

BUDUĆNOST POLJOPRIVREDE U NAŠIM JE RUKAMA

S ciljem poboljšanja hrvatske poljoprivrede te utjecaja na kreiranje poljoprivredne politike Hrvatske u svom mandatu želim postići slijedeće ciljeve:

1. INVESTICIJE

Hrvatskoj poljoprivredi potrebne su snažne investicije u poljoprivredu i preradu. Hrvatska kasni za brojnim članicama EU jer smo naknadno ušli na zajedničko tržište, a niska razina investicija uvjetovalo je da je hrvatska poljoprivreda na 30 posto produktivnosti EU. Hrvatskoj su potrebne snažne investicije u preradbene kapacitete, digitalizaciju, nabavku moderne opreme i podizanje razine produktivnosti i konkurentnosti na svim razinama. Kroz Strateški plan pametnim planiranjem potrebno je sve investicijske mjere usmjeriti na sektore koji mogu biti poluga budućeg razvoja i dostizanja cilja o podizanju vrijednosti poljoprivredne proizvodnje na 30 milijardi kuna do 2022. godine. Investicije trebaju biti ciljane, te kontrolirane na način da one povežu male poljoprivrednike i velike sustave kroz razvoj kooperantskog odnosa. Ako netko kroz investicijsku mjeru dobije ogromna sredstva treba obvezati da u tom slučaju sirovinu nabavlja na domaćem tržištu te da bude organizatori proizvodnje na svom području kako bi svaki proizvod koji se proizvede završio i proizvodima dodane vrijednosti.

2. PROMOCIJA DOMAĆIH PROIZVODA – KROVNI NACIONALNI BREND

Hrvatski potrošači žele više domaćih proizvoda na policama trgovina. Zato je važno potaknuti snažne kampanje koje će se financirati kroz nacionalna sredstva i sredstva samih poljoprivrednika, ali i kroz snažniju kontrolu uvoza proizvoda lošije kvalitete po nižim i dampinškim cijenama. Hrvatskoj je potrebna snažna Agencija za promociju domaćih proizvoda koja će se zajednički financirati, te koja će pratiti koliko je domaće robe na policama, a koliko uvozne. Takva Agencija posebno mora biti aktivna u trenutku kada na tržište dolazi domaći proizvodi koji često ne mogu pronaći put do tržišta jer su trgovački lanci skloniju uvozu jeftine robe. Cilj je promijeniti svijest kod potrošača kako je ulaganje u kupnju domaćeg proizvoda ulaganje u razvoj gospodarstva i poticanje zapošljavanja. Hrvatska treba kreirati jedan nacionalni krovni brend-oznaku kojom će biti označeni samo i isključivo proizvodi koji su napravljeni od domaće sirovine, kod domaćih proizvođača i prerađivača. Takav brend s nacionalnom oznakom mora biti vidljiv na polici trgovina sa jasnim grafičkim rješenjem i oznakom koja će potrošačima nešto značiti. Sadašnje brojne oznake koje se pojavljuju na tržištu potrošačima ne znače ništa ili jako malo. Brojne oznake od Mlijeko s hrvatskih farmi, Meso hrvatskih farmi, Dokazana kvaliteta, potom oznake zaštite na EU razini te brojne lokalne oznake – npr. Otočni proizvodi, samo su trošenje novca i potrošači s njima nisu dovoljno upoznati. Zato je važno imati jedan krovni brend i oznaku prepoznatljivu na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Tu oznaku treba pratiti i snažne sezonske kampanje kako dolazi koja proizvodnja.

3. POVEĆANJE PROIZVODNJE

Hrvatska mora više pričati i raditi na podizanju proizvodnje onih proizvod za koje postoje komparativne prednosti. Niska razina proizvodnje primjetna je u gotovo svim sektorima osim u ratarstvu, zbog čega je važno uvesti kontrolne mehanizme koliki je utjecaj poticaja na proizvodnju. Ima li smisla isplaćivati ogromne potpore, a imat sve manju proizvodnju. Hrvatska poljoprivreda ne smije biti socijalna gospodarska grana koja dobiva pomoć, potpora mora imati smisao potpore dohotku i kao takva motivirati proizvođače da proizvode više. Zahtijevat ću da se napravi analiza učinka potpora na proizvodnju u prvom Programskom razdoblju, te da se do konačnog usvajanja Strateškog plana RH – definiraju strateške proizvodnje koje mogu utjecati na povećanje proizvodnje i dostizanje cilja da do 2030. Godine dođemo do vrijednosti od 30 milijardi kuna.

4. UDRUŽIVANJE POLJOPRIVREDNIKA I OKRETANJE IZVOZU

Jedan od ključnih problema hrvatske poljoprivrede je usitnjenost proizvodnje. Većina malih poljoprivrednika proizvodi male količine i nije spremno na udruživanje u PO, zadruge. Udruživanje je jedini način da se poveća razina proizvodnje, dobiju veće količine koje je zajednički moguće plasirati na tržište i u izvoz. Sadašnja razina robne razmjene nije dobra i pokazuje da smo zemlja ovisna o uvozu i da je priča o podizanju samodostatnosti trajala kratko. Prehrambena suverenost je nešto što smo trebali naučiti iz korona krize koja je pokazala da su prekidi u opskrbi izuzetno opasni za zemlju koja nema vlastitu proizvodnju hrane. Deficit od preko 1 milijarde eura upozorava da smo u minusu koji je gotovo jednak razini potpora koje se godišnje usmjeravaju na poljoprivredu. Ovaj nesrazmjer nije dobar i potrebno je na razini Vlade o tome raspravljati jednom godišnje.

