

**Mariusz Grębowiec, Aleksandra Przygodzińska**

*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*

## **ROLA PRODUKTÓW TRADYCYJNYCH I REGIONALNYCH W BUDOWANIU KONKURENCYJNEJ OFERTY REGIONÓW**

### *THE ROLE OF TRADITIONAL AND REGIONAL PRODUCTS IN BUILDING A COMPETITIVE OFFER OF REGIONAL REGIONAL*

**Słowa kluczowe:** rynek, konsument, produkty tradycyjne i regionalne, promocja, systemy ochrony jakości

*Key words:* market, consumer, regional and traditional products, promotion, quality protection systems

**Abstrakt.** Celem badań było przedstawienie rynku tradycyjnej i regionalnej żywności w Polsce oraz korzyści i perspektyw doskonalenia tej dziedziny w celu długofalowego rozwoju obszarów wiejskich. Wykorzystano źródła wtórne i własne przemyslenia autora. Na podstawie dostępnej literatury, artykułów z pism branżowych oraz informacji zawartych na stronach internetowych scharakteryzowano rynek tradycyjnej i regionalnej żywności w Polsce. Coraz więcej produktów rejestrowanych jest na listach chronionych oznaczeń, jednak wiedza społeczeństwa na temat chronionych produktów wciąż jest na bardzo niskim poziomie

### **Wstęp**

W ciągu ostatnich lat można zaobserwować wzrost zainteresowania żywnością tradycyjną i regionalną. Unia Europejska (UE) prowadzi działania polegające na ochronie nazw oraz miejsc pochodzenia produktu, gwarantując tym samym wysoką jakość tejże żywności. Konsumentom coraz częściej nabywają produkty charakteryzujące się oryginalnością, niepowtarzalnym, tradycyjnym smakiem i aromatem. Specyficzne walory artykułów regionalnych, szczególnie tradycyjnych produktów żywnościowych, decydują o ich autentyczności. Przyczynia się to do większej chęci ich nabywania w porównaniu do masowych produktów. Oprócz walorów sensorycznych, produkty tradycyjne i regionalne przyczyniają się także do utrwalenia lokalnej tożsamości oraz zwiększenia rozpoznawalności regionu, a co za tym idzie – wzrasta zainteresowanie i przyciąganie turystów. Regionalne produkty żywnościowe są szansą na promocję regionu, z którego pochodzą, dlatego też należy dołożyć wszelkich starań, aby były one zauważone na rynku nie tylko krajowym, lecz także i zagranicznym.

Celem badań było przedstawienie rynku tradycyjnej i regionalnej żywności w Polsce oraz korzyści i perspektyw doskonalenia tej dziedziny w celu długofalowego rozwoju obszarów wiejskich.

### **Wspólna polityka rolna a produkty regionalne i tradycyjne**

Współcześnie istotnym celem wspólnej polityki rolnej (WPR) jest prowadzenie takiej polityki rolnej, która będzie bardziej przyjazna środowisku naturalnemu, skuteczniejsza zarówno pod względem ekonomicznym, jak i ekologicznym. Przy tym WPR nieustannie ma na uwadze zapewnienie żywności bezpiecznej, dobrej pod względem jakości i w wystarczającej ilości. Szczególną uwagę do zdrowotnych, jakościowych i smakowych walorów artykułów żywnościowych przykładają wysoko rozwinięte kraje UE, które osiągnęły bardzo wysoki poziom wyżywienia [Wilkin 2005]. Obok funkcji ekonomicznych i produkcyjnych dużą uwagę zwraca się także do ogólnospołecznych funkcji rolnictwa, w tym do sfery kulturowej.

Promuje się model rolnictwa wydajnego, konkurencyjnego, gdzie zaobserwować można dużą rolę średniej wielkości gospodarstw rodzinnych. Gospodarstwa takie dbają nie tylko o jakość i poziom produkcji, ale również o ochronę środowiska naturalnego, zachowanie ładu przestrzennego wsi i pielęgnowanie dziedzictwa kulturowego.

Zasady WPR promujące produkty spożywcze wysokiej jakości zaakceptowane zostały przez wszystkie kraje UE; zarówno przez południowe kraje, jak Francja i Włochy, które istotną uwagę przywiązują do smaku żywności, wspierają model produkcji zdecentralizowanej, opartej często na gospodarstwach rodzinnych, kultywujących tradycyjne metody wytwarzania produktów regionalnych (m.in.: wina, sery, wędliny, oliwy), jak i kraje północnej Europy, w której dominują duże gospodarstwa rolne o wysokim współczynniku mechanizacji oraz zakłady przetwórcze. W tych krajach (Wielka Brytania, Niemcy, Dania, Szwecja) istotną rolę odgrywa produkcja żywności bezpiecznej dla zdrowia [Winawer, Wujec 2010].

