

UNIJNY SYSTEM OCHRONY PRODUKTÓW REGIONALNYCH I TRADYCYJNYCH JAKO SZANSA ROZWOJOWA PODLASIA

Dariusz KIELCZEWSKI¹

Procesy integracji europejskiej stanowią zarówno szansę, jak i zagrożenie dla regionów takich, jak województwo podlaskie. Przedmiotem niniejszego artykułu jest pierwszy z wymienionych aspektów integracji, a mianowicie szanse rozwojowe Podlasia. Jedną z takich szans jest zachowanie tradycyjnych form produkcji, zwłaszcza produkcji artykułów żywnościowych. Unijny system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w znacznej mierze preferuje rozwój gospodarki regionów takich, jak województwo podlaskie z charakterystycznym dla niego zachowaniem podaży regionalnych i tradycyjnych produktów.

1. Homo- i heterogenizacja spożycia w warunkach regionalnej integracji gospodarczej

Procesy integracji gospodarczej wywierają głęboki wpływ na funkcjonowanie gospodarek i społeczeństw w poszczególnych krajach współtworzących dane ugrupowanie. W sferze spożycia reakcje konsumentów na ten proces można opisać w formie dwóch przeciwstawnych zachowań, którymi są wzrost tendencji do homogenizacji i heterogenizacji spożycia.

Homogenizacja spożycia to proces ujednolicania się konsumpcji. Ma on dwa wymiary. Pierwszym z nich jest homogenizacja produktów. Podaż dóbr i usług zaczyna charakteryzować się wysokim stopniem unifikacji. Często unifikacja ta jest wymuszana przez sytuację rynkową oraz kształt układu instytucjonalnego gospodarki. Dominujący na rynku względnie najbardziej konkurencyjni producenci zmuszają pozostałych do wykorzystania analogicznych technik produkcji, utrzymywania podobnych standardów jakościowych, a często także funkcjonalnych i estetycznych oferowanych dóbr. Tym samym podaż dóbr ulega ujednoliceniu. Unifikacja dóbr jest także efektem ujednolicenia standardów produktowych, które zazwyczaj dokonywane są po to, by zapewnić realną swobodę przepływu dóbr i usług wewnątrz państw grupowania, a także po to, by istniały pozataryfowe bariery importu. Z drugiej zaś strony głównie na zasadzie efektu

¹ Dr Dariusz Kielczewski – Wydział Ekonomiczny Uniwersytetu w Białymstoku.

sceny oraz efektu pokazowego zaczynają upodabniać się do siebie zachowania konsumentów. Ujednolica się więc także popyt. Takim zachowaniom konsumenckim sprzyjają: rozwój telewizji satelitarnej, sieci komputerowych i Internetu, standaryzacja dóbr i usług, łatwość przemieszczania się, jednolite preferencje konsumentów odnośnie produktów typu high-tech, rozwój wielkich struktur dystrybucyjnych i sieci handlowych (hipermarketów). Istotne jest również to, że jednolite wielkoseryjne produkty są tańsze ze względu na obniżenie kosztów produkcji.

Wszystkie powyższe zjawiska są dostrzegalne w Unii Europejskiej. Ustalone przez Jednolity Akt Europejski standardy produktowe prowadzą do głębokiej unifikacji oferty dóbr i usług. Można nawet uznać, że standardy zastosowane w UE są najbardziej spektakularnym i najbardziej rozbudowanym rozwiązaniem instytucjonalnym na świecie.

