



Certifikacija i brendiranje nedrvenih šumskih proizvoda i usluga

Stjepan Posavec, Mirna Samaržija

Nacrtak – Abstract

U radu je analizirana važnost i uloga brendiranja i razvoj certificiranja nedrvenih šumskih proizvoda i usluga. Iz dostupnih sekundarnih baza podataka prikazane su vrste proizvoda s ekološkom oznakom i certificirani proizvodi. Također, analizirana je važnost i mogućnosti FSC certifikacije u privatnim šumoposjedima i utvrđeno je da su od nedrvenih šumskih proizvoda (NDŠP) certificirani samo žir i gljive. FSC certifikacija kao sustav brendiranja nedrvenih šumskih proizvoda još uvijek nije dovoljno razvijena u Hrvatskoj, iako ima potencijala za daljnji napredak. Tvrtka Hrvatske šume d.o.o. provodi ekološku certifikaciju. Ekološka certifikacija NDŠP-a pruža sigurnost da je proizvod ispunio sve uvjete ekološke kontrole i time stekao ekomarkicu. Certificiranjem se nastoji stvoriti prepoznatljiva robna marka kako bi proizvođač pomoću oznake razlikovao svoj proizvod ili uslugu od konkurencije. Robna je marka strategija koja pomaže organizacijama da daju značenje svojim proizvodima ili uslugama. Osmišljena je kako bi se proizvod razlikovao od konkurencije. Razvijanjem jasnoga i dosljednoga identiteta marke organizacije mogu lako učiniti prepoznatljivom svoju marku i privući više kupaca. Za potrebe istraživanja analiziran je potencijal brendiranja NDŠP-a FSC certifikacijom u privatnim šumoposjedima i ekološku certifikaciju u tvrtki Hrvatske šume d.o.o. U Hrvatskoj se najviše ekološki certificira aromatično, začinsko i ljekovito bilje te orašasto, bobičasto voće i med. Ekološka certifikacija sve više dobiva na značenju u hrvatskom šumarstvu.

Ključne riječi: šumski proizvodi i usluge, ekološka proizvodnja, certificiranje, brend

1. Uvod – Introduction

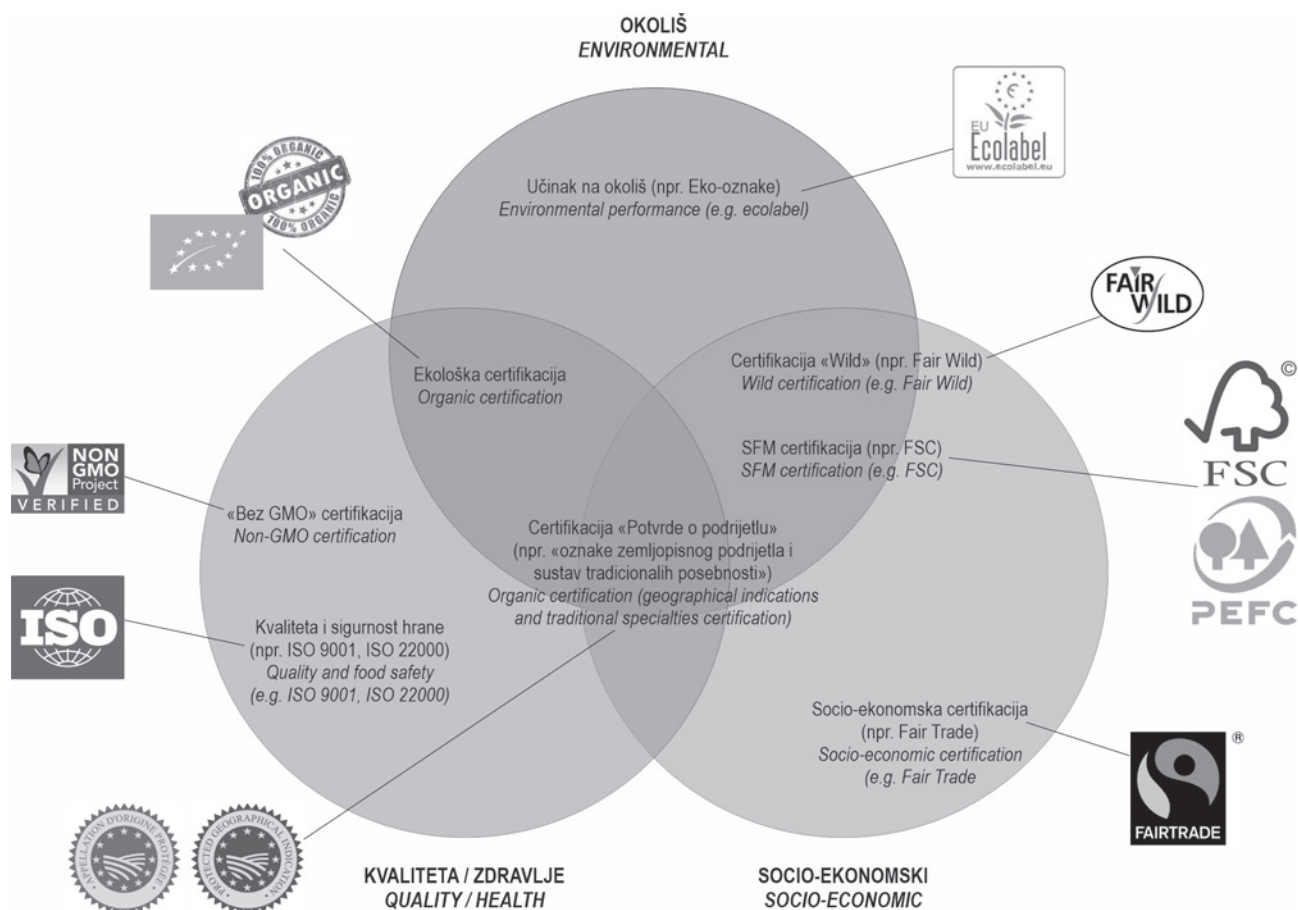
Robna je marka odgovor na činjenicu da je vrijednost koju kupci traže uglavnom kombinacija funkcionalne i psihološke namjene ili značajke, često pretpostavljene kroz funkcionalne značajke proizvoda i psihološke značajke marke (Vranešević 2007). Elementi su brendiranja najuočljivije karakteristike povezane sa samim brendom (robnom markom) – ime brenda, slogani, logotip i simboli ili slike koje se koriste u ponudi proizvoda i sadržani su u svim marketinškim porukama. Međutim, važno je znati da se elementi brendiranja protežu na sadržaj same marketinške poruke pa čak i na pozicioniranje unutar tržišta (Aaker 1991, 1996). Svaki aspekt tih elemenata stvara imidž marke. Klijentu je važna relevantnost slike, njezina jasnoća te točka razlikovanja od konkurencije. Vrijednost marke smatra se mješavinom koja uključuje i financijsku imovinu i udruge. Zapravo, vrijednost robne marke je vrijed-

