Recenzenci
dr hab. Piotr Kaczyński, prof. IOR-PIB
dr hab. Tomasz Srogosz, prof. UKEN

Opracowanie graficzne
Marta Pogorzały

Redakcja i korekta
Jakub Redo

Skład i redakcja techniczna
Kamil Mieczkowski

© Copyright by Uniwersytet w Białymstoku, Białystok 2026

ISBN 978-83-7431-878-5

Wydanie publikacji sfinansowano ze środków projektu „Ekosystem Innowacji Dolina Rolnicza 4.0", numer FEDP.01.01-IZ.00-0057/24, realizowanego zgodnie z umową FEDP.01.01-IZ.00-0057/24-00

Fundusze Europejskie dla Podlaskiego | Rzeczpospolita Polska | Dofinansowane przez Unię Europejską | Podlaskie

Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku
ul. Ciołkowskiego 1M, 15-245 Białystok
tel. 85 745 71 20, 85 745 70 59
wydawnictwo@uwb.edu.pl
wydawnictwo.uwb.edu.pl

Druk i oprawa
TOTEM.COM.PL

Spis treści

Wykaz skrótów 7

Wprowadzenie 9

ROZDZIAŁ 1

Ramy pojęciowe i prawne certyfikacji, oznaczeń żywności oraz komunikacji rynkowej 14

1. Obowiązkowe i dobrowolne informacje na temat żywności oraz konsekwencje dla oznaczeń 15
   1.1. *Zakres obowiązkowych informacji na temat żywności* 16
   1.2. *Informacje dobrowolne na temat żywności i warunki ich stosowania* 19
2. Certyfikacja, deklaracje własne i znakowanie 22
   2.1. *Rozróżnienia pojęciowe* 23
   2.2. *Systemy certyfikacji publiczne, prywatne i mieszane* 25
   2.3. *Strona trzecia jako kluczowy element systemów certyfikacji* 27
3. Legalność komunikacji rynkowej 29
   3.1. *Zakaz wprowadzania w błąd i wymóg rzetelności przekazu* 31
   3.2. *Standard przeciętnego konsumenta* 35
   3.3. *Obszary ryzyka w komunikacji związanej z systemami certyfikacji* 37
4. Podsumowanie 40

ROZDZIAŁ 2

Mapowanie systemów certyfikacji żywności w Polsce i Unii Europejskiej 43

1. Publicznoprawne systemy certyfikacji żywności w Unii Europejskiej 44
   1.1. *Chroniona Nazwa Pochodzenia* 45
   1.2. *Chronione Oznaczenie Geograficzne* 48
   1.3. *Gwarantowana Tradycyjna Specjalność* 51
   1.4. *Produkcja ekologiczna* 55
2. Krajowe systemy jakości żywności 61
   2.1. *Integrowana Produkcja Roślin (IP)* 64
   2.2. *System „Jakość Tradycja”* 67
   2.3. *System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP)* 69
   2.4. *System Tradition And Quality (TAQ)* 71
   2.5. *System Jakości Wieprzowiny (PQS)* 73
   2.6. *System Quality Meat Program (QMP)* 75
3. Standardy prywatne i branżowe 77
   3.1. *Pojęcie, geneza i funkcje standardów prywatnych oraz branżowych* 77
   3.2. *Relacja standardów prywatnych do prawa publicznego i wymagań ustawowych* 81
   3.3. *Najważniejsze standardy prywatne i branżowe w certyfikacji żywności oraz ich znaczenie praktyczne i ograniczenia* 85
4. Podsumowanie 89

ROZDZIAŁ 3

Weryfikacja rynkowych potrzeb w zakresie certyfikacji żywności – wyniki badania sondażowego 92

1. Metodologia badania sondażowego 94
2. Wyniki badania sondażowego – perspektywa producentów 95
   2.1. *Skala i rola certyfikacji w działalności* 95
   2.2. *Motywacje, korzyści i wymagania rynkowe* 97
   2.3. *Bariery, koszty i ocena procesu certyfikacji* 99
   2.4. *Oczekiwania wobec systemów certyfikacji* 102

3. Wyniki badania sondażowego – perspektywa dystrybutorów 104
3.1. *Skala i rola certyfikacji w działalności* 105
3.2. *Motywacje, korzyści i wymagania rynkowe* 107
3.3. *Bariery, koszty i ocena procesu certyfikacji* 109
3.4. *Oczekiwania wobec systemów certyfikacji* 111
4. Wyniki badania sondażowego – perspektywa konsumentów 113
4.1. *Świadomość i rozumienie certyfikatów* 114
4.2. *Wpływ certyfikatów na wybór i gotowość do dopłaty* 117
4.3. *Zaufanie, sceptycyzm i warunki wiarygodności* 121
5. Analiza porównawcza różnych perspektyw rynkowych 123
5.1. *Producenci a dystrybutorzy* 123
5.2. *Konsumenci a przedsiębiorcy* 127
6. Podsumowanie 131

ROZDZIAŁ 4

Dyskusja, wnioski i rekomendacje 135
1. Potencjał i ograniczenia istniejących systemów certyfikacji żywności 136
2. Wnioski dla interesariuszy EIDR 4.0 139

Bibliografia 144

Spisy tabel, wykresów 155

O programie 156

O autorach 158

Indeks pojęć 159

Streszczenie 160

Wykaz skrótów

BRC / BRCGS – British Retail Consortium / Brand Reputation through Compliance (międzynarodowy standard bezpieczeństwa żywności opracowany przez Brytyjskie Konsorcjum Detalistów)

CAWI – Computer Assisted Web Interview (metoda zbierania danych za pomocą wywiadów wspomaganych komputerowo na panelu badawczym)

ChNP – Chroniona Nazwa Pochodzenia (unijny znak jakości potwierdzający najsilniejszy związek produktu z regionem; ang. *PDO – Protected Designation of Origin*)

ChOG – Chronione Oznaczenie Geograficzne (unijny znak jakości dla produktów o renomie powiązanej z danym obszarem; ang. *PGI – Protected Geographical Indication*)

EIDR 4.0 – Ekosystem Innowacji Dolina Rolnicza 4.0

FSSC 22000 – Food Safety System Certification 22000 (system certyfikacji systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności oparty na architekturze ISO)

GAP – Good Agricultural Practices (Dobra Praktyka Rolnicza)

GFSI – Global Food Safety Initiative (globalna inicjatywa na rzecz bezpieczeństwa żywności, zajmująca się benchmarkingiem standardów)

GMO – Genetically Modified Organisms (organizmy zmodyfikowane genetycznie)

GMP – Good Manufacturing Practices (Dobra Praktyka Produkcyjna)

GTS – Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (unijny znak jakości chroniący tradycyjną metodę wytwarzania lub skład; ang. *TSG – Traditional Speciality Guaranteed*)

GUS – Główny Urząd Statystyczny

HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points (analiza zagrożeń i krytyczne punkty kontroli)

IFS – International Featured Standards (międzynarodowy standard bezpieczeństwa i jakości żywności powszechny w relacjach B2B)

IP – Integrowana Produkcja Roślin (krajowy system jakości o konstrukcji publicznoprawnej, łączący jakość z ochroną zdrowia i środowiska)

ISO 22000 – International Organization for Standardization 22000 (międzynarodowa norma określająca wymogi systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności)

MRiRW – Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

MSC – Marine Stewardship Council (oznaczenie zrównoważonego rybołówstwa dzikich zasobów)

MŚP – Małe i średnie przedsiębiorstwa (ang. *SMEs – Small and Medium-sized Enterprises*)

PDŻ – Poznaj Dobrą Żywność (program i oznaczenie jakościowe Ministerstwa Rolnictwa)

PIORiN – Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa (organ nadzorujący system IP)

PQS – Pork Quality System (System Jakości Wieprzowiny)

PS WPR – Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej

QAFP – Quality Assurance for Food Products (System Gwarantowanej Jakości Żywności)

QMP – Quality Meat Program (krajowy system jakości wołowiny)

TAQ – Tradition And Quality (Tradycja i Jakość; najnowszy krajowy system jakości wieprzowiny i wędlin)

TSUE – Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej

UE – Unia Europejska

WPR – Wspólna Polityka Rolna (ang. *CAP – Common Agricultural Policy*)

Wprowadzenie

Współczesny rynek żywności funkcjonuje w warunkach rosnącej złożoności informacyjnej. Konsument podejmuje decyzję zakupową najczęściej bez bezpośredniego kontaktu z producentem, opierając się na treści etykiety, oznaczeniach jakościowych, symbolach, hasłach marketingowych oraz komunikatach towarzyszących sprzedaży. W tych warunkach szczególnego znaczenia nabierają systemy certyfikacji i znakowania żywności, które mają nie tylko przekazywać informację o określonych cechach produktu, lecz także budować zaufanie do ich prawdziwości, porządkować relacje rynkowe i ograniczać asymetrię informacji między przedsiębiorcą a odbiorcą. Zarazem wzrost liczby oznaczeń oraz różnorodność funkcjonujących systemów sprawiają, że granica między komunikatem opartym na niezależnej weryfikacji a deklaracją o charakterze wyłącznie promocyjnym staje się coraz mniej czytelna.

Problematyka certyfikacji żywności nie może być ujmowana wyłącznie jako zagadnienie techniczne albo marketingowe. Na gruncie prawa żywnościowego, prawa konsumenckiego i praktyki obrotu stanowi ona bowiem punkt przecięcia kilku porządków: obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, mechanizmów ochrony konsumenta, publicznych i prywatnych systemów jakości, a także szerszych polityk związanych ze zrównoważonym rozwojem, identyfikowalnością i transparentnością łańcucha dostaw. W konsekwencji ocena systemów certyfikacji wymaga równoczesnego uwzględnienia ich podstaw normatywnych, konstrukcji instytucjonalnej, funkcji komunikacyjnej oraz rzeczywistej użyteczności z perspektywy uczestników rynku.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie uporządkowanego obrazu certyfikacji żywności w Polsce na tle rozwiązań unijnych, a następnie skonfrontowanie tego obrazu z potrzebami i oczekiwaniami rynku. Chodzi zatem, poza wskazaniem, jakie systemy certyfikacji i znakowania funkcjonują obecnie w obrocie, o ustalenie ich znaczenia z punktu widzenia producentów, dystrybutorów i konsumentów, faktycznie pełnionych funkcji oraz ujawniających się w praktyce ich stosowania ograniczeń. Istotne jest przy tym odróżnienie systemów publicznoprawnych od rozwiązań mieszanych i prywatnych, a także oddzielenie certyfikacji *sensu stricto* od deklaracji własnych przedsiębiorcy i innych form komunikacji rynkowej, które mogą wywoływać zbliżony efekt percepcyjny, choć nie opierają się na tym samym mechanizmie weryfikacji.

Należy przy tym wyjaśnić, że w części analityczno-prawnej opracowania zasadniczy punkt ciężkości został położony na prawo Unii Europejskiej. Wynika to z tego, że podstawowe ramy prawne informacji na temat żywności, zakazu wprowadzania w błąd, systemów jakości, oznaczeń geograficznych oraz produkcji ekologicznej są obecnie kształ-



towane przede wszystkim na poziomie unijnym, a w znacznej mierze mają postać rozporządzeń stosowanych bezpośrednio we wszystkich państwach członkowskich. Prawo krajowe zachowuje w tym obszarze istotne znaczenie, jednak najczęściej pełni funkcję uzupełniającą, wykonawczą albo organizacyjną, dotyczącą w szczególności właściwości organów, krajowych mechanizmów uznania, kontroli i wsparcia. Z tego względu w celu prawidłowej rekonstrukcji reżimu prawnego certyfikacji żywności punktem wyjścia musi być poziom unijny, natomiast rozwiązania krajowe należy analizować przede wszystkim jako osadzone w szerszych ramach prawa Unii Europejskiej i rozwijające te ramy w odniesieniu do wybranych instrumentów oraz praktyki ich stosowania.

Opracowanie zostało oparte na dwóch komplementarnych perspektywach. Pierwsza ma charakter analityczno-prawny i służy rekonstrukcji podstawowych pojęć, zasad oraz systemów funkcjonujących w Polsce i Unii Europejskiej. Druga ma charakter empiryczny i zmierza do ustalenia, jak certyfikacja jest postrzegana przez uczestników rynku oraz jakie oczekiwania wiążą oni z istniejącymi i potencjalnie nowymi rozwiązaniami. Taki układ pozwala połączyć analizę normatywną z oceną praktyki rynkowej. W konsekwencji możliwe staje się nie tylko opisanie obowiązujących mechanizmów, ale również krytyczna ocena ich przydatności, rozpoznawalności, kosztów i zdolności do budowania wiarygodnego przekazu o żywności.

Struktura opracowania odpowiada zaplanowanemu podwójnemu założeniu. Rozdział pierwszy pełni wobec dalszych rozdziałów funkcję porządkującą i selekcyjną. Pozwala ustalić, jakie kategorie systemów mają znaczenie prawne i rynkowe, jakie cechy decydują o ich wiarygodności oraz według jakich kryteriów należy oceniać legalność komunikacji kierowanej do odbiorcy. W rozdziale pierwszym przedstawiono ramy pojęciowe i prawne certyfikacji, oznaczeń żywności oraz komunikacji rynkowej, ze szczególnym uwzględnieniem rozróżnienia między informacjami obowiązkowymi i dobrowolnymi, relacji między certyfikacją, deklaracją własną i znakowaniem oraz znaczenia zakazu wprowadzania w błąd. Rozdział drugi zawiera mapowanie systemów certyfikacji i znakowania żywności funkcjonujących w Polsce i Unii Europejskiej, obejmujące

zarówno rozwiązania publicznoprawne, jak i krajowe systemy jakości oraz standardy prywatne i branżowe. W konsekwencji rozdział drugi dostarcza uporządkowanej mapy rozwiązań, które różnią się stopniem formalizacji, zakresem kontroli oraz ciężarem komunikacyjnym, ale wspólnie współtworzą otoczenie prawne i rynkowe certyfikacji żywności. Z punktu widzenia dalszych części opracowania zasadnicze znaczenie ma to, że analiza ta pozwala oddzielić systemy o wysokiej legitymizacji publicznoprawnej od systemów mieszanych i prywatnych, a także uchwycić ich odmienną funkcję wobec producentów, dystrybutorów i konsumentów. Dopiero na tym tle możliwa jest dalsza ocena rzeczywistych potrzeb rynkowych w zakresie certyfikacji żywności, stopnia rozpoznawalności poszczególnych oznaczeń oraz oczekiwań wobec nowych rozwiązań certyfikacyjnych. W rozdziale trzecim zaprezentowano wyniki badania sondażowego przeprowadzonego wśród producentów, dystrybutorów i konsumentów, co pozwoliło uchwycić różnice i podobieństwa między perspektywami poszczególnych grup. Rozdział czwarty ma charakter syntetyczny i obejmuje dyskusję oraz wnioski odnoszące się do potencjału i ograniczeń istniejących systemów certyfikacji oraz potrzeb interesariuszy zaangażowanych w rozwój nowych rozwiązań.