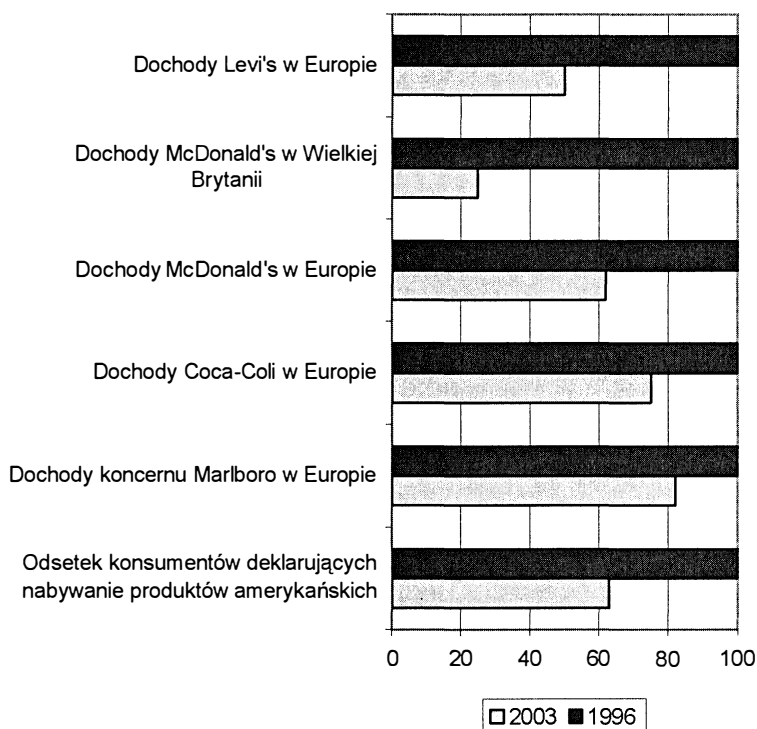
Jednocześnie jednak procesy regionalnej integracji gospodarczej uruchamiają mechanizm przeciwny, którym jest wzrost skłonności do heterogenizacji konsumpcji. Nasilenie tego zjawiska jest funkcją nasilenia postawy zwanej etnocentryzmem konsumenckim, czyli postawy swoistego lokalnego i krajowego patriotyzmu nakazującego kierowanie się w stronę lokalnych i krajowych produktów. W każdym kraju istnieją pewne formy etnocentryzmu konsumenckiego, co wynika ze zróżnicowania kulturowego i obyczajowego. Jednakże zachowania te pod wpływem procesów integracyjnych często ulegają nasileniu. Ich głównym motorem są obawy i stan niepewności związane z integracją oraz sceptycyzm wobec tych procesów.

Najbardziej spektakularnym przykładem nasilenia się postaw etnocentrycznych są porażki w Europie firm amerykańskich najbardziej kojarzonych z globalizacją i homogenizacją konsumpcji. Skalę tych procesów przedstawia rysunek 1.

Również akcesja Polski do Unii Europejskiej wywołała reakcję konsumentów w postaci nasilenia postaw etnocentrycznych. Odnosiły się one przede wszystkim do produktów żywnościowych. Z pewnością były reakcją na wzrost aktywności kręgów społecznych i politycznych wykazujących eurosceptycyzm. To sprawiło, że referendum akcesyjne cieszyło się relatywnie niską frekwencją, a atmosfera społeczna w trakcie przystępowania do UE była daleka od entuzjazmu. Te czynniki z pewnością przyczyniły się do wzrostu etnocentryzmu.

Okazuje się jednak, że dostosowanie podaży do zachowań heterogenicznych w konsumpcji jest zabiegiem skomplikowanym, który prowadzi do zaburzeń w funkcjonowaniu systemu standardów produktowych. Wiele produktów tradycyjnych i regionalnych ze względu na ich skład czy też technikę produkcji nie odpowiada standardom Unii Europejskiej. Z drugiej strony istnieje na nie popyt. Mogą one być też formą promocji danego regionu lub kraju. Niezbędne są więc rozwiązania instytucjonalne, które umożliwiłyby rozwój oferty takich produktów. Takie rozwiązanie jest w Unii Europejskiej stosowane. Dotyczy ono ochrony regionalnych i tradycyjnych produktów przemysłu rolno-spożywczego.