nost dodana proizvodu (Keller 1993), ili percipirana vrijednost proizvoda kod potrošača (Kim i dr. 2008). Vrijednost robne marke važan je koncept u upravljanju robnom markom iz teorijskih i praktičnih razloga. Iz teorijske perspektive važno je razumjeti koji ključni elementi čine kapital marke (Punj i Hillyer 2004). Povijesno gledano, industrija šumskih proizvoda uglavnom je bila usmjerena na proizvodnju, a ne na tržišne koncepte i razmatranje brendiranja (Tokarczyk i Hansen 2006). Tvrtke za šumske proizvode imale su posla s relativno malim brojem brendova i jednostavnim strukturama robnih marki. Međutim, promjene u globalnom konkurentskom okruženju za proizvode temeljene na drvu, uključujući pomake u distribuciji, zaštitu okoliša, globalizaciju te usvajanje i širenje tehnologije, stvorile su prilike za povećanje aktivnosti brendiranja (Tokarczyk i Hansen 2006). Orijentiranost proizvodnji i dalje je važan element, ali posljednja su desetljeća donijela značajne promjene u tržišnom okruže-

nju šumskoga sektora, utječući na cijelu industriju u smislu funkcije, fokusa, proizvodnje, planiranja i poslovne strategije. Najpoznatiji šumski proizvodi u hrvatskom šumarstvu koji se mogu brendirati su slavonski hrast (*Quercus robur* L.) i gljive. Od gljiva svakako izdvajamo tartufe i manje poznate, ali ne i manje važne kao vrganje, lisičice, mrke trubače itd. Možemo brendirati i šumske plodove (šipak, borovnica, šumska jagoda, malina, kupina, orah, kesten, lijeska itd.), med, meso divljači, razno ljekovito i aromatično bilje. Upravljanje je brendom koncept koji se bavi izradom strategije i procjenom brenda u smislu pozicioniranja marke, ciljnih kupaca, percepcije i imidža marke. To je koncept koji uključuje stvaranje emocionalne veze između proizvoda tvrtke i njezinih kupaca te pomaže tvrtkama da steknu nove kupce i povećaju lojalnost brendu. Jedan od najvažnijih čimbenika koje bi tvrtka trebala uzeti u obzir kada je u pitanju razvoj svojega brenda jest dobra strategija.

Međunarodna organizacija za normiranje (ISO – *International Organization for Standardization*) definira certifikaciju kao proces koji potvrđuje sukladnost proizvoda ili usluga s određenim normama. Postoje različite vrste shema certificiranja koje su osmišljene kako bi pomogle organizacijama identificirati i implementirati proizvode i usluge koji su u skladu s normama. U marketingu nedravnih šumskih proizvoda (NDŠP) posebnu ulogu ima osiguranje kvalitete proizvoda te njihova komunikacija s kupcima preko brendiranja, označavanja i certifikacije. Rezultat je certificiranja »pisani dokument koji je izdalo neovisno tijelo kao jamstvo da dotični proizvod, usluga ili sustav ispunjava posebne zahtjeve« (ISO). Stoga je ključna certifikacija lanca nadzora od šume do potrošača. Uz strategiju brendiranja u komercijalizaciji nedravnih šumskih proizvoda može se uspostaviti sustav osiguranja kvalitete, a ponajprije upotrebe certificiranja i srodnih normi. Sheme certificiranja relevantne za korištenje i trgovinu NDŠP-a ne samo da su usredotočene na certificiranje gospodarenja šumama već također uključuju sheme certificiranja koje se uglavnom koriste u poljoprivrednom sektoru, kao što su socijalno (poštena i etička trgovina) i organsko (ekološko) certificiranje. Četvrti glavni prepoznati sustav certifikacije usmjeren je na kvalitetu proizvoda. Programi certificiranja gospodarenja šumama često su usmjereni na ekološke aspekte upravljanja resursima, kako na razini šuma, tako i na razini vrsta ili proizvoda (npr. certificiranje lanca nadzora). Postoji mnogo različitih programa

na međunarodnim, regionalnim i nacionalnim razinama (npr. *Forest Stewardship Council* – FSC; *Pan European Forest Certification Programme* – PEFC) koji se usredotočuju gotovo isključivo na drvene proizvode i samo marginalno uključuju NDŠP. Sustav socijalnoga certificiranja je okvir koji ima za cilj osigurati da se prema radnicima postupa pravedno i da se dobrobiti njihova rada ravnomjerno dijele. Ta vrsta certifikacije pomaže tvrtkama da uspostave učinkovite i sigurne opskrbe lance. Također podržava razvoj tržišnih informacija i uspostavljanje učinkovita trgovinskoga partnerstva. Ekološka poljoprivreda (npr. Međunarodna federacija pokreta za organsku poljoprivredu – IFOAM, Uredba EU 2092/91) holistički je sustav upravljanja proizvodnjom koji promiče i unapređuje zdravlje agroekosustava, uključujući biološku raznolikost, biološke cikluse i biološku aktivnost tla (FAO/WHO 1999). NDŠP, kao što su pinjoli, gljive, bilje i med, sve se više komercijalizira kao organski prehrambeni proizvodi. Certificiranje kvalitete proizvoda (npr. dobre proizvođačke prakse /GMP/, dobre laboratorijske prakse /GLP/) ima cilj osigurati da se definirane proizvodne norme uzmu u obzir. One se odnose na sam proizvod i na način na koji se obrađuje i proizvodi. Parametri kvalitete proizvoda uključuju identitet proizvoda, čistoću, učinkovitost i sigurnost, a relevantni su za širok raspon NDŠP-a kojim se trguje na međunarodnoj razini i koji uglavnom služi u prehrambenoj i farmaceutskoj industriji. Certificiranje je šuma tržišni instrument koji treba poticati kao održivo gospodarenje šumama za višestruke vrijednosti šume osim drva, uključiti nedrvne šumske proizvode i usluge, društvene i kulturne vrijednosti i buduće mogućnosti. Niz normi i shema certificiranja, kao što su organski (ekološki) certifikat, certifikacija Wild (npr. *FairWild*), certifikacija održivoga gospodarenja šumama (npr. FSC i PEFC), ili certificiranje socioekonomskih čimbenika (npr. *FairTrade*) primjenjivi su na te proizvode i mogu povećati njihovu vrijednost (slika 1). Neke sheme razvijaju javna tijela, poput Europske unije »podrijetlo, oznake zemljopisnoga podrijetla i sustav tradicionalnih posebnosti«. Zaštićene europske oznake, npr. oznaka izvornosti (PDO), zaštićena oznaka zemljopisnoga podrijetla (PGI) i tradicionalni zajamčeni specijalitet (TSG), štite naziv proizvoda koji dolaze iz određene regije i koji slijede poseban tradicionalni proizvodni proces. Nekoliko NDŠP-a, kao što su orašasti plodovi, gljive, bobičasto voće, označeno ovim shemama, potvrđuje napore EU-a u promicanju tih proizvoda.



Slika 1. Sfere održivosti kojima pripadaju sheme certificiranja NDŠP-a (Izvor: Pettenella i dr. 2019)

Fig. 1 NTFP certification schemes pertaining to sustainability spheres (Source: Pettenella et al. 2019)

Informacije o certifikatu NDŠP-a još uvijek su ograničene jer je certifikacija izazovna za mnoge programe zbog nedostatka podataka i iskustava vezanih uz proces certifikacije. Na primjer, detalji postupka certificiranja nisu dosad dobro dokumen-

tirani i analizirani. NDŠP nije adekvatno obuhvaćen nijednim postojećim programom certificiranja, ali neki od programa certificiranja mogu dati značajan doprinos procesu razvijanjem normi i smjernica (tablica 1).

