

AGNIESZKA TUL-KRZYSZCZUK, KAROL KRAJEWSKI

POTRAWY I PRODUKTY REGIONALNE JAKO SZANSA ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH W POLSCE PO AKCESJI DO UNII EUROPEJSKIEJ

Streszczenie

Potrzeba ochrony specyficznych produktów rolnych lub artykułów żywnościowych wynika z warunków konkurencji rynkowej, możliwości zachowania specyfiki regionalnych produktów oraz identyfikacji ich pochodzenia. Wiele z tych produktów wytwarzanych jest w warunkach gospodarstw rolnych, co może przyciągać turystów do tych gospodarstw oraz stanowi szansę rozwoju agroturystyki. Dostrzeganym bowiem zjawiskiem wśród turystów stało się poszukiwanie atrakcji kulinarnych: oryginalnych potraw i produktów. Regionalne podejście do dziedzictwa kulturowego oznacza odtwarzanie ważnych elementów, zapomnianych wytworów kultury i tradycji, do których z pewnością można zaliczyć produkty i potrawy regionalne. Wydaje się, że w przypadku produktów i potraw regionalnych kolejnym krokiem rozwoju powinna być standaryzacja oraz poddanie ich procesom legislacyjnym, adekwatnym do stanu prawnego w UE.

Słowa kluczowe: produkty regionalne, potrawy regionalne, rozwój rolnictwa, tradycje kulinarne.

Wstęp

Ochrona specyficznych produktów rolnych lub artykułów żywnościowych w krajach UE wynika z ostrych warunków konkurencji rynkowej oraz możliwości zachowania specyfiki tych lokalnych (regionalnych) produktów w celu identyfikacji ich pochodzenia i różnorodności kulturowej. Doprowadziło to niektóre państwa członkowskie do wprowadzenia tzw. „rejestrowanych nazw pochodzenia”. Rozwiązanie to cieszy się powodzeniem wśród producentów rolnych, którzy w ten sposób tworzą warunki monopolu na lokalnych (a niekiedy nawet europejskich) rynkach oraz wyższe dochody w zamian za starania na rzecz zachowanie jakości tych produktów oraz niezmiennych receptur, dodatków i procesów technologicznych [1]. Wiele z tych produktów wytwa-

Mgr inż. A. Tul-Krzyszczuk, Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW ul. Nowoursynowska 159C, 02-787 Warszawa, dr inż. K. Krajewski, Wyższa Szkoła Infrastruktury i Zarządzania Rolnictwem w Warszawie, ul. Rakowiecka 32 02-532 Warszawa

rzanych jest w warunkach gospodarstw rolnych, co może przyciągać turystów do tych gospodarstw oraz stanowi szansę rozwoju turystyki na obszarach wiejskich [4].

Celem pracy było określenie szans i możliwości rozwoju produktów regionalnych o chronionych znakach geograficznych i nazw pochodzenia w Polsce na tle doświadczeń w krajach Unii Europejskiej, w specyficznych warunkach obszarów wiejskich i polskiego rolnictwa.

Specyfika rozwoju rolnictwa w Polsce a kuchnie regionalne

Rolnictwo polskie i sektor żywnościowy mają do spełnienia dwie komplementarne względem siebie funkcje, z których funkcja pozaprodukcyjna jest równie ważna, jak produkcyjna, tj. wytwarzanie produktów rolnych (na potrzeby własne i na rynek, w dominującej części lokalny) i kreowanie niezbędnych dochodów gospodarstw rolnych [3]. Szczególną rolę w rozwoju rolnictwa polskiego odegrać mogą właśnie produkty regionalne.

Funkcja pozaprodukcyjna rolnictwa polega na utrzymywaniu piękna krajobrazu, czystości środowiska naturalnego, różnorodności biologicznej, infrastruktury technicznej i dostępności, a w efekcie oznacza rozwój turystyki, która w sposób trwały jest związana z nowym preferowanym stylem życia [8]. Oznacza to szansę i warunki rozwoju działań wspomagających zrównoważony, wielofunkcyjny rozwój tych terenów, wśród których rozwój turystyki i wytwarzanie produktów regionalnych (także dla potrzeb turystów), stać się mogą ważnym źródłem dochodów rolników.

Sposób odżywiania ludności polskiej od dawna był zróżnicowany i zależny od miejsca zamieszkania. Kraj nasz jest urozmaicony pod względem rzeźby terenu, warunków klimatycznych i związanych z nimi możliwościami uprawy ziemi i hodowli zwierząt [4, 5]. Te czynniki i wiele innych, tkwiących w temperamencie i zwyczajach ludowych, przyczyniły się do wytworzenia produktów i potraw charakterystycznych dla danych regionów, tworząc kuchnie regionalne. Ich specyfika, charakterystyczne surowce, przyprawy, odrębne smaki i formy podania świadczą o dziedzictwie kulturowym mieszkańców i mogą stanowić ważny element promocji regionów.