Rysunek 1. Kryzys firm amerykańskich na rynku europejskim w latach 1996- 2003 (1996=100)



Źródło: [2, s. 139]

2. Produkty regionalne i tradycyjne jako przedmiot ochrony prawnej w Unii Europejskiej

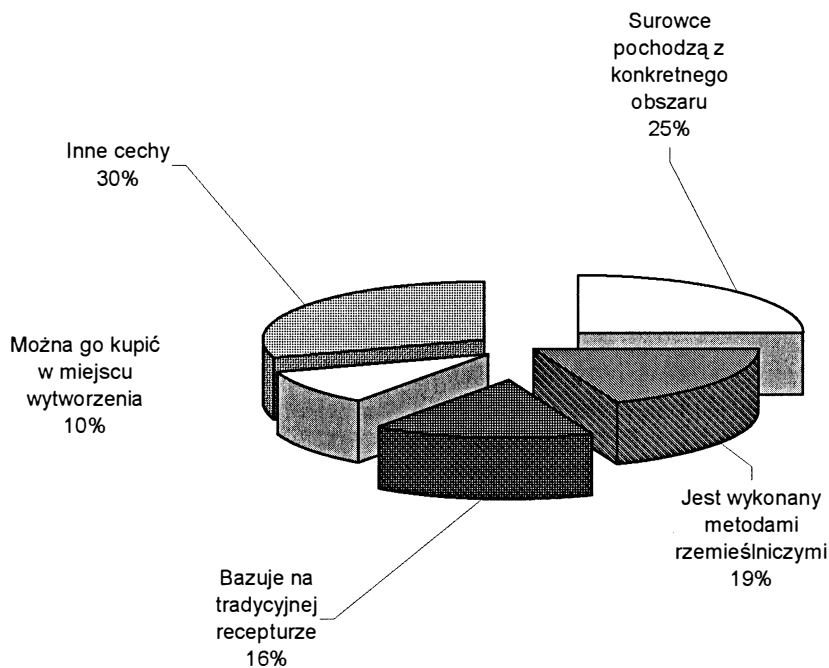
Kategoria produktu regionalnego i tradycyjnego jest w dużej mierze kategorią subiektywną. Z badań wynika, że jako produkty tego typu konsumenci uznają dobra i usługi o następujących charakteryzujących je cechach (rysunek 2).

System ochrony produktów regionalnych i lokalnych funkcjonuje po to, by można było zrealizować dwa cele. Pierwszym z nich jest zamiar dopuszczenia do obrotu produktów, które nie spełniają unijnych standardów produktowych, ale ze względu na tradycje regionalne, krajowe itp. uzasadnione jest, by były one dopuszczone do obrotu. Drugi cel to ochrona produktów regionalnych i tradycyjnych przed ich kopiowaniem, a więc przed praktyką stosowania tej samej nazwy dla towaru produkowanego niezgodnie z tradycyjną recepturą lub poza obszarem pierwotnego występowania.

System ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych to w swojej istocie system rejestracji, ochrony i wyróżniania specjalnymi znakami takich produktów. Inicjatywa przedstawienia produktu do rejestracji należy do związków producen-

tów lub przetwórców, niezależnie od ich formy prawnej. Możliwe jest także składanie wniosku przez osoby fizyczne lub prawne pod pewnymi wszak warunkami, np. jeśli chodzi o autentyczne i niezmiennie metody lokalnej produkcji. Korzystanie z ochrony produktu jest z założenia prawem zbiorowym, a więc obejmuje daną strefę geograficzną.

Rysunek 2. Typowe cechy produktu regionalnego wskazywane przez konsumentów (na przykładzie Włoch)



Źródło: [4]

Instrumentami ochrony są trzy znaki:

- chroniona nazwa pochodzenia,
- chronione oznaczenie geograficzne,
- gwarantowana tradycyjna specjalność [5, s 16-18].