Tablica 1. Usporedba programa certificiranja NDŠP-a (Izvor: Ervin i Mallet 2002)**Table 1** Comparison of certification models of non-wood forest products (Source: Ervin and Mallet 2002)

	Vijeće za nadzor šuma (FSC) <i>Forest Stewardship Council (FSC)</i>	Međunarodna federacija pokreta ekološke poljoprivrede (IFOAM) <i>International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)</i>	Međunarodna organizacija za označivanje poštene trgovine (FLO) <i>Fairtrade Labelling Organisation International (FLO)</i>
NDŠP certificirani ili u postupku <i>NWFP certified or in process</i>	Čikl guma, javorov sirup, košarice, palmino srce <i>Chicle, maple syrup, baskets, heart of palm</i>	Bobičasto voće, čaj, med, kava, gljive, ginseng i dr. <i>Berries, tea, honey, coffee, mushrooms, ginseng and others</i>	Kava, čaj, med, banane, kakao <i>Coffee, tea, honey, bananas, cocoa</i>
Drugi certificirani proizvodi <i>Other certified products</i>	Drvena građa <i>Lumber</i>	Organski proizvodi, riba, meso, mliječni proizvodi <i>Organic products, fish, meat, dairy products</i>	Šećer, sok od naranče <i>Sugar, orange juice</i>
Glavni povijesni pokretači <i>The main historical initiators</i>	Korisnici drva, grupe za zaštitu okoliša u kasnim 1980-im; zabrinutost zbog krčenja šuma <i>Wood users, environmental groups in the late 1980s; concern about deforestation</i>	Ekološki poljoprivrednici i organizacija organske certifikacije u 1960-im; zabrinutost potrošača za zdravlje <i>Organic farmers and organic certification organization in the 1960s; consumer concern for health</i>	Proizvođači (koji traže pristup tržištu) i zabrinutost potrošača oko pitanja pravednosti u 1960-im <i>Producers (seeking market access) and consumer concerns about fairness issues in the 1960s</i>
Pristup normama NDŠP-a <i>Access to NWFP Standards</i>	Opća načela i kriteriji, s detaljnim normama specifičnim za regiju; smjernice za NDŠP razvijene po klasama od slučaja do slučaja <i>General principles and criteria, with detailed standards specific to the region; Guidelines for NWFP developed by class from case to case</i>	Osnovne norme s dodatnim odjeljkom za »samonikle proizvode« <i>Basic standards with an additional section for »naturally grown products«</i>	Zasebne norme za svaki proizvod <i>Product by product standard</i>
Trenutni problemi <i>Current issues</i>	Razvoj dosljednoga okvira za certifikaciju NDŠP-a <i>Development of a consistent framework for NWFP certification</i>	Razjašnjavanje granica s FSC-om u vezi s certificiranjem šumskih proizvoda, proširenje društvenih kriterija <i>Clarification of borders with FSC regarding certification of forest products, expansion of social criteria</i>	Usklađivanje kriterija i usavršavanje procesa certificiranja; istraživanje novih proizvoda za certifikaciju <i>Harmonization of criteria and improvement of the certification process; researching new products for certification</i>
Primarni fokus za certifikat NDŠP-a <i>Primary focus on NWFP certificate</i>	Ekološki održivo i socijalno odgovorno šumarstvo <i>Ecologically sustainable and socially responsible forestry</i>	Izbjegavanje izlaganja i kontaminacije kemijskim pesticidima i gnojivima <i>Avoiding exposure to and contamination by chemical pesticides and fertilizers</i>	Poštena i pravedna raspodjela koristi proizvođačima <i>Fair and just distribution of benefits to producers</i>
Slabosti <i>Weaknesses</i>	Nema zahtjeva da su prehrambeni NDŠP bez kemikalija <i>There is no requirement that NDŠP food products are chemical free</i>	Nekoliko ekoloških kriterija za tretiranje područja sječe kao funkcionalnih ekosustava <i>Several ecological criteria for treating logging areas as functional ecosystems</i>	Uski fokus na pravednost trgovine i dobrobit zajednice <i>A narrow focus on trade fairness and community well-being</i>

2. Područje istraživanja – Research area

Nedrvni šumski proizvodi su proizvodi koji uključuju svu robu biološkoga podrijetla te usluge dobivene iz šume ili bilo kojega zemljišta pod sličnim korištenjem, i isključuje drvo u svim njegovim oblicima (FAO 1992). Sastoje se od dobara biološkoga podrijetla, osim drva, dobivenih iz šuma, drugoga šumskoga zemljišta i drveća izvan šuma (FAO 1999). Centar za međunarodna istraživanja šumarstva (CIFOR – *Center for International Forestry Research*) ne-profitna je znanstvenoistraživačka organizacija koja provodi istraživanja o korištenju i gospodarenju šumama s fokusom na tropske šume u zemljama u razvoju. CIFOR-ICRAF (*ICRAF – International Centre for Research in Agroforestry*) povezuje znanost s ak-

cijom, stvarajući rješenja od temelja kroz uključiva partnerstva, transdisciplinarna istraživanja i inovacije vođene potražnjom (<https://www.cifor-icraf.org/>). CIFOR smatra da su nedrvni šumski proizvodi bilo koji proizvod ili usluge osim drva koje se proizvodi u šumama. Oni uključuju voće i orašaste plodove, povrće, ribu i divljač, ljekovito bilje, grožđice, esencije i niz kora i vlakana, kao što su bambus, ratan i mnoštvo drugih palmi i trava.

Republika Hrvatska je 2010. godine donijela prvi Zakon o ekološkoj proizvodnji i označivanju ekoloških proizvoda (Hrvatski sabor 2010). Potom su doneseni razni propisi i pravilnici koji su regulirali proizvodnju raznih prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda. Godine 2004. tvrtka Hrvatske šume

d.o.o. uspostavlja Nadzornu stanicu za ekološku proizvodnju, koja nastavlja aktivnosti vezane uz održivo gospodarenje prirodnim resursima.

Prema Pravilniku o korištenju nedravnih šumskih proizvoda u Republici Hrvatskoj (Hrvatske šume d.o.o. 2014) nedravn šumski proizvodi su proizvodi koji se skupljaju za hranu ljudi ili lijekove (šumski plodovi, gljive, biljke za prehranu te ljekovito, aromatično, začinsko i drugo bilje) te proizvodi koji se upotrebljavaju za industrijsku preradu (humus, smola, ostali šumski proizvodi). U tu se kategoriju uvršćuje i uporaba šuma i šumskoga zemljišta za potrebe stočarstva (pašarenje, žirenje i brst) i za odmor i rekreaciju (staze za *paragliding*, površine za *paintball*, *airsoft*, orijentacijsko trčanje, uređene biciklističke staze te površine za izlete, kulturne manifestacije i javna okupljanja). Korištenje nedravnih šumskih proizvoda prema Pravilniku smatra se: iskorištavanje, skupljanje, uporaba i druge aktivnosti za osobne potrebe ili radi prerade, trgovine ili drugoga prometa, skupljanje i uporaba, dorada, skladištenje, promet i druge aktivnosti za potrebe Hrvatskih šuma ili u suradnji s drugim fizičkim i pravnim osobama. Uporabom šuma i šumskih zemljišta uz odobrenje smatra se svaka pojedinačna ili skupna uporaba za odmor i rekreaciju ljudi te svako dovodenje domaće stoke u šumu i na šumsko zemljište. Prema bazama podataka FSC-a (<https://info.fsc.org/certificate>, 19. kolovoza 2022) Hrvatske šume d.o.o., trgovačko društvo koje gospodari državnim šumama, ne koristi se mogućnostima FSC-a za certificiranje nedravnih šumskih proizvoda. Jedini koji koriste mogućnosti FSC certifikacije su privatni šumoposjednici. Površina privatnih šuma u Republici Hrvatskoj iznosi 661 721 ha (24 % od ukupne površine šuma i šumskoga zemljišta). Privatni šumoposjednici certificiraju žir i gljive.