Wspólnotowe systemy ochrony produktów tradycyjnych i regionalnych, czyli ochrony oznaczeń geograficznych, nazw pochodzenia i świadectw szczególnego charakteru, powstawały pod silnym naciskiem Włoch i Francji. Państwa te, mimo iż miały już wprowadzoną dużą liczbę oznaczeń, zwłaszcza jeśli chodzi o znakowanie win i serów, jednak starały się uzyskać dodatkową ochronę na poziomie Wspólnoty. Główną przyczyną stały się coraz częstsze przypadki masowej produkcji gorszych jakościowo imitacji ich produktów. Celem włoskich i francuskich producentów żywności było określenie wspólnych reguł używania znaków chroniących produkty tradycyjne i regionalne, Służyć temu miały przede wszystkim dwa wspólnotowe rozporządzenia: rozporządzenie Rady EWG nr 2081/92 oraz rozporządzenie Rady EWG nr 2082/92, ustanawiające trzy rodzaje znaków: chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne oraz gwarantowana tradycyjna specjalność.

Europejski system promoci i ochrony żywności wzorowany był na systemie francuskim, który chronił i promował produkty o znanym pochodzeniu. Dużą rolę w kształtowaniu systemu europejskiego odegrały także włoskie rozwiązania prawne, zwłaszcza krajowa lista produktów tradycyjnych. Przyczyniła się ona do identyfikacji, ochrony i promocji produktów regionalnych i tradycyjnych. Wykorzystywane jest to szczególnie przez nowych (przyjętych po 1 maja 2004 r.) członków UE.

Europejskie systemy certyfikowania i znakowania produktów wysokiej jakości powstały w celu możliwości wyróżnienia unikalnych produktów wysokiej jakości. Wyróżnić tu można europejski system certyfikowania produktów rolnictwa ekologicznego. Dodatkowo unijne prawo pozwala także na tworzenie krajowych systemów jakości, które notyfikowane są przez Komisję Europejską.

Wyjątkowe produkty regionalne mają coraz większe znaczenie jako atrakcja turystyczna i w istotny sposób wpływają na wzrost wydatków turystów w danym regionie. Przyczyniają się nie tylko do zwiększenia dochodów producenta, ale także do wzrostu gospodarczego całego regionu.

### **Europejski system ochrony produktów tradycyjnych i regionalnych**

Europejski system ochrony nazw produktów tradycyjnych i regionalnych został stworzony w odpowiedzi na powstające z coraz większym nasileniem podrobione produkty. Nazwy tychże podrabianych produktów nie tylko wprowadzają konsumenta w błąd, uświadamiając mu, że produkt, który spożywa należy do grupy produktów tradycyjnych. Stanowią także źródło ekonomicznych strat dla producentów prawdziwych wyrobów tradycyjnych. Specyfika wytwarzania, wyjątkowe walory smakowe oraz ograniczony zasięg występowania sprawiają, iż produkty regionalne są zazwyczaj droższe niż żywność wytwarzana na szeroką skalę. Stąd przetwórcy, podrabiając żywność regionalną, odchodzą od oryginalnej receptury, dzięki czemu podrobione produkty mogą być tańsze.

Głównym celem, dla którego UE zdecydowała się wprowadzić system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych, jest możliwość weryfikacji autentyczności i jakości oznaczonej żywności [Duczowska-Piasecka, za Gąsiorowski 2006]. System ten jest szansą dla polskich producentów, aby wyróżnić się i zaistnieć na rynkach państw UE, a tym samym promować tradycje kulinarne poszczególnych regionów Polski [Kamińska 2007].

UE wydała w 2006 r. dwa rozporządzenia regulujące system rejestracji i kontroli produktów regionalnych i tradycyjnych, podkreślające wyjątkowość i specyficzny charakter tychże produktów: Rozporządzenie Rady (WE) nr 509/2006 z 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami oraz Rozporządzenie Rady (WE) nr 510/2006 z 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych. Wprowadzone regulacje mają odmienne cele z punktu widzenia ochrony producentów i obszarów wiejskich oraz z perspektywy ochrony konsumentów. Można wyróżnić następujące cele regulacji, chroniące producentów [Łuczka-Bakuła 2004]:

- jednakowe warunki konkurencji dla producentów stosujących jednakowe oznaczenia,
- zwalczanie nadużycia oznaczania żywności,
- wsparcie i ochrona różnorodności produkcji rolnej,
- dążenie do wzrostu dochodów małych producentów i przetwórców rolnych,
- aktywizacja terenów wiejskich,
- przyczynianie się do ochrony dziedzictwa kulturowego,
- większa wiarygodność produktów przy rosnących wymaganiach klientów,
- gwarancja ochrony przed stosowaniem niewłaściwych praktyk znakowania,
- nowy model polityki ochrony konsumenta, większy dostęp do wiarygodnych informacji.