5. POTROŠAČI ZASLUŽUJU JEFTINIJU HRANU

Analiza cijena ovih dana pokazuje da su cijene hrane u Hrvatskoj veće od 20 do 40 posto od cijene pojedinih proizvoda u razvijenim državama EU. Hrvatski građani danas 30 posto svog dohotka troše na hranu, a sadašnja situacija i globalni rast cijena nas upozoravaju da potrošači zaslužuju kvalitetne proizvode po konkurentnim cijenama te da će uvijek posegnuti za uvoznim proizvodima koji je jeftiniji, ako na polici nemaju domaće proizvode po konkurentnim cijenama. Domaći proizvodi moraju biti posebno označeni na polici sa velikom oznakom koja mora biti jedinstvena – potrebna nam je jedna krovna NACIONALNA OZNAKA I NACIONALNI ZNAK.

6. HPK MORA BITI NA TERENU MEĐU POLJOPRIVREDNICIMA

Rad HPK mora se više spustiti među male poljoprivrednike. U mandatu želim osnažiti županijske ogranke koji će biti dostupni svakom poljoprivredniku. Jedan od načina je da se u HPK uvede i spoji Savjetodavna služba kao snažna poluga prijenosa znanja i educiranja poljoprivrednika – kako o samoj proizvodnji, tako i o korištenju EU fondova, udruživanje i drugo. Znanje je ključ razvoja poljoprivrede, a ono je često podcijenjeno i loša je suradnja struke, fakulteta i poljoprivrednika na terenu. Svaki član skupštine mora organizirati svoje županijske podružnice na terenu kako bi informacije o našem radu došle do svakog proizvođača. Ne smijem od HPK napraviti interesno udruženje koje je u funkciji pojedinaca, nego mora biti na usluzi svima

7. MLADI POLJOPRIVREDNICI

Jedna od ključnih poluga razvoja poljoprivrede su mladi poljoprivrednici. HPK će u novom mandatu pokrenuti Odbor za mlade poljoprivrednike te ćemo na terenu više raditi s njima kako bi oni bili budućnost poljoprivrede. EU je postavila za cilj da se mlade zadrži na ruralnim prostorima, zbog čega ih je potrebno potaknuti i motivirati da se snažnije udružuju i bore za sebe i svoju budućnost. Mladi su snaga koja može brže ulagati u nove tehnologije. Trebamo im dati šansu da se razvijaju i da svoje ideje mogu primijeniti u praksi i potaknuti da oni budu nositelji nove, drugačije poljoprivrede.

8. RAD KROZ EU INSTITUCIJE

HPK je već danas prepoznata u EU kao krovno udruženje hrvatski poljoprivrednika. Hrvatska se za svoju poljoprivredu mora i treba boriti u Briselu zbog čega je potrebno imati više stručnih i sposobnih mladih zaposlenika koji će nas predstavljati u Copa Cogeca i drugim institucijama. Od države tražimo da se Zakon o HPK provede i da se pronađe način da se Komora financijski ojača kao što su snažne Komore u našim susjednim državama. HPK ima najnižu članarinu od svih komora i udruženja – tek 72 kune godišnje, odnosno 6 kuna mjesečno. Ako poljoprivrednik misli da ima pravo od nas tražiti da se borimo za njegovu budućnost, onda bi trebao imati i obvezu da plati radi stručnjaka koji će se za njega boriti.

9. MINISTARSTVO TREBA VIŠE UVAŽAVATI HPK

Cilj HPK je da Ministarstvo poljoprivrede u kreiranju politika i mjera to radi sa Odborima HPK. Naša prisutnost u svim tijelima koji odlučuju mora biti veća i dominantna i kod donošenja odluka prvo se treba konzultirati s HPK, a potom ići u kreiranje Zakona i Pravilnika. HPK ne želi i neće biti tek popratna institucija, nego glavni čimbenik suradnje i partner Ministarstva.