Jednym z najbardziej efektywnych kierunków rozwoju rolniczego jest wytwarzanie, promocja oraz sprzedaż produktów regionalnych, które jednocześnie stanowią dużą atrakcję turystyczną, wiążąc w ten sposób te dwa odrębne kierunki gospodarowania na terenach wiejskich.

Powstaje w ten sposób szansa na zintegrowanie działań w tych dwóch obszarach aktywności gospodarczej oraz uzyskanie efektu finansowego przy racjonalnej polityce rozwoju i wsparciu tych działań przez lokalne samorządy.

Ochrona znaków geograficznych oraz nazw pochodzenia produktów rolnych i artykułów żywnościowych w krajach Unii Europejskiej

W Unii Europejskiej ochrona znaków geograficznych oraz nazw pochodzenia produktów rolnych i artykułów żywnościowych regulowana jest przez rozporządzenie Rady (EWG) nr 2081/92 z dnia 14 lipca 1992 roku [6]. Stanowi ono uszczegółowienie postanowień dotyczących oznakowania produktów rolnych i artykułów żywnościowych, określonych przez dyrektywę Rady nr 79/112. Rozporządzenie to ujednolica praktyki krajowe rejestrowanych nazw pochodzenia (PDO, AOP) i znaków geograficznych (PGI), zapewniając uczciwą konkurencję pomiędzy wytwórcami odpowiednio oznakowanych produktów (tab. 1). Przepisy powołanego rozporządzenia uwzględniają też odrębne, branżowe ustawodawstwo wspólnotowe, dotyczące zwłaszcza regulacji odnoszących się do win i napojów spirytusowych [1].

Nazwy te mogą być uznane za nazwy pochodzenia z ochroną krajową przez dane państwo członkowskie albo, jeśli nie ma takiego programu, odznaczają się udowodnionym tradycyjnym charakterem oraz wyjątkową reputacją i renomą (np. AOC – Appellation d’origine controlée we Francji). Produkty te uznawane są powszechnie za dziedzictwo kulturowe krajów, dorobek regionalny, a nawet narodowy, jak np. wina szampańskie dla Francuzów czy szynka parmeńska dla Włochów. Znajduje to też wyraz w kulturze i literaturze.

Regionalne podejście do dorobku i tradycji kulinarnych jako element dziedzictwa kulturowego

Regionalne podejście do dziedzictwa kulturowego oznacza odtwarzanie ważnych elementów, zapomnianych wytworów kultury i tradycji (do których zaliczyć z pewnością można też produkty i potrawy regionalne), w formie dawnej bądź wzbogacaniu o nowe tradycje oraz poprzez nadawanie pewnym wytworom nowych funkcji, co warunkuje ich przetrwanie i rozwój w perspektywie europejskiej. Wydaje się, że w przypadku produktów i potraw regionalnych kolejnym krokiem rozwoju powinna być standaryzacja tych produktów i potraw oraz poddanie ich procesom legislacyjnym, adekwatnym do stanu prawnego UE. Jak dotąd w polskich warunkach nie zostały opracowane skuteczne rozwiązania ustawowe i organizacyjne w tym zakresie.

Kuchnie regionalne w Polsce pokrywają się z obszarami odpowiednich regionów, co oznacza np. kuchnię kaszubską, mazurską, góralską. Różnice między poszczególnymi kuchniami regionalnymi wynikają z zachowywania potraw charakterystycznych dla regionów oraz wykorzystywania produktów typowych dla tych regionów, nie zawsze powszechnie znanych. Po weryfikacji recepturowej oraz opracowaniu pod względem technologicznym potrawy te mogłyby znaleźć się w jadłospisach restauracji i zajazdów w danym regionie. Pozwala to zachować odrębność regionów, kreować ich

wizerunek i wspierać procesy racjonalizacji produkcji potraw. Podobne działania w Unii Europejskiej stworzyły warunki i możliwość podtrzymania tradycyjnych potraw w poszczególnych regionach oraz pozwoliły wykreować atrakcyjne produkty regionalne, które po rejestracji jako specyficzne dziedzictwo kulturowe stały się wizytówką handlową i atrakcją turystyczną wielu regionów.

Tabela 1

Przykłady oryginalnych unijnych produktów rolnych i artykułów żywnościowych objętych znakami nazw pochodzenia (PDO) i znakami geograficznymi (PGI).

Examples of some European Union's foods and agricultural products designated by their place of origin (PDO) and by geographical signs (PGI).

