

**ZAGORSKI PURAN – HRVATSKI TRADICIONALNI
PROIZVOD ZA EUROPSKU UNIJU****D. Vincek, M. Ernoić****Sažetak**

Poznato je da kako na hrvatskom tako i na međunarodnom tržištu vlada velika konkurencija za plasman prehrambenih proizvoda. U toj borbi za konkurentnost sve više se cijene autohtoni i tradicionalni proizvodi, odnosno proizvodi koji se odlikuju posebnom kakvoćom. Takve prehrambene proizvode čije posebne karakteristike proizlaze iz vrijednosti njihovih sastojaka, načina proizvodnje i prerade te podneblja iz kojega dolaze, a koji su zbog toga na posebnom glasu ne samo na domaćem nego i na međunarodnom tržištu, potrebno je zaštititi oznakama izvornosti, zemljopisnog podrijetla, tradicionalnog ugleda ili pak certifikacijskim žigom. Jedno od prepoznatljivih obilježja šireg područja sjeverozapadnog dijela Hrvatske je zagorski puran. U općini Bednja, u Varaždinskoj županiji 2004. godine pokrenut je projekt "Purek z Bednje", te je osnovana zadruga za marketing zagorskog purana. Predloženi modeli proizvodnje omogućuju seljačkim gospodarstvima s područja općine kroz uzgoj zagorskog purana ostvarivanje dopunskog dohotka, a u slučaju veće proizvodnje i temeljnog dohotka. Putem zadruge proizvođač ostaje vlasnik proizvoda dok ga ne kupi krajnji potrošač, preuzima na sebe poslovni rizik, ali isto tako ostvaruje i dodatnu zaradu od distribucije i marketinga, koja bi u nekom drugom obliku distribucije pripala posrednicama. Kako proizvod polako pronalazi mjesto na tržištu, krenulo se u njegovu zaštitu zemljopisnog podrijetla i certifikacijskog žiga.

Ključne riječi: Zagorski puran, zadruga, tradicionalni proizvod, Varaždinska županija

*Uvod**Rasprostranjenost i sadašnje stanje populacije*

Danas se proizvodnja zagorskog purana, uz tradicionalno uzgojno područje širi i na ostala područja Hrvatske. Najznačajnija po broju uzgajivača i broju životinja i dalje su Krapinsko-zagorska, te Varaždinska županija. Uzgoj je sveden s nekadašnjih 26,000 matičnih životinja zabilježenih 1935. godine, na 1,038 matičnih purana krajem 20. stoljeća, odnosno na manje od 4% od nekadašnje populacije. U pitanje je došao opstanak ove naše pasmine, a time i

Dragutin Vincek, Miljenko Ernoić - Varaždinska županija Franjevački Trg 7, 42000 Varaždin, Hrvatska, (e-mail: poljoprivreda@varazdinska-zupanija.hr), tel: 00/385/42/390-579

Rad je priopćen na Konferenciji o izvornim pasminama i sortama kao dijelu prirodne i kulturne baštine, Šibenik 13.-16. studenog 2007. godine

mogućnost smanjenja naše biološke raznolikosti. Prema podacima Hrvatskog stočarskog centra za 2006. godinu u centralnoj bazi podataka za područje Varaždinske županije, evidentirano je 540 umatičenih purica i purana. Uspoređujući taj podatak s brojem purana zadnjih pet godina može se konstatirati stagnacija iz nekoliko razloga. Mnogi ugostiteljski objekti su zainteresirani za zagorskog purana, međutim da bi se taj proizvod plasirao na taj način potrebno je rasijecanje, jer nitko ne želi kupiti cijelog purana. Kretanje poticaja se mijenja iz godine u godinu, ne postoji dugoročnija poljoprivredna politika, te se poticaj može ostvariti samo za umatičena grla i to maksimalno za tri jata po obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Jedan od ograničavajućih ne smije se zaboraviti i pošast koja se pojavila 2006. godine – ptičja gripa. Zbog naredbe Ministarstva o obaveznom zatvorenom držanju životinja, kod purana koji nisu naučeni na zatvoreni sustav držanja pojavljuje se kanibalizam, pa su mnoga gospodarstva odustala od proizvodnje ili smanjila svoja stada. Točan broj uzgajivača zagorskog purana i sadašnju proizvodnju nije moguće točno utvrditi. Procjenjuje se da na području Hrvatskog zagorja ima više stotina uzgajivača zagorskog purana s godišnjom proizvodnjom oko stotinjak tisuća kljunova. Većina proizvođača zagorskog purana ima svega nekoliko životinja i proizvodi ih najčešće za osobne potrebe, a višak prodaje na crnom tržištu.