Međunarodna federacija pokreta za organsku poljoprivredu (IFOAM) jedan je od najstarijih međunarodnih programa, a bavi se postavljanjem normi za ekološku (»organsku«, »biološku«) poljoprivredu, ali ne definira proizvode iz takvih sustava kao što su nedravn šumski proizvodi (Rundgren 2002). Da bi dobila akreditaciju od IFOAM-a, certifikacijska agencija prvo mora dokazati da je slijedila norme organizacije. NDŠP certificirani kao samonikli organski proizvod u svijetu do sada uključuje bobičasto voće, med, čaj, kavu, kakao, gljive i ginseng. Međutim, postotak ukupnih certificiranih organskih proizvoda koji se beru u divljini vrlo je malen. Služba za certifikaciju proizvoda Hrvatskih šuma d.o.o. akreditirana je prema normi HRN EN. ISO/IEC 17065:2013 i ovlaštena od Ministarstva poljo-

privrede za provođenje postupka stručne kontrole i certifikacije ekološke proizvodnje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Na temelju rješenja Ministarstva poljoprivrede i dodjelom kodnoga broja (HR-EKO-05) ona je ovlaštena za provođenje postupka stručne kontrole u ekološkoj proizvodnji. Prema evidenciji Ministarstva poljoprivrede trenutno postoji 12 ovlaštenih kontrolnih tijela (https://poljoprivreda.gov.hr/Popis_ovlastenih_KT_13072022_.doc3671), uključujući i tvrtku Hrvatske šume d.o.o. Od nacionalnih propisa primjenjuje se Zakon o poljoprivredi (Hrvatski sabor 2018) i Pravilnik o kontrolnom sustavu ekološke poljoprivrede (Ministarstvo poljoprivrede 2022). Primjenjuju se na sirove ili neprerađene poljoprivredne proizvode, uključujući sjeme i ostali biljni reprodukcijски material, prerađene poljoprivredne proizvode koji se upotrebljavaju za prehrambene svrhe, hranu za životinje te na sve subjekte koji na bilo koji način sudjeluju u pripremi, preradi, uvozu, izvozu i distribuciji hrane. Tijela su obvezna provoditi godišnju analizu rizika i prikupiti 5 % uzoraka od svakoga subjekta. Od njih se također očekuje 10 % redovitih kontrola i 10 % nenajavljenih kontrola. Državni inspektorat, Sektor za nadzor poljoprivrede nadležan je za godišnji nadzor nad radom kontrolnih tijela. Kontrolna tijela nadzire i Hrvatska akreditacijska agencija jer su dužna ispunjavati zahtjeve norme HRN EN 17065. Državni inspektorat provodi nadzor nad svim objektima za ekološku proizvodnju prema državnomu planu kontrole i godišnjemu planu. Inspekcijski postupak provodi se prema metodi procjene rizika odnosno nadzora veličina i struktura gospodarstva, kategorijama proizvoda i utvrđenim nesukladnostima prema izvješćima kontrolnih tijela. Pravila i propisi o certificiranju razlikuju se od države do države. Certifikati određuju uzgoj, preradu, skladištenje, otpremu i pakiranje organskih proizvoda. Ekološki certifikat pomaže u zaštiti potrošača od konzumiranja sintetičkih kemijskih tvari u prehrambenim proizvodima i hrani uzgojenoj iz genetski modificiranoga sjemena. Postoje i međunarodna ekološka certifikacijska tijela koja usklađuju certifikaciju između različitih zemalja kako bi se osigurao izvoz i uvoz zdravih proizvoda za potrošače. Europska komisija učinila je oznaku za organske proizvode obveznom u cijelom EU-u. Osim javnoga programa certificiranja EU-Eco-regulation, postoje i drugi privatni programi certificiranja. Privatni programi certificiranja uključuju Demeter International, Bioland i Global Organic Textile Standards (GOTS). Postoje četiri različite razine certifikacije hrane iz ekološkoga uzgoja koje uključuju: 100 % organski certificira-

ni, organski certificirani, proizvedeni s organskim sastojcima i specifičane organske sastojke. Kada je proizvod 100 % organski certificiran, svi sastojci i radnje obrade koje se provode na proizvodu certificirani su organski. Rast proizvoda bio je bez upotrebe neorganskih sastojaka, a proizvod je bez kemijske kontaminacije. Certificirani organski proizvodi sadrže 95 % organskih sastojaka i 5 % neorganskih proizvoda. Europska unija ima širok raspon propisa i zakona koji se odnose na ekološku certifikaciju. Oni su osmišljeni kako bi pomogli javnomu i privatnomu sektoru da razumiju dobrobiti organskoga uzgoja.

3. Metoda rada – *Methods*

Za potrebe istraživanja i sastavljanja ovoga rada primijenjene su različite znanstvene istraživačke metode uključujući: induktivnu (zaključivanje na temelju analize postojećih činjenica), deduktivnu (zaključivanje iz općih informacija), metodu analize (istraživanje raščlanjivanjem složenih pojmova i zaključaka na jednostavnije dijelove), metodu sinteze (istraživanje i objašnjavanje spajanjem jednostavnih pojmova u složenije). U izradi rada prikupljeni su primarni i sekundarni podaci iz različitih izvora. Primarni su podaci prikupljeni u razgovoru prilikom posjeta Hrvatskim šumama d.o.o. Direkcija, UŠP Senj (Odjel za ekologiju) i Ministarstvu poljoprivrede. Podaci dobiveni iz tih državnih institucija obrađeni su pomoću programa Excel i analizirani u radu. Za sekundarne podatke korištena je znanstvena i stručna literatura. Pretraživane su i pregledane mrežne baze podatka (Dabar, Hrčak, CROSBI, Forest Science.info, FAO i dr.). U radu se analiziraju mogućnosti brendiranja i označavanja NDŠP-a u tvrtki Hrvatske šume d.o.o. certificiranjem. Objasniti će se način i principi certificiranja i označavanje proizvoda, a također će se prikazati ekološko certificiranje i njihova uloga u brendiranju.

U radu su prikazane usluge certificiranja nedravnih šumskih proizvoda u cijeloj Hrvatskoj. U Hrvatskoj postoji više ovlaštenih institucija koje provode postupak certifikacije proizvoda u sastavu ekoproizvodnje. Jedna od njih je poduzeće Hrvatske šume d.o.o. Zagreb s Nadzornom stanicom za ekološku certifikaciju šumskih proizvoda. U rezultatima rada bit će prikazani podaci o vrstama certificiranih nedravnih šumskih proizvoda, na koji način i koliko je certifikata do sada izdano u Hrvatskoj. Utvrdit će se glavne vrste šumskih proizvoda koje imaju potencijal brendiranja te razmotriti postoji li model brendiranja nedravnih šumskih proizvoda.