Świadectwem autentyczności produktów regionalnych i tradycyjnych, a także gwarancją jakości są otrzymane oznaczenia. Od 1992 r. w UE stosowane są trzy sposoby oznaczania tradycyjnych produktów rolnych oraz środków spożywczych [Duczkowska-Piasecka 2003]:

- Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP, *Protected Designation of Origin*);
- Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG, *Protected Geographical Indication*);
- Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS, *Traditional Speciality Guaranteed*).

### Europejska lista zarejestrowanych produktów tradycyjnych i regionalnych

Dotychczas Komisja Europejska zatwierdziła znakiem ChNP oraz ChOG 1101 produktów (stan na koniec 2012 r.), z czego 13 produktów pochodzi spoza Europy: 10 z Chin, po jednym z Kolumbii, Indii i Wietnamu. Produkty podzielono na 23 kategorie i wyodrębniono 3 klasy: produkty rolne przeznaczone do spożycia przez ludzi, środki spożywcze oraz inne produkty (w tym siano, olejki eteryczne, korek, koszenilina, kwiaty i rośliny ozdobne, wełna, wiklina, len międlony).

Jako GTS zarejestrowano 38 produktów, z czego 4 produkty zarejestrowane zostały zarówno w Czechach i na Słowacji. Najwięcej produktów zarejestrowały Włochy (248), następnie Francja (192), Hiszpania (161) i Portugalia (118). Wśród państw UE, które nie należą do dawnej „piętnastki” najwięcej produktów zarejestrowały Polska (36) i Czechy (32). Najmniej odnotowano produktów pochodzących z Bułgarii i Rumunii – tylko po jednym produkcie. Należy nadmienić, że w Europie są też kraje, które do 2012 r. nie mają jeszcze żadnego zarejestrowanego produktu, jak np. Estonia, Łotwa i Malta. Łotwa jednak w listopadzie 2011 r. złożyła jeden wniosek, a drugi został opublikowany.

Komisja Europejska odznaczyła 36 polskich nazw produktów rolnych i środków spożywczych jako ChNP (9), ChOG (18) lub GTS (9). Jako pierwsza oznaczona została w 2007 r. bryndza podhalańska w kategorii ChNP. W ciągu kolejnych dwóch lat zarejestrowano 14 nazw, a w latach 2010-2011 – 17 produktów. W 2012 r. (stan na 16.10.2012 r.) na listę wprowadzono kolejne 4 polskie produkty. Nazwy polskich produktów regionalnych i tradycyjnych zarejestrowane przez KE jako ChNP, ChOG lub GTS w latach 2007-2012 to:

- 2007 r. – bryndza podhalańska;
- 2008 r. – oscypek, miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich, rogal świętomarciński, staropolski miód pitny półtorak, staropolski miód pitny dwójniak, staropolski miód pitny trójniak, staropolski miód pitny czworniak;

Tabela 1. Liczba zarejestrowanych produktów tradycyjnych i regionalnych w podziale na ChNP, ChOG i GTS według krajów (stan na grudzień 2012 r.)  
*Table 1. Number of incorporated traditional product will call and I will call regional in distribution on protected (taken shelter) origin, protected (taken shelter) geographic designation and traditional specialty according (countries on december 2012)*

	Kraj/ Country	ChNP	ChOG	GTS	Razem/ Total
1	Włochy	154	92	2	248
2	Francja	84	108	0	192
3	Hiszpania	87	71	3	161
4	Portugalia	59	59	0	118
5	Grecja	70	27	0	97
6	Niemcy	30	59	0	89
7	Wielka Brytania	19	25	2	46
8	Polska	9	18	9	36
9	Czechy	6	22	4	32
10	Słowenia	5	8	3	16
11	Austria	8	6	0	14
12	Słowacja	0	7	7	14
13	Belgia	3	5	5	13
14	Węgry	6	6	0	12
15	Holandia	5	3	1	9
16	Finlandia	4	1	3	8
17	Szwecja	1	3	2	6
18	Dania	0	5	0	5
19	Irlandia	1	3	0	4
20	Luksemburg	2	2	0	4
21	Cypr	0	2	0	2
22	Litwa	1	0	1	2
23	Bułgaria	0	1	0	1
24	Rumunia	0	1	0	1
Europa		554	534	42-4=38	1126
Chiny		4	6	0	10
Wietnam		1	0	0	1
Kolumbia		0	1	0	1
Indie		0	1	0	1
Razem		559	542	38	1139

Źródło: opracowanie własne na podstawie DOOR, [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu), z dn. 15.12.2012 r.