Punktem wyjścia dla całości rozważań jest założenie, że certyfikacja żywności może pełnić użyteczną funkcję rynkową i regulacyjną tylko wtedy, gdy pozostaje czytelna, mierzalna i proporcjonalna. Nie każda mnogość oznaczeń certyfikacyjnych zwiększa bowiem przejrzystość rynku, podobnie jak nie każda formalna certyfikacja automatycznie buduje zaufanie odbiorców.

Mamy nadzieję, że opracowanie okaże się użyteczne dla interesariuszy, w szczególności działających w Dolinie Rolniczej 4.0. Choć jest to pozornie zawężone gremium, to skupia – jak w soczewce – wszystkich uczestników rynku żywności i zainteresowanie interesariuszy z regionu, kraju i UE. Nie wynika to jednak z regionalnie ograniczonego charakteru samego opracowania, lecz z praktycznego znaczenia jego problematyki dla regionu o silnej specjalizacji żywnościowej. Zasadnicza część opracowania ma bowiem charakter uniwersalny: przedstawione w nim analizy prawne, mapowanie systemów certyfikacji i znakowania żywności

oraz wyniki badania sondażowego odnoszą się do mechanizmów i zjawisk istotnych w skali ogólnopolskiej, a w znacznej mierze również szerzej – w kontekście unijnym. Opracowanie może więc służyć jako punkt odniesienia dla producentów, dystrybutorów, instytucji publicznych i innych uczestników rynku żywności również poza regionem. Przyjęcie takiej perspektywy pozwala połączyć lokalne potrzeby rozwojowe z szerszą oceną funkcjonowania systemów certyfikacji żywności.

1 Ramy pojęciowe i prawne certyfikacji, oznaczeń żywności oraz komunikacji rynkowej

Celem tego rozdziału jest uporządkowanie podstawowych pojęć i kategorii prawnych, bez których dalsze mapowanie systemów certyfikacji byłoby nieprecyzyjne. Chodzi przede wszystkim o rozróżnienie między obowiązkowymi i dobrowolnymi informacjami na temat żywności, między certyfikacją a deklaracją własną przedsiębiorcy, a także między zwykłym oznaczeniem promocyjnym a znakiem stanowiącym element sformalizowanego systemu weryfikacji. Istotne jest również odróżnienie systemów publicznych, prywatnych i mieszanych oraz wskazanie, jakie znaczenie dla wiarygodności komunikatu mają kwestie takie, jak strona trzecia[1], audyt czy kontrole. Taki porządek pojęciowy jest konieczny, ponieważ nie każde oznaczenie obecne na etykiecie potwierdza spełnienie obiektywnie weryfikowalnego standardu.

Perspektywa prawna przyjęta w tym rozdziale opiera się na założeniu, że komunikacja rynkowa dotycząca żywności podlega ocenie nie tylko z punktu widzenia formalnej dopuszczalności oznaczeń, lecz także z perspektywy ich rzeczywistego odbioru przez konsumenta. Dlatego

1 W opracowaniu pojęcia „strona trzecia" i „osoba trzecia" są używane zamiennie. Takie rozwiązanie odpowiada sposobowi posługiwania się tymi pojęciami w prawie UE, w którym polskie wersje językowe aktów prawnych nie zawsze zachowują jednolitą terminologię, podczas gdy w wersji angielskiej zasadniczo występuje pojęcie „third party".

zasadnicze znaczenie mają tu zakaz wprowadzania w błąd, wymóg rzetelności i sprawdzalności przekazu, spójność poszczególnych elementów etykiety oraz ocena komunikatu przez pryzmat modelu przeciętnego konsumenta. W praktyce oznacza to, że legalność oznaczenia zależy od kontekstu jego użycia, formy graficznej, relacji z innymi informacjami o produkcie oraz od tego, czy przeciętny odbiorca może racjonalnie przypisać mu znaczenie, którego dane oznaczenie w istocie nie potwierdza.

Dalsze podrozdziały rozdziału pierwszego wyznaczą więc ramy analityczne opracowania. Najpierw zostaną omówione obowiązkowe i dobrowolne informacje na temat żywności oraz konsekwencje tego podziału dla stosowania znaków i oświadczeń. Następnie przedstawione zostaną podstawowe rozróżnienia między certyfikacją, deklaracjami własnymi i schematami etykietowania, ze szczególnym uwzględnieniem roli niezależnej weryfikacji. Ostatni blok zagadnień będzie dotyczył legalności komunikacji rynkowej, w tym typowych obszarów ryzyka związanych z sugerowaniem cech niepotwierdzonych, nadawaniem przekazowi pozorów niezależnej kontroli oraz upraszczaniem informacji w sposób mogący zniekształcić obraz produktu. Tak zarysowane ramy pojęciowe i prawne mają stworzyć spójny punkt odniesienia dla dalszej części opracowania, poświęconej już konkretnym systemom certyfikacji i znakowania funkcjonującym w Polsce i Unii Europejskiej (dalej jako „UE").

1. Obowiązkowe i dobrowolne informacje na temat żywności oraz konsekwencje dla oznaczeń

Punktem wyjścia dla analizy oznaczeń stosowanych na rynku żywności jest rozróżnienie między obowiązkowymi a dobrowolnymi informacjami na temat żywności. Podział ten ma znaczenie porządkujące i normatywne, ponieważ wyznacza zakres obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy oraz granice dopuszczalnej komunikacji kierowanej do konsumenta. W jego świetle oznaczenia umieszczane na opakowaniu produktu, w tym znaki, symbole i inne elementy graficzne, nie mogą być ujmowane wyłącznie jako instrument promocji, lecz jako część prawnie



relewantnego przekazu o żywności[2]. Z tego względu ustalenie relacji między informacjami obowiązkowymi i dobrowolnymi stanowi konieczny punkt wyjścia dla dalszych rozważań o certyfikacji, znakowaniu oraz ocenie legalności komunikacji rynkowej.

1.1. Zakres obowiązkowych informacji na temat żywności

Zakres obowiązkowych informacji na temat żywności wyznacza przede wszystkim rozporządzenie nr 1169/2011, które ustanawia ogólne zasady, wymogi i odpowiedzialność związane z przekazywaniem konsumentom

2 Informacja na temat żywności może pełnić wiele funkcji; choćby – jak zauważa A. Szymecka-Wesołowska – w obszarze bezpieczeństwa żywności. Zob. A. Szymecka-Wesołowska, [w:] K. Leśkiewicz, I. Lipińska, A. Szymecka-Wesołowska, M. Taczanowski, K. Wolnicka, *Bezpieczeństwo żywności i pasz*, [w:] P.A. Blajer, K. Leśkiewicz (red.), *Prawo rolne i żywnościowe. System Prawa Unii Europejskiej*, t. 18, Warszawa 2026, s. 882–883.

informacji o żywności[3]. Regulacja ta ma charakter horyzontalny, ponieważ ma zastosowanie do:

- wszystkich podmiotów działających na rynku spożywczym na wszystkich etapach łańcucha żywnościowego, na których ich działania dotyczą przekazywania konsumentom informacji na temat żywności;
- i wszelkich środków spożywczych przeznaczonych dla konsumenta finalnego, w tym do środków spożywczych dostarczanych przez zakłady żywienia zbiorowego i do środków spożywczych przeznaczonych do dostarczenia do zakładów żywienia zbiorowego[4].

W piśmiennictwie wskazuje się, że obowiązkowa informacja o żywności pełni funkcję instrumentu redukcji asymetrii informacyjnej między przedsiębiorcą a konsumentem, a zarazem stanowi podstawowy mechanizm ochrony interesów konsumenta w prawie UE[5].

Podstawowy katalog obowiązkowych danych szczegółowych wynika z art. 9 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011 i obejmuje: nazwę żywności, wykaz składników, informacje o alergenach, ilość określonych składników lub kategorii składników, ilość netto żywności, datę minimalnej trwałości albo termin przydatności do spożycia, specjalne warunki przechowywania lub warunki użycia, nazwę lub firmę i adres podmiotu odpowiedzialnego za informację, kraj lub miejsce pochodzenia w przypadkach przewidzianych prawem, instrukcję użycia, rzeczywistą objętościową zawartość alkoholu w napojach zawierających ponad 1,2% alkoholu oraz informację o wartości odżywczej. Katalog ten nie wyczerpuje

3 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L z 22.11.2011, s. 18, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie nr 1169/2011".

4 Art. 1 ust. 3 rozporządzenia nr 1169/2011.

5 N. Gokani, *Healthier Food Choices: From Consumer Information to Consumer Empowerment in EU Law*, „Journal of Consumer Policy" 2024, t. 47, nr 2, s. 273–274, DOI: 10.1007/s10603-024-0956374.

jednak całego reżimu obowiązkowych informacji na temat żywności, ponieważ art. 10 rozporządzenia odsyła również do dodatkowych danych wymaganych dla określonych rodzajów lub kategorii żywności, a sama regulacja pozostaje bez uszczerbku dla wymogów sektorowych ustanowionych w innych aktach prawa UE.

Sam zakres obowiązkowych informacji nie jest identyczny dla wszystkich modeli oferowania żywności konsumentowi. W odniesieniu do żywności nieopakowanej prawo unijne czyni co do zasady obligatoryjną przede wszystkim informację o substancjach lub produktach powodujących alergie lub reakcje nietolerancji, pozostawiając państwom członkowskim możliwość wprowadzenia dalej idących wymogów krajowych co do innych danych szczegółowych[6]. Z kolei w sprzedaży na odległość właściwe obowiązkowe informacje muszą być udostępnione jeszcze przed zawarciem umowy, z wyjątkiem daty minimalnej trwałości albo terminu przydatności do spożycia, które powinny zostać przekazane najpóźniej w chwili dostawy[7]. Należy jednak zastrzec, że jeżeli w danym modelu oferowania żywności określona informacja z katalogu art. 9 i 10 nie jest obowiązkowa, lecz przedsiębiorca mimo to przekazuje ją dobrowolnie, przykładowo zamieszczając dane o wartości odżywczej albo pochodzeniu produktu, informacja ta musi odpowiadać tym samym wymogom rzetelności, jasności i sposobu prezentacji, jakie rozporządzenie nr 1169/2011 wiąże z informacją obowiązkową[8].

Zakres obowiązkowych informacji należy przy tym ujmować nie tylko przez pryzmat treści, lecz także formy ich prezentacji. Rozporządzenie nr 1169/2011 wymaga bowiem, aby informacje obowiązkowe były łatwo dostępne, w przypadku żywności opakowanej znajdowały się bezpośrednio na opakowaniu albo na etykiecie do niego dołączonej, a nadto były umieszczone w widocznym miejscu w taki sposób, aby były dobrze widoczne, wyraźnie czytelne oraz – w stosownych przypadkach – nieusuwalne[9].

6 Art. 44 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011.
7 Art. 14 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011.
8 Art. 36 rozporządzenia nr 1169/2011.
9 Art. 12 ust. 1 i 2 oraz art. 13 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011.

Ustawodawca unijny przewidział również minimalne wymogi w zakresie wielkości czcionki, języka oraz sposobu wyróżniania alergenów, a także zakazał prezentowania informacji dobrowolnych kosztem przestrzeni potrzebnej dla danych obowiązkowych[10]. Ma to istotne znaczenie praktyczne, ponieważ badania empiryczne wskazują, że niska czytelność obowiązkowych danych osłabia realną funkcję etykiety, zwłaszcza wobec konsumentów starszych i słabiej wykształconych[11].

W konsekwencji zakres obowiązkowych informacji na temat żywności ma strukturę warstwową. Obejmuje on, po pierwsze, ogólny katalog danych z art. 9 rozporządzenia nr 1169/2011, po drugie, obowiązki dodatkowe odnoszące się do określonych kategorii środków spożywczych, a po trzecie, obowiązki doprecyzowane w aktach wykonawczych, czego przykładem są choćby przepisy dotyczące wskazywania kraju lub miejsca pochodzenia podstawowego składnika środka spożywczego, gdy pochodzenie samej żywności jest komunikowane konsumentowi, lecz nie pokrywa się z pochodzeniem tego składnika[12].

1.2. Informacje dobrowolne na temat żywności i warunki ich stosowania

Poza zakresem informacji obowiązkowych przedsiębiorca może przekazywać konsumentowi także informacje dobrowolne, jednak ich stosowanie nie ma charakteru całkowicie swobodnego. Kluczowe znaczenie ma tu

10 Art. 13 ust. 2, art. 15 ust. 1, art. 21 ust. 1 oraz art. 37 rozporządzenia nr 1169/2011.

11 O. Droulers, J. Amar, *Thy Legibility ofFfoodPpackagn Information in Francen Al Equae Challenge fog Young any ElderlrsConsumers?*, „Public Health Nutrition" 2016, t. 19, nr 6, s. 1059–1066, DOI: 10.1017/S1368980015002141.

12 Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2018/775 z dnia 28 maja 2018 r. ustanawiające zasady stosowania art. 26 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, w odniesieniu do reguł dotyczących wskazywania kraju lub miejsca pochodzenia podstawowego składnika środka spożywczego (Dz. Urz. UE L 131 z 29.05.2018, s. 8, z późn. zm.).

art. 36 ust. 2 rozporządzenia nr 1169/2011, który stanowi, że informacje takie: „a) nie mogą wprowadzać konsumenta w błąd; b) nie mogą być niejednoznaczne ani dezorientować konsumenta; oraz c) muszą być, w stosownych przypadkach, oparte na odpowiednich danych naukowych". Normę tę należy odczytywać łącznie z art. 7 rozporządzenia nr 1169/2011, zgodnie z którym informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, co odnosi się również do przekazu fakultatywnego[13].