4. Rezultati istraživanja – *Research results*

Hrvatska je ratificirala Konvenciju o međunarodnoj trgovini ugroženim vrstama divlje flore i faune (*Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora – CITES*) 1999. godine i otada je Konvencija uključena u sva relevantna nacionalna zakonodavstva. Žir se skuplja samo iz šumskih sjemenskih objekata registriranih u Ministarstvu poljoprivrede i time je u skladu sa svim zakonskim propisima i akcijskim planovima (npr. Rješenje o registraciji sjemenskih objekata koje je izdalo Ministarstvo poljoprivrede 14. 11. 2013, Ur. 525-11/1235-13-2). Skuplja se iz sastojina starijih od 40 godina i mlađih od 120 godina. Plan gospodarenja mora biti uspostavljen, dokumentiran i dovoljno održavan da osigura i demonstrira udovoljavanje zahtjevima tih propisa. Plan gospodarenja mora biti pregledan na godišnjoj osnovi te mora sadržavati sljedeće:

- ⇒ opća ocjena ekološkoga utjecaja skupljanja žira
- ⇒ karte svih područja skupljanja
- ⇒ objašnjenje i opravdanje očekivanoga godišnjega prinosa žira
- ⇒ politike i procedure za skupljanje
- ⇒ upravljanje, higijena i sigurnost hrane u slučajevima da žir služi za hranu
- ⇒ pružanje obuke za sve ljude koji su uključeni u provedbu plana
- ⇒ postupci za nadzor utjecaja skupljanja nakon skupljanja
- ⇒ politike i procedure za preradu, pakiranje i prodaju žira.

Politike i procedure skupljanja moraju biti dokumentirane i trebaju sadržavati odgovarajuće kontrole koje se odnose na:

- ⇒ vrijeme/sezonu u kojem je dopušteno ubiranje
- ⇒ područja u kojima je dopušteno skupljanje
- ⇒ odobrene tehnike skupljanja
- ⇒ količinu, vrste koje će se skupljati
- ⇒ kvalitetu skupljenih proizvoda.

Za svaki sjemenski objekt Zavod izdaje potvrdu za svaku žetvenu godinu, npr. glavna vjerodajnica sjemenske sastojine br. HR-QPE-SS-211/316, 14. 10. 2016. U 2016. godini, na primjer, dopušteno je bilo skupiti 4505 kg žira. Količinu kontrolira Hrvatski šumarski institut, ali i redovitim praćenjem. Obrada, pakiranje i označavanje žira za prodaju kao FSC certificiran mora biti u skladu sa svim važećim zahtjevima iz lanca sljedivosti FSC-a (*Chain of Custody*

– CoC), uključujući nadzor. Žir se prati u svakoj fazi, od skupljanja u šumi do isporuke kupcima i čuva se lanac nadzora. Svaka je isporuka popraćena laboratorijskim nalazom kvalitete žira.

Izdaju se deklaracija za šumski reproduksijski materijal – žir, otpremnica i opisni list za šumski reproduksijski materijal – žir. Specifikacija serije treba biti i definirana u planu gospodarenja i treba biti u skladu sa skupljenim količinama, prirodom, trajanjem i raznolikošću operacije skupljanja. Praktičan način za ocjenu proizvodnje plodova bit će da se odredi mjera proizvodnje na početku svake sezone za površinu opskrbe i da se tada postavi kvota, npr. 10 % ili 20 % za skupljanje. Količina je proizvodnje određena brojem stabala/ha i brojem plodova/ha. SA (Soil Association) mora odobriti politike i procedure prije početka skupljanja. Svaka izmjena u planu skupljanja mora biti zabilježena i odobrena. Ako se čini da će razina skupljanja nadmašiti održivi (ili dogovoreni) prirast, tada se o tome mora obavijestiti i zatražiti odobrenje od certifikacijskoga tijela.

4.1 Certificiranje u privatnim šumoposjedima – *Certification of private forest owners*

Uvidom u bazu podataka FSC-a (<https://info.fsc.org/certificate>, 19. kolovoza 2022) certifikate su za nedrvne šumske proizvode u Republici Hrvatskoj jedino pribavili privatni šumoposjednici. »Udruga šumovlasnika« osnovana je 2012. godine radi udruživanja privatnih šumoposjednika. Organizirana je u dva komanditna društva (k.d.), četiri trgovačka društva (d.o.o.) te tri privatna šumoposjednika, što

je i jedini primjer grupnih certifikata u Republici Hrvatskoj. U tablici 2 prikazani su privatni šumoposjednici koji koriste javnu bazu podataka FSC-a za utvrđivanje i potvrdu kvalitete svojih nedravnih šumskih proizvoda. Koncept grupne certifikacije razvio se kako bi omogućio grupi proizvođača ili skupljača da budu obuhvaćeni jednim certifikatom. To je idealno za male vlasnike/posjednike i pojedince koji su dio jednoga opskrbnoga lanca, ali ne rade s više agencija u isto vrijeme. »Grupna certifikacija« sve se više koristi u certificiranju organske hrane i šumskih proizvoda, u ovom slučaju žira i gljiva.

»Udruga šumovlasnika« jedina koristi mogućnosti certifikata *Forest Service Certification* za certificiranje NDŠP-a. Ukupna površina certificiranih nedravnih šumskih proizvoda FSC certifikatom u Hrvatskoj iznosi 12 118,75 ha (tablica 2). NDŠP koji se certificira su žir i gljive s oznakom FSC 100 %.

4.2 Ekološka proizvodnja i certificiranje NDŠP-a – *Ecological production and certification of NWFP*

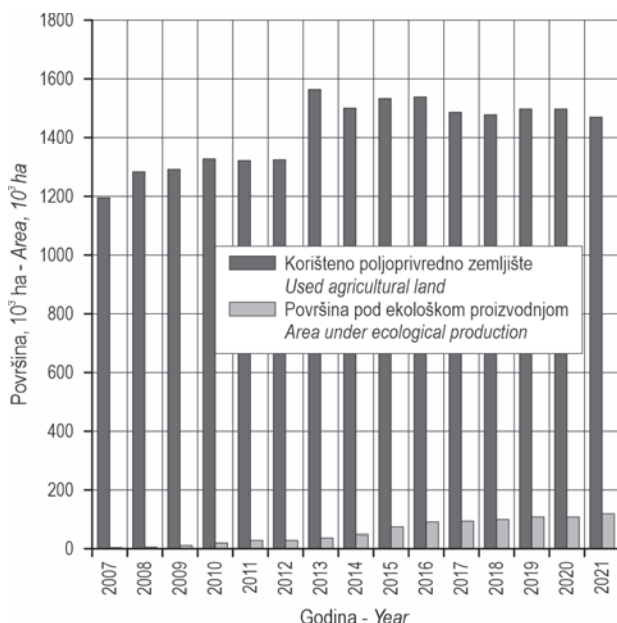
Broj ekoloških poljoprivrednih subjekata i površina pod ekološkom proizvodnjom prikazani su na slici 2 i 3. U Upisniku subjekata koji se bave ekološkom proizvodnjom u 2013. godini bilo je 1789 subjekata, od čega 1608 poljoprivrednih proizvođača, dok ih je u 2021. godini bilo 6402. Od toga su 6024 poljoprivredna proizvođača, dok je 378 prerađivača. Osim broja subjekata prikazane su i površine pod ekološkom proizvodnjom za razdoblje od 2013. do

