

# Ekološka proizvodnja ovčjeg mesu Republici Hrvatskoj

---

Tomljanović, univ.spec.oec.; Mijolović, mag.oec.

Source / Izvornik: **Meso : prvi hrvatski časopis o mesu, 2016, XVIII, 247 - 255**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:192:709085>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
**EKONOMSKI FAKULTET**

Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Economics and Business - FECRI Repository](#)



# Ekološka proizvodnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj

Tomljanović<sup>1</sup>, M., I. Mijolović<sup>2</sup>

Pregledni rad

## SAŽETAK

Ovčarstvo je grana stočarstva koja se bavi uzgojem ovaca i njihovim iskorištavanjem radi dobivanja vune, mlijeka i mesa, a pri čemu proizvodnja mesa predstavlja najvažniji segment.

Na razini EU, potrošnja ovčjeg mesa (2,1 kg/per capita) je veća od proizvodnje, što znači da EU mora zadovoljavati potrebe stanovništva uvozom iz ostalih članica te ostalih zemalja svijeta (posebno Novog zelanda i Argentine), poštujući pritom složenu zakonodavnu proceduru. Slična je situacija i u Republici Hrvatskoj, gdje je potrošnja (1,6 kg/per capita) gotovo trostruko veća od proizvodnje i gdje se potrebe stanovništva također moraju zadovoljavati uvozom iz inozemstva.

Punopravnim članstvom u EU, hrvatski ovčari su dobili mogućnost izvoza na Unutarnje tržište, a na kojem je kvalitetno i ekološki uzgojeno ovčje meso „tražena roba“. U svrhu ostvarivanja pozitivnih poslovnih rezultata i postizanja konkurentnosti hrvatski proizvođači moraju iskoristiti komparativne prednosti u proizvodnji ovčjeg mesa, unaprjediti sve segmente proizvodnje, stvoriti tehnološke temelje, pojačati promotivne aktivnosti, provesti postupak brandiranja (posebno paške, bračke i ličke janjetine) te na taj način svoj proizvod učiniti prepoznatljivim i poželjnim za zahtjevne kupce na europskom i globalnom tržištu.

**Ključne riječi:** EU, ekološka proizvodnja, ovčje meso, Republika Hrvatska

## UVOD

Ovčarstvo je grana stočarstva koja se bavi uzgojem ovaca i njihovim iskorištavanjem radi dobivanja vune, mlijeka i mesa. U Republici Hrvatskoj ovce se uzgajaju stoljećima, ponajviše zahvaljujući povoljnim klimatskim uvjetima i velikim pašnjačkim površinama. Iako se posljednjih godinama bilježi negativan trend uzgoja ovaca, i dalje postoje značajne pretpostavke za proizvodnju dostatnih količina ovčjeg mesa za potrebe domaćeg stanovništva, ali i za potrebe turističke ponude. Uključivanjem u Europsku uniju, Republika Hrvatska je dobila mogućnost izvoza autohtonog ovčjeg mesa i janjetine na novo tržište na kojem su takvi proizvodi traženi, ali i istodobno razmjerno slabo zastupljeni.

Budući da ovčarstvo predstavlja veoma važnu granu stočarske, ali i ukupne poljoprivredne proizvodnje,

kako u EU, tako i u Republici Hrvatskoj, predmet istraživanja provednog u ovom radu je analiza ekološke proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj i EU. Cilj istraživanja provedenog u radu je analizirati teorijski aspekt ekološke proizvodnje ovčjeg mesa, identificirati neke od najvažnijih tržišnih problema te analizirati proizvodnju i potrošnju ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj i EU. Svrha istraživanja provednog u radu je, temeljem analize proizvodnje i potrošnje, odrediti perspektive i mjere unaprjeđenja ekološke proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj.

U procesu prikupljanja podataka o proizvodnji i potrošnji ovčjeg mesa korišteni su podaci iz statističkih baza OECD-a, FAO-a) i Eurostat-a (Anon., 2015 a, 2015 b, 2015 e).

1 Marko Tomljanović, univ.spec.oec, asistent; Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, Katedra za Ekonomiku i politiku EU, Ivana Filipovića 4, 51000 Rijeka

2 Iva Mijolović, mag.oec., Rijeka

Autor za korespondenciju: mtomljan@efri.hr, mtomljanovic98@gmail.com

## Teorijska zasnovanost ekološke proizvodnje ovčjeg mesa

U mnogim zemljama EU meso se smatra najvažnijim ovčjim proizvodom, odnosno osnovnim razlogom uzgoja ovaca. Ovčje meso ima karakterističan miris i okus te visoku hranjivu vrijednost zahvaljujući visokom sadržaju bjelančevina, bogatstvu makro i mikro minerala te vitamina. Najtraženija i najskuplja je janjetina (meso ovce stare do godinu dana) budući da je, za razliku od mesa starijih ovaca, „mekša“, ukusnija, lako probavljiva i visoko iskoristiva (85-90%). Staro ovčje meso je meso ovaca starijih od dvije godine. To je meso tamno crvene boje, ima jači okus od janjetine jer sadrži veću koncentraciju specifičnih masnih kiselina te se rjeđe nalazi u prodaji. Ovčje i janjeće meso predstavljaju tradicionalna jela u mnogim zemljama Europe te je potražnja za njima iznimno velika. Prema podacima Eurostata (Anon., 2015.) najviše se ovčjeg mesa proizvodi u zemljama sjeverne i središnje Europe koje imaju tradiciju uzgoja „mesnih“ pasmina ovaca (npr. Francuska i Velika Britanija), a u kojima se čak 80-90% dohotka iz ovčarstva ostvaruje putem mesa. U selekciji pasmina ovaca pozornost se ne usmjerava samo na proizvodnju što većih količina mesa, već i na poboljšanje kvalitete i reproducijskih svojstava. U proizvodnji ovčjeg mesa je u posljednjih desetak godina sve više zastupljen i promoviran ekološki aspekt.

U Izvješću Europske komisije iz 2013. godine „Činjenice i brojke o ekološkoj poljoprivredi u Europskoj Uniji“, (www.ec.europa.eu, 2013.) utvrđeno je kako u organskom uzgoju ovaca dominiraju tri države: Velika Britanija (1161717 ovaca), Italija (705785 ovaca) i Španjolska (614413 ovaca), a što predstavlja 62,7% cjelokupnog organskog stada Europske unije, koji ukupno broji 3,9 milijuna ovaca. Nadalje, prema podacima Eurostata (2015.) najveća proizvodnja organskog ovčjeg mesa ostvarena je u Irskoj (65 tisuća tona) nakon koje slijede Italija (39,2 tisuće tona) i Španjolska (7,9 tisuća tona). U Hrvatskoj je ostvarena proizvodnja od 5,299 tisuća tona, ali se u idućim godinama očekuje značajan porast te količine.