Granice dowolności marketingowej wyznacza ponadto art. 37 rozporządzenia nr 1169/2011, wedle którego nie można prezentować dobrowolnych informacji na temat żywności ze szkodą dla przestrzeni dostępnej do prezentacji obowiązkowych informacji na temat żywności. Oznacza to, że ocenie prawnej podlega nie tylko prawdziwość komunikatu, lecz także sposób jego wyeksponowania oraz jego relacja do obowiązkowych elementów etykiety. W konsekwencji nawet informacja co do zasady prawdziwa może zostać oceniona negatywnie, jeżeli przez formę prezentacji zaciemnia przekaz obowiązkowy albo zwiększa ryzyko dezorientacji konsumenta. Mając to na uwadze, dobrowolność informacji należy rozumieć ściśle. Oznacza ona jedynie brak obowiązku jej podania, nie zaś swobodę co do treści, formy lub podstaw faktycznych komunikatu. Unijny model regulacji związanych z przekazywaniem konsumentom informacji dotyczących żywności ujmuje się jako oparty na założeniu, że konsument powinien otrzymać informację dostateczną, dokładną, niewprowadzającą w błąd, jasną i zrozumiałą[14]. Informacje fakultatywne w ramach tej logiki nie są dodatkiem pozostającym poza regulacjami prawa żywnościowego, lecz ich częścią, podporządkowaną temu samemu celowi ochronnemu, jakim jest umożliwienie świadomego

13 A. Szymecka-Wesołowska (red.), *Znakowanie, prezentacja, reklama żywności. Komentarz do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011*, Warszawa 2018, komentarz do art. 7, teza 7.

14 Nikhil Gokani ujmuje logikę unijnego prawa informacji żywnościowej jako dążenie do zapewnienia informacji, która jest właśnie „sufficient, accurate, non-misleading, clear and easy to understand". Zob. N. Gokani, *Healthier Food Choices*...

wyboru konsumentowi. Nie można przy tym pominąć, że etykietowanie żywności pełni jednocześnie funkcję informacyjną i funkcję rynkową. Dobrowolny komunikat umieszczony na opakowaniu może bowiem, poza przekazaniem danych o produkcie, służyć również jego wyróżnieniu na rynku, budowaniu określonego wizerunku i wpływaniu na decyzję zakupową[15].

Należy przy tym zaznaczyć, że nie wszystkie informacje dobrowolne podlegają wyłącznie ogólnym zasadom wynikającym z rozporządzenia nr 1169/2011. Część takich komunikatów została objęta regulacjami szczególnymi, które doprecyzowują warunki ich stosowania. Dotyczy to na przykład oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych, uregulowanych w rozporządzeniu nr 1924/2006[16], czy informacji o nieobecności lub zmniejszonej obecności glutenu, dla których ustanowiono wymagania w rozporządzeniu wykonawczym nr 828/2014[17]. W konsekwencji informacje dobrowolne należy ujmować jako dopuszczalny, lecz prawnie uwarunkowany element komunikacji o żywności. Ich dobrowolny charakter oznacza jedynie brak obowiązku ujawnienia określonej treści, nie zaś swobodę kształtowania komunikatu. Z punktu widzenia dalszych rozważań istotne jest zatem to, że każda informacja fakultatywna musi pozostawać zgodna z ogólnymi wymaganiami rzetelności, jednoznaczności i przejrzystości, a w odniesieniu do niektórych kategorii – dodatkowo odpowiadać szczególnym regulacjom sektorowym.

15 Zob. D. Martini, D. Menozzi, *Food Labeling: Analysis, Understanding, and Perception*, „Nutrients" 2021, t. 13, nr, DOI: 10.3390/nu13010268.

16 Rozporządzenie (WE) nr 1924/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności (Dz. Urz. UE L 404 z 30.12.2006, s. 9, z późn. zm.). Zob. A. Szymecka-Wesołowska (red.), *Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne w oznakowaniu, prezentacji i reklamie żywności. Komentarz*, LEX 2015, komentarz do art. 1 rozporządzenia nr 1924/2006.

17 Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 828/2014 z dnia 30 lipca 2014 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat nieobecności lub zmniejszonej zawartości glutenu w żywności (Dz. Urz. UE L 228 z 31.07.2014, s. 5).

2. Certyfikacja, deklaracje własne i znakowanie

Po ustaleniu, jakie miejsce w prawie żywnościowym zajmują informacje obowiązkowe i dobrowolne, konieczne staje się bardziej precyzyjne uporządkowanie pojęć odnoszących się do sposobów komunikowania określonych cech produktu. W praktyce obrotu pojęcia certyfikacji, deklaracji własnej przedsiębiorcy, certyfikatu, znaku oraz oznakowania bywają używane zamiennie, mimo że nie są to kategorie tożsame ani z punktu widzenia konstrukcji prawnej, ani z perspektywy ich funkcji rynkowej. Brak wyraźnego rozróżnienia między tymi pojęciami prowadziłby do zatarcia granicy między komunikatem opartym na niezależnej weryfikacji a komunikatem stanowiącym jedynie oświadczenie samego przedsiębiorcy.

Z tego względu w niniejszym podrozdziale konieczne jest odróżnienie certyfikacji od deklaracji własnej, a także oddzielenie samego aktu poświadczenia zgodności od jego zewnętrznego nośnika w postaci certyfikatu, logo lub innego oznaczenia. Istotne znaczenie ma również ustalenie, kiedy oznaczenie stanowi element sformalizowanego systemu weryfikacji, a kiedy pełni wyłącznie funkcję informacyjną albo promocyj-



ną. W tym kontekście zasadniczego znaczenia nabiera rola strony trzeciej, ponieważ to właśnie jej udział odróżnia certyfikację w sensie ścisłym od komunikatów opartych wyłącznie na deklarowaniu zgodności przez podmiot zainteresowany wynikiem oceny. Dopiero tak uporządkowana siatka pojęciowa pozwala następnie przejść do rozróżnienia systemów publicznych, prywatnych i mieszanych oraz do oceny ich znaczenia dla wiarygodności oznaczeń funkcjonujących na rynku żywności.

2.1. Rozróżnienia pojęciowe

Na potrzeby dalszego wywodu za punkt wyjścia należy przyjąć siatkę pojęciową zastosowaną przez Komisję w Wytycznych UE dotyczących najlepszych praktyk dla dobrowolnych systemów certyfikacji produktów rolnych i środków spożywczych[18]. Komisja nie rozpoczyna tych wytycznych od „certyfikatu" ani „oznaczenia", lecz od sekwencji pojęć wcześniejszych, czyli „określonego wymogu", „oceny zgodności", „przeglądu" i „poświadczenia". W myśl tych definicji „określony wymóg" oznacza „potrzebę lub oczekiwanie, które zostały wyrażone", „ocena zgodności" oznacza „wykazanie, że dany produkt, proces, system, osoba lub organ spełniają określone wymogi", „przegląd" to „weryfikacja przydatności, odpowiedniości i skuteczności działań mających na celu wybór produktów i ustalenie zgodności, oraz sprawdzenie wyników tych działań, pod kątem spełniania określonych wymogów", a „poświadczenie" oznacza „wydanie oświadczenia w oparciu o podjętą w następstwie przeglądu decyzję, że dowiedziono spełnienia określonych wymogów"[19].

Przy zastosowaniu takiej siatki pojęciowej Komisja rozróżnia dwie postacie poświadczenia. „Deklaracja" została zdefiniowana jako „poświadczenie własne", zaś „certyfikacja" – jako „poświadczenie wydane

18 Zob. Komunikat Komisji – Wytyczne UE dotyczące najlepszych praktyk dla dobrowolnych systemów certyfikacji produktów rolnych i środków spożywczych (Dz. Urz. UE C 341 z 16.12.2010, s. 5), dalej jako „wytyczne dotyczące systemów certyfikacji".

19 Wytyczne dotyczące systemów certyfikacji, s. 3.

przez osobę trzecią odnoszące się do produktów, procesów, systemów lub osób". Z tego względu poświadczenie należy uznać za kategorię nadrzędną, natomiast deklarację własną i certyfikację za dwa sposoby informowania o zgodności. W konsekwencji certyfikacja nie jest synonimem każdego poświadczenia, lecz jedynie takiego poświadczenia, które pochodzi od strony trzeciej[20].

Na tym tle należy odrębnie potraktować „certyfikat". Wytyczne Komisji nie zawierają osobnej definicji certyfikatu, lecz stwierdzają, że „systemy certyfikacji z definicji korzystają z certyfikatu wystawianego przez osobę trzecią"[21]. Oznacza to, że certyfikat nie powinien być utożsamiany ani z całym systemem certyfikacji, ani z samym poświadczeniem jako czynnością lub rezultatem oceny zgodności. Trafniej jest ujmować go jako formalny, zazwyczaj dokumentowy wyraz poświadczenia wydanego w ramach certyfikacji. Takie ujęcie współgra również z definicjami przyjętymi w Codex Alimentarius, zgodnie z którymi certyfikaty to podpisane – ręcznie lub elektronicznie – dokumenty papierowe albo elektroniczne, które opisują i poświadczają cechy partii żywności będących przedmiotem handlu międzynarodowego, natomiast certyfikacja jest procedurą, w ramach której urzędowe jednostki certyfikujące albo jednostki certyfikujące urzędowo uznane udzielają pisemnego lub równoważnego zapewnienia, że żywność lub systemy kontroli żywności są zgodne z wymaganiami"[22].

Od certyfikacji i certyfikatu należy odróżnić także etykietę, logo i szerzej rozumiane oznakowanie. Komisja wskazuje bowiem z jednej strony, że „systemy te [certyfikacji – autorzy] mogą używać logo, wiele z nich jednak, zwłaszcza na poziomie B2B[23], z nich nie korzysta", a z drugiej strony stwierdza, że na rynku funkcjonują także „systemy, których podstawę stanowią etykiety lub logo (przeważnie rejestrowane jako znak

20 Ibidem.
21 Wytyczne dotyczące systemów certyfikacji, s. 1.
22 Guidelines for Generic Official Certificate Formats and the Production and Issuance of Certificates, CAC/GL 38–2001.
23 W obrocie profesjonalnym (z ang. *business to business*).

towarowy) niezwiązane z żadnym z mechanizmów certyfikacji". Należy zatem uznać, że oznakowanie stanowi odrębny poziom komunikacyjny i może towarzyszyć certyfikacji, ale nie przesądza jeszcze o jej istnieniu. Nie każdy znak jest więc znakiem certyfikującym, tak jak nie każdy system etykietowania jest związany z systemem certyfikacji.

2.2. Systemy certyfikacji publiczne, prywatne i mieszane

Podział na systemy publiczne, prywatne i mieszane ma charakter porządkujący, ponieważ akty prawa unijnego i krajowego nie zawierają jednej ogólnej definicji tych trzech kategorii. Odpowiada on jednak szerszemu zjawisku współwystępowania oraz wzajemnego oddziaływania standardów publicznych i prywatnych w systemach żywnościowych[24]. Na potrzeby niniejszego wywodu za system publiczny należy uznać taki, którego zasadnicza treść normatywna, warunki używania oznaczeń oraz podstawowe reguły kontroli zostały określone w przepisach prawa powszechnie obowiązującego. Za system prywatny należy natomiast uznać taki, który opiera się na standardzie ustanowionym przez podmioty sektora prywatnego. Z kolei system mieszany występuje wtedy, gdy standard lub organizacja systemu mają genezę prywatną, ale system zostaje następnie uznany, włączony albo nadzorowany w ramach instrumentów publicznych.

Do systemów publicznych należy zaliczyć przede wszystkim unijne systemy oznaczeń geograficznych, gwarantowanych tradycyjnych specjalności oraz określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie, które są obecnie uregulowane w rozporządzeniu nr 2024/1143[25]. Publiczny

24 Na temat relacji i wzajemnego oddziaływania publicznych oraz prywatnych standardów żywnościowych zob. G. Smith, *Interaction of Public and Private Standards in the Food Chain*, „OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers" 2009, nr 15, DOI: 10.1787/221282527214.

25 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie oznaczeń geograficznych w odniesieniu do wina, napojów spirytusowych i produktów rolnych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie w odniesieniu do

charakter ma również system produkcji ekologicznej, ponieważ został on ustanowiony w rozporządzeniu nr 2018/848[26], a art. 33 ust. 2 tego aktu stanowi, że „logo produkcji ekologicznej Unii Europejskiej stanowi poświadczenie urzędowe". W warunkach polskich do systemów publicznych należy zaliczyć także integrowaną produkcję roślin, której podstawę stanowi ustawa o środkach ochrony roślin[27].

Szczególnego omówienia wymagają systemy mieszane. Na gruncie rozwiązań występujących w Polsce chodzi przede wszystkim o krajowe systemy jakości żywności uznawane przez ministra właściwego do spraw rozwoju wsi na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy o Planie Strategicznym dla WPR na lata 2023–2027[28]. Minister uznaje takie systemy w drodze decyzji, jeżeli są spełnione kryteria określone w art. 47 lit. a rozporządzenia delegowanego nr 2022/126, a w razie zaprzestania spełniania choćby jednego z tych kryteriów cofa uznanie, również w drodze decyzji. Są to zatem systemy funkcjonujące na podstawie własnej specyfikacji, które uzyskują publiczne uznanie po stwierdzeniu zgodności z kryteriami unijnymi. Kryteria te obejmują w szczególności specyfikę produktu końcowego, otwartość systemu dla wszystkich producentów, obowiązujące specyfikacje produktów, weryfikację zgodności przez organy publiczne lub niezależny organ kontroli, przejrzystość systemu oraz identyfikowalność produktów[29].

---

produktów rolnych, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, (UE) 2019/787 i (UE) 2019/1753 oraz uchylające rozporządzenie (UE) nr 1151/2012 (Dz. Urz. UE L 2024/1143 z 23.04.2024), dalej jako „rozporządzenie 2024/1143".

26 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 (Dz. Urz. UE L 150 z 14.06.2018, s. 1, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie 2018/848".

27 Ustawa z dnia 8 marca 2013 r. o środkach ochrony roślin (Dz. U. z 2024 r. poz. 630, z późn. zm.), dalej jako „ustawa o środkach ochrony roślin".

28 Ustawa z dnia 8 lutego 2023 r. o Planie Strategicznym dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 (Dz. U. z 2024 r. poz. 1741, z późn. zm.).

29 Art. 47 rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2022/126 z dnia 7 grudnia 2021 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 o dodatkowe wymogi w odniesieniu do niektórych rodzajów interwencji określonych przez państwa członkowskie w ich planach strategicznych

Podstawowym kryterium rozróżnienia systemów publicznych, prywatnych i mieszanych nie jest sama obecność znaku na produkcie, lecz odpowiedź na trzy pytania: kto ustanawia reguły, kto weryfikuje ich spełnienie oraz z czego wynika legitymizacja danego systemu wobec rynku i konsumenta.