Tablica 2. Prikaz privatnih šumoposjednika (»Udruga šumovlasnika«) i certificiranih površina (Izvor: Baza podataka FSC-a. <https://info.fsc.org/certificate>, 2022)

Table 2 List of private forest owners (Forest owners association) and certified areas (Source: FSC database <https://info.fsc.org/certificate>, 2022)

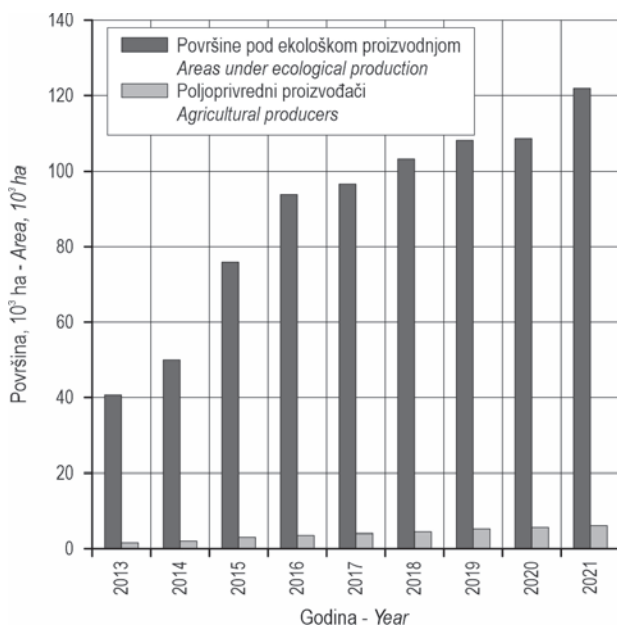
Certifikacijski kod <i>Certification code</i>	Naziv tvrtke <i>Company name</i>	Certificirana površina, ha <i>Certified area, ha</i>	Vrsta proizvoda <i>Type of product</i>	FSC status <i>FSC certified</i>
SA-FM/COC-003919-G	Ban Silva d.o.o.	711,33	Gljive (Mushrooms) Žir (Acorn)	FSC 100 %
SA-FM/COC-003919-C	Fatuus Selva k.d.	2689,62		
SA-FM/COC-003919-B	Faunus Selva k.d.	2879,85		
SA-FM/COC-003919-D	Gazije Silva d.o.o.	1063,92		
SA-FM/COC-003919-F	Nicolas Antonio Baron Adamovich	1151,05		
SA-FM/COC-003919-N	SATIS d.o.o.	328,57		
SA-FM/COC-003919-E	Seona Silva d.o.o.	1666,29		
SA-FM/COC-003919-M	Zdenko Bogović	15,58		
SA-FM/COC-003919-H	Pereira-Arnstein Georg	1612,54		
Ukupno – Total		12 118,75 ha		

2021. godine (slika 3). U 2013. godini pod ekološkom proizvodnjom bilo je 40 660 ha, što predstavlja udio od 2,59 % ukupnih površina pod uzgojem. U 2021. godini pod tom vrstom proizvodnje bilo je 121 924 ha, što je 8,26 % ukupnih površina pod uzgojem.



Slika 2. Površine korištenoga poljoprivrednoga zemljišta i površine pod ekološkom proizvodnjom (Izvor: MPŠR RH 2024)

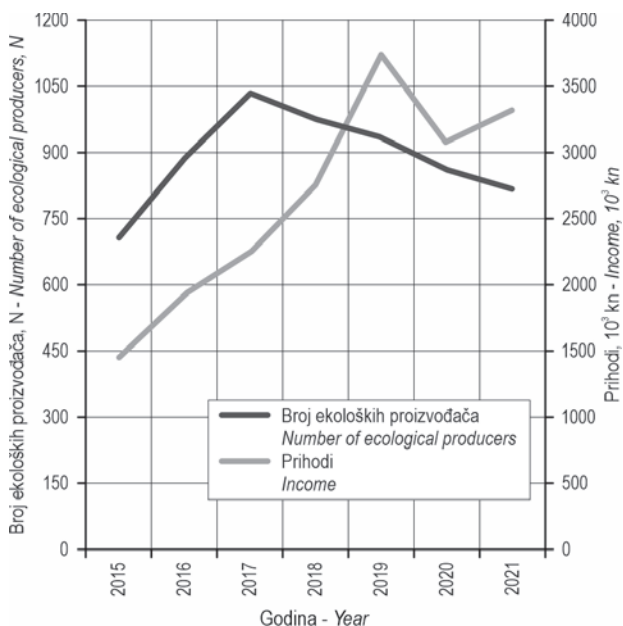
Fig. 2 Areas of used agricultural land and areas under ecological production (Source: MPŠR RH 2024)



Slika 3. Ekološka površina i broj proizvođača (Izvor: MPŠR RH 2024)

Fig. 3 Ecological area and number of producers (Source: MPŠR RH 2024)

Zbog pandemije 2020. godine zabilježen je mali pad. U 2021. godini Služba za certifikaciju proizvođa Hrvatskih šuma d.o.o. imala je 821 subjekt pod kontrolom i ostvarila je prihod od 3 315 736,80 kn s PDV-om (slika 4), 1 € = 7,5345 kn.



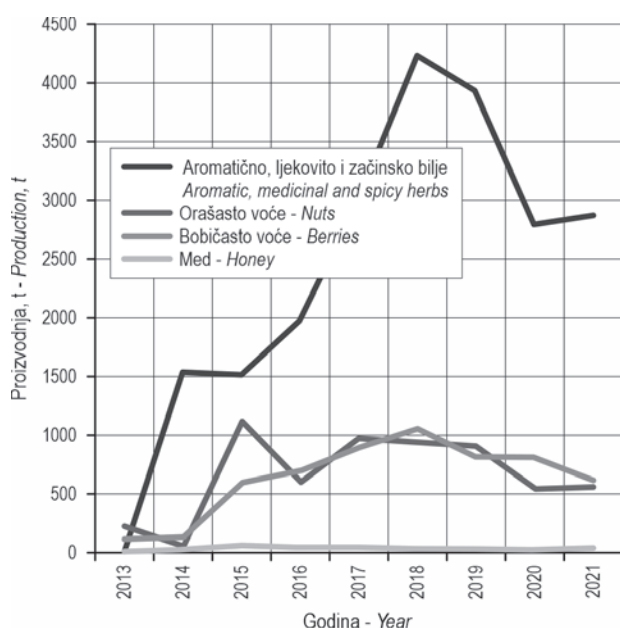
Slika 4. Broj subjekata pod kontrolom Hrvatskih šuma d.o.o. i ostvareni prihodi od 2015. do 2021. godine (1 € = 7,5345 kn) (Izvor: Hrvatske šume d.o.o. 2021)

Fig. 4 Number of entities under control of Croatian Forests Ltd. and income realized from 2015 to in 2021 (1 € = 7,5345 kn) (Source: Croatian Forests Ltd, Annual report 2021)

Posebno raste potražnja ljekovitoga bilja te je zbog izuzetne važnosti i rasta tržišta takvih proizvoda cilj ekološke Službe certificirati što više ljekovitoga i aromatičnoga bilja iz prirode. Na temelju dobivenih podataka od Ministarstva poljoprivrede za ekološku proizvodnju analizom su ustanovljeni certificirani nedrvni šumski proizvodi po površini (ha) i količini (tona) proizvodnje. Ekološki certificirani nedrvni šumski proizvodi prema podacima Ministarstva poljoprivrede su aromatično, ljekovito i začinsko bilje, bobičasto voće (isključujući jagode), orašasto voće i med.