Znak „chroniona nazwa pochodzenia” (rys.1) określa jakość produktu poprzez geograficzną nazwę jego pochodzenia. Ściśle wiąże cechy produktu z uwarunkowaniami glebowymi, mikroklimatycznymi oraz historyczno-społecznymi miejsca, z którego dany produkt pochodzi. Chodzi tu i o surowce, i o sposób wytwa-

rzania produktu. Tym samym produkt posiadający znak „chroniona nazwa pochodzenia” powinien spełnić następujące warunki:

- pochodzić z terenu, z którym związana jest dana nazwa,
- powinien posiadać właściwości typowe dla danego środowiska geograficznego, przyrodniczego i społeczno-kulturowego,
- produkcja, przetwarzanie i przygotowanie powinny odbywać się na terenie objętym delimitacją.

Rysunek 1. Znak „Chroniona nazwa pochodzenia”



Znak „chronione oznaczenie geograficzne” (rys.2) jest znakiem, który określa jakość produktu przez zastosowanie geograficznej nazwy pochodzenia tego produktu, którego związek z miejscem wytwarzania jest wyraźnie utrwalony. Dlatego taki produkt musi spełnić trzy warunki:

- pochodzić z terenu, którego nosi nazwę,
- posiadać cechy mające związek z miejscem pochodzenia geograficznego,
- być produkowany w wyodrębnionym obszarze geograficznym.

Rysunek 2. Znak „Chronione oznaczenie geograficzne”



„Gwarantowana tradycyjna specjalność” (rys. 3) to znak, który określa produkty wyróżniające się swoim składem, sposobem produkcji lub tradycyjną me-

todą przetwarzania od podobnych im produktów należących do tej samej kategorii. Taki produkt powinien mieć dwie cechy:

- specyficzny element tradycyjny: tradycyjne surowce, skład, sposób wytwarzania,
- specyficzną nazwę.

Rysunek 3. Znak „Gwarantowania tradycyjna specjalność”



Ochrona za pośrednictwem wymienionych znaków obejmuje:

- zakaz stosowania zarejestrowanej nazwy,
- zakaz produkowania podróbek z opisem „w stylu”, „rodzaju”, „podobny do” itp.,
- wszelkie inne praktyki mogące wprowadzić konsumenta w błąd [5, s. 19].

W końcu lat dziewięćdziesiątych w krajach „Piętnastki” znakami było objęte 630 produktów. Typologię ochrony oraz jej strukturę geograficzną przedstawiają tabela 1 i tabela 2.

Tabela 1. Znaki ochronne produktów tradycyjnych i regionalnych według rodzaju produktu

LP.	KATEGORIA PRODUKTU	IŁOŚĆ PRODUKTÓW
1.	Sery	150
2.	Produkty mięsne	64
3.	Świeże mięso i podroby	93
4.	Świeże ryby i owoce morza	6
5.	Inne produkty pochodzące od zwierząt	17
6.	Oleje, oliwy i tłuszcze	79
7.	Oliwy jadalne	16
8.	Owoce, warzywa i zboża	131
9.	Wyroby piekarnicze (chleb, makaron itp.)	11
10.	Piwa	15
11.	Pozostałe napoje	38
12.	Produkty nieżywnościowe	10

Źródło: [5, s. 24]

Tabela 2. Znaki ochronne produktów tradycyjnych i regionalnych według krajów

LP.	PAŃSTWO	IŁOŚĆ PRODUKTÓW
1.	Włochy	133
2.	Francja	132
3.	Portugalia	85
4.	Grecja	82
5.	Hiszpania	73
6.	Niemcy	63
7.	Wielka Brytania	27
8.	Austria	12
9.	Holandia	6
10.	Belgia	4
11.	Luksemburg	4
12.	Dania	3
13.	Irlandia	3
14.	Szwecja	2
15.	Finlandia	1

Źródło: Jak w tabeli 1

Korzystanie ze znaków ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych nie jest więc jednakowe. Zdecydowanie najczęściej są one wykorzystywane w krajach o najsilniejszych tradycjach regionalnych, od dawna słynących z regionalnych i tradycyjnych produktów spożywczych.

