

U ČEMU JE PROBLEM S KONKURENTNOŠĆU OPG-OVA?

Vrlo često udaljenost, ograničen pristup tržištu, niska proizvodnja i nerazvijene lokalne marke mogu ograničiti konkurentnost obiteljskih farmi. Smanjenjem broja sudionika u lancu opskrbe, od proizvođača poljoprivrednih proizvoda do krajnjeg kupca, znatno se može povećati profitabilnost farmi. Manje sudionika uključenih u preradu i/ili trgovinu također znači niže troškove transporta i skladištenja. Lokalni lanci opskrbe hranom olakšavaju korisnicima identificiranje porijekla njihove kupnje i oni su često spremni platiti više za svježije i zdravije proizvode. Jačanjem odnosa između potrošača i lokalnih poljoprivrednika takvi opskrbeni lanci promiču lokalna obiteljska gospodarstva i potiču regionalni identitet.

EKOLOŠKA I EKONOMSKA ODRŽIVOST OPG-OVA

Program ruralnog razvoja sadržava niz mjera za očuvanje javnih dobara i jačanje održivosti obiteljskih gospodarstava koja za zaštitu okoliša trenutno nemaju nikakve poticaje od tržišne ekonomije. Na taj se način pokušava djelovati na ekološku, ali i ekonomsku održivost. To uključuje isplate ošteta za konverziju ili održavanje organske poljoprivredne prakse, aktivnosti koje podrazumijevaju dodatne troškove i gubitak prihoda (npr. Natura 2000, planinska i druga područja koja se suočavaju s prirodnim ili drugim posebnim ograničenjima).

INOVATIVNOST KAO GENERATOR RAZVOJA OPG-OVA

Svi EU-projekti poseban naglasak stavljaju na inovativnost kao generator razvoja. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva trebala bi razmišljati u širem smislu kada je riječ o inovaciji, s naglaskom na povećanje konkurentnosti. Osnova je prijenos znanja, a povezivanje proizvođača s istraživačima i savjetodavcima igra temeljnu ulogu u promicanju inovativnih praksi na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Inovacija može biti tehnološka, u obliku ulaganja u novu opremu ili kreiranje novog procesa proizvodnje (npr. agroturizam, radionice i seminari za škole, terenska nastava na oglednoj farmi), ali inovacija može uključivati i nove ideje ili pristupe marketingu i distribuciji ili se mogu razvijati nove poslovne mogućnosti iz već postojećih proizvodnji (npr. otpad iz stočarske proizvodnje ide u bioreaktore, a od kojih se energija vraća na farmu i na taj se način smanjuju troškovi poslovanja farme). U ovom slučaju, koncept bioekonomije obitelji poljoprivrednika može potaknuti na razmišljanje o inovacijama. Poljoprivrednici mogu povećati svoje prihode i kroz organizacijske inovacije (npr. dostava hrane izravno potrošačima).

FRANCUSKI (I ALPSKI) PARADOKS

PRIPREMIO prof. dr. sc. Zvonimir Šatalić

Prehrambeno-biotehnološki fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Kakav je unos masti (% kcal) u pojedinim europskim zemljama? Odgovor je sljedeći: Francuska (40%), Danska (37%), Velika Britanija (38%), Njemačka (40%), Belgija (42%), Italija (33%), Finska (34%), Švedska (36%), Irska (32%), Portugal (30%). Dakle, Francuska bilježi visok unos masti, ali paradoksalno - smrtnost od srčanih bolesti nije očekivano visoka s obzirom na to.

Objašnjenje? Protektivni učinci konzumiranja crnog vina: fitokemikalije poput rezveratrola, ali i etanol (umjeren unos <40 g/dan za muškarce i <25 g/dan za žene povišuje HDL). Zasluge se vjerojatno mogu pripisati i drugim komponentama mediteranske prehrane, prvenstveno ekstradjevičanskom maslinovu ulje, drugoj hrani biljnog podrijetla, ali možda čak i sirevima!¹ "Francuski paradoks" počinje se kao termin pojavljivati u znanstvenoj literaturi početkom 1990-ih.² Analogno francuskom, spominje se i alpski paradoks: švicarski sirevi od mlijeka krava hranjenih travom sadržavaju veći udjel ω -3 masnih kiselina (ALA) pa je očekivani učinak na kardiovaskularne bolesti povoljan.³ Paradoksalno je to što sirevi pridonose unosu zasićenih masti, a ovdje se očekuje povoljan učinak.

¹Petyaev IM, Bashmakov YK (2012) Could cheese be the missing piece in the French paradox puzzle? *Med Hypotheses* 79, 746-749.

²de Lange DW (2007) From red wine to polyphenols and back: a journey through the history of the French paradox. *Thromb Res* 119, 403-406.

³Hauswirth CB, Scheeder MR, Beer JH (2004) High omega-3 fatty acid content in alpine cheese: the basis for an Alpine paradox. *Circulation* 109, 103-107.

ZAŠTO SU NAM VAŽNI OPG-OVI?

Svjetska razina: Obiteljska gospodarstva osnova su prehrambene sigurnosti, jer proizvode čak 70% hrane i pridonose svjetskoj bioraznolikosti.

Nacionalna razina: Obiteljska gospodarstva čuvari su tradicionalnih prehrambenih proizvoda te istovremeno pridonose zdravlju i balansiranoj prehrani, kao i održivoj upotrebi prirodnih resursa.

Lokalna razina: Obiteljska gospodarstva pridonose jačanju lokalnih ekonomija, djeluju na socijalnu zaštitu i dobrobit zajednica.