2.3. Strona trzecia jako kluczowy element systemów certyfikacji

Strona trzecia stanowi element konstytutywny certyfikacji, a jej udział w systemie jest kluczowy dla kwalifikacji danego mechanizmu jako certyfikacji, a zatem – odróżnienia go od systemów opartych wyłącznie na deklaracjach producenta. Na gruncie przyjętej siatki terminologicznej należy stwierdzić, że strona trzecia pełni funkcję obiektywizującą ocenę zgodności. Jej rola polega na tym, że potwierdzenie spełnienia określonych wymogów nie pochodzi wyłącznie od podmiotu bezpośrednio zainteresowanego wynikiem oceny, lecz od podmiotu zewnętrznego wobec producenta, procesu albo systemu poddawanego weryfikacji. W tym sensie udział strony trzeciej ogranicza strukturalny konflikt interesów właściwy dla deklaracji własnej i nadaje poświadczeniu większą wiarygodność[30].

Znaczenie strony trzeciej zostało dodatkowo wyrażone w nowych przepisach unijnych dotyczących ochrony konsumentów przed greenwashingiem oraz wzmacniania rzetelności informacji kierowanych do konsumentów. W tym kontekście prawodawca unijny stanowi, że „system certyfikacji" oznacza:

WPR na lata 2023–2027 na podstawie tego rozporządzenia, jak również o przepisy dotyczące współczynnika dotyczącego normy dobrej kultury rolnej zgodnej z ochroną środowiska (GAEC) nr 1 (Dz. Urz. UE L 20 z 31.01.2022, s. 52, z późn. zm.).

30 Por. M. Hatanaka, C. Bain, L. Busch, *Third-Party Certification in the Global Agrifood System*, „Food Policy" 2005, t. 30, nr 3, s. 354, gdzie certyfikację strony trzeciej określono jako „istotny mechanizm regulacyjny w globalnym systemie rolno-żywnościowym" („Recently, third-party certification (TPC) has emerged as a significant regulatory mechanism in the global agrifood system").

System weryfikacji przez osobę trzecią, który poświadcza, że produkt, proces lub działalność przedsiębiorcy spełniają określone wymogi, umożliwia stosowanie odpowiedniego oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru, i którego warunki, w tym wymogi, są publicznie dostępne i spełniają następujące kryteria:

- system jest otwarty na przejrzystych, sprawiedliwych i niedyskryminacyjnych warunkach dla wszystkich przedsiębiorców, którzy chcą i są w stanie spełnić wymogi systemu;
- wymogi systemu opracowuje właściciel systemu w porozumieniu z odpowiednimi ekspertami i zainteresowanymi stronami;
- system określa procedury postępowania w przypadku niezgodności z wymogami systemu i przewiduje wycofanie lub zawieszenie stosowania przez przedsiębiorcę oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru w przypadku niezgodności z wymogami systemu; oraz
- monitorowanie przestrzegania przez przedsiębiorcę wymogów systemu podlega obiektywnej procedurze i jest prowadzone przez stronę trzecią, której kompetencje i niezależność, zarówno od właściciela systemu, jak i od przedsiębiorcy, opierają się na normach i procedurach międzynarodowych, unijnych lub krajowych[31].

Z punktu widzenia konstrukcji systemu certyfikacji oznacza to, że strona trzecia nie jest jedynie formalnym wystawcą certyfikatu. Jest ona ogniwem, które łączy ocenę zgodności z poświadczeniem i które ma zapewnić, że ustalenie zgodności zostało dokonane według dającej się zweryfikować procedury, przez podmiot zdolny do zachowania bezstronności. W tym sensie certyfikacja opiera się nie tyle na samym dokumencie certyfikatu, ile na wiarygodności podmiotu trzeciego, który ten dokument poprzedza własną oceną.

31 Art. 1 pkt 1 lit. b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/825 z dnia 28 lutego 2024 r. w sprawie zmiany dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami oraz lepsze informowanie (Dz. Urz. UE L 2024/825 z 6.03.2024). Dyrektywa ta została przyjęta w związku z ochroną konsumentów w procesie transformacji ekologicznej, jednak przyjęta w niej konstrukcja oceny oznaczeń – zwłaszcza akcent położony na przejrzystość systemu certyfikacji oraz weryfikowalność deklarowanych cech – może mieć znaczenie szersze. Może ona służyć jako argument systemowy przy analizie oznaczeń żywnościowych, w szczególności wtedy, gdy jego forma lub treść oznaczenia sugeruje niezależne potwierdzenie zgodności produktu, procesu produkcji albo działalności przedsiębiorcy z określonym standardem.

Znaczenie kompetencji strony trzeciej wyraża także instytucja akredytacji. Rozporządzenie nr 765/2008 stanowi, że „akredytacja" oznacza „poświadczenie przez krajową jednostkę akredytującą, że jednostka oceniająca zgodność spełnia wymagania określone w normach zharmonizowanych oraz – w stosownych przypadkach – wszelkie dodatkowe wymagania, w tym wymagania określone w odpowiednich systemach sektorowych konieczne do realizacji określonych czynności związanych z oceną zgodności", a sama „jednostka oceniająca zgodność" to „jednostka, która wykonuje czynności z zakresu oceny zgodności, w tym wzorcowanie, badanie, certyfikację i inspekcję"[32]. Oznacza to, że wiarygodność strony trzeciej nie opiera się wyłącznie na jej deklarowanej niezależności, lecz także na zewnętrznie potwierdzonej zdolności do wykonywania określonych czynności oceny zgodności.

W konsekwencji stronę trzecią należy uznać za kluczowy element systemów certyfikacji, ponieważ to ona odróżnia certyfikację od deklaracji własnej, przenosi ciężar oceny na podmiot zewnętrzny wobec interesu gospodarczego producenta oraz stanowi podstawę instytucjonalnej wiarygodności całego systemu. Bez tego elementu mamy do czynienia co najwyżej z deklarowaniem zgodności, a nie z certyfikacją.

3. Legalność komunikacji rynkowej

Po uporządkowaniu podstawowych kategorii informacji o żywności oraz rozróżnień między certyfikacją, deklaracjami własnymi i oznakowaniem konieczne staje się przejście do pytania o granice dopuszczalnej komunikacji rynkowej. Sam fakt posługiwania się określonym oznaczeniem, hasłem lub symbolem nie przesądza jeszcze o zgodności przekazu

32 Art. 2 pkt 10 i 13 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz. Urz. UE L 218 z 13.08.2008, s. 30, z późn. zm.).

z prawem. Ocena taka wymaga bowiem ustalenia, czy komunikat przedstawia produkt w sposób rzetelny, jasny i niewprowadzający w błąd, a także czy jego treść, forma i kontekst użycia nie prowadzą do przypisania produktowi cech, właściwości lub potwierdzeń, których w rzeczywistości nie posiada.

Problematyka ta ma znaczenie podstawowe dla dalszych rozważań, ponieważ to właśnie na płaszczyźnie legalności komunikacji ujawnia się praktyczne znaczenie wcześniejszych rozróżnień pojęciowych. Dopiero z tej perspektywy można ocenić, jakie ryzyka prawne wiążą się z używaniem oznaczeń odnoszących się do jakości, pochodzenia, sposobu produkcji lub certyfikacji, a także według jakiego wzorca należy oceniać ich odbiór po stronie konsumenta. W tym celu konieczne jest omówienie zakazu wprowadzania w błąd i wymogu rzetelności przekazu, następnie – modelu przeciętnego konsumenta jako punktu odniesienia dla oceny komunikatu, a wreszcie – typowych obszarów ryzyka związanych z komunikowaniem systemów certyfikacji na rynku żywności.



3.1. Zakaz wprowadzania w błąd i wymóg rzetelności przekazu

Punktem wyjścia oceny legalności komunikacji rynkowej dotyczącej żywności jest art. 7 rozporządzenia nr 1169/2011, który ma charakter centralny, ponieważ łączy zakaz wprowadzania w błąd z dodatnim wymogiem rzetelności, jasności i zrozumiałości przekazu oraz rozciąga te wymagania nie tylko na etykietę *sensu stricto*, lecz także na reklamę i prezentację środka spożywczego. Kluczowe znaczenie w tym kontekście mają ust. 1, 2 i 4 tego artykułu, które stanowią:

1. Informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, w szczególności:
   a) co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji;
   b) przez przypisywanie środkowi spożywczemu działania lub właściwości, których on nie posiada;
   c) przez sugerowanie, że środek spożywczy ma szczególne właściwości, gdy w rzeczywistości wszystkie podobne środki spożywcze mają takie właściwości, zwłaszcza przez szczególne podkreślanie obecności lub braku określonych składników lub składników odżywczych;
   d) przez sugerowanie poprzez wygląd, opis lub prezentacje graficzne, że chodzi o określony środek spożywczy lub składnik, mimo że w rzeczywistości komponent lub składnik naturalnie obecny lub zwykle stosowany w danym środku spożywczym został zastąpiony innym komponentem lub innym składnikiem.
2. Informacje na temat żywności muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia dla konsumenta.
3. [...]
4. Ust. 1, 2 i 3 mają również zastosowanie do:
   a) reklamy;
   b) prezentacji środków spożywczych, w szczególności kształtu, wyglądu lub opakowania, zastosowanych materiałów opakowaniowych, sposobu ustawienia oraz otoczenia, w jakim są pokazywane.

W doktrynie podkreśla się, że regulacja dotycząca znakowania żywności służy nie tylko ochronie interesów konsumentów, lecz także rzetelności obrotu. Paweł Wojciechowski wskazuje, że generalną zasadą prawa żywnościowego jest zapewnienie konsumentom podstaw do świadomych wyborów oraz uniemożliwienie praktyk, które mogłyby ich wprowadzać w błąd, a art. 6–7 rozporządzenia nr 1169/2011 wiąże wprost

z ochroną konsumentów i rzetelności obrotu. Zarazem ten sam autor zwraca uwagę, że na zglobalizowanym rynku etykieta stała się podstawowym sposobem komunikacji między producentem a konsumentem, co wzmacnia znaczenie wymogu rzetelności przekazu oraz regulację nie tylko treści informacji, ale również jej formy i funkcji promocyjnej[33].

Na gruncie art. 7 rozporządzenia nr 1169/2011 niedopuszczalne są zatem także takie formy prezentacji, które przez swój całokształt wytwarzają mylne wyobrażenie o produkcie. Znalazło to jednoznaczne potwierdzenie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z 4 czerwca 2015 r. w sprawie C-195/14 *Teekanne*, w którym Trybunał przyjął, że etykietowanie środka spożywczego nie może sugerować obecności określonego składnika, jeżeli składnik ten w rzeczywistości nie występuje, nawet gdy prawdziwy i kompletny wykaz składników znajduje się na opakowaniu. Znaczenie orzeczenia *Teekanne* polega więc na tym, że wykaz składników nie neutralizuje automatycznie mylącego przekazu wynikającego z nazwy handlowej, grafiki, symboli, kolorystyki lub innych elementów prezentacji. W doktrynie wyrok ten został odczytany jako istotne przesunięcie akcentu z formalnie poprawnego wykazu składników na ogólne wrażenie wywoływane przez etykietę, a nie wyłącznie na możliwość odczytania drobniejszego tekstu przez konsumenta[34].

Ten sam kierunek wykładni został potwierdzony w wyroku z 17 grudnia 2015 r. w sprawie C-157/14 *Société Neptune Distribution*. Sprawa dotyczyła oznaczeń umieszczanych na naturalnej wodzie mineralnej,

33 P. Wojciechowski, *Znakowanie żywności jako instrument realizacji celów prawa żywnościowego – wybrane problemy*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2021, s. 509–513, DOI: 10.14746/ppr.2021.29.2.13.

34 Zob. E. Ruiz Cairo, *Consumers May be Misled Despite the List of Ingredients Being Displayed on the Packaging of a Foodstuff*, „European Journal of Risk Regulation" 20, DOI: 10.1017/S1867299X00004955; K. Purnhagen, H. Schebesta, *The Behaviour of the Average Consumer: A Little Less Normativity and a Little More Reality In CJEU's Case Law? Reflections on Teekanne*, „Europeaw Laew-Review" 2016, t. 41; A. Szymecka-Wesołowska, *Wprowadzenie w błąd konsumentów przez oznakowanie środka spożywczego zawierające wizerunki lub opisy składników niewystępujących w produkcie w czystej postaci ale noszących ich smak*, glosa do wyroku TS z dnia 4 czerwca 2015 r., C-195/14, LEX/el. 2015.

brzmiących: „sód w St-Yorre pochodzi przede wszystkim z wodorowęglanu sodu. St-Yorre zawiera jedynie 0,53 g soli (czyli chlorku sodu) na litr, a więc mniej niż litr mleka!!!". Trybunał uznał, że opakowanie, etykieta i reklama nie mogą sugerować, iż produkt jest „ubogi w sód/sól" albo „odpowiedni dla diety niskosodowej", jeżeli całkowita zawartość sodu w wodzie wynosi więcej niż 20 mg/l. Innymi słowy, selektywne eksponowanie tylko jednego prawdziwego elementu informacji może być uznane za wprowadzające w błąd, jeżeli pomija tę cechę produktu, która z punktu widzenia ochrony zdrowia i prawidłowej oceny konsumenckiej ma znaczenie decydujące. Trybunał podkreślił przy tym, że ograniczenia w tym zakresie są uzasadnione zarówno ochroną zdrowia publicznego, jak i potrzebą zapobiegania praktykom mogącym wprowadzać odbiorcę w błąd[35].

Na tle powyższego należy uznać, że wymóg rzetelności z art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 1169/2011 ma znaczenie autonomiczne i nie wyczerpuje się w prostym nakazie zgodności z prawdą. Rzetelność oznacza bowiem taki sposób przedstawienia produktu, który umożliwia odtworzenie jego cech w sposób poprawny, niewykrzywiony i niedezorientujący. Obowiązek ten ma więc charakter z jednej strony negatywny, polegający na powstrzymaniu się od kłamstwa, a z drugiej strony pozytywny, polegający na takim ukształtowaniu przekazu, aby nie tworzył on błędnego obrazu produktu.

Reżim ten obejmuje również informacje przekazywane dobrowolnie. Doktryna trafnie wskazuje przy tym, że swoboda przedsiębiorcy w zakresie dobrowolnego informowania o żywności nie ma charakteru nieograniczonego i podlega tym samym zasadom rzetelności oraz zakazu wprowadzania w błąd, które odnoszą się do danych obowiązkowych[36].