Source: Personal elaboration on base DOOR [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu), date 15.12.2012 r.

- 2009 r. – redykółka, wiśnia nadwiślanka, wielkopolski ser smażony, andruty kaliskie, truskawka kaszubska, olej rydzowy, pierekaczewnik;
- 2010 r. – podkarpacki miód spadziowy, fasola korczyńska, miód kurpiowski, suska sechłońska, kiełbasa liseicka, śliwka szydlowska, obwarzanek krakowski, jabłka łackie;
- 2011 r. – karp zatorski, chleb prądnicki, kiełbasa myśliwska, kiełbasa jałowcowa, miód drahimski, fasola („Piękny Jaś”) z Doliny Dunajca, kołacz śląski/kołocz śląski, jabłka grójeckie, kabanosy;
- 2012 r. – fasola wrzawska, miód z Sejneńszczyzny/Łódzieszczyzny, ser koryciński swojski, jagnięcina podhalańska.

Na półkach polskich sklepów wciąż niewiele jest produktów wytwarzanych na bazie tradycyjnych receptur. Większy wybór produktów tradycyjnych i regionalnych dostępny jest przy okazji festynów, targów, różnego rodzaju festiwali.

### Podsumowanie

Rynek żywności tradycyjnej i regionalnej w Polsce ma duże możliwości rozwoju. Jest to stosunkowo młoda gałąź rynku artykułów rolno-żywnościowych. Pomimo globalizacji, konsumenci pragną wracać do korzeni, do tradycji przodków nie tylko w kwestiach kulturowych, ale także w kształtowaniu nawyków żywnościowych. Działania krajowych władz i Parlamentu Europejskiego skierowane są w stronę ochrony tradycyjnych produktów. Coraz więcej produktów rejestrowanych jest na listach chronionych oznaczeń. Jednak wiedza społeczeństwa na temat chronionych produktów wciąż jest na bardzo niskim poziomie. Potrzebne są liczne kampanie reklamowe, by uświadamić konsumentów i wspierając tym samym promocję tych produktów i regionów, w których są one produkowane na arenie międzynarodowej.

## Literatura

- Duczowska-Piasecka M. 2005: *Tradycyjna żywność na obszarach wiejskich. Specyfika budowy rynku*, [W:] M. Gąsiorowski (red.), *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia*, Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa.
- Gąsiorowski M. 2006: *Ochrona produktów regionalnych i tradycyjnych*, Agro-Smak, nr 2.
- Kamińska I. 2007: *Powrót do tradycji*, Wiedza i jakość, nr 1(6)/2007
- Łuczka-Bakuła W. 2004: *Produkty regionalne i tradycyjne na Polskim rynku*, Przemysł spożywczy, nr 4, t. 58.
- Wilkin J. 2005: *Szanse przyspieszenia rozwoju obszarów wiejskich w warunkach członkostwa Polski w Unii Europejskiej*, [W:] M. Gąsiorowski (red.), *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia*, Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa.
- Winawer Z., Wujec H. 2010: *Tradycyjne i regionalne produkty wysokiej jakości we Wspólnej Polityce Rolnej*, Program Rozwoju Regionalnego Fundacji dla Polski, Warszawa.
- www.ec.europa.eu, dostęp 15.12.2012 r.

## Summary

*This article is about traditional and regional food products, which are subject of increasing interest. It was written based on secondary sources and personal research. Thanks to available literature, articles in trade magazines and information on governmental websites, it defines and characterizes market of traditional and regional foods, consumer behavior; describes national and international distinctive product systems, promotional programs. In addition, there were conducted surveys which examined the degree of awareness and recognition of these products among Polish consumers and their relationship to traditional and regional foods. Whole served to illustrate the position that these products have on the food market in comparison to conventional products.*

Adres do korespondencji  
dr inż. Mariusz Grębowiec, mgr Aleksandra Przygodzińska  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu  
ul. Nowoursynowska 166  
02-787 Warszawa  
e-mail: grebowiecmariusz@poczta.onet.pl