Tablica 3. Proizvodnja aromatičnoga, začinskoga i ljekovitoga bilja, meda, bobičastoga i orašastoga voća za razdoblje od 2013. do 2021. godine (Izvor: MPŠR RH 2024)**Table 3** Production of aromatic, spicy and medicinal plants, honey, berries and nuts for the period from 2013 to 2021 (Source: MPŠR RH 2024)

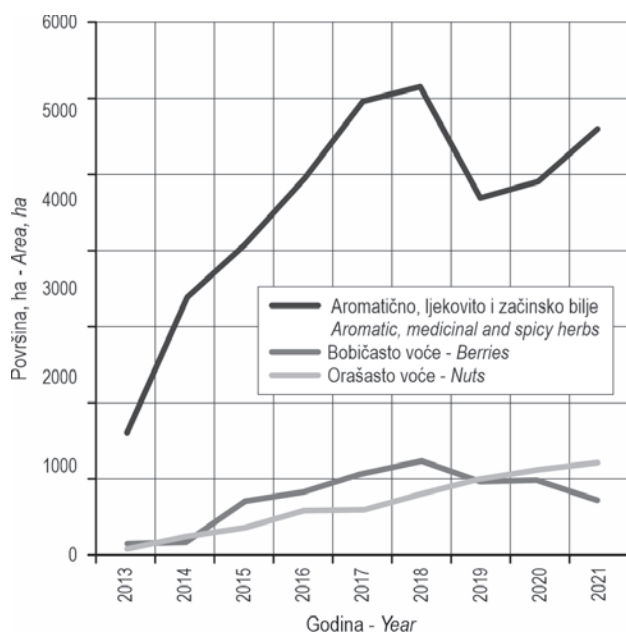
Proizvodnja, tona Production, tons	Godina – Year								
	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Med – Honey	33	60	48	47	29	31	28	48	
Aromatično, ljekovito bilje Aromatic and medicinal herbs	1541	1518	1979	3006	4239	3939	2797	2867	3374
Bobičasto voće – Berries	115	135	598	699	896	1054	815	817	616
Orašasto voće – Nuts	227	60	1119	607	980	943	905	549	564



Analiziraju li se podaci iz tablice 3 i grafičkoga prikaza na slici 5 karakteristično je da se od nedravnih šumskih proizvoda najviše ekološki certificira aromatično, ljekovito i začinsko bilje s maksimalnom proizvodnjom od 4239 tona u 2017. godini. Blagi pad proizvodnje zabilježen je 2019. i 2020. godine te 2021. slijedi značajni porast. Nakon aromatičnoga, ljekovitoga i začinskoga bilja slijedi orašasto voće s prosječnom godišnjom proizvodnjom od 661,5 tona. Prosječno se godišnji ekološki certificira 638,3 tone bobičastoga voća. Proizvodnja meda varirala je od godine do godine, najveća proizvodnja postignuta je 2014. godine (60 t/godini), zatim je slijedio mali pad te 2020. godine proizvodnja meda doseže blagi porast do 48 t/godini.

Slika 5. Prikaz proizvodnje (tona) aromatičnoga, ljekovitoga i začinskoga bilja te bobičastoga i orašastoga voća za razdoblje od 2013. do 2021. godine (Izvor: MPŠR RH 2024)**Fig. 5** Presentation of the production (tons) of aromatic, medicinal and spicy herbs of berries and nuts for the period from 2013 to 2021 (Source: MPŠR RH 2024)**Tablica 4.** Površina aromatičnoga, začinskoga i ljekovitoga bilja, bobičastoga i orašastoga voća za razdoblje od 2013. do 2021. godine (Izvor: MPŠR RH 2024)**Table 4** Areas of aromatic, spicy and medicinal herbs, berries and nuts for the period from 2013 to 2021 (Source: MPŠR RH 2024)

Površina, ha Area, ha	Godina – Year								
	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Aromatično, ljekovito i začinsko bilje Aromatic, medicinal and spicy herbs	1383	2876	3495	4225	5100	5274,03	4004	4194	4781,84
Bobičasto voće – Berries	115	135	598	699	896	1054	815	817	616
Orašasto voće – Nuts	79	194	301	494	500	671	840	940	1023



Slika 6. Prikaz površine (ha) aromatičnoga, ljekovitoga i začinskoga bilja te bobičastoga i orašastoga voća za razdoblje od 2013. do 2021. godine (Izvor: MPŠR RH 2024)

Fig. 6 Display of the area (ha) of aromatic, medicinal and spicy, berry and nut plants fruit for the period from 2013 to 2021 (Source: MPŠR RH 2024)

5. Zaključak – Conclusion

U radu je analizirana važnost certificiranja i potrebe brendiranja nedrvnih šumskih proizvoda. Prikazana je mogućnost FSC certifikacije na privatnim šumoposjedima čiji vlasnici za sada posjeduju certifikate za žir i gljive. Iako Služba za certifikaciju proizvoda Hrvatskih šuma d.o.o. bilježi sve veći interes za uslugom kontrole i certifikacije ekoloških proizvoda, FSC certifikacija kao sustav brendiranja nedrvnih šumskih proizvoda još uvijek nije dovoljno razvijena u Hrvatskoj. Tržište ekoloških proizvoda iz godine u godinu sve se više razvija i sve je veća potražnja za ekološkim proizvodima. Tako je iz analiziranih podataka (tablica 4 i slika 6) vidljiv porast ekoloških površina orašastoga voća od 2013. godine sa 79 ha do značajnoga porasta od 1023 ha u 2021. godini. Bobičasto voće doseže svoj maksimum 2018. godine s ekološkom površinom od 1054 ha, zatim slijedi blagi pad sve do 2021. godine s površinom 616 ha. Najveću ekološku površinu ima aromatično, ljekovito i začinsko bilje koja varira iz godine u godinu. U Republici Hrvatskoj najviše se ekološki certificira aromatično, začinsko i ljekovito bilje, zatim orašasto, bobičasto voće i med. Služba za certifikaciju poduzeća Hrvatske šume d.o.o. zaprima sve

više zahtjeva za certifikacijom (Roša 2010), što je u skladu s povećanom proizvodnjom tih proizvoda. U budućnosti je potrebno razvijati sve sastavnice marketinškoga miksa, kao što su proizvod, cijena, promocija i distribucija (Pettenella i dr. 2006).