35 Pkt 22, 49–51 i 55 wyroku Trybunału (pierwsza izba) z dnia 17 grudnia 2015 r. Société Neptune Distribution SARL przeciwko Ministre de l'Économie et des Finances, sprawa C-157/14.

36 P. Wojciechowski, *Informacja o braku zawartości określonych substancji w żywności w regulacjach prawa żywnościowego*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2018, t. 22, nr 1, s. 105, DOI: 10.14746/ppr.2018.22.105.

Uzupełniająco zastosowanie znajduje dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych. Jej art. 6 i 7 obejmują zarówno działania wprowadzające w błąd, jak i wprowadzające w błąd zaniechania, polegające na pominięciu informacji istotnej albo przekazaniu jej w sposób niejasny, niezrozumiały lub dwuznaczny. W odniesieniu do żywności dyrektywa ta pełni jednak funkcję uzupełniającą. Zgodnie z art. 3 ust. 4 tej dyrektywy oraz wytycznymi Komisji, jeżeli szczegółowe przepisy prawa Unii regulują szczególne aspekty nieuczciwych praktyk handlowych, mają one pierwszeństwo jako *lex specialis*. W sprawach dotyczących informacji o żywności taką funkcję pełni przede wszystkim rozporządzenie nr 1169/2011 odczytywane łącznie z rozporządzeniem nr 178/2002[37]. Dyrektywa 2005/29/WE pozostaje natomiast relewantna tam, gdzie ocena praktyki rynkowej wykracza poza materię szczegółowo unormowaną w prawie żywnościowym albo wymaga uzupełnienia instrumentarium ochronnego[38].

W konsekwencji należy uznać, że zakaz wprowadzania w błąd i wymóg rzetelności przekazu odnoszą się do całokształtu komunikacji rynkowej dotyczącej żywności. Obejmują one nie tylko zgodność pojedynczego zdania z rzeczywistością, ale również sposób doboru informacji, ich hierarchię, relację między warstwą tekstową i graficzną, wykorzystanie symboli, akcentów promocyjnych i elementów sugestywnych. Pytanie, według jakiego wzorca odbiorcy należy oceniać zdolność takiego przekazu do wywołania mylnego obrazu produktu, wymaga natomiast odrębnego omówienia i należy już do problematyki standardu przeciętnego konsumenta.

37 Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. Urz. UE L 31 z 01.02.2002, s. 1; polskie wydanie specjalne: rozdział 15, t. 006, s. 463–486, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie nr 178/2002".

38 Zob. pkt 63 wyroku Trybunału (dziesiąta izba) z dnia 10 września 2020 r. Konsumentom budsmannen przeciwko Mezina AB, sprawa C-363/19.

3.2. Standard przeciętnego konsumenta

Po ustaleniu, że komunikacja rynkowa dotycząca żywności podlega zakazowi wprowadzania w błąd oraz wymogowi rzetelności, zasadnicze znaczenie zyskuje pytanie o wzorzec oceny tego rodzaju przekazu. Na gruncie prawa UE oraz utrwalonego orzecznictwa TSUE punktem odniesienia jest model przeciętnego konsumenta, rozumianego jako konsument „właściwie poinformowany oraz dostatecznie uważny i ostrożny". Nie jest to jednak konstrukcja abstrakcyjna w tym sensie, że oderwana od realiów obrotu[39]. Przeciwnie, chodzi o wzorzec normatywny, który ma być stosowany z uwzględnieniem warunków konkretnej komunikacji, rodzaju produktu, sposobu prezentacji oraz kręgu adresatów, do których przekaz jest kierowany[40].

Trybunał akcentuje zarazem, że wzorzec przeciętnego konsumenta nie ma charakteru statystycznego[41]. Zarówno z motywu 18 dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, jak i z późniejszych wyjaśnień Komisji wynika, że sądy i organy krajowe powinny co do zasady posługiwać się własną oceną, odwołując się do modelu konsumenta rozsądnie poinformowanego, uważnego i ostrożnego, a nie do wyniku mechanicznie rozumianych badań opinii. W konsekwencji ocena wprowadzającego w błąd charakteru oznaczenia, symbolu lub hasła nie polega na mechanicznym odwołaniu się do wyników badań opinii, lecz na normatywnej rekonstrukcji prawdopodobnego odbioru komunikatu przez zwykłego uczestnika rynku w danych okolicznościach[42].

---

39 Zob. K. Leśkiewicz, I. Lipińska, A. Szymecka-Wesołowska, M. Taczanowski, K. Wolnicka, *Bezpieczeństwo żywności i pasz*, [w:] P.A. Blajer, K. Leśkiewicz (red.), *Prawo rolne i żywnościowe. System Prawa Unii Europejskiej*, t. 18, Warszawa 2026, s. 891–892.

40 Zob. pkt 31 i 37 wyroku Trybunału (piąta izba) z dnia 16 lipca 1998 r. Gut Springenheide GmbH i Rudolf Tusky przeciwko Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung, sprawa C-210/96.

41 Ibidem.

42 Zob. zawiadomienie Komisji – Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych

Komisja Europejska wskazuje, że pojęcie przeciętnego konsumenta ma charakter normatywny i służy osiągnięciu równowagi między potrzebą ochrony konsumentów a promowaniem wolnego handlu na otwartym i konkurencyjnym rynku[43]. Monika Łata, odnosząc tę problematykę do reklamy żywności, podkreśla, że model przeciętnego konsumenta musi być rekonstruowany z uwzględnieniem kręgu konsumentów, do których kierowana jest dana reklama, rodzaju prezentowanych towarów oraz środka przekazu. Autorka zauważa, że w doktrynie i orzecznictwie wyróżnia się wiele okoliczności, które wpływają na zróżnicowanie modelu przeciętnego konsumenta i ocenę wprowadzenia go w błąd w konkretnych sytuacjach. Do wspomnianych czynników zalicza się adresatów danego przekazu, rodzaj produktu oraz środek przekazu, za pomocą którego informacja dociera do odbiorcy[44]. W praktyce oznacza to, że standard przeciętnego konsumenta ma charakter całościowy i relacyjny, wobec czego ocena przekazu nie sprowadza się do weryfikacji literalnej prawdziwości pojedynczego sformułowania, lecz wymaga ustalenia, czy całość etykietowania lub prezentacji produktu może wywołać u odbiorcy prawidłowy obraz środka spożywczego[45]. Ocena ta ma charakter normatywny, ponieważ odwołuje się do hipotetycznego modelu przeciętnego konsumenta i jego reakcji na konkretny przekaz, a nie do rzeczywistej reakcji każdego indywidual-

praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE C 526 z 29.12.2021, s. 1), dalej jako „wytyczne dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych".

43 Wytyczne dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych, s. 33.

44 M. Łata, *Adresat reklamy żywności. Wybrane problemy prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2020, nr 1 (,), s. 98, DOI: 10.14746/PPR.2020.26.198.

45 Kierunek ten znajduje potwierdzenie w orzecznictwie Trybunału, w szczególności w pkt 31 i 37 wyroku Trybunału (piąta izba) z dnia 16 lipca 1998 r. Gut Springenheide GmbH i Rudolf Tusky przeciwko Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung, sprawa C-210/96, w pkt 20 i 22 wyroku Trybunału (pierwsza izba) z dnia 4 kwietnia 2000 r. Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln eV przeciwko Adolf Darbo AG, sprawa C-465/98, a także w pkt 61 i 63 wyroku Trybunału (czwarta izba) z dnia 10 września 2009 r. Alberto Severi przeciwko Regione Emilia-Romagna, sprawa C-446/07.

nego odbiorcy[46]. Tym samym należy stwierdzić, że przeciętny konsument nie jest kategorią jednolitą dla wszystkich stanów faktycznych. W obszarze żywności ma to szczególne znaczenie w przypadku komunikatów kierowanych do dzieci, rodziców małych dzieci albo osób poszukujących żywności o określonych cechach dietetycznych lub zdrowotnych.

Na gruncie oznaczeń związanych z systemami certyfikacji i deklaracji producenta oznacza to, że legalność komunikacji zależy nie od samej obecności znaku, lecz od tego, czy przeciętny odbiorca może na podstawie całości przekazu wyrobić sobie prawidłowe wyobrażenie o tym, co znak rzeczywiście potwierdza, a czego nie.

3.3. Obszary ryzyka w komunikacji związanej z systemami certyfikacji

Na tle wcześniejszych ustaleń należy przyjąć, że zasadnicze ryzyko prawne w komunikacji dotyczącej systemów certyfikacji nie sprowadza się do podania informacji literalnie nieprawdziwej. Punkt ciężkości oceny przesuwa się bowiem na relację między rzeczywistą treścią systemu a znaczeniem przypisywanym znakowi, logo, pieczęci albo oświadczeniu w obrocie[47]. W doktrynie trafnie podkreśla się, że oznakowanie stanowi źródło wiążących, publicznych zapewnień[48], zaś informacje zawarte na etykiecie są podstawowym sposobem komunikacji między

46 A. Szymecka-Wesołowska (red.), *Znakowanie, prezentacja, reklama żywności*..., komentarz do art. 7, tezy 10–13.

47 Podobne ryzyko dostrzega się w odniesieniu do znaków towarowych, marek i nazw marketingowych, które przez swoje brzmienie lub formę mogą sugerować określone właściwości odżywcze albo zdrowotne produktu. Por. A. Szymecka-Wesołowska (red.), *Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne*..., komentarz do art. 1 rozporządzenia nr 1924/2006, pkt 4.5, gdzie wskazano na ryzyko wprowadzania konsumenta w błąd przez znak towarowy, markę lub nazwę marketingową nawiązującą do właściwości odżywczej lub zdrowotnej produktu.

48 M. Trempała, *Odpowiedzialność za wprowadzenie konsumentów w błąd przez sugerowanie szczególnych właściwości żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2013, t. 13, nr 2, s. 107.

producentem a konsumentem[49]. W konsekwencji znak związany z systemem certyfikacji nie może być traktowany jako element wyłącznie dekoracyjny albo promocyjny, lecz jako składnik prawnie relewantnego przekazu o produkcie. Dotyczy to również oznaczeń mających status znaku towarowego, ponieważ sama rejestracja znaku nie wyłącza obowiązku używania go w sposób zgodny z wymogami rozporządzenia nr 1169/2011. Znak towarowy może zatem podlegać ocenie jako element informacji o żywności, choć jego rejestracja i funkcja odróżniająca powinny być uwzględniane przy ocenie sposobu jego postrzegania przez przeciętnego konsumenta[50].

Pierwszy i najbardziej oczywisty obszar ryzyka wiąże się z sugerowaniem, że dany znak albo oświadczenie stanowią rezultat niezależnej certyfikacji, mimo że w rzeczywistości mamy do czynienia jedynie z deklaracją producenta. Używanie symboliki kojarzącej się z certyfikacją bez jasnego ujawnienia, że brak jej poświadczenia strony trzeciej, należy uznać za praktykę obciążoną wysokim ryzykiem wprowadzenia odbiorcy w błąd. W prawie konsumenckim znajduje to dodatkowo potwierdzenie w załączniku I do dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, gdzie jako praktyki handlowe wprowadzające w błąd wymieniono między innymi:

1. Podawanie się przez przedsiębiorcę za sygnatariusza kodeksu postępowania, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością.
2. Posługiwanie się znakiem zaufania, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem bez odpowiedniego zezwolenia.
3. Twierdzenie, że kodeks postępowania został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością.
4. Twierdzenie, że przedsiębiorca (w tym jego praktyki handlowe) lub produkt został zatwierdzony, zaaprobowany lub otrzymał zezwolenie od organu publicznego lub prywatnego, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością, oraz wysuwanie takiego twierdzenia przy jednoczesnym niespełnianiu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub zezwolenia.

---

49 P. Wojciechowski, *Znakowanie żywności jako instrument*.t., s. 509.

50 W. Gierszewski, *Wprowadzające w błąd oznaczanie produktów żywnościowych przy użyciu znaków towarowych – uwagi na tle rozporządzenia nr 1169/2011*, „Europejski Przegląd Sądowy" 2024, nr 5, s. 27–35.

Drugi obszar ryzyka dotyczy niejasności co do przedmiotu i zakresu potwierdzenia. Z perspektywy komunikacyjnej łatwo zaciera się bowiem różnica między potwierdzeniem cechy produktu, potwierdzeniem procesu, potwierdzeniem praktyk przedsiębiorcy oraz potwierdzeniem standardu organizacyjnego. Paweł Wojciechowski pokazuje, że oświadczenia środowiskowe mogą odnosić się do żywności, procesu jej wytwarzania lub dystrybucji, jej opakowania lub praktyki prowadzonej przez producenta lub dystrybutora tej żywności[51], a więc obejmują kilka odmiennych płaszczyzn. Przenosząc to na informacje przekazywane konsumentowi w ramach systemów certyfikacji, szczególnie problematyczne mogą być takie komunikaty, które z potwierdzenia jednej właściwości – dotyczącej tylko jednej z płaszczyzn ujmowanych tak, jak powyżej – wyprowadzają sugestię ogólnej „jakości", „etyczności", „zrównoważenia" albo „bezpieczeństwa" produktu jako całości. Z tym obszarem ryzyka wiąże się także sytuacja, w której komunikat przypisuje znakowi lub certyfikatowi znaczenie szersze niż to, które rzeczywiście wynika z treści standardu, albo przedstawia jako szczególną cechę coś, co stanowi jedynie zgodność z wymogiem podstawowym. W tym ostatnim przypadku problem nie polega na literalnej fałszywości komunikatu, lecz na niezasadnym wyróżnieniu produktu przez eksponowanie cechy wynikającej z obowiązku prawnego albo z właściwości wspólnych dla całej kategorii produktów. Taki komunikat może tworzyć wrażenie, że produkt posiada szczególną przewagę jakościową lub organizacyjną, choć w rzeczywistości chodzi jedynie o spełnienie wymagań, które i tak wiążą wszystkich przedsiębiorców działających w danym segmencie rynku[52].

Kolejny obszar ryzyka wiąże się z brakiem przejrzystości i weryfikowalności samego systemu, do którego znak odsyła. Z perspektywy odbiorcy

51 P. Wojciechowski, *Oświadczenia środowiskowe dotyczące żywności – aspekty prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2023, nr 1 (32), s. 98, DOI: 10.14746/ppr.2023.32.198.