Państwo członkowskie Member states	Nazwa pochodzenia Name after the place of origin PDO	Znak geograficzny Geographical sign PGI
Hiszpania Spain	"Manzana Reineta del Bierzo" – owoce / fruits "Salchichón de Vic"/"Llonganissa de Vic" – prod. mięsne / meat products "Sierra de Cazorla", "Aceite del Bajo Aragón" – oliwa z oliwek / olive oil "Arroz de Valencia or Arris de València" – prod. zbożowe / cereal products	"Botillo del Bierzo" – prod. mięsne / meat products "Alcachofa de Tudela" – świeże warzywa i przetwory / fresh vegetables and preserves
Francja France	"Pélardon" – ser / cheese "Taureau de Camargue" – świeże mięso / fresh meat "Huile d'olive d'Aix-en-Provence" – oliwa z oliwek / olive oil "Huile d'olive de Haute-Provence" – oliwa z oliwek / olive oil	"Jambon sec et noix de jambon sec des Ardennes" "Boudin blanc de Rethel" – prod. mięsne / meat products
Włochy Italy	"Veneto Valpolicella, Veneto Euganei e Berici, Veneto del Grappa" – oliwa z oliwek / olive oil	"Coppia Ferrarese" – prod. piekarnicze / bakery products
Belgia Belgium	-	Pâté gaumais

Źródło: Zestawienie własne na podstawie rozporządzeń Komisji (EC): nr 2601/2001, nr 2372/2001, nr 2152/2001, nr 2036/2001, nr 1971/2001.

Source: The authors' own listing drawn up on the basis of the European Commission's decrees (EC): No. 2601/2001, No. 2372/2001, No. 2152/2001, No. 2036/2001, and No. 1971/2001.

Dorobek i tradycje kulinarne wielu regionów Polski znane są także z literatury (np. opis przygotowywania bigosu w „Panu Tadeuszu” Adama Mickiewicza), co tworzy warunki do uznania ich za element dziedzictwa kulturowego. Oznacza to, że wiele

potraw i produktów regionalnych (choćby wymieniony bigos) weszło do tradycji żywieniowej i znalazło miejsce na polskim rynku żywnościowym. Jednocześnie są one poszukiwane przez turystów zagranicznych podczas ich pobytu w Polsce. Zwłaszcza turyści polonijni poszukują utraconych smaków, klimatów dzieciństwa i innych motywów sentymentalnych podróży. Stanowi to istotną szansę rozwoju turystyki alternatywnej, uwzględniającej jeden z podstawowych trendów rozwoju konsumpcji – trendu hedonizmu. Obok poszukiwania ważnych informacji, związanych z dziedzictwem kulturowym regionów polskich, motyw poszukiwania tradycji kulinarnych kuchni polskiej, zachowującej wiele elementów kuchni wschodniej i żydowskiej, decyduje o przyjazdach turystycznych do Polski.

W naszym dążeniu do Europy wartością nadrzędną jest niewątpliwie ochrona tożsamości narodowej, polskiej kultury i obyczajów. Nie wszystko jednak co tworzy kulturę i tradycje żywieniowe, tym samym polską kuchnię, jest naszym „narodowym atutem”. Polska kuchnia nie ma zbyt dobrych notowań, postrzegana jest jako niezdrowa, tłusta i wysokokaloryczna. Istnieje jednak silny związek naszej rodzimej kultury z tradycjami kulinarnymi poszczególnych regionów, społeczności, religii, itp. Warto zauważyć, że w tym względzie oceniając zalety i ewentualne wady polskiej kuchni, nie możemy bagatelizować jej znaczenia w kultywowaniu tego, co jest dla nas Polaków charakterystyczne i co wyróżnia nas spośród innych narodów, tworząc tym samym jej odrębność i oryginalność w zestawieniu z kuchniami innych narodów.

Turystyka alternatywna – szansa rozwoju rynku produktów regionalnych

W latach 70. XX w. w krajach zachodnich (w regionach alpejskich Francji, Austrii i Szwajcarii) pojawiła się forma turystyki przeciwstawna turystyce komercyjnej. Nazwano ją turystyką alternatywną, oferującą wypoczynek „bliżej natury”, a równocześnie jak najwięcej korzyści turystom, miejscowej ludności i przedsiębiorstwom turystycznym [2]. Jednymi z poszukiwanych atrakcji turystycznych były wytwarzane w górach produkty regionalne, takie jak: sery, napoje mleczne, wina, soki, niedostępne poza regionami turystycznymi. Założeniem tego kierunku turystyki miała być także minimalizacja szkód, przede wszystkim szkód społecznych i ekologicznych.