3. Produkty regionalne i tradycyjne w województwie podlaskim

Doświadczenia państw „Piętnastki” dowodzą, że ochrona produktów regionalnych i tradycyjnych przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności turystycznej danego regionu, a ich wytwarzanie staje się znaczącym źródłem dochodu dla jego mieszkańców. Często zdarza się, że dany region lub miejscowość, a nawet kraj kojarzone są dzięki danemu produktowi. Przykładem jest choćby miasto Parma kojarzone z nazwą sera oraz z szynką, czy nawet Polska, której najbardziej rozpoznawalnymi markami są nazwy wódek „Żubrówka” oraz „Wyborowa”.

Tym, co zazwyczaj przesądza o sukcesie produktów regionalnych i tradycyjnych oraz o ich różnorodności jest siła tożsamości regionalnej. Województwo podlaskie jest w kraju jednym z trzech, obok Podkarpacia i Lubelszczyzny, regionów o szczególnie silnej tożsamości kulturowej. W dodatku jest to tożsamość szczególnie silnie zróżnicowana. Oprócz tradycji podlaskich są tu kultywowane silne tradycje białoruskie, litewskie, tatarskie, ukraińskie, kurpiowskie oraz tradycje drobnej szlachty mazowieckiej. Ponieważ jest to teren pogranicza, stąd poziom asymilacji mniejszości narodowych jest relatywnie niewielki. Oznacza to silną tendencję do utrzymywania i kultywowania własnych tradycji jako swoistej

ochrony tożsamości narodowej. Stwarza to bardzo podatny grunt do rozwoju rynku produktów regionalnych i lokalnych w regionie.

Tabela 3. Tradycyjne produkty wytwarzane w województwie podlaskim

LP.	KATEGORIA	OPIS
1.	Sękacz	Ciasto o specyficznym wyglądzie przypominającym konar drzewa pełen sęków, wytwarzane z jajek i cukru, pieczone na obracającym wałku
2.	Korowaj	Tradycyjne drożdżowe ciasto obrzędowe zdobione warkoczem i tzw. huskami (ptaszkami z ciasta drożdżowego) przygotowywane na ceremonię weselną
3.	Chleb razowy z duszą	Chleb razowy z żytniej mąki z pełnego przemiału z dodatkiem zsiadłego mleka, pieczony na liściu tataraku, chrzanu lub kapusty, zawierający duszę, czyli dodatek kielbasy, boczku lub szynki
4.	Chleb wiejski na tataraku	Chleb żytni z dodatkiem mąki pszennej pieczony na liściu tataraku; popularny w okolicach Augustowa
5.	Kapusta kruszewska	Kiszona kapusta o specyficznym smaku
6.	Ogórek kruszewski	Ogórek kiszony w beczce (czas kiszenia około 2 miesięcy)
7.	Kindziuk	Wędlina składająca się z kawałków surowej lub podwędzanej szynki, mielonego mięsa, przypraw i słoniny; tradycyjny kindziuk jest „zapakowany” do żołądka wieprzowego
8.	Kumpiak	Suszona szynka w smaku przypominająca nieco szynkę parmeńską
9.	Palcówka	Suszona wędlina z siekane mięsa i przypraw
10.	Kielbasa wiejska litewska	Kielbasa z mielonego mięsa wieprzowego i wołowego, wędzona w dymie z olchy i jałowca, a następnie suszona
11.	Kartacze	Pyzy z gotowanych i surowych utartych ziemniaków z farszem z mielonego mięsa
12.	Babka ziemniaczana	Pieczona masa ziemniaczana (może być z dodatkiem mięsa); na Kurpiowszczyźnie znana jako rejbak (pieczona z zeberkami)
13.	Kiszka ziemniaczana	Masa ziemniaczana pieczona w jelicie wieprzowym (istnieje też wersja z dodatkiem mięsa lub krwi)
14.	Szary barszcz	Zupa z wieprzowej krwi (odmiana czerniny)
15.	Sielawa wędzona po wigiersku	Sielawa wędzona w dymie olchowym
16.	Ser w przyprawach z Wiżajn	Ser dojrzewający zawierający dodatek ziół: macierzanki, mięty, rozmarynu, bazylii, pokrzywy, kopru, pietruszki, kminku, czosnku. Dostępny też jako ser wędzony
17.	Ser koryciński	Żółty ser dojrzewający produkowany z mleka krowiego i podpuszczki (dawniej wytwarzanej ze startych suszonych żołądków cielęcych) leżakujący dwa tygodnie w ciemnym pomieszczeniu
18.	Kolduny tatarskie	Pierozki z surowym farszem mięsnym gotowane na rosole
19.	Pierekaczewnik	Pieróg z mąki i jaj nadziewany farszem z drobno pokrojonego mięsa wołowego o charakterystycznym wyglądzie
20.	Żurawinówka	Nalewka z żurawin znana w okolicach Biebrzańskiego Parku Narodowego