Zadruga – Puran bednjanskog kraja

Do sada je bilo više pokušaja da se unaprijedi proizvodnja, prodaja i marketing zagorskog purana. Međutim, svi ti pokušaji pretpostavljali su da seljak proizvodi, a netko drugi prodaje i zarađuje od zagorskog purana. Projekt «Osnivanje zadruga za marketing zagorskog purana i organizacija prve prodajne pošiljke – pilot projekt na području općine Bednja» polazio je od pretpostavke, da sami proizvođači, preko vlastite zadruga, prodaju i zarađuju od zagorskog purana. Projekt je pokazao mogućnost prodaje zagorskog purana kao premijskog proizvoda na hrvatskom tržištu. Predloženi modeli proizvodnje omogućuju seljačkim gospodarstvima s područja općine kroz uzgoj zagorskog purana ostvarivanje dopunskog dohotka, a u slučaju veće proizvodnje i temeljnog dohotka. Zadruga se pokazala kao prihvatljivi oblik organizacije. Osnivanjem marketinške zadruga i legalizacijom prodaje nastoji se povećati broj grla, što naravno ima smisla samo ako postoji tržište. Na temelju dosadašnjih aktivnosti učešće malih zadrugara s područja općine Bednja mijenja se iz godine u godinu, ovisno o kretanjima na tržištu. Od prodaje 160 purana u 2004. godini od 5 zadrugara preko zadruga, ta brojka se udvostručila u 2006. godini, usprkos pojavi ptičje gripe. Prema internim podacima, ove se godine

planira preko zadruge plasirati oko 800 kljunova. Prosječna cijena za kg zagorskog purana kretala se oko 55,00 kn, a prosječna težina purana bila je 4.85 kg. Proizvod polako pronalazi svoje mjesto na tržištu. Još uvijek mnogi uzgajivači prodaju svoja grla na crno, tako da je promet definitivno puno veći. Porastom imidža zagorskog purana porasla je potražnja i cijena ovog proizvoda na domaćem tržištu.

Rasprava

Područje današnje općine Bednja predstavlja tipično uzgojno područje zagorskih purana i s povijesnog i zemljopisnog stajališta. Mala, usitnjena i raštrkana seljačka gospodarstva unatrag više od 400 godina razvila su poseban način uzgoja purana u otvorenim sustavima koristeći sve prirodne prednosti ovog kraja. Nažalost, neke druge vizije i strategije razvoja ovog kraja unatrag tridesetak godina nisu uzimale u obzir uzgoj i prodaju zagorskih purana kao isplative stočarske proizvodnje. Rezultat takvog pristupa uzgoju je da većina proizvođača danas ima mali broj životinja, odnosno bavi se ovom proizvodnjom za osobne potrebe ili kao jednom od dopunskih djelatnosti. Upravo zahvaljujući ljubavi i upornosti tih preostalih uzgajivača, ali prije svega i uvijek prisutnoj potražnji za pravom zagorskom puricom, ovaj uzgoj se održao u gotovo nepromijenjenom obliku. Upravo mu to danas u vremenu proizvodnje “brze i jeftine hrane” daje prednost na tržištu zdrave i kvalitetne hrane, te tako podiže i cijenu proizvoda. Posljednjih nekoliko godina poraslo je zanimanje javnosti za zagorskog purana, a usporedo s tim i potražnja i cijena ovog proizvoda na domaćem tržištu. Rezultati pokusnog marketinga pokazuju da tržište trenutno nije ograničeno za povećanje ove proizvodnje. Budući da se radi o vrsti koja se vrlo brzo razmnaža moguće je postojeću proizvodnju višestruko povećati u razmjerno kratkom vremenskom razdoblju. Cijena zagorskog purana koleba ovisno o spolu i veličini životinje, te sezoni prodaje. Očišćene purice, koje se više cijene, težine 2,0-3,5 kg, prodaju se u božićno vrijeme po cijeni između 40 i 50 kn/kg. Izvan sezone cijena je za oko 10-15% niža. Purani i teže pure imaju cijenu i do dvadesetak posto nižu od cijene purice. Na domaćem tržištu zagorskog purana mogu se izdvojiti četiri tržišna odsječka: ugostiteljstvo, krajnja potrošnja, poslovni pokloni i turizam. Na segmentu krajnje potrošnje zagorski puran kupuje se za vlastite potrebe. U pravilu se kupuje za posebne prilike, da se u njemu uživa, počasti druge osobe ili dade vrijedan poklon. Tržni segment poslovnih «poklona» može se najdinamičnije razvijati. Postalo je «in» da se poklanjaju domaći specijaliteti. Među njima zagorski puran svakako ima svoje mjesto. Kupci u ovom segmentu traže proizvod najbolje kakvoće i