52 A. Szymecka-Wesołowska (red.), *Znakowanie, prezentacja, reklama żywności*..., komentarz do art. 7, teza 31.

nie wystarcza bowiem sama obecność logo. Jeżeli konsument nie może ustalić, kto jest właścicielem systemu, jakie są jego cele, jaki jest zakres wymagań, czy zgodność jest kontrolowana przez niezależny podmiot, jakie są zasady postępowania w razie niezgodności oraz czy certyfikat może zostać zawieszony albo cofnięty, wówczas komunikat łatwo traci walor sprawdzalności. Komisja zaleca z tego względu, aby specyfikacje systemu, w tym publiczne streszczenie wymagań, były swobodnie dostępne, aby na opakowaniu albo w punkcie sprzedaży wskazywano miejsce, gdzie konsument może uzyskać dalsze informacje, aby jasno informowano o wymogu certyfikacji przez niezależny podmiot oraz aby system ujawniał, czy i w jakim zakresie jego wymagania wykraczają poza właściwe wymogi prawne[53]. Z punktu widzenia komunikacji rynkowej brak tych elementów nie przesądza jeszcze automatycznie o bezprawności każdego znaku, ale niewątpliwie stanowi ważny czynnik ryzyka przy ocenie rzetelności przekazu.

4. Podsumowanie

Przeprowadzona analiza prowadzi do wniosku, że ramy prawne certyfikacji, oznaczeń żywności oraz komunikacji rynkowej należy ujmować łącznie, a nie jako trzy odrębne porządki. Punktem wyjścia pozostaje horyzontalny reżim informacji na temat żywności, w którym podstawowe znaczenie ma rozróżnienie między tymi obowiązkowymi i dobrowolnymi. Nie oznacza ono jednak przeciwstawienia informacji „prawnie reglamentowanych" i informacji „swobodnie marketingowych". Przeciwnie, również komunikaty przekazywane dobrowolnie podlegają wymogom niewprowadzania w błąd, jednoznaczności, rzetelności i – w stosownych przypadkach – oparcia na odpowiednich danych. Z tej perspektywy znaki, symbole, logotypy, pieczęcie i inne oznaczenia jakościowe stanowią prawnie relewantny element informacji o żywności, a nie wyłącznie neutralny dodatek promocyjny.

53 Wytyczne dotyczące systemów certyfikacji, s. 6.

Drugi zasadniczy wniosek dotyczy konieczności ścisłego rozróżniania między certyfikacją, deklaracją własną, certyfikatem, znakiem certyfikującym i szerzej rozumianym schematem etykietowania. Nie każde oznaczenie umieszczone na opakowaniu jest bowiem rezultatem certyfikacji, podobnie jak nie każdy komunikat o jakości lub zgodności zakłada udział niezależnego podmiotu trzeciego. O kwalifikacji danego rozwiązania przesądza nie sama obecność znaku, lecz przede wszystkim źródło standardu, mechanizm weryfikacji, istnienie nadzoru oraz podstawa legitymizacji systemu wobec rynku i konsumenta. Z tego względu konieczne jest odróżnianie rozwiązań opartych na rzeczywistej certyfikacji strony trzeciej od komunikatów stanowiących jedynie deklarację producenta albo znak promocyjny.

Z przeprowadzonych ustaleń wynika również, że udział strony trzeciej ma znaczenie konstytutywne dla certyfikacji rozumianej w sensie ścisłym. To właśnie zewnętrzna, niezależna weryfikacja odróżnia certyfikację od deklarowania zgodności przez sam podmiot gospodarczy. W konsekwencji dla oceny wiarygodności systemu kluczowe znaczenie mają takie elementy, jak: przejrzystość wymagań, dostępność specyfikacji, tryb kontroli, cykliczność audytu, mechanizmy nadzoru oraz istnienie sankcji, w tym zawieszenia lub cofnięcia uprawnień do posługiwania się oznaczeniem. To właśnie te elementy powinny stanowić podstawowy schemat opisu systemów analizowanych w rozdziale drugim, ponieważ pozwalają uchwycić nie tylko formalną konstrukcję systemu, ale również jego rzeczywistą zdolność do budowania zaufania w obrocie.

Trzeci obszar wniosków dotyczy legalności komunikacji rynkowej. Na gruncie przedstawionych regulacji i założeń opracowania należy uznać, że zgodność z prawem nie zależy wyłącznie od literalnej prawdziwości pojedynczego sformułowania. Ocenie podlega całokształt przekazu, a więc relacja między warstwą tekstową, graficzną i symboliczną, miejsce eksponowania informacji, kontekst produktu oraz to, jakie wyobrażenie o produkcie lub systemie powstaje po stronie odbiorcy. W tym sensie komunikat może być wadliwy także wtedy, gdy nie zawiera twierdzenia wprost fałszywego, lecz sugeruje istnienie cech, kontroli

lub certyfikacji, których system faktycznie nie potwierdza. Zasadniczym wzorcem oceny pozostaje tu przeciętny konsument, a więc odbiorca właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i ostrożny, lecz niezobowiązany do prowadzenia pogłębionego dochodzenia co do rzeczywistego sensu użytego znaku czy hasła.

Na tym tle można wskazać minimalne zasady bezpiecznej komunikacji znaków i certyfikatów. Po pierwsze, nie należy utożsamiać oznaczenia z certyfikacją, jeżeli brakuje niezależnej weryfikacji przez stronę trzecią. Po drugie, zakres komunikatu musi odpowiadać rzeczywistej treści standardu, bez rozszerzania znaczenia znaku na cechy, których system nie obejmuje. Po trzecie, przekaz powinien umożliwiać identyfikację tego, kto ustanowił wymagania, kto kontroluje ich spełnienie i jakie są konsekwencje niezgodności. Po czwarte, należy unikać takich form prezentacji, które mogą wywoływać wrażenie urzędowego, powszechnie uznanego albo niezależnie zweryfikowanego charakteru oznaczenia, jeżeli w rzeczywistości mamy do czynienia jedynie z systemem prywatnym.

2 Mapowanie systemów certyfikacji żywności w Polsce i Unii Europejskiej

Po uporządkowaniu podstawowych kategorii pojęciowych i prawnych konieczne staje się przejście do analizy konkretnych systemów certyfikacji i znakowania funkcjonujących na rynku żywności. Celem tego rozdziału jest usystematyzowanie rozwiązań obowiązujących w Unii Europejskiej i w Polsce oraz pokazanie ich zróżnicowania pod względem podstawy prawnej, przedmiotu potwierdzenia, mechanizmu kontroli oraz znaczenia komunikacyjnego i rynkowego. Chodzi przy tym nie tylko o wskazanie istniejących systemów, lecz także o ustalenie, jakie cechy decydują o ich wiarygodności, jakiego rodzaju właściwości produktu lub procesu są przez nie komunikowane oraz jakie miejsce zajmują one w strukturze współczesnego rynku żywności.

Mapowanie to wymaga objęcia analizą trzech zasadniczych grup rozwiązań. Po pierwsze, są to systemy publicznoprawne Unii Europejskiej, których funkcjonowanie zostało bezpośrednio ukształtowane przez akty prawa unijnego. Po drugie, chodzi o krajowe systemy jakości żywności, sytuujące się w warunkach polskich na styku regulacji publicznych i sektorowych specyfikacji. Po trzecie, konieczne jest uwzględnienie standardów prywatnych i branżowych, które choć nie stanowią źródła prawa powszechnie obowiązującego, w praktyce silnie współkształtują wymagania w łańcuchach dostaw i sposób komunikowania zgodności na rynku.

Należy na wstępie wyjaśnić, że pojęcie „systemów certyfikacji" jest w niniejszym opracowaniu używane funkcjonalnie. Obejmuje ono prywatne schematy certyfikacyjne w ścisłym znaczeniu, a także europejskie

i krajowe systemy jakości żywności, w których występują łącznie: z góry określone wymagania lub specyfikacja, procedura oceny zgodności, zewnętrzna kontrola albo weryfikacja oraz możliwość komunikowania wyniku tej weryfikacji na rynku za pomocą nazwy, logo, certyfikatu lub innego oznaczenia. Z tego powodu unijne systemy jakości oraz krajowe systemy jakości żywności nie są tu analizowane wyłącznie jako formy znakowania, lecz również jako publiczne lub mieszane mechanizmy certyfikacyjne, choć ich podstawa prawna i sposób organizacji różnią się od standardów prywatnych.

1. Publicznoprawne systemy certyfikacji żywności w Unii Europejskiej

Publicznoprawne systemy certyfikacji żywności, których źródłem jest prawo UE, stanowią podstawowy punkt odniesienia dla analizy systemów certyfikacji i znakowania żywności w europejskim porządku prawnym. Ich znaczenie wynika z faktu, że nie opierają się one wyłącznie na praktyce rynkowej ani na regulaminach właścicieli prywatnych standardów, lecz na przepisach prawa UE, określających zarówno warunki posługiwania się oznaczeniami, jak i mechanizmy ich ochrony, kontroli oraz weryfikacji zgodności. Z tej perspektywy systemy te należy ujmować jako instrumenty publicznego potwierdzania szczególnych cech produktu lub procesu produkcji, a nie wyłącznie jako oznaczenia marketingowe[1].

Z punktu widzenia struktury niniejszego opracowania istotne jest zatem przede wszystkim wyodrębnienie tej grupy systemów jako odrębnej kategorii analitycznej. Obejmuje ona rozwiązania, w których prawodawca unijny z góry określa przedmiot ochrony lub certyfikacji, zakres

1 Zob. K. Leśkiewicz, A. Kapała, *Unijne systemy jakości żywności*, [w:] P.A. Blajer, K. Leśkiewicz (red.), *Prawo rolne i żywnościowe. System Prawa Unii Europejskiej*, t. 18, Warszawa 2026, s. 953–954.

dopuszczalnego komunikatu rynkowego oraz podstawowe reguły kontroli. O certyfikacyjnym wymiarze tych systemów przesądza nie sama obecność znaku na etykiecie, lecz powiązanie znaku z procedurą rejestracji, specyfikacją, kontrolą zgodności i instytucjonalną odpowiedzialnością za weryfikację spełniania wymagań. W odniesieniu do oznaczeń geograficznych oraz GTS mechanizm ten obejmuje zarówno kontrolę zgodności produktu ze specyfikacją, jak i weryfikację stosowania oznaczeń na rynku, w tym na interfejsach internetowych[2].

1.1. Chroniona Nazwa Pochodzenia

Chroniona Nazwa Pochodzenia (dalej jako „ChNP") stanowi publicznoprawny instrument ochrony nazw produktów rolnych i środków spożywczych, w którym związek produktu z obszarem geograficznym został ujęty w sposób najsilniejszy spośród unijnych oznaczeń geograficznych dla tej kategorii produktów.

Z prawnego punktu widzenia istota ChNP wynika obecnie przede wszystkim z art. 46 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143. Zgodnie z tym przepisem „nazwa pochodzenia" to nazwa, którą określa się produkt:

a) pochodzący z określonego miejsca, regionu lub, w wyjątkowych przypadkach, kraju;
b) którego jakość lub cechy charakterystyczne są w istotnej lub wyłącznej mierze pochodną szczególnego środowiska geograficznego, na które składają się czynniki naturalne i ludzkie; oraz
c) którego wszystkie etapy produkcji odbywają się na określonym obszarze geograficznym.

Na gruncie konstrukcji prawnej oznacza to, że ChNP nie chroni jedynie reputacji nazwy, lecz zakłada istnienie ścisłego związku między właściwościami produktu a miejscem jego pochodzenia. Z tego względu należy uznać, że rdzeniem systemu ChNP jest nie sama nazwa, lecz

2 P. Kalinowski, *Zasady kontroli stosowania przez przedsiębiorców oznaczeń geograficznych zgodnie z rozporządzeniem 2024/1143*, LEX/el. 2025, pkt 2.

nazwa sprzężona ze specyfikacją produktu. Art. 49 rozporządzenia 2024/1143[3] stanowi, że specyfikacja obejmuje co najmniej nazwę, opis produktu, definicję obszaru geograficznego, dowody pochodzenia, opis metody uzyskiwania produktu oraz elementy wykazujące związek produktu z obszarem. W praktyce oznacza to, że ChNP ściśle formalizuje tożsamość produktu: jego cech, surowców, sposobu wytwarzania i osadzenia geograficznego.

Konsekwencją takiej konstrukcji są podwyższone wymagania po stronie producentów. W przypadku ChNP obszar geograficzny nie jest jedynie miejscem pochodzenia surowca albo etapem końcowego przetworzenia, lecz elementem kluczowym dla cechy produktu. Dlatego też system ten jest szczególnie użyteczny dla produktów, których odrębność wynika z połączenia lokalnych warunków przyrodniczych i utrwalonej tradycji. Wskazuje się również, że rejestracja w systemach takich jak ChNP czy Chronione Oznaczenie Geograficzne (dalej jako „ChOG") może wiązać się z premią cenową, wzrostem rozpoznawalności oraz lepszą komunikacją jakości wobec nabywców, ale równocześnie generuje koszty związane z koniecznością przestrzegania reguł, metod, specyfikacji i kontroli[4].

Istotne znaczenie ma także sposób korzystania z ChNP. Zgodnie z art. 36 rozporządzenia 2024/1143 zarejestrowane oznaczenie geograficzne może być wykorzystywane przez dowolną osobę fizyczną lub prawną wprowadzającą do obrotu produkt, który jest zgodny z odpo-

3 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie oznaczeń geograficznych w odniesieniu do wina, napojów spirytusowych i produktów rolnych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie w odniesieniu do produktów rolnych, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, (UE) 2019/787 i (UE) 2019/1753 oraz uchylające rozporządzenie (UE) nr 1151/2012 (Dz. Urz. UE L 2024/1143 z 23.04.2024, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie 2024/1143".

4 H. Marion, M. Luisa, R. Sebastian, *Adoption of Geographical Indications and origin-related food labels by smes – A systematic literature review*, „Cleaner and Circular Bioeconomy" 2023, t. 4, DOI: 10.1016/j.clcb.2023.100041.

wiednią specyfikacją produktu. Oznacza to, że ChNP nie jest prawem wyłącznym pojedynczego przedsiębiorcy, lecz instytucją ochrony nazwy dostępną dla wszystkich podmiotów spełniających warunki systemu.