Źródło: [3, s. 3-8] oraz informacje uzyskane przez autora artykułu

Potencjalna lista podlaskich produktów regionalnych i tradycyjnych jest bardzo długa. Obejmuje ona wyroby mięsne i wędliniarskie, warzywa, ciasta, chleby. Są one na tyle atrakcyjne, że pojawiają się już na rynku produkty, które stanowią podróbki podlaskich oryginałów. Objęcie produktów podlaskich ochroną poprzez oznaczenie znakami unijnymi z jednej strony stanowi formę ochrony konsumenta, który będzie dzięki temu wiedział, że nabywa produkt oryginalny, z drugiej zaś jest to równocześnie forma ochrony i promocji podlaskich producentów. Z pewnością wykorzystanie opisywanego instrumentu wspomogłoby również ambicje regionu związane z rozwojem turystyki, gdyż marka produktów regionalnych i tradycyjnych jest skuteczną formą promocji danego regionu i wzbudza zainteresowanie nim ze strony konsumentów.

Produkty regionalne i tradycyjne wywodzące się z Podlasia, które mogłyby być objęte unijnym systemem ochrony przedstawia tabela 3.

Okazuje się zatem, że lista podlaskich produktów regionalnych i tradycyjnych jest dość obszerna. Ich rejestracja w ramach systemu ochronnego Unii Europejskiej wydaje się nie tylko szansą rozwojową regionu, ale także swoistym obowiązkiem wynikającym z potrzeby ochrony dziedzictwa kulturowego.

3. Zakończenie

System ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych wykorzystywany w Unii Europejskiej jest bardzo ciekawym rozwiązaniem instytucjonalnym wychodzącym naprzeciw oczekiwaniom społecznym. Zapewnia on zachowanie heterogenicznych form konsumpcji. Służy ochronie dziedzictwa kulturowego. Jego znaczenie jest szczególnie istotne dla regionów o silnej tożsamości kulturowej takich, jak województwo podlaskie. Wynika to z faktu, że w takich regionach podaż produktów regionalnych i tradycyjnych jest szczególnie wysoka. Ponadto pojawienie się takich produktów może stać się lokomotywą rozwoju innych form działalności gospodarczej, przede wszystkim zaś turystyki, na której rozwój i władze, i społeczność Podlasia bez wątpienia liczą. Pozostaje więc wykorzystanie okazji, jaką daje opisane w artykule rozwiązanie instytucjonalne.

Literatura

1. Kielczewski D., *Konsumpcja a perspektywy trwałego i zrównoważonego rozwoju*, Białystok 2004.
2. Kielczewski D., *Przedsiębiorstwo a kształtowanie proekologicznych wzorców konsumpcji*, [w:] *Integracja problemów środowiskowych i teorii zrównoważonego rozwoju w systemie zarządzania przedsiębiorstwem. Materiały II Międzynarodowej konferencji*, Białystok 2005.
3. *Podlasie w stolicy*, dodatek do Gazety Wyborczej, 2-3 października 2004.
4. *Sintesi dell'VIII Rapporto Nomisma sull'agricoltura italiana*, Verona 2001.
5. Vinaver K. (red.), *Rzeczpospolita produktów regionalnych*, Białystok-Paryż 2004.