spremni su platiti veću cijenu. Obično za ovaj segment treba ponuditi paket, tj. puricu uz prikladno vino i u prikladnom pakiranju.

Postojeća ponuda ne zadovoljava potražnju ovog segmenta. Postojeća ponuda "Zagorskog purana" vrlo je neujednačene kakvoće, malog opsega i bez prepoznatljivog tržnog identiteta, odnosno ne nalazi se na legalnom tržištu. Najveći dio proizvodnje prodaje se na "crno", izravno privatnim ugostiteljima ili građanima, bez minimalne kontrole kvalitete i zdravstvene ispravnosti proizvoda. Na taj se način često događa da se potrošačima nude i «lažni» zagorski purani, te da potrošači uopće nemaju mogućnost kupnje izvornih zagorskih purana s potpunim jamstvima glede porijekla i kakvoće mesa. Na taj način oštećeni su i uzgajivači i potrošači. Na osnovi iskustava dviju marketinških zadruga koje okupljaju uzgajivače zagorskog purana radi zajedničke prodaje i marketinga ovog proizvoda na domaćem tržištu, zagorski puran najbolje se prodaje kroz segment poslovnih poklona. VIP pakiranje zagorske pure za kupce zanimljiv je, privlačan i pogodan poklon, a po kakvoći i cijeni konkurentan na ovom tržišnom odsječku. Ukupno gledano, tržište trenutno nije ograničenje za povećanje proizvodnje i prodaje zagorskog purana kao legalnog proizvoda po premijskim cijenama.

Rezultati testova tržišta pokazali su da je tržišni potencijal domaćeg tržišta oko 70 tisuća pura godišnje, a njegova zagrebačkog odsječka oko 22 tisuće pura godišnje. Proizvodnja od 200 pura, uz prodaju po premijskim cijenama, dopunski je izvor zarade, dok proizvodnja od 400 i više pura već daje dohodak koji može biti značajan izvor prihoda gospodarstva. Pojednostavljeno rečeno, s 400 pura već se može zaraditi jedna prosječna plaća. U proizvodnji od 100 tisuća kljunova godišnje, prosječne mase oko 4 kilograma očišćenog purećega mesa po kljunu i maloprodajne cijene od 80 kn/kg moglo bi se iz ove proizvodnje ostvariti bruto prihod oko 32 milijuna kuna, odnosno vrijednost proizvodnje oko 20 milijuna kuna. To je oko 250 prosječnih plaća. S pravom se postavlja pitanje: koja poljoprivredna proizvodnja može danas osigurati ekvivalentan dohodak u ruralnom prostoru Hrvatskog zagorja?