Ekološki proizvedeno ovčje meso ima prednost jer što se ovce obično ne hrane iz kontaminiranog tla, čime se smanjuje njihova izloženost određenim unutarnjim parazitima koji se razmnožavaju putem gnoja. Ovce ili janjad koja se hrani na livadi ili pašnjaku imaju manje masnoća (pogotovo zasićene vrste), više Omega 3 masne kiseline, veće količine beta karotena i vitamina E. Stoga, kupujući ekološko proizvedeno ovčje meso, potrošač dobiva više mesa i manje masti, odnosno dobiva kvalitetnije i zdravije meso. Upravo iz navedenog razloga potražnja za ekološki proizvedenim ovčjim mesom sve je veća, a proizvodnja sve zastupljenija i isplativija.

Mali proizvođači janjetine i ostalih vrsta ovčjeg mesa moraju, kako bi opstali, osigurati „sigurne“ kupce i otkup

proizvoda, pri čemu se često oslanjaju na najbližeg otkupljivača koji njihove proizvode pakira i prodaje kao i ostale, ne ističući pritom njihove specifičnosti tj. ekološki uzgoj. Poznato je da se većina domaće janjetine na tržište plasira na temelju „dobroga glasa“ i pozitivnih iskustava. Najveća prodaja se ostvaruje u vrijeme blagdana i različitih svečanosti, a koje stanovništvo Republike Hrvatske često ne može zamisliti bez konzumacije janjetine. Veliki dio ekološki proizvedene janjetine se pritom prodaje na „crnom tržištu“. Sezona janjenja, a kada se smatra da je janjetina najkvalitenija, traje od prve polovice siječnja pa do Uskrsa. Janjetina je kao vrhunski gastronomski proizvod zastupljena i tražena u restoranima, gdje joj je cijena i po nekoliko puta veća nego u mesnicama. Iz najvećeg proizvođača janjetine na otoku Pagu (Paška sirana) (www.paskasirana.hr, 2016.) ističu kako već sredinom sezone janjenja usmjere 1500 – 2000 janjadi u Zagreb ili ostale veće gradove (npr. Split), koji na taj način osiguraju odgovarajuće zalihe za buduće razdoblje. Ukupno, procijenjeno je da se godišnje oko 25000 janjadi usmjere u restorane i prema ostalim kupcima na području Zagreba, koji se na taj način profilirao kao vodeća „destinacija“ janjetine u Republici Hrvatskoj.

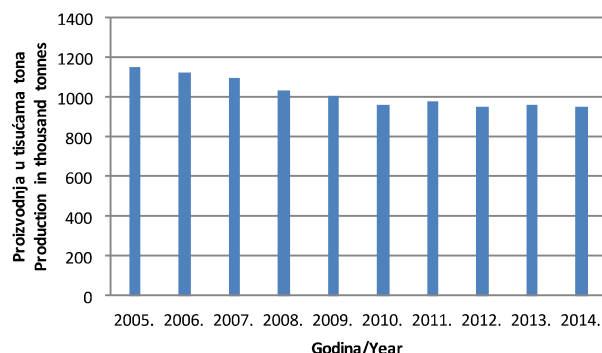
Veliku konkurenciju ekološkim uzgajivačima i ostalim malim proizvođačima predstavljaju veliki trgovački centri koji uvoze i reklamiraju smrznutu janjetinu porijeklom iz Novog Zelanda, Australije, Bosne i Hercegovine i Rumunjske te je prodaju po niskim cijenama, iskorištavajući na taj način slabu kupovnu moć domaćeg stanovništva koje je tradicijski vezano za konzumaciju janjetine i ostalih vrsta ovčjeg mesa. Naime, kilogram janjetine podrijetlom iz Rumunjske se u trgovačkim centrima može pronaći za otprilike 60 kn/kg, dok cijena ekološki uzgojene paške, ličke ili bračke janjetine varira između 80 i 110 kn/kg. Međutim, uvezena janjetina je kvalitetom daleko „ispod“ domaće, ekološki uzgojene janjetine.

Također, evidentan je nedostatak ponude ekološki uzgojene janjetine i ostalih vrsta ovčjeg mesa u trgovačkim centrima, što proizlazi iz dva temeljna razloga tj. uz već spomenutu cijenu, prepreku plasmanu ekološki proizvedenog ovčjeg mesa na police trgovačkih centara predstavljaju i male proizvedene količine. Naime, kada mali proizvođači dobiju ponudu za otkup veće količine, često, čak i udruženi s drugim malim proizvođačima, ne mogu ispuniti narudžbu te zbog nedovoljne količine i nemogućnosti kontinuirane opskrbe gube poslove s trgovačkim centrima i ostalim „velikim“ kupcima. Nadalje, veliki trgovači lanci raspolažu značajnim financijskim sredstvima koja mogu usmjeravati u marketinške aktivnosti, logističkom „infrastrukturu“ te ostalim instrumentima kojima ostvaruju prednost pred malim ekološkim proizvođačima. Vidljivo je kako mali ekološki

proizvođači kao takvi teško mogu konkurirati velikim trgovačkim centrima. Također, u svrhu uspješnog tržišnog pozicioniranja potrebno je stvarati i razvijati navike potrošača u konzumaciji ekološki proizvedene hrane, osigurati kontinuiranu opskrbu prodavaonice ekološki uzgojenim proizvodima, stvarati brand, educirati proizvođače te započeti udruživanje u klustere. Također, potrebno je, kroz stvaranje branda, jačati marketinške aktivnosti te razvijati suradnju s turističkim sektorom, gdje je kroz hotelsku i ostalu ponudu moguće plasirati kvalitetan proizvod krajnjim kupcima.

### Bilanca proizvodnje ovčjeg mesa u EU

Proizvodnja ovčjeg mesa u EU se u promatranom razdoblju konstantno smanjivala (osim u 2013. godini). Najveća vrijednost proizvodnje je ostvarena u 2005. godini, kada je na razini EU proizvedeno 1155 tisuća tona ovčjeg mesa, dok je najniža razina ostvarena u 2014. godini, kada je ukupna proizvodnja iznosila 954 tisuće tona (Grafikon 1.).

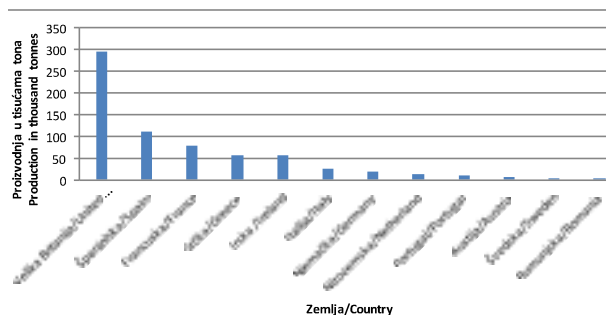


Grafikon 1. Proizvodnja ovčjeg mesa u EU u razdoblju 2005. – 2014. godine (tisuće tona) / Figure 1: Production of sheep meat in the EU in the period 2005 - 2014 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju podataka Eurostat-a (Anon., 2015a) / Source: Authors' calculations based on Eurostat data (Anon., 2015a)

Među zemljama članicama EU, najveća proizvodnja ovčjeg mesa je ostvarena u Velikoj Britaniji (298,2 tisuća tona u 2014. godini). Nakon Velike Britanije slijede Španjolska (112 tisuća tona), Francuska (80,4 tisuće tona) te Grčka (58,4 tisuće tona) i Irska (57,9 tisuća tona). Među zemljama članicama EU, najnižu proizvodnju ovčjeg mesa ostvaruju Rumunjska (4,7 tisuća tona) i Švedska (5 tisuća tona). Vrijednosti proizvodnje ovčjeg mesa u ostalim zemljama članicama nisu uzete obzir zbog njihovih izrazito niskih razina (1,03 tisuća tona u Finskoj, 600 tona u Slovačkoj, itd.).