10. HRVATSKA POLJOPRIVREDA MORA BITI EKOLOŠKA, RURALNA I REGIONALNA

Hrvatska ima komparativne prednosti pred brojnim zemljama kada je riječ o ekologiji i očuvanom okolišu. Pametna poljoprivreda mora razmišljati o tome kako da sačuvamo našu zemlju, proizvodim zdravu ekološku hranu, a da naš mladi ne napuštaju ruralne prostore nego da u životu na selu vide svoju budućnost i perspektivu. Za to nam je potrebno znanje, želja i volja da se svi udružimo i ima zajednički cilj – bolju poljoprivredu, veću vrijednost proizvodnje, da pametno ulažemo u nove tehnologije koje neće naš okoliš činiti nesigurnim. Vrijeme za promjenu paradigme koja je na snazi 20 godina – u poljoprivredi se ne živi od i za poticaje, nego da se od poljoprivrede može živjeti dostojanstveno, da potrošači vjeruju u ono što proizvodimo, da naša sirovina ne odlazi u izvoz i vraća nama se kao skupi proizvodi dodane vrijednosti te shvatimo kako nam mladi ljudi moraju vjerovati. Zato u idućem mandatu moramo više pažnje usmjeriti na rast i razvoj, a ne na naše partikularne interese i borbu da dobijemo pojedinačno više novca, po cijenu da uzmemo drugima. Svi sektori jednako su važni i zaslužuju jednaku podršku i pažnju u HPK.

Posebnu pažnju ću posvetiti regionalizaciji proizvodnje, naime ista grana poljoprivrede ima potpuno drugačije zahtjeve npr u Lonjskom polju ili na otoku Visu.

11. NOVI ODBORI UNUTAR HPK

Zbog budućnosti hrvatske poljoprivrede jedan od ključnih ciljeva u mom mandatu bit će da se kroz 2022. godinu osnuju 3 nova odbora:

Odbor za potrošače – u kojem bi bili predstavnici potrošača kako bi HPK bio u stalnom kontaktu s njima i mogao imati informacije što se očekuje od hrvatske proizvodnje i kakva je situacija na terenu. Potrošač je ključ uspjeha naše poljoprivrede jer ako će kupovati jeftino, uvozno, a ne domaće, znači da nismo uspostavili dobru interakciju te da nam potrošači ne vjeruju i nisu svjesni da je svaka kuna uložena u kupnju domaćeg proizvoda – kuna uložena u hrvatsko gospodarstvo, zapošljavanje, opstanak ruralnih krajeva.

Odbor za mlade poljoprivrednike – zbog budućnosti mladi poljoprivrednici moraju biti uključeni u rad HPK. Samo činjenica da je njih 34 prijavilo svoju kandidaturu za delegate u Skupštini govori nam da mladi žele biti kreatori poljoprivredne politike. Zato ih moram uključiti i čuti njihovo mišljenje jer će oni biti nositelji budućih investicija, digitalizacije, tržišne utakmice.

Odbor za znanost – Hrvatska poljoprivreda ima snažnu potrebu da se educira i da se ponovo snažnije poveže s fakultetima, institucijama koje smo zapostavili. Znanost je važna kako bi imali što više informacije što se događa u svijetu i gdje to mi griješimo. Hrvatska ima brojne stručnjake koji raspolažu znanjem i iskustvom koje mi u poljoprivredi slabo koristimo. Vjerujem da možemo preko znanstvenih institucija dobiti brojne analize koje će nam pomoći da unaprijedimo našu poljoprivredu.

12. TEMATSKE SJEDNICE VLADE I SABORA RH O POLJOPRIVREDI

Pokrenuti inicijativu da se najmanje 2 puta godišnje održavaju tematske sjednice Vlade RH i Sabora RH na kojima će se otvoreno govoriti u svim aspektima hrvatske poljoprivrede. Temelj za ovakve rasprave treba biti Zeleno izvješće koje Ministarstvo ima obavezu izraditi svake godine za prethodnu godinu te u kojem se jasno vide trendovi koji su ostvareni u poljoprivredi. Ova inicijativa treba biti podržana od Skupštine HPK i saborskog Odbora za poljoprivredu.

Jedan od ciljeva je i da se više angažira naša gospodarska diplomacija te da hrvatski proizvođači budu više prisutni na svjetskim sajmovima hrane i poljoprivrede što je pokazao berlinski sajam Grune Woche gdje smo bili zemlja partner nakon čega smo imali rast izvoza u Njemačku i sklopljeni su brojni ugovori za izvoz. Prisutnost Hrvatske poljoprivrede na globalnom tržištu je izuzetno niska i to treba mijenjati.

13. EDUKACIJA MLADIH O POLJOPRIVREDI – OD OSNOVNE DO SREDNJE ŠKOLE

Stvoriti marketinške alate da se mladi ljudi – učenici osnovnih i srednjih škola vode na domaće OPG i od malih nogu stvaraju svijest o njegovanju domaće proizvodnje i poštivanje domaćih proizvoda. Ovaj segment u obrazovanju potpuno je zapostavljen. HPK može i želi kroz EU fondove osmisliti projekte koji bi bili usmjereni na djecu i promociju poljoprivrede i domaće, kvalitetne hrane.

14. PROMOCIJA NA EU I SVJETSKOJ RAZINI

Hrvatska je jedna od rijetkih država EU koja ne koristi fond za promociju i marketing poljoprivrednih proizvoda „**Enjoy it is from EU**“. Na raspolaganju je godišnje oko 200 milijuna eura, a jedina smo država koja do sada nije imala niti jedan projekt. HK želi s Ministarstvom poljoprivrede pokrenuti inicijativu da se zajednički definiraju sektori i proizvodi koji mogu biti nositelji ovih projekata i da se uključimo u njega.