Nieodzownym elementem konstrukcji ChNP pozostaje kontrola zgodności. Rozporządzenie 2024/1143 wymaga, aby każdy podmiot gospodarczy, który chce uczestniczyć w dowolnym działaniu objętym specyfikacją produktu noszącego oznaczenie geograficzne, powiadomił właściwe organy[5], a producenci prowadzili własne kontrole przed wprowadzeniem produktu do obrotu[6]. Oprócz tej kontroli wewnętrznej, jeszcze przed umieszczeniem produktu na rynku musi zostać przeprowadzona weryfikacja zgodności ze specyfikacją przez właściwy organ albo przez uprawniony podmiot, któremu powierzono określone zadania kontrolne[7]. Tym samym wiarygodność ChNP nie wynika wyłącznie z deklaracji producenta ani z renomy regionu, lecz z połączenia specyfikacji, obowiązku zgodności i zewnętrznej weryfikacji. Taki model odpowiada temu, co stanowi podstawową funkcję publicznych systemów jakości, czyli dostarczaniu wiarygodnej informacji oraz gwarancji pochodzenia, autentyczności i cech produktu.

ChNP należy ujmować jako system, w którym ochrona nazwy jest nierozerwalnie związana z ochroną określonego modelu produkcji osadzonego terytorialnie. To właśnie ścisłość związku między produktem a obszarem, pełna specyfikacja produktu oraz obowiązek uprzedniej weryfikacji odróżniają ChNP od mniej rygorystycznych form oznaczeń geograficznych. Z perspektywy producenta system ten oznacza większe obciążenia organizacyjne i kontrolne, ale zarazem daje silniejszą legitymizację rynkową oznaczenia. Z perspektywy konsumenta ChNP powinna natomiast sygnalizować nie tylko pochodzenie geograficzne, lecz także to, że pochodzenie to pozostaje istotne dla jakości lub cech danego produktu.

5 Art. 39 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143.
6 Art. 39 ust. 2 rozporządzenia 2024/1143.
7 Art. 39 ust. 3 rozporządzenia 2024/1143.

1.2. Chronione Oznaczenie Geograficzne

Chronione Oznaczenie Geograficzne stanowi publicznoprawny instrument ochrony nazw produktów rolnych i środków spożywczych w ramach unijnego systemu oznaczeń geograficznych. Fundamentem tego systemu jest powiązanie cech produktu z obszarem geograficznym przy większej elastyczności etapów produkcji niż w przypadku ChNP. Oznacza to, że ChOG służy ochronie takich nazw, których znaczenie rynkowe i informacyjne wynika z relacji produktu do określonego miejsca, regionu albo kraju, ale relacja ta nie musi przybierać postaci tak ścisłej jak przy ChNP.

Zasadnicza treść normatywna ChOG wynika z art. 46 ust. 2 rozporządzenia 2024/1143. Zgodnie z tym przepisem „oznaczenie geograficzne" to nazwa, którą określa się produkt:

a) pochodzący z określonego miejsca, regionu lub kraju;
b) którego określona jakość, renoma lub inna cecha charakterystyczna w głównej mierze wynika z tego pochodzenia geograficznego;
c) oraz którego przynajmniej jeden etap produkcji odbywa się na określonym obszarze geograficznym.



Oznacza to bardziej elastyczny niż przy ChNP związek między produktem a miejscem, ponieważ przy ChOG może opierać się on nie tylko na cechach materialnych produktu, lecz również na jego renomie powiązanej z obszarem[8]. W przewodniku Komisji Europejskiej dla wnioskodawców przygotowujących dokumentację do złożenia wniosku o zarejestrowanie ChNP lub ChOG wskazuje się, że poziom ochrony obu oznaczeń jest dokładnie taki sam[9]. Różnica dotyczy więc nie siły ochrony prawnej jako takiej, lecz intensywności wymaganego związku produktu z obszarem oraz sposobu jego wykazania. W praktyce ChOG jest szczególnie użyteczne dla produktów, których tożsamość rynkowa została ukształtowana przez lokalne know-how, utrwaloną renomę albo jeden szczególnie istotny etap produkcji realizowany w danym regionie, bez konieczności zamknięcia całego łańcucha wytwarzania w jednym obszarze. W tym sensie ChOG nie jest „słabszą wersją" ChNP, lecz odrębną konstrukcją normatywną, przeznaczoną dla innego typu związku między produktem a terytorium.

Oznaczenie geograficzne objęte ochroną jako ChOG jest wpisywane do unijnego rejestru oznaczeń geograficznych[10]. W przypadku produktów pochodzących z Unii wniosek o rejestrację składa grupa właściwym organom państwa członkowskiego, dołączając specyfikację produktu oraz jednolity dokument. Na etapie krajowym zainteresowane państwo członkowskie przeprowadza badanie krajowe, a następnie krajową procedurę sprzeciwu[11]. Po ich zakończeniu państwo członkowskie przekazuje Komisji wniosek o rejestrację wraz z oświadczeniem państwa członkowskiego[12]. Komisja przeprowadza badanie unijne, a jeżeli uzna, że warunki określone w rozporządzeniu są spełnione, publikuje

8 Zob. A. Kuźnar, *The European System of Protection of Geographical Indications*, „International Business and Global Economy" 2016, t. 35/1, s. 568, DOI: 10.4467/23539496IB.16.041.562,8.

9 *Guide to Applicants: How to Compile the Single Document*, Komisja Europejska, DG AGRI, 7 maja 2025, s. 2, dalej jako „przewodnik dla wnioskodawców".

10 Art. 22 rozporządzenia 2024/1143.

11 Art. 9–11 rozporządzenia 2024/1143.

12 Art. 12 rozporządzenia 2024/1143.

w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej jednolity dokument oraz odesłanie do publikacji specyfikacji produktu[13]. Jeżeli w przewidzianym terminie nie zostanie wniesione oświadczenie o sprzeciwie albo sprzeciw nie doprowadzi do odmowy rejestracji, Komisja rejestruje oznaczenie geograficzne w drodze aktu wykonawczego i wpisuje je do unijnego rejestru oznaczeń geograficznych[14].

Z perspektywy wymogów praktycznych szczególne znaczenie ma sposób wykazania powiązania między produktem a obszarem. Komisja w przewodniku dla wnioskodawców podkreśla, że jest to kluczowy element jednolitego dokumentu. W przypadku ChOG należy wyraźnie wskazać, czy wniosek opiera się na szczególnej jakości produktu, jego renomie, czy też na innych cechach przypisywanych pochodzeniu geograficznemu. Jednocześnie wytyczne pokazują, że elastyczność systemu nie oznacza pełnej dowolności. Ograniczenia dotyczące pochodzenia surowców muszą być opisane i uzasadnione, ponieważ mogą stanowić przeszkodę dla rynku wewnętrznego. Podobnie ograniczenia dotyczące pakowania poza obszarem powinny mieć charakter wyjątkowy i wymagać silnego, produktowo uzasadnionego uzasadnienia[15]. W praktyce ChOG wymaga zatem nie tylko wykazania istnienia związku z obszarem, lecz także starannego uzasadnienia, dlaczego właśnie ten związek i właśnie te elementy procesu powinny korzystać z ochrony.

Tobias Chilla, Benedikt Fink, Richard Baling i in., analizując przykłady bawarskich produktów objętych ChOG, wskazują, że ochrona pochodzenia może stabilizować „trajektorię ekonomiczną produktu", lecz efekty cenowe i sprzedażowe różnią się między kategoriami produktów i rynkami[16]. Z kolei Marion Hofmeier, Luisa Menapace i Sebastian Rahbauer – na podstawie systematycznego przeglądu literatury – wskazują, że dla MŚP istotnymi barierami pozostają ograniczona wiedza o ozna-

13 Art. 13 i art. 15 ust. 4 rozporządzenia 2024/1143.
14 Art. 17 i 22 rozporządzenia 2024/1143.
15 Przewodnik dla wnioskodawców, s. 4–5.
16 T. Chilll.i in., *The EU Food Label 'Protected Geographical Indication': Economic Implications and Their Spatial Dimension*, „Sustainability" 2020, t. 12, nr 14, DOI: 10.3390/su12145503.

czeniach geograficznych oraz wysiłek potrzebny do uzyskania i utrzymania takiego oznaczenia[17]. W podobnym kierunku idą ustalenia Estery Bardone i Astry Spalvēny, które pokazują, że mikro- i mali producenci często nie dysponują wystarczającymi zasobami administracyjnymi i eksperckimi do przejścia całej procedury[18]. Tym samym ChOG może być instrumentem realnie użytecznym rynkowo, ale wymaga zdolności organizacyjnej, współdziałania producentów i umiejętności przełożenia renomy miejsca na precyzyjnie opisaną specyfikację produktu.

ChOG pełni funkcję pośrednią między rygorystyczną konstrukcją ChNP a zwykłym komunikowaniem regionalnego pochodzenia w celach marketingowych. Odróżnia je od siebie nie siła ochrony prawnej, lecz rodzaj i intensywność związku produktu z terytorium. ChOG pozostaje systemem publicznym, opartym na rejestracji, specyfikacji i weryfikowalnym związku z obszarem, ale równocześnie pozwala objąć ochroną takie produkty, których wyjątkowość wynika przede wszystkim z renomy miejsca albo z jednego istotnego etapu produkcji zakorzenionego regionalnie. Z punktu widzenia producentów oznacza to większą elastyczność niż przy ChNP, lecz nie zwalnia z obowiązku ścisłego opisania specyfiki produktu, wykazania związku z obszarem oraz podporządkowania się wymogom systemowym.

1.3. Gwarantowana Tradycyjna Specjalność

GTS stanowi odrębny od ChNP i ChOG instrument unijnego systemu jakości żywności. Polega na ochronie tradycyjnego charakteru produktu bez konieczności wykazywania związku z określonym obszarem geograficznym. Oznacza to, że przedmiotem ochrony nie jest terytorialne pochodzenie produktu, lecz utrwalona receptura, skład lub metoda wytwarzania, które nadają mu charakter tradycyjny.

17 H. Marion, M. Luisa, R. Sebastian, *Adoption of Geographical Indicatio*ns...

18 E. Bardone, A. Spalvēna, *European Union food quality schemes and the transformation of traditional foods into European products in Latvia and Estonia*, „Appetite" 2019, t. 135, DOI: 10.1016/j.appet.2018.12.029.

Aktualna podstawa prawna systemu wynika z tytułu III rozporządzenia (UE) 2024/1143. Zgodnie z art. 52 ust. 1 tego rozporządzenia system GTS ustanawia się w celu chronienia tradycyjnych metod produkcji i przepisów kulinarnych przez wspieranie:

a) producentów produktów tradycyjnych we wprowadzaniu tych produktów do obrotu i informowaniu konsumentów o cechach tradycyjnych przepisów kulinarnych i produktów stanowiących wartość dodaną;
b) generowania wartości dodanej poprzez przyczynianie się do uczciwej konkurencji w sieci dystrybucji, zagwarantowanie producentom godziwego dochodu i przyczynianie się do osiągnięcia celów polityki rozwoju obszarów wiejskich.

GTS jest zatem systemem komunikacyjno-ochronnym. Z jednej strony ma porządkować przekaz kierowany do rynku, z drugiej zaś – tworzyć ramy dla ochrony tradycyjnych receptur i metod produkcji.

Kryteria kwalifikacji do systemu pokazują, że ciężar ochrony przesuwa się tu z pochodzenia na tradycyjność. Art. 53 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143 stanowi, że nazwa może zostać zarejestrowana jako GTS, jeżeli opisuje produkt, który albo wynika ze sposobu produkcji, przetwarzania lub składu odpowiadających tradycyjnej praktyce dla tego produktu, albo jest wytwarzany z surowców lub składników tradycyjnie używanych. Dodatkowo, zgodnie z art. 53 ust. 2 nazwa musi być tradycyjnie używana w odniesieniu do danego produktu albo wskazywać na jego tradycyjny charakter. W konsekwencji nie wystarcza samo marketingowe odwołanie do tradycji. Konieczne jest wykazanie, że tradycyjność stanowi element obiektywny. Właśnie ta cecha czyni z GTS system szczególny – nie służy on ochronie związku produktu z miejscem, lecz ochronie związku produktu z tradycyjnie ukształtowanym wzorcem jego wytwarzania i identyfikacji[19].

Tak skonstruowany system przekłada się bezpośrednio na treść specyfikacji produktu. Na mocy art. 54 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143 specyfikacja musi obejmować co najmniej nazwę produktu, jego opis,

19 Zob. A. Bonadonna i in., *The Dark Side of the European Quality Schemes: The Ambiguous Life of the Traditional Specialities Guaranteed*, „Quality – Access to Success" 2017, t. 18.

opis metody produkcji, w tym – w odpowiednich przypadkach – charakteru i cech wykorzystywanych surowców lub składników, w tym – w stosownych przypadkach – oznaczenie handlowe gatunków i ich nazwę systematyczną, oraz metody przygotowania produktu, a także główne elementy stanowiące o tradycyjnym charakterze produktu. Może ona ponadto zawierać wymagania dotyczące etykietowania. Oznacza to, że w przypadku GTS centrum ciężkości nie spoczywa na definiowaniu obszaru geograficznego i dowodzeniu związku z terytorium, lecz na możliwie precyzyjnym odtworzeniu tych elementów produktu, które konstytuują jego tradycyjny charakter. Skutek praktyczny jest dwojaki. Po pierwsze, system pozostawia większą elastyczność geograficzną niż ChNP i ChOG. Po drugie, wymaga ścisłego, możliwego do kontroli opisania receptury, cech i metody produkcji, ponieważ to one – a nie miejsce – wyznaczają tożsamość chronionego produktu.

Z punktu widzenia przedsiębiorców szczególnie istotne jest to, że GTS nie tworzy monopolu podobnego do tego, z jakim mamy do czynienia przy oznaczeniach geograficznych. Zgodnie z art. 71 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143 nazwa zarejestrowana jako gwarantowana tradycyjna specjalność może być wykorzystywana przez dowolną osobę fizyczną lub prawną wprowadzającą do obrotu produkt, który jest zgodny z odpowiednią specyfikacją produktu. Ta otwartość systemu jest logiczną konsekwencją braku związku z jednym terytorium. Zarazem ma ona istotne skutki rynkowe. Anna Kapała trafnie wskazuje, że producenci tradycyjnych produktów z określonego obszaru nie uzyskują w ramach GTS wyłącznego prawa do używania zarejestrowanej nazwy. Taka sytuacja – czyli brak monopolu na jej stosowanie przez lokalnych wytwórców – pozbawia producentów przewagi konkurencyjnej, która powinna wynikać z rejestracji nazwy, i jest głównym powodem ich znikomego zainteresowania rejestracją nazwy jako GTS[20]. GTS nie chroni bowiem „miejsca”,

20 A. Kapała, *System gwarantowanych tradycyjnych specjalności w prawie Unii Europejskiej*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2023, nr 2 (33), s. 106, DOI: 10.14746/ppr.2023.33.206.

lecz standard tradycyjnego produktu, z którego może korzystać każdy podmiot spełniający wymagania specyfikacji.