Nažalost, razvoj i uloga brenda nije prepoznata kod sporednih šumskih proizvoda. Uspješna strategija brenda osim klasičnoga marketinškoga miksa uključuje i druge čimbenike, kao što su društveni kapital, osiguranje kvalitete, certificiranje i označivanje, propisi i postavke vlasničkih prava, integracija i umrežavanje, ljudski resursi, promocija, sustav pakiranja i prodaje i klimatski uvjeti (Posavec i dr. 2018). Uspješan razvoj brenda moguće je postići pažljivo planiranim elementima koji su osmišljeni tako da zadovolje različite potrebe i želje potrošača. Potrebne su nam inovacije pomoću kojih nam je cilj ponuditi tržištu nešto što prije nije bilo dostupno, na primjer novi proizvod, proces ili uslugu. Kako bi se stvorio inovativan brend, prvo se mora izbjeći korištenje zastarjele prakse, a to postizemo upotrebom novih tehnika brendiranja. Najpoznatiji primjeri brendiranja u Hrvatskoj svakako su brendiranje proizvoda i usluga, a najbolji primjeri za to su istarski tartufi i slavonski hrast. Uostalom, brendiranje nedrvnih šumskih proizvoda u Hrvatskoj je koncept koji se razvija. U radu je prikazan mali uzorak certificiranih proizvoda i početnih inicijativa na nekoliko primjera. Možemo zaključiti da postoji značajan potencijal brendiranja nedrvnih šumskih proizvoda u Hrvatskoj pomoću FSC certifikata ili pomoću ekološke certifikacije.

5. Literatura – References

- Aaker, D. A., 1991: Managing brand equity. Free Press: New York, NY, 299 str.
- Aaker, D. A., 1996: Building strong brands. Free Press: New York, NY, 380 str.
- Ervin, J. B., P. Mallet, 2002: The rise of certification, the current state of the playing field for NTFP certification programmes and future prospects. In: Tapping the Green Market: Certification and Management of Non-Timber Forest Products. Eds: P. Shanley, A. R. Pierce, S. Laird, A. Guillen. Earthscan, London, UK. pp. 7–19.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), 1992: NWFP database, by A. Singh. Working Paper. FAO, Rome.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), 1999: Towards a harmonized definition of non-wood forest products. Unasylva, 50(198): 63–64.
- FAO/WHO, 1999: Codex Alimentarius Commission Guidelines for the Production, Processing, Labelling and

Marketing of Organically Produced Foods. FAO, Rome, 77 str.

FSC (Forest Stewardship Council), 2022: FSC database. <https://info.fsc.org/certificate>

Hrvatske šume d.o.o. 2023: Ekološka proizvodnja. <https://www.hrsume.hr/tvrtke/ekoloska-proizvodnja-opcenito/certifikacija-ekoloskih-proizvoda/>

Hrvatske šume d.o.o. 2021: Godišnje poslovno izvješće za 2021. Hrvatske šume d.o.o. Zagreb, 48 str.

Hrvatske šume d.o.o. 2014: Pravilnik o korištenju nedravnih šumskih proizvoda od 20. 3. 2014, Hrvatske šume d.o.o., Zagreb.

Hrvatski sabor, 2010: Zakon o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda. NN 139/2010.

Hrvatski sabor, 2018: Zakon o poljoprivredi. NN 118/2018.

Keller, K. L., 1993: Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1): 1–22.

Kim, J. Y., J. D. Morris, J. Swait, 2008: Antecedents of true brand loyalty. *Journal of Advertising*, 37(2): 99–117. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367370208>

Kotler, P., K. L., Keller, 2008: Upravljanje marketingom. MATE d.o.o., Zagreb, 816 str.

Ministarstvo poljoprivrede, 2022: Pravilnik o kontrolnom sustavu ekološke poljoprivrede. NN 110/2022.

MPŠR RH – Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva Republike Hrvatske, 2024: Statistika – ekološka poljoprivreda (EKO statistika_2024_rev_dp_26072024.xlsx (live.com). <https://poljoprivreda.gov.hr/statistika-360/360>

Pettenella, D., G. Corradini, R. Da Re, M. Lovric, E. Vidale, 2019: NWFPs in Europe – consumption, markets and marketing tools. In: B. Wolfslehner, I. Prokofieva, R. Mavsar (eds): *Non-wood forest products in Europe: seeing the forest around the trees*, Joensuu, Finland, EFI. 31–53.

Pettenella, D., L. Ciccacese, S. Dragoi, A. Hegedus, A. Hingston, S. Klöhn, A. Matilainen, S. Posavec, T. Thorfinnsson, 2006: NWFP&S marketing: lessons learned from case studies in Europe. In: Niskanen, A. (ed.): *Issues affecting enterprise development in the forest sector in Europe*. Faculty of Forestry, University of Joensuu. Research notes 169. 367–403.

Posavec, S., M. Ravnjak, Š. Pezdevšek Malovrh, 2018: Poslovno okruženje za razvoj sporednih šumskih proizvoda u Republici Hrvatskoj. *Nova mehanizacija šumarstva*, 39: 83–89.

Punj, G., C. Hillyer, 2004: A cognitive model of customer-based brand equity for frequently purchased products: Conceptual framework and empirical results. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1–2): 124–131. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1401&2_14

Roša, J., 2010: Koraci do ekoznaka za ljekovito i aromatično bilje. *Šumarski list*, 134(3–4): 169–177.

Rundgren, G., 2002: A perspective on NTFP certification from the organic sector. In: Shanley, P., A. R. Pierce, S. Laird, A. Guillen (eds): *Tapping the Green Market: Certification and Management of Non-Timber Forest Products*. Earthscan Publications.

Tokarczyk, J., E. Hansen, 2006: Creating intangible competitive advantages in the forest products industry. *Forest Products Journal*, 56(7–8): 4–13.

Vranešević, T., 2007: Upravljanje markama (Brand management). Accent, Zagreb, 461 str.

Abstract

Certification and Branding of Non-Timber Forest Products and Services

The paper analyzes the importance and role of branding and the development of certification of non-timber forest products and services. From the available secondary databases, the types of products with an ecological label, as well as certified products, are presented. We also analyzed the importance and possibilities of FSC certification in private forest estates and found that acorns and mushrooms are the only certified products of the non-wood forest products. FSC certification as a branding system for non-timber forest products is still not sufficiently developed in Croatia, although there is potential for further progress. The company Croatian Forests Ltd. (Hrvatske šume d.o.o.) carries out environmental certification. The ecological certification of the non-wood forest products provides the assurance that the product has met all the conditions of ecological control and thus acquired the eco label. Through the certification process, an attempt is made to create a recognizable brand, so that the manufacturer can use the mark to distinguish his product or service from the competition. A brand is a strategy that helps organizations give meaning to their products or services. It is designed to differentiate the product from the competition. By developing a clear and consistent brand identity, organizations can easily recognize their brand and attract more customers. For the purpose of this research, the potential of branding non-wood forest products was analyzed through FSC certification in private forest estates, and ecological certification in the company Croatian Forests Ltd. In Croatia, aromatic, spicy and medicinal plants, followed by nuts, berries and honey are the most ecologically certified products. Ecological certification is gaining significant importance in Croatian forestry.

Keywords: forest products and services, ecological production, certification, brand

Adrese autorâ – Authors' addresses:

Prof. dr. sc. Stjepan Posavec*
e-pošta: sposavec@sumfak.unizg.hr
Sveučilište u Zagrebu
Fakultet šumarstva i drvne tehnologije
Svetošimunska cesta 23
10000 Zagreb
HRVATSKA

Mirna Samaržija, mag. ing. silv.
e-pošta: mirnasenj@gmail.com
Brinjska ulica 12
53270 Senj
HRVATSKA

*Glavni autor – Corresponding author

Primljeno (Received): 26. 3. 2024.
Prihvaćeno (Accepted): 19. 6. 2024.
Stručni rad – Professional paper