Razlozi smanjenja proizvodnje ovčjeg mesa proizlaze iz gospodarske krize i činjenice da se sve manji broj stočara želi baviti uzgojem ovaca, budući da je teško pouzdano i precizno planirati prihode ovčarske proi-

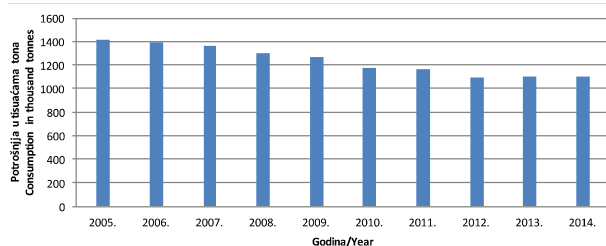


Grafikon 2. Zemlje sa najvećom proizvodnjom ovčjeg mesa u EU u 2014. godini (tisuće tona) / Figure 2: Countries with the highest sheep meat production in the EU in 2014 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju podataka Eurostat-a (Anon., 2015a) / Source: Authors' calculations based on Eurostat data (Anon., 2015a)

zvodnje, a što proizlazi iz izražene promijenjivosti cijena ovčjih proizvoda (a posebno mesa) na tržištu.

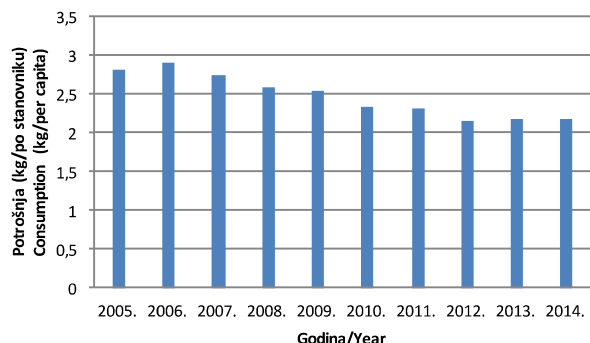
Ukupna potrošnja ovčjeg mesa u EU se u promatranom razdoblju također konstantno smanjivala. Najveća potrošnja je ostvarena u 2005. godini, kada je na razini EU potrošeno 1413 tisuća tona ovčjeg mesa. Trend smanjivanja potrošnje je nastavljen do 2012. godine (1091 tisuća tona), kada počinje lagani rast. Potrošnja ovčjeg mesa u EU je u 2014. godini iznosila 1100 tisuća tona (Grafikon 3.).



Grafikon 3. Potrošnja ovčjeg mesa u EU u razdoblju 2005. – 2014. godine / Figure 3: Consumption of sheep meat in the EU in the period 2005 - 2014 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju podataka OECD-a (Anon., 2015e) / Authors' calculations based on OECD data (Anon., 2015e)

Najveća potrošnja ovčjeg mesa per capita je u EU ostvarena u 2005. godini, kada je stanovništvo trošilo u prosjeku 2,8 kilograma ovčjeg mesa godišnje. Kao što je prethodno navedeno, potrošnja ovčjeg mesa se u promatranom razdoblju smanjivala te je per capita potrošnja ovčjeg mesa u EU u 2014. godini iznosila 2,17 kilograma (Grafikon 4.).



Grafikon 4. **Potrošnja po stanovniku (kg/per capita) u EU u razdoblju 2005. -2014. godine** / Figure 4: **Consumption per capita (kg/per capita) in the EU in the period 2005 - 2014**

Izvor: izračun autora na temelju podataka OECD-a (Anon., 2015e) i Eurostata (Anon., 2015a) / Source: Authors' calculations based on OECD (Anon., 2015e) and Eurostat data (Anon., 2015a)

Unatoč primjetnom padu potrošnje ovčjeg mesa, potražnja za ovom vrstom mesa je još uvijek velika te će vrlo vjerojatno takva i ostati zahvaljujući dugogodišnjoj tradiciji konzumacije među stanovnicima Europske unije. Ovčje meso vrlo je kvalitetno i traženo te nije zabranjeno ni u jednoj religiji kao npr. govedina ili svinjetina. Međutim, uslijed sveprisutne ekonomske krize i relativno visokih cijena, kupovna moć potrošača je smanjena što u konačnici rezultira i nižom potrošnjom ovčjeg mesa.

U EU je potrošnja ovčjeg mesa veća od njegove proizvodnje, što znači da EU trenutačnim razinama proizvodnje ne može „pokriti“ potrebe stanovništva. Naime, razlika proizvodnje i potrošnje je u 2014. godini iznosila 145,9 tisuća tona. Međutim, u promatranom razdoblju, najveće razlike proizvodnje i potrošnje su ostvarene između 2007. i 2009. godine (otprilike 262 tisuće tona).

**Tablica 1. Bilanca proizvodnje ovčjeg mesa u EU u razdoblju 2005. – 2014. godine**

**Table 1. Balance of sheep meat production in the EU in the period 2005 - 2014**

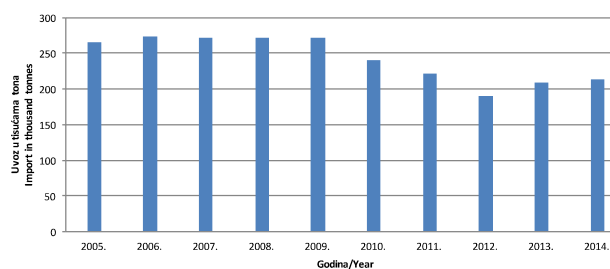
Godina / Year	Proizvodnja / Produced	Potrošnja / Consumed	Razlika / Balance
2005	1155.47	1413.33	-257.86
2006	1127.31	1392.68	-265.37
2007	1102.04	1365.23	-263.20
2008	1033.06	1297.01	-263.95
2009	1007.80	1270.45	-262.66
2010	958.19	1175.68	-217.49
2011	977.48	1162.99	-185.52
2012	952.86	1091.99	-139.13
2013	958.64	1097.67	-139.03
2014	954.71	1100.69	-145.98

Izvor: izračun autora na temelju podataka OECD-a (Anon., 2015e) / Source: Authors' calculations based on OECD data (Anon., 2015e)

Budući da je potrošnja veća od proizvodnje, EU mora uvoziti ovčje meso. Zakonodavstvo EU propisuje koje vrste mesa se mogu uvoziti na njeno područje te, također, propisuje uvjete koje moraju zadovoljiti zemlje iz kojih se uvozi.

