serów: Redykołka, Bryndza, Oscypek, Bundz, Żętyca. Wniosek o ich umieszczenie w unijnym rejestrze jest obecnie rozpatrywany. Okazało się jednak, że Słowacy wcześniej poprosili o rejestrację

² Protected food names: latest consumer research, MAFF, February 2000, <http://www.defra.gov.uk>.

³ <http://www.europa.eu.int/> – dane uzyskane na dzień 9.02.2005.

brzydzy i udowodnili, że ten ser jest u nich wytwarzany przynajmniej od XVIII wieku⁴.

Tabela 1. Rozkład zarejestrowanych znaków geograficznych PGI i PDO dla przykładowych rodzajów produktów rolno-spożywczych w wybranych krajach UE

Państwo	Świeże mięso		Produkty mięsne		Ryby, skorupiaki, produkty z nich wytworzone		Sery		Owoce, warzywa, zboża		Produkty piekarskie		Produkty mleczne	
	PGI	PDO	PGI	PDO	PGI	PDO	PGI	PDO	PGI	PDO	PGI	PDO	PGI	PDO
Austria			2					6	1	2				
Francja	47	3	4		2		4	37	13	7	2		1	1
Grecja						1		20	12	10	1			
Hiszpania	7		5	4			1	17	18	7	4			
Niemcy	1	2	8		2			4	2		4			
Portugalia	11	13	19	1		11			6	13				
Wielka Brytania	4	3			2		3	8		1				1
Włochy	2		7	20				31	34	5	2	1		

Źródło: zestawiono na podstawie danych uzyskanych na stronach internetowych <http://www.europa.eu.int/>.

Według Fundacji Fundusz Współpracy – Projekt Rozwoju Produktów Lokalnych Agro-Smak – Polska ma szansę na wprowadzenie do unijnego systemu ochrony 30-40 produktów regionalnych (np. oscypki z Podhala, sękacz z Podlasia, pierniki toruńskie, wodę mineralną z Nałęczowa czy z Muszyny, kielbasę lisecką z Liszek, śliwovicę łącką) (Zientek-Yarga 2004).

4. Podsumowanie

W poszukiwaniu różnorodnych, smakowitych produktów coraz częściej zwraca się uwagę na towary z marką narodową lub lokalną, opatrzone znakiem towarowym, oznaczeniem geograficznym lub dotyczącym pochodzenia. Umożliwia to ich szybkie odróżnienie od towarów produkowanych masowo i daleko od miejsca konsumpcji. Zarejestrowanie oznaczeń PGI, PDO czy TSG dla polskich produktów może stworzyć szansę na ich promocję i podniesienie ich konkurencyjności nie tylko na rynku lokalnym, ale także europejskim.

⁴ Tamże

Literatura

Centkiewicz M., *Regionalne smakołyki. Dajmy im szansę*, „Kropla” 2003, nr 1.

Pietryga T., *Oznaczenia geograficzne. Zachować regionalną tożsamość. Ochrona gastronomicznych skarbów*, „Gazeta Prawna – Aktualności” 2003, nr 184 (1040).

Zientek-Yarga J., *Produkty regionalne – nie tylko oscypek i bundz*, „Boss Rolnictwo” z 1 czerwca 2004 r.

GEOGRAPHICAL INDICATIONS AS A CHANCE OF REGIONAL AND TRADITIONAL PRODUCTS PROMOTION

Summary

The article points at the importance of the protection of designation of origin, protection of geographical indication and traditional speciality guaranteed labels as the instruments that shape the foodstuffs quality, assure their uniqueness and increase their attractiveness.