Nie oznacza to jednak, że system jest słaby w sensie ochronnym. Art. 68 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143 przewiduje ochronę zarejestrowanych GTS przed wszelkiego rodzaju niewłaściwym stosowaniem, imitacją lub przywołaniem, nawet jeśli chroniona nazwa jest tłumaczona, w tym w odniesieniu do produktów wykorzystywanych jako składniki, oraz przed wszelkimi innymi praktykami, które mogłyby wprowadzić konsumentów w błąd. Z kolei art. 70 ust. 1 rozporządzenia 2024/1143 stanowi, że oznaczenie „gwarantowana tradycyjna specjalność", skrót GTS oraz symbol unijny odnoszący się do gwarantowanej tradycyjnej specjalności mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do produktów wytworzonych zgodnie z odpowiednią specyfikacją produktu.

Analogicznie jak w ochronie oznaczeń geograficznych nieodzownym elementem konstrukcji GTS pozostaje kontrola zgodności. Rozporządzenie 2024/1143 wymaga bowiem, aby każdy podmiot gospodarczy, który chce uczestniczyć w działaniach objętych specyfikacją produktu noszącego nazwę zarejestrowaną jako gwarantowana tradycyjna specjalność, powiadomił właściwe organy, a producenci prowadzili własne kontrole przed wprowadzeniem produktu do obrotu[21]. Oprócz tej kontroli wewnętrznej, jeszcze przed umieszczeniem na rynku produktu pochodzącego z Unii musi zostać przeprowadzona weryfikacja zgodności ze specyfikacją przez właściwy organ albo uprawniony podmiot, któremu powierzono określone zadania kontrolne[22]. Tym samym, podobnie jak w przypadku ChNP i ChOG, wiarygodność GTS nie wynika wyłącznie z deklaracji producenta, lecz z połączenia specyfikacji, obowiązku zgodności i zewnętrznej weryfikacji.

W literaturze naukowej system TSG bywa oceniany ambiwalentnie. Z jednej strony podkreśla się jego znaczenie dla ochrony tradycyjnych receptur i metod produkcji, a więc zachowania elementów europejskiego dziedzictwa gastronomicznego. Z drugiej strony wskazuje się na

21 Art. 72 ust. 4 i 5 rozporządzenia 2024/1143.
22 Art. 72 ust. 1 i 6 rozporządzenia 2024/1143.

jego ograniczoną atrakcyjność jako narzędzia *stricte* rynkowego. Alberto Zappalaglio określa TSG jako „najmniej przebadany" („the least researched") spośród unijnych schematów jakości i wskazuje, że z uwagi na jego „pozostałościową naturę" („residual nature") względem ChNP i ChOG mało prawdopodobne jest, aby stał się on systemem o większym znaczeniu jako etykieta rynkowa. Niemniej jednak może odgrywać sensowną rolę jako narzędzie łączenia nazw tradycyjnych produktów z ich oryginalnymi recepturami i metodami produkcji[23]. W podobnym kierunku idą wcześniejsze ustalenia Alessandro Bonadonny i in., którzy zwracają uwagę na niejednoznaczność samej kategorii „tradycyjności" i napięcie między ochroną tradycyjnej receptury a brakiem koniecznego związku z regionem[24].

W konsekwencji powyższego GTS powinna być ujmowana jako system jakości żywności, w którym prawodawca unijny rozdzielił ochronę tradycyjnego charakteru produktu od ochrony jego pochodzenia geograficznego. Dla producentów oznacza to większą elastyczność terytorialną, ale jednocześnie brak wyłączności związanej z jednym regionem i konieczność ścisłego podporządkowania się specyfikacji. Dla konsumenta oznacza to natomiast, że znak GTS nie komunikuje pochodzenia regionalnego, lecz to, że produkt odpowiada prawnie zdefiniowanej tradycyjnej formule, poddanej systemowi rejestracji, ochrony i kontroli.

1.4. Produkcja ekologiczna

Produkcja ekologiczna nie stanowi systemu jakości żywności *sensu stricto* w tym znaczeniu, w jakim pojęcie to odnosi się do unijnych oznaczeń geograficznych i GTS. W prawie Unii funkcjonuje ona bowiem jako odrębny reżim „produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych",

23 A. Zappalaglio, *Anatomy of Traditional Specialities Guaranteed: Analysis of the Functioning, Limitations and (Possible) Future of the Forgotten EU Quality Scheme*, „GRUR International" 2022, t. 71, nr 12, DOI: 10.1093/grurint/ikac091.

24 A. Bonadonna i in., *The Dark Side of the European Quality Schemes*...

uregulowany w rozporządzeniu 2018/848, które ustanawia zasady produkcji ekologicznej oraz przepisy jej dotyczące, związanej z tym certyfikacji oraz stosowania przy znakowaniu i w materiałach reklamowych oznaczeń odnoszących się do produkcji ekologicznej, a także przepisy dotyczące dodatkowych kontroli[25]. Zarazem jednak z perspektywy przedmiotu niniejszego opracowania produkcja ekologiczna powinna zostać objęta analizą w tym podrozdziale, ponieważ – podobnie jak publiczne systemy jakości – opiera się na prawnie określonych wymaganiach, zewnętrznej kontroli, certyfikacji oraz reglamentowanym używaniu oznaczeń, a więc stanowi istotny instrument komunikowania zgodności produktu z określonym standardem wobec rynku i konsumenta. Punkt ciężkości tego reżimu spoczywa nie na ochronie nazwy produktu, lecz na regulacji i weryfikacji sposobu produkcji, przetwórstwa, znakowania i kontroli, obejmujących cały proces produkcji „od pola do stołu".

Zakres zastosowania rozporządzenia 2018/848 określa art. 2. Zgodnie z art. 2 ust. 1 rozporządzenie ma zastosowanie do żywych lub nieprzetworzonych produktów rolnych, w tym nasion i innego materiału rozmnożeniowego roślin, przetworzonych produktów rolnych przeznaczonych do wykorzystania jako żywność, a także do paszy. Ponadto rozporządzenie stosuje się również do wina oraz drożdży używanych jako żywność lub pasza, a także niektórych innych produktów ściśle związanych z rolnictwem, wymienionych w załączniku I do tego rozporządzenia, w tym do soli morskiej i innych rodzajów soli stosowanych w żywności i paszy, wosku pszczelego, olejków eterycznych oraz surowej wełny. Jednocześnie do produktów, o których mowa w art. 2 ust. 1, nie zalicza się produktów myślistwa lub rybołówstwa[26], natomiast „zbiór roślin dziko rosnących i ich części, rosnących w sposób naturalny na obszarach natu-

25 Art. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 (Dz. Urz. UE L 150 z 14.06.2018, s. 1, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie 2018/848".

26 Art. 2 pkt 2 rozporządzenia 2018/848.

ralnych, lasach i obszarach rolnych" uznaje się za produkcję ekologiczną, jeżeli spełnione są warunki określone w załączniku II część I pkt 2.2.1.

Na poziomie celów systemu produkcja ekologiczna nie sprowadza się do wyeliminowania określonych substancji z procesu wytwarzania. W produkcji ekologicznej dąży się do osiągnięcia następujących ogólnych celów:

a) przyczynianie się do ochrony środowiska i klimatu;
b) utrzymywanie długotrwałej żyzności gleby;
c) przyczynianie się do wysokiego poziomu różnorodności biologicznej;
d) znaczne przyczynianie się do utrzymania nietoksycznego środowiska;
e) przyczynianie się do wysokich norm dobrostanu zwierząt oraz – w szczególności – do zaspokajania potrzeb behawioralnych charakterystycznych dla danego gatunku zwierząt;
f) zachęcanie do stosowania krótkich łańcuchów dostaw i produkcji lokalnej w różnych obszarach Unii;
g) zachęcanie do zachowania ras rzadkich lub lokalnych ras zagrożonych wyginięciem;
h) przyczynianie się do rozwoju podaży materiału genetycznego roślin dostosowanego do szczególnych potrzeb i celów rolnictwa ekologicznego;
i) przyczynianie się do wysokiego poziomu różnorodności biologicznej, w szczególności poprzez stosowanie zróżnicowanego materiału genetycznego roślin, takiego jak ekologiczny materiał heterogeniczny i odmiany ekologiczne nadające się do produkcji ekologicznej;
j) wspieranie rozwoju ekologicznej hodowli roślin, aby przyczyniać się do sprzyjających perspektyw gospodarczych dla sektora ekologicznego.

Z kolei certyfikacja produktów pochodzących z ekologicznej działalności rolniczej ma zapewniać konsumenta, iż środek spożywczy został wyprodukowany zgodnie z zasadami i normami określonymi w rozporządzeniu 2018/848.

Z punktu widzenia wymagań materialnych reżim produkcji ekologicznej ma charakter procesowy. Rozporządzenie 2018/848 wiąże produkcję ekologiczną z szeregiem zasad ogólnych i szczegółowych, określonych w art. 5 i 6 rozporządzenia. Obowiązki te są związane z realizacją celów produkcji ekologicznej, obejmujących w szczególności ochronę środowiska i klimatu, utrzymanie żyzności gleby, ochronę bioróżnorodności, odpowiedzialne wykorzystywanie zasobów naturalnych oraz zapewnienie zgodności procesu produkcji z wymogami właściwymi dla żywności

ekologicznej. Ponadto w produkcji ekologicznej nie stosuje się również promieniowania jonizującego, klonowania zwierząt i sztucznie wyhodowanych zwierząt poliploidalnych lub organizmów zmodyfikowanych genetycznie (GMO), jak również produktów wytworzonych z GMO lub przy ich użyciu[27]. W odniesieniu do produkcji roślinnej załącznik II część I wymaga między innymi utrzymywania i zwiększania żyzności biologicznej gleby oraz jej stabilności przez wieloletni płodozmian, w tym obowiązkowo z udziałem roślin bobowatych jako uprawy głównej lub międzyplonu, a także stosowania praktyk służących zapobieganiu szkodom powodowanym przez organizmy szkodliwe i chwasty przez dobór gatunków i odmian, płodozmian, metody mechaniczne i fizyczne oraz ochronę naturalnych wrogów szkodników.

Zakres podmiotowy systemu został ukształtowany szeroko. Zgodnie z art. 34 ust. 1 rozporządzenia 2018/848 podmioty oraz grupy podmiotów, o których mowa w art. 36, produkujące, przygotowujące, dystrybuujące lub przechowujące produkty ekologiczne lub produkty w okresie konwersji, które przywożą takie produkty z państwa trzeciego lub je wywożą do państwa trzeciego lub które wprowadzają takie produkty do obrotu, zgłaszają swoją działalność właściwym organom państwa członkowskiego, w którym prowadzona jest ich działalność oraz w którym ich przedsiębiorstwo podlega systemowi kontroli. Następnie właściwe organy albo – w stosownych przypadkach – organy kontrolne lub jednostki certyfikujące wydają certyfikat każdemu podmiotowi lub każdej grupie podmiotów, które zgłosiły swoją działalność zgodnie z art. 34 ust. 1 i przestrzegają rozporządzenia. System kontroli został powiązany z kontrolami urzędowymi prowadzonymi zgodnie z rozporządzeniem 2017/625[28] oraz przepisami szczególnymi art. 38–43 rozporządzenia 2018/848.

---

27 Zob. motyw 23 w zw. z art. 9 ust. 4 i 5 i art. 11 rozporządzenia 2018/848.

28 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/625 z dnia 15 marca 2017 r. w sprawie kontroli urzędowych i innych czynności urzędowych przeprowadzanych w celu zapewnienia stosowania prawa żywnościowego i paszowego oraz zasad dotyczących zdrowia i dobrostanu zwierząt, zdrowia roślin i środków ochrony roślin, zmieniające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 999/2001, (WE) nr 396/2005, (WE) nr 1069/2009, (WE) nr 1107/2009,

Doniosłe znaczenie ma również warstwa znakowania i komunikacji rynkowej. Zgodnie z art. 30 ust. 1 terminy odnoszące się do produkcji ekologicznej mogą być stosowane w oznakowaniu, reklamie i dokumentach handlowych tylko wtedy, gdy produkt jest zgodny z rozporządzeniem. W przypadku przetworzonej żywności terminy te mogą być stosowane w opisie handlowym tylko wtedy, gdy co najmniej 95% masy składników pochodzenia rolniczego jest ekologiczne, a pozostałe warunki określone w art. 30 ust. 5 są spełnione; w przeciwnym razie odniesienia do produkcji ekologicznej mogą pojawić się wyłącznie w wykazie składników na warunkach określonych w tym przepisie. Ponadto w przypadku żywności opakowanej na etykiecie umieszcza się również kod organu kontrolnego lub jednostki certyfikującej, którym podlega podmiot realizujący ostatni etap produkcji lub przygotowania, a także logo produkcji ekologicznej Unii Europejskiej[29].

Nie można jednak pominąć praktycznych barier wejścia i utrzymania zgodności. Każda jednostka produkcyjna zamierzająca wdrożyć produkcję ekologiczną musi odbyć okres konwersji, czyli przejścia z produkcji nieekologicznej na produkcję ekologiczną w wyznaczonym czasie, w którym stosuje się przepisy niniejszego rozporządzenia dotyczące produkcji ekologicznej. W tym okresie trzeba już stosować metody ekologiczne, ale uzyskany produkt nie może jeszcze być sprzedawany jako ekologiczny[30]. Okres ten bywa trudny, ponieważ wspomniane metody często prowadzą do niższych plonów, a jednocześnie produkty z tego okresu nie uzyskują jeszcze premii cenowej właściwej dla rynku ekologicznego. W badaniu polskich rolników ekologicznych Władysława Łuczka i Sławomir

(UE) nr 1151/2012, (UE) nr 652/2014, (UE) 2016/429 i (UE) 2016/2031, rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2005 i (WE) nr 1099/2009 oraz dyrektywy Rady 98/58/WE, 1999/74/WE, 2007/43/WE, 2008/119/WE i 2008/120/WE, oraz uchylające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 854/2004 i (WE) nr 882/2004, dyrektywy Rady 89/608/EWG, 89/662/EWG, 90/425/EWG, 91/496/EWG, 96/23/WE, 96/93/WE i 97/78/WE oraz decyzję Rady 92/438/EWG (rozporządzenie w sprawie kontroli urzędowych) (Dz. Urz. UE L 95 z 07.04.2017, s. 1, z późn. zm.).

29 Art. 32 ust. 1 rozporządzenia 2018/848.