Međunarodna organizacija za trgovinu mesom (IMTA), propisuje uvjete koje moraju zadovoljiti zemlje iz kojih EU uvozi meso. Uvjeti se prvenstveno odnose na zaštitu zdravlja životinja, detekciju i prevenciju toksičnih spojeva te osiguranje adekvatnosti proizvodnih pogona. (IMTA, 2015). Trenutno svježe ili smrznuto ovčje meso na područje EU mogu izvoziti Argentina, Australija, Čile, Falklandski otoci, Grenland, Island, Makedonija, Namibija, Novi Zeland, Srbija, Sjedinjene Američke Države i Ukrajina.

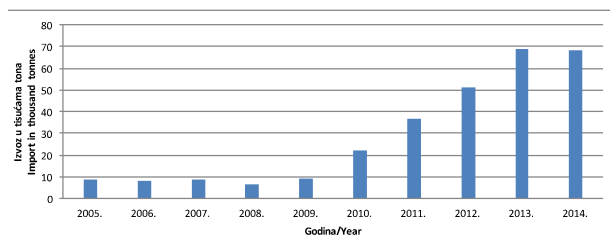
Uvoz ovčjeg mesa u EU se konstantno povećavao do 2009. godine kada je ostvarena razina od 272 tisuće tona. Nakon 2009. godine započinje pad koji je potrajao do 2012. godine (190 tisuća tona). U 2014. godina EU je uvezla 214 tisuća tona ovčjeg mesa (Grafikon 5.). Glavnina uvoza ovčjeg mesa tj. 94%, realizira se iz Novog Zelanda i Australije.



Grafikon 5. **Uvoz ovčjeg mesa u EU u razdoblju 2005. -2014. godine (tisuće tona)** / Figure 5: **Import of sheep meat in the EU in the period 2005 - 2014 (thousands of tonnes)**

Izvor: izrada autora na temelju OECD-a (Anon., 2015e) / Source: Authors' calculations based on OECD data (Anon., 2015e)

Izvoz ovčjeg mesa iz EU se tijekom cijeloga promatranog razdoblja konstantno povećavao te je u 2014. godini dosegnuta razina od 68,4 tisuća tona, a što predstavlja višestruko povećanje u usporedbi s početkom promatranog razdoblja (8,5 tisuća tona u 2005. godini). Međutim, EU izvozi tek oko 8% ovčjeg mesa, a koje je u najvećoj mjeri usmjereno u zemlje Dalekog istoka (Grafikon 6.).



Grafikon 6. **Izvoz ovčjeg mesa iz EU u razdoblju 2005. -2014. godine (tisuće tona)** / Figure 6: **Export of sheep meat in the EU in the period 2005 - 2014 (thousands of tonnes)**

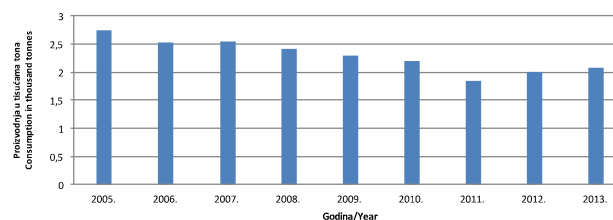
Izvor: izrada autora na temelju OECD-a (Anon., 2015e) / Source: Authors' calculations based on OECD data (Anon., 2015e)

Analizom provedenom u ovom dijelu rada utvrđeno je kako EU ostvaruje količinski manjak u proizvodnji ovčjeg mesa. Naime, potrošnja (2,1 kilogram per capita) je veća od proizvodnje te se EU mora orijentirati uvozu ovoga proizvoda. Najveći dio uvoza je ostvaren iz Novog Zelanda i Argentine, dok se najviše ovčjeg mesa iz EU plasira u zemlje Dalekog istoka.

### Bilanca proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj uzgoj ovaca ne predstavlja atraktivno zanimanje pa se mlađi ljudi teže odlučuju za ovu vrlo zahtjevnu i odgovornu djelatnost. Nadalje, ovce su u prirodi nezaštićene i podložne bolestima te napadima različitih grabežljivaca sa zemlje i iz zraka, što utječe na smrtnost ovaca. Posljedica navedenog je sve manji uzgoj ovaca, a samim time i sve manja proizvodnja ovčjeg mesa. Ipak, unatoč teškim uvjetima ovčarstvo ima osiguran opstanak zahvaljujući orijentaciji na izvorne pasmine, zadržavanju visoke razine kvalitete ovčjeg mesa te postojanju gotovo zajamčenog tržišta.

Proizvodnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj je varirala tijekom promatranog razdoblja, a najveća vrijednost je ostvarena u 2005. godini (2,75 tisuća tona). Vrijednost proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj je u 2013. godini iznosila 2 tisuće tona (Grafikon 7.).

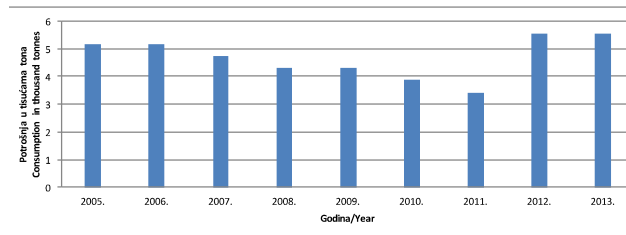


Grafikon 7. Proizvodnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2005. – 2013. godine (tisuće tona) / Figure 7: Production of sheep meat in the EU in the period 2005 - 2014 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju FAOSTAT-a (Anon., 2015b) / Authors' calculations based on FAOSTAT data (Anon., 2015b)

Prikupljeni podaci ukazuju na to da hrvatska proizvodnja ovčjeg mesa čini tek mali udio u ukupnoj europskoj proizvodnji. Međutim, u Hrvatskoj je odavno razvijena svijest o potrebi očuvanja autohtonih pasmina domaćih životinja kao „jedinstvenog kulturološkog nasljeđa“. U skladu s time poduzimaju se određene mjere zaštite izvornih pasmina ovaca što domaćim ovčarima omogućuje ostvarivanje konkurentnosti budući da je upravo autohtono i visokokvalitetno ovčje meso najtraženije među europskim potrošačima. Potrošnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj se u promatranom razdoblju konstantno smanjivala do 2011. godine (3,43 tisuće

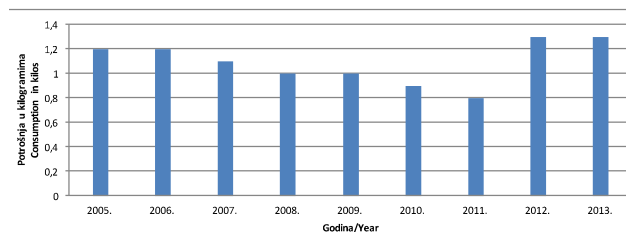
tona), nakon čega počinje rast. Ukupna potrošnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj je u 2013. godini iznosila 5,54 tisuće tona (Grafikon 8.).



Grafikon 8. Potrošnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2005. – 2013. godine (tisuće tona) / Figure 8: Consumption of sheep meat in the Republic of Croatia in the period 2005 - 2013 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju FAOSTAT-a (Anon., 2015b) / Authors' calculations based on FAOSTAT data (Anon., 2015b)

Najveća potrošnja ovčjeg mesa per capita u promatranom razdoblju je ostvarena u 2012. i 2013. godini (1,3 kilograma po stanovniku; Grafikon 9.).



Grafikon 9. Potrošnja (per capita) ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2005. – 2013. godine (tisuće tona) / Figure 9: Consumption (per capita) of sheep meat in the Republic of Croatia in the period 2005 - 2013 (thousands of tonnes)

Izvor: izrada autora na temelju FAOSTAT-a (Anon., 2015b) / Authors' calculations based on FAOSTAT data (Anon., 2015b)

Iako Hrvati već stoljećima konzumiraju ovčje meso (posebice janjetinu), podaci prikazuju kako se u posljednjih 10 godina potrošnja kreće oko jednog kilograma po stanovniku, što je veoma malo posebice u usporedbi s drugim mediteranskim zemljama. Potrošnja je niska ponajviše zbog slabe kupovne moći potrošača koji si ne mogu priuštiti skupo i cijenjeno ovčje meso i janjetinu.

Na temelju prezentiranih podataka o proizvodnji i potrošnji ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj, vidljivo je kako potrošnja više nego dvostruko nadmašuje proizvodnju. Razlika proizvodnje i potrošnje je u 2013. godini iznosila 3,58 tisuća tona (Tablica 2.).

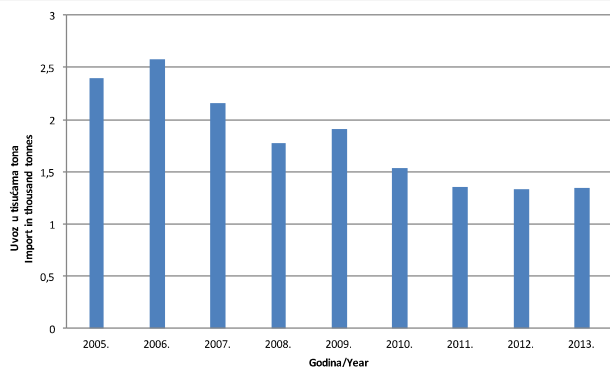
**Tablica 2.** Bilanca proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2005. – 2013. godine (tisuće tona)**Table 2.** Balance of sheep meat production in the Republic of Croatia in the period 2005 - 2013 (thousands of tonnes)

Godina / Year	Proizvodnja / Produced	Potrošnja / Consumed	Razlika / Balance
2005.	2,75	5,22	-2,47
2006.	2,52	5,22	-2,70
2007.	2,54	4,78	-2,24
2008.	2,41	4,35	-1,94
2009.	2,3	4,35	-2,05
2010.	2,2	3,91	-1,71
2011.	1,85	3,48	-1,63
2012.	2	5,65	-3,65
2013.	2,07	5,65	-3,58

Izvor: izračun autora na temelju podataka OECD-a (Anon., 2015e) /  
Source: Authors' calculations based on OECD data (Anon., 2015e)

Moguće je zaključiti kako Republika Hrvatska ne može „pokrivati“ vlastite potrebe te se, kao i većina zemalja članica EU, mora orijentirati uvozu.

Republika Hrvatska je u 2013. godini uvezla 1,35 tisuća tona ovčjeg mesa, što, uz vrijednost iz 2012. godine (1,34 tisuće tona), predstavlja najnižu razinu u promatranom razdoblju. Najveći uvoz ovčjeg mesa je ostvaren u 2006. godini (2,56 tisuća tona; Grafikon 10.).

**Grafikon 10. Uvoz ovčjeg mesa u Republiku Hrvatsku u razdoblju 2005. – 2013. godine (tisuće tona) / Figure 10: Import of sheep meat in the Republic of Croatia in the period 2005 - 2013 (thousands of tonnes)**

Izvor: izrada autora na temelju FAOSTAT-a (Anon., 2015b) /  
Authors' calculations based on FAOSTAT data (Anon., 2015b)

Prethodno prezentirani podaci ukazuju na smanjenje uvoza ovčjeg mesa u Republiku Hrvatsku, a isti bi se moglo nastaviti u sljedećem razdoblju. Naime, uključivanjem Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine pojednostavljen je pristup hrvatskim proizvodima Unutarnjem europskom tržištu. Navedeno bi trebalo potaknuti stočare da se ponovno okrenu uzgoju ovaca i proizvodnji ovčjeg mesa, ponajviše zbog gotovo zagarantiranog plasmana i velike potražnje Europljana za navedenim prehrambenim proizvodom. Izvornost i kvaliteta ovčjeg mesa je jedan od presudnih kriterija

ostvarenja konkrentnosti na europskom i globalnom tržištu. Navedeno bi trebalo omogućiti da Hrvatska od „čistog uvoznika“ ovčjeg mesa postane neto izvoznikom.

Kao i u slučaju EU, provedenom analizom je utvrđeno kako Republika Hrvatska ostvaruje količinski manjak u proizvodnji ovčjeg mesa. Naime, iz prethodno analiziranih podataka je vidljivo kako je potrošnja (1,3 kilograma per capita) gotovo trostruko veća od proizvodnje, što također, rezultira uvoznom orijentacijom ovoga „sektora“.

### Perspektive razvoja ekološke proizvodnje ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska posjeduje specifične uvjete za proizvodnju ovčjeg mesa koja je prvenstveno determinirana različitim klimatskim područjima (planinska, gorska, nizinska i primorska zona), a čije karakteristike uvjetuju kvalitetu i okus ovčjeg mesa. Geografski gledano, na području Republike Hrvatske je najpoznatija i najcjenjenija janjetina s Brača i Paga, koja je i na razini EU prepoznata kao „vrhunski gastronomski specijalitet“. Pripadnost „obalnoj“ regiji Republike Hrvatske pridonosi, zbog ispaše mediteranskog bilja, prepoznatljivom, slankastom okusu ove vrste janjetine. Međutim, ova vrsta janjetine je sve rjeđe u ponudi, prvenstveno zbog izumiranja sela, a posljedično i stada te napuštanja ovčarstva i povezanih djelatnosti. Također, potrebno je spomenuti i visokokvalitetnu ličku janjetinu, koja se uzgaja u uvjetima bogate ljetne ispaše, ali i skromnog zimskog „obroka“ te u surovom klimatskom okruženju (duge hladne zime i vruća ljeta), a što rezultira izraženom otpornošću i prilagodljivošću ovaca. Također, značajnu prednost Republike Hrvatske predstavlja i nezagađeno tlo koje je pogodno za ekološku proizvodnju ovčjeg mesa. Budući da hrvatski ovčari trenutačno nisu u stanju količinom proizvedenoga ovčjeg mesa konkurirati na inozemnom tržištu, preostaje im samo nametnuti se kvalitetom, a što je moguće osigurati orijentacijom na ekološku proizvodnju. Općenito, proces ovčarske proizvodnje potrebno je prilagoditi specifičnostima podneblja uz uvažavanje nužnosti osiguravanja pravilnog smještaja, prehrane i veličine stada, koji vode prema produktivnijoj i isplativijoj proizvodnji. Suvremena intenzivna ekološka proizvodnja ovčjeg mesa zahtijeva izgradnju objekata za smještaj ovaca te ulaganja u modernu opremu, koja će olakšati provedbu tehnološkog procesa te na taj način doprinijeti poboljšanju kvalitete proizvoda.

Proizvodnja ovčjeg mesa, kao i svaka druga proizvodnja, treba biti prilagođena zahtjevima tržišta. Naime, u Republici Hrvatskoj je najtraženija janjetina do 25 kg „žive“ vage (pogodna za pripremu na ražnju), koja se uzgaja u stadima veličine do 50 grla (www.

hpa.hr, 2015c), na malim obiteljskim gospodarstvima, a što onemogućuje dohodovnu i rentabilnu proizvodnju. Stoga, potrebno je sustavno raditi na povećanju veličine stada i uspostavljanju ekonomski isplativih veličina, uz prevladavanje problema postojanja malih i rascjepkanih parcela koje onemogućuju ozbiljnu komercijalnu proizvodnju. Navedeno se može riješiti okrupnjavanjem malih posjeda putem prodaje ili zakupa poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu države. Povećanje veličine stada i njihove kvalitete moguće je ostvariti izborom životinja najboljih fenotipova te ih koristiti za roditelje sljedećih generacija potomaka. Uspješna i rentabilna ovčarska proizvodnja nezamisliva je bez dovoljno pašnjaka koji predstavljaju najjeftiniji i najzdraviji izvor hrane za ovce. U Republici Hrvatskoj je i dalje prisutan veliki problem miniranih poljoprivrednih površina na kojima uzgoj ovaca nije moguć te je stoga potrebno intenzivno nastaviti sa procesom razminiravanja (www.obz.hr, 2016.).

Sektor ovčarstva u Republici Hrvatskoj suočava se s nedostatkom sredstava tj. skupim financiranjem nabavke rasplodnog materijala i ostale „infrastrukture“ potrebne za nesmetano odvijanje proizvodnje, pri čemu troškovi financiranja (skupi krediti) uvelike premašuju neto dobit cjelokupne proizvodnje. Navedeno bi se moglo riješiti osiguranjem povoljnijih kreditnih linija i ostalih povlastica u nabavi rasplodnog materijala i inih sredstava neophodnih za odvijanje (ekološke) ovčarske proizvodnje. Punopravnim članstvom u EU, hrvatski ovčari mogu potrebna financijska sredstva, osim iz državnih potpora, „nabaviti“ i iz financijskih fondova EU, pri čemu je potrebno istaknuti Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj te Europski poljoprivredni garancijski fond, a čija su sredstva usmjerena jačanju konkurentnosti poljoprivrede, poticanju ekološke proizvodnje te ostalim mjerama unaprijeđenja poljoprivrednog sektora. Iskoristivost sredstava navedenih fondova će uvelike ovisiti o sposobnostima samih ovčara, što ukazuje na potrebu provođenja edukacija i stručnih osposobljavanja.

Ovčarska proizvodnja je karakterizirana i velikim udjelom ljudskog fizičkog rada u svim etapama uzgoja tj. od pripreme hrane i hranjenja pa do janjenja i mužnje. Međutim, ovčari su često preopterećeni velikim obujmom posla na svojim gospodarstvima, pri čemu dolazi do smanjenja produktivnosti i ekonomske učinkovitosti stada. Također, kao što je prethodno navedeno, stanovništvo, posebno mlado, sve više napušta selo i ovčarsku proizvodnju. Unaprijeđenjem mehanizacije i boljom tehničkom opremeljenošću gospodarstava moguće je kompenzirati nedostatak radne snage te smanjiti „preopterećenost“ pojedinaca na pojedinim gospodarstvima.

Jedan od problema s kojima se suočavaju hrvatski

ovčari proizlazi iz nedostatka promotivnih aktivnosti te slabe povezanosti s ostalim sektorima, a posebice sa turizmom. U svrhu poboljšanja promocije tradicionalnog hrvatskog ovčjeg mesa i janjetine, svi sudionici u lancu proizvodnje (od malih obiteljskih gospodarstava do velikih proizvođača) moraju se povezati s turističkim sektorom, koji najviše može pridonijeti promociji hrvatskih ovčjih proizvoda te njihovoj potrošnji (Žujo, 2015.). Nadalje, promotivne aktivnosti bi se trebale odvijati i kroz održavanje što većeg broja izložbi izvornih pasmina ovaca, a posebice u tijeku turističke sezone, kada bi se potencijalni kupci „na licu mjesta“ mogli uvjeriti u kvalitetu hrvatskog ovčjeg mesa i janjetine.

Prethodno istaknute vrste janjetine (bračku, pašku i ličku) je potrebno brendirati i zaštititi. Proces brendiranja bračke janjetine traje već pet godina pri čemu su ispunjeni gotovo svi uvjeti traženi od strane Europske unije (između ostalog, stručno je educirano 80-ak pastira). Bračka janjetina ima specifičan okus i kvalitetu, njena proizvodnja je isključivo ekološka, ali je istodobno količinski „mala“, budući da ne postoje veliki proizvođači. Stoga se ona pod hitno mora zaštititi, kako se pod tim nazivom ne bi prodavale i druge, manje kvalitetne vrste janjetine. Također, na otoku Braču u planu je izgradnja klaonice koja bi omogućila bržu isporuku bračke janjetinje restoranima, hotelima, tržnicama ili bilo kojim drugim prodajnim trgovačkim centrima, a sve prema odgovarajućim zakonskim propisima. Navedeno bi omogućilo lakšu prezentaciju autohtonog domaćeg proizvoda od „paše do stola“, što bi doprinijelo razvoju ruralnog turizma otoka, ali i cijele Hrvatske (www.ekopoduzetnik.com, 2015.). Za razliku od bračke janjetine čiji je postupak ostvarivanja oznake izvornosti još uvijek u tijeku, paška janjetina od ožujka 2015. godine ima odobrenu prijelaznu nacionalnu zaštitu naziva „Paška janjetina – zaštićena oznaka izvornosti“, zahvaljujući rješenju Ministarstva poljoprivrede. Dobivanjem oznake izvornosti je napokon okončan osam godina dug proces pokrenut u Udruzi uzgajivača paške ovce Rogujica iz Paga, a navedeno će dovesti do reda na tržištu ovog dalmatinskog specijaliteta. S ovim promjenama, kupcima će biti zagantirana izvornost i kvaliteta te će se potrošnja sigurno povećati. Prema procjenama, na otoku Pagu ima između 33000 i 35000 ovaca, a od čega se 20% ovaca neće janjiti. Prema višegodišnjoj statistici, jedna paška ovca u prosjeku daje 1,2 janjeta, pa se računa da godišnja proizvodnja janjadi na otoku iznosi otprilike oko 32000 janjaca. Minimalni zahtjevi koji moraju biti zadovoljeni tijekom proizvodnje paške janjetine podrazumijevaju da paška janjad pri klanju ne smije biti teža od 15 kilograma niti starija od 45 dana, a masa klaonički obrađenog trupa ne smije biti manja od 4 niti veća od 9 kilograma. Paška janjetina se ističe među ostalim proizvođačima janječeg mesa po tome



što u njezinoj proizvodnji nema klasičnog „odbića“ i hranidbe janjadi na pašnjaku i/ili tovilistu. Janjad cijelo vrijeme, od janjenja do klanja, obitava na pašnjaku i siše mlijeko majke, dok je konzumacija voluminozne krme neznatna (Vidović, 2015.). Proces zaštite ličke janjetine i ostalih proizvoda s ovoga područja je započeo 2016. godine prijedlogom regionalne oznake kvalitete LQ (Lika Quality).

Hrvatska ima veliki potencijal u sljedećim se godinama nametnuti na europskom i međunarodnom tržištu proizvodnjom autohtonog i ekološkog ovčjeg mesa. Put do ostvarenja zacrtanih ciljeva biti će dug i mukotrpan, ali ne i nemoguć. Uz iskorištavanje postojećih geografskih posebnosti, unaprjeđenje proizvodnje te pažljivo isplaniranu marketinšku promociju, brendiranje tradicionalnih otočkih janjetina, zaštitu ličke janjetine te povećanu proizvodnju ekološkog ovčjeg mesa, Hrvatska ima mogućnost proboja na inozemna tržišta uz ostvarenje zamjetnih rezultata.

## ZAKLJUČAK

Proizvodnja ovčjeg mesa u EU se od 2005. godine, uz određene iznimke, konstantno smanjuje. Vrijednost ukupne proizvodnje na razini EU je u 2014. godini iznosila 954 tisuće tona, što predstavlja najnižu razinu u promatranom razdoblju. U strukturi proizvodnje ovčjeg mesa, vodeću ulogu imaju Velika Britanija, Španjolska, Francuska, Grčka i Irska. Gospodarska kriza te relativno visoka cijena ovčjeg mesa i srodnih vrsta mesa (posebice janjetina), uzrokovala je smanjenje potrošnje, koja je na razini EU u 2014. godini iznosila 1100 tisuća tona ili 2,1 kilogram po glavi stanovnika. Oduzimanjem proizvodnje i potrošnje utvrđen je „manjak“ ovčjeg mesa (145,9 tisuća tona), što znači da EU ne može pokriti potrebe vlastitog stanovništva te se mora orijentirati uvozu. Pri uvozu mesa je potrebno slijediti zakonodavne propise EU i specijaliziranih organizacija. EU većinu uvoza ovčjeg mesa ostvaruje iz Novog Zelanda i Argentine, dok se najveći dio izvoza plasira na Daleki istok.

Proizvodnja ovčjeg mesa u Republici Hrvatskoj je nakon konstantnog smanjivanja do 2011. godine, počela ostvarivati rast te je u 2013. godini proizvedeno 2,072 tisuća tona. Također, isti trend bilježi i potrošnja ovčjeg mesa, koja je u 2013. godini iznosila 5,54 tisuće tona ili 1,3 kilograma po glavi stanovnika. Jedan od razloga relativno niske potrošnje u usporedbi s EU, a posebice s ostalim mediteranskim zemljama proizlazi iz niske kupovne moći stanovništva tj. relativno visokih cijena ovčjeg mesa. Usporedbom proizvodnje i potrošnje ovčjeg mesa utvrđen je veliki nesrazmjer. Naime, u Republici Hrvatskoj se troši gotovo trostruko više ovčjeg mesa nego što ga se proizvede. Razlika proizvodnje i potrošnje je u 2013. godini iznosila 3,58 tisuća

tona. Navedena situacija rezultirala je orijentacijom Republike Hrvatske prema uvozu ovoga proizvoda.

Punopravnim članstvom u EU hrvatskim proizvođačima je otvorena mogućnost poslovanja na Unutarnjem europskom tržištu, na kojem visokokvalitetno meso s oznakom izvornosti predstavlja veoma poželjan proizvod. Republika Hrvatska mora u procesu ekološke proizvodnje ovčjeg mesa iskoristiti svoj geografski i klimatski položaj koji uvelike određuje kvalitetu i okus ovčjeg mesa, a posebno janjetine. Nadalje, hrvatski ovčari bi trebali, u svrhu modernizacije i unaprjeđenja proizvodnje, iskoristiti mogućnosti financiranja iz poljoprivrednih fondova EU. Također, kao nužnost se nameće potreba spajanja malih proizvođača u klastere, prilagodba proizvodnje potražnji na tržištu, jača educiranost neposrednih proizvođača te općenito, prilagodba suvremenim uvjetima poslovanja. Pažljivo isplanirana marketinška strategija, poticanje ekološke proizvodnje te brandiranje tradicionalnih otočkih janjetina te ličke janjetine, predstavljaju važne čimbenike ostvarenja konkurentnosti i poslovnog uspjeha na europskom i globalnom tržištu. Provedba navedenih mjera te daljnje praćenje suvremenih trendova bi trebalo u budućnosti osigurati da Republika Hrvatska postane neto izvoznik ovčjeg mesa.

## LITERATURA

**Anonimno (2013):** „Facts and figures on organic agriculture in the European Union“, annual report, European Commission, 2013. available on: [http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/more-reports/pdf/organic-2013\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/more-reports/pdf/organic-2013_en.pdf)

**Anonimno (2015):** Ekopoduzetnik, 2015. dostupno na: <http://www.ekopoduzetnik.com/tekstovi/kako-postati-proizvodjac-eko-hrane-u-eu-15481/>

**Anonimno (2015a):** Eurostat, 2015. dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat>

**Anonimno (2015b):** FAOSTAT, 2015., dostupno na [http://faostat3.fao.org/download/Q/\\*/\\*E](http://faostat3.fao.org/download/Q/*/*E)

**Anonimno (2015c):** Hrvatska poljoprivredna agencija, 2015., dostupno na: <http://www.hpa.hr/>

**Anonimno (2015d):** International Meat Trade Association (IMTA), 2015. dostupno na: <http://www.imta-uk.org/import-export/importing/countries-approved-to-export-to-the-eu>

**Anonimno (2015e):** OECD, 2015. dostupno na: <http://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?QueryId=58654&vh=0000&vf=0&iil=&lang=en#>

**Anonimno (2016):** Osječko-baranjska županija, 2016. dostupno na: <http://www.obz.hr/hr/?flash=1>

**Anonimno (2016a):** Paška sirana d.d., 2016. dostupno na: [www.paskasirana.hr](http://www.paskasirana.hr)

**Vidović, A. (2015):** Zaštićena izvorna janjetina s Paga, dostupno na:

<http://www.agroklub.com/stocarstvo/zasticena-izvorna-janjetina-s-paga/16228/>

**Žujo M. (2013):** Izvoz će potaknuti jaču vezu primarne proizvodnje i prerade mesa. dostupno na: <http://www.poslovni.hr/hrvatska/izvoz-ce-potaknuti-jaca-veza-primarne-proizvodnje-i-prerade-mesa-258600>

## Organic production of sheep meat in the Republic of Croatia

### SUMMARY

Sheep rearing is a branch of animal husbandry associated with raising sheep for their fibre, milk and meat, whereby meat production represents the most significant segment. The fact that the consumption of sheep meat (2.1 kg per capita) at the EU level is higher than its production means that the EU has not achieved self-sufficiency and must therefore meet the needs of the population by importing sheep meat from other Member States and other countries (especially New Zealand and Argentina), all the while respecting a complex legislative procedure. A similar trend has also emerged in the Republic of Croatia where total consumption (1.6 kg per capita) is nearly three times higher than the production of sheep meat and where the needs of the population are also met by importing sheep meat from abroad. Croatia's entry into full EU membership has provided farmers with the opportunity to export sheep meat on the internal market, where high quality and organic sheep meat are "in great demand". In order to achieve desired business results and achieve competitiveness, Croatian manufacturers must intensify promotional activities, strategically brand their products (primarily Pag and Brač lamb) and thus make their products more recognizable and desirable for demanding customers on both European and global market.

**Key words:** EU, sheep meat, Republic of Croatia, self-sufficiency

## Ökologische Produktion von Schafsfleisch in der Republik Kroatien

### ZUSAMMENFASSUNG

Die Schafzucht ist ein Zweig der Viehzucht, der sich mit der Zucht und der Verwertung von Schafen zur Gewinnung von Wolle, Milch und Fleisch beschäftigt, wobei die Fleischproduktion das wichtigste Segment darstellt. In der Europäischen Union übersteigt der Verbrauch von Schafsfleisch (2,1 kg/pro Kopf) die Produktion, was mit anderen Worten bedeutet, dass die EU in der Versorgung nicht unabhängig ist und den Bedarf ihrer Bewohner durch Einfuhr aus anderen Mitgliedsstaaten und anderen Staaten weltweit decken muss (in erster Linie aus Neuseeland und Argentinien), wobei komplexe gesetzliche Verfahren beachtet werden müssen. Eine ähnliche Situation finden wir auch in der Republik Kroatien vor, wo der Verbrauch (1,6 kg/pro Kopf) fast dreifach höher als die Produktion ist und der Bedarf der Bevölkerung durch Einfuhr aus dem Ausland sichergestellt werden muss. Nachdem Kroatien vollwertiges EU-Mitglied geworden ist, haben die kroatischen Schafszüchter die Gelegenheit bekommen, ihre Produkte auf den europäischen Binnenmarkt zu liefern, auf dem hochwertiges und ökologisch produziertes Schafsfleisch „gefragte Ware“ ist. Um positive Ergebnisse und die Konkurrenzfähigkeit erreichen zu können, müssen die kroatischen Hersteller ihre Werbemaßnahmen intensivieren, das Branding durchführen (besonders beim Lammfleisch von den Inseln Pag und Brač) sowie die Erkennbarkeit und die Nachfrage nach ihren Produkten unter den anspruchsvollen Kunden auf dem europäischen und globalen Markt steigern.

**Schlüsselwörter:** EU, Schafsfleisch, Republik Kroatien, unabhängige Versorgung

## La producción ecológica de la carne de oveja en República de Croacia

### RESUMEN

La cría de ovejas es una subcategoría de la cría de animales que consiste en el cuidado de las ovejas para la obtención de lana, de leche y de carne, donde la producción de la carne representa el segmento más importante. A nivel de la UE, el consumo de la carne de oveja (2,1 kg/per capita) es más grande que la producción, lo que significa que la UE no consigue autoabastecerse y debe satisfacer las necesidades de la población importando de los demás estados miembros y de otros países del mundo (especialmente de Nueva Zelanda y Argentina), respetando el procedimiento legislativo complejo. En la República de Croacia la situación es similar: el consumo (1,6 kg/per capita) supera casi tres veces la producción y hay que importar para satisfacer las necesidades de la población. Como Croacia es el miembro con pleno derecho en la UE, los ganaderos croatas tienen la oportunidad de exportar al Mercado interno, en el cual la carne de calidad y de cría ecológica es muy pedida. Con el fin de realizar los resultados económicos positivos y la competitividad, los productores croatas tienen que aumentar las actividades promocionales, el posicionamiento (especialmente de la carne de cordero de Pag y de Brač) y de esta manera hacer su producto reconocible y atractivo a los exigentes clientes en el mercado europeo y global.

**Palabras claves:** UE, carne de oveja, República de Croacia, autoabastecimiento

## Produzione ecologica di carne ovina nella Repubblica di Croazia

### SUNTO

L'allevamento ovino è un ramo della zootecnia che si occupa dell'allevamento degli ovini e del loro utilizzo ai fini della produzione di lana, latte e carne, laddove la produzione della carne rappresenta il segmento più importante. Al livello dell'Unione Europea, il consumo di carne ovina (2,1 kg/pro capite) è superiore rispetto alla produzione, il che significa che l'UE non è autosufficiente e deve far fronte al fabbisogno della sua popolazione mediante l'importazione dagli altri paesi del mondo (in particolare dalla Nuova Zelanda e dall'Argentina), nel rispetto della complessa e rigida procedura legislativa. Simile situazione si riscontra anche nella Repubblica di Croazia, dove il consumo (1,6 kg/pro capite) è quasi il triplo della produzione e dove il fabbisogno della popolazione va soddisfatto mediante l'importazione dall'estero. Con l'ingresso della Croazia nell'Unione Europea, gli allevatori croati hanno acquisito la possibilità di esportare nel mercato interno, dove la carne ovina di qualità, prodotta secondo criteri ecologici, è merce molto apprezzata. Ai fini del conseguimento di risultati economici positivi e di una maggior concorrenzialità, i produttori croati devono potenziare le proprie attività promozionali e svolgere un'incisiva attività di branding della propria produzione (in particolare della carne d'agnello delle isole di Pago-Pag e Braza-Brač); così facendo, renderanno il proprio prodotto riconoscibile e ricercato sull'esigente mercato europeo e mondiale.

**Parole chiave:** UE, carne ovina, Repubblica di Croazia, autosufficienza