W latach 90., także w Polsce nastąpiło zainteresowanie niekonwencjonalnymi formami turystyki górskiej, organizowanej w małych grupach i na małą skalę. Alternatywne uprawianie turystyki wynikało i wynika z indywidualnych upodobań i potrzeb turystów oraz z protestu przeciwko masowemu, silnie skomercjalizowanemu formom wypoczynku, które doprowadzają w wielu regionach do niszczenia środowiska przyrodniczego [9]. Podobnie w Polsce turyści w górach obok atrakcyjnych widoków, natury i przyrody poszukują także takich produktów, jak oscypki, bryndza czy łącka śliwowica. Stwarza to szanse powiązania turystyki i wytwarzania charakterystycznych

dla terenów górskich produktów żywnościowych o specyficznych cechach surowcowych i odrębnej technologii wytwarzania – produktów regionalnych [3].

Podsumowanie

Polska jako kraj urozmaicony pod względem rzeźby terenu, warunków klimatycznych i związanych z tym możliwościami uprawy ziemi i hodowli zwierząt stwarza warunki zachowania różnorodności kulturowej i produktowej. Te czynniki i wiele innych, tkwiących w zwyczajach ludowych, przyczyniły się do wytworzenia specyficznych potraw, charakterystycznych dla danych regionów, tworzących odrębne kuchnie regionalne.

W potrawach regionalnych z jednej strony wykorzystuje się lokalne surowce, przyczyniając się do rozwoju specyficznych upraw i kierunków hodowli, z drugiej zaś strony specyfika potraw regionalnych, charakterystyczne surowce, przyprawy, odrębne smaki i formy podania, stanowią ważny element atrakcji turystycznych tych regionów, wykorzystywany też w ich promocji. Stwarza to szanse powiązania turystyki i wytwarzania produktów regionalnych.

Literatura

- [1] Czechowski, P.: Proces dostosowania polskiego prawa rolnego i żywnościowego do prawa Unii Europejskiej. Twigger S.A., Warszawa 2001, s. 280-292.
- [2] Hunter C.: Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 1997, 4, 853.
- [3] Kmita E.: Agroturystyka jako szansa aktywizacji społeczno-gospodarczej środowisk wiejskich. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 1994, 2, 32.
- [4] Krajewski K., Kołakowska-Paszkiewicz A., Tul-Krzyszczuk A.: Produkty i potrawy regionalne jako dziedzictwo kulturowe i szansa rozwoju polskiej turystyki. *Problemy Turystyki i Hotelarstwa*, 2003, 3(7), 103.
- [5] Małysa-Kaleta A.: Tradycje i przyzwyczajenia kulinarne Polaków a nowe trendy w odżywianiu. *Ogólnopolska Konferencja Naukowa nt. Konsument żywności i jego zachowania rynkowe*, Warszawa 12-13 października 2000, s. 321-330.
- [6] Rozporządzenie Rady (EWG) nr 2081/92 z dnia 14 lipca 1992 r. o ochronie znaków geograficznych i nazw pochodzenia dla produktów rolnych i artykułów żywnościowych.
- [7] Rozporządzenia Komisji (EC): nr 2601/2001, nr 2372/2001, nr 2152/2001, nr 2036/2001, nr 1971/2001.
- [8] Woźniak A.: Rola turystyki w zagospodarowaniu i wielokierunkowym rozwoju ziem górskich. *Wiadomości Ziem Górskich, PTRZG Kraków* 1995, 1(5), 47-54.
- [9] Żabińska T.: Paradygmat turystyki zrównowazonej a rozwój turystyki na obszarach chronionych. W: *Praca zbiorowa (red. S. Bosiacki), Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku*. Wyd. AWF Poznań, Poznań 2000, 61.

REGIONAL DISHES AND PRODUCTS AS A CHANCE FOR RURAL AREAS IN POLAND TO DEVELOP AFTER ENTERING THE EUROPEAN UNION

S u m m a r y

Some typical regional foods and/or agricultural products have to be protected under the current circumstances of cutthroat market competition. Such protection is highly required for the purpose of sustaining the specificity of regional products, as well as of enabling the identification of their origin. Many products appearing typical for a given region are manufactured in individual agricultural farms. This fact could attract tourists, and on this basis, agro-tourist activities could be developed in this particular region. Another argument in favor of this way of thinking is the fact that, nowadays, tourists seem to be highly interested in unique culinary features of regions they visit, for example in unique dishes, specific products, etc. A regional approach to cultural heritage involves the reconstruction of noteworthy elements and forgotten creations in the domain of culture and traditions; regional products and dishes are certainly part of such creations. As for regional products and dishes, a next step in their development should be their standardization using legislation processes, which are embedded in the current regulatory environment of the European Union.

Key words: regional products, regional dishes, agricultural development, culinary traditions. ☒