Zaključak

Danas u svijetlu sve prisutnije težnje modernog i urbaniziranog čovjeka da se ponovno poveže s prirodom, postaje posebno važno dati važnost proizvodnji hrane na što prirodniji način. To znači da nam nije svejedno tko, gdje i na koji način proizvodi hranu za nas. Sve prisutnija globalizacija u proizvodnji hrane utječe na veliku nesigurnost i ovisnost o proizvodnji hrane koja se nalazi daleko i tisućama kilometara od nas. Naravno da spoznaja da ne vidimo kako se hrana

proizvela, da ne znamo u kakvim je uvjetima bila skladištena i na koji način je putovala, stvara kod potrošača nepovjerenje u kakvoću te hrane. Nije naime važno kakvog je hrana ukusa (što je najčešće kriterij po kojem se odlučujemo za određenu namirnicu), već je važno koliko je ona zdrava i funkcionalna za naš organizam. To znači da moramo biti upoznati s područjem gdje je proizvedena, biotehnologijom proizvodnje i prerade te hrane, ali i ljudima koji se tim poslovima bave. Razvojem poljoprivredne proizvodnje, koja osigurava održivost i biološku raznolikost našeg neposrednog okoliša u kojem živimo, podići ćemo kakvoću življenja u regiji. Kad govorimo o održivoj poljoprivredi, onda pod time podrazumijevamo poljoprivredu koja je gospodarski, socijalno i posebno ekološki prihvatljiva za našu zajednicu. Ukoliko održivom poljoprivredom razvijamo proizvodnju hrane, tada utječemo na uređenost krajobraza u (poljoprivreda je najbolji i najjeftiniji komunalni redar), osiguravamo trajnost biološke raznolikosti, te štitimo tlo i vodu od zagađenja, koju intenzivna i konvencionalna poljoprivreda neminovno nosi sa sobom. Zagorski puran predstavlja važan element biološke raznovrsnosti Hrvatske i već smo ga zbog toga dužni svakako očuvati. Ujedno ne smijemo ga mjeriti samo ekonomskim potencijalom, već ga trebamo sagledati sa više aspekata. Zagorski puran predstavlja simbol Hrvatskog zagorja i njegovim definitivnim gubitkom nestaje jedan dio povijesti.

LITERATURA

1. Ernoić M., Vincek, D. (2007.): AGRlurbana – Program održivog razvoja poljoprivrede Grada Varaždina, radni materijal
2. Ernoić M., Kovačić, D., Ozimec, R., Vincek, D. (2005.): Opravdanost tradicijskog uzgoja zagorskih purana i njihov doprinos gospodarskom razvoju sjeverozapadne Hrvatske, HAZU, Varaždin, 10-11. Studeni 2005
3. Hrvatski stočarski centar: Godišnja izvješća
4. Kovačić, D. (2003.): Osnivanje zadruge za marketing zagorskog purana i organizacija prve prodajne pošiljke, Agrarno savjetovanje, interna studija, Zagreb
5. Posavi, M., Ernoić, M., Ozimec, R., Poljak, F. (2002.): Hrvatske pasmine domaćih životinja (Croatian Breeds of Domestic Animals), Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja, Zagreb
6. Zadruga "Puran bednjanskog kraja": Interni podaci

ZAGORJE TURKEY – TRADITIONAL CROATIAN PRODUCT FOR THE EUROPEAN UNION

Summary

It is well known that there is harsh competition on both the Croatian and the international foodstuff market. In this struggle the autochthonous and traditional products are highly appreciated. These are the products of a special quality. Such foodstuff, with special features that result from the quality of their ingredients, the way of production and refinement, as well as the climate and which are appreciated on both domestic and international market should be protected by originality marks, geographical origin marks, traditional prestige marks or certificate seals. One of the famous symbols of the wider north-western area of Croatia is the Zagorje turkey ("zagorski puran"). The project "Turkey from Bednja" ("Purek z Bednje") was launched in 2004 in the County of Varaždin. A cooperative whose task was to promote the Zagorje turkey was also established. Suggested model of production enables family farms to gain additional income, and in the case of mass production, even basic income. When dealing with agricultural cooperatives, a producer remains the owner of the product until it is sold to a final consumer. A producer takes the business risk, but on the other hand gains additional profit from distribution and promotion, which would otherwise belong to a middleman. As the product has gradually been gaining its position on the market, there has been initiative to protect its geographical origin and certification seal

Key words: Zagorje turkey, Cooperative, traditional product, County of Varaždin

Primljeno: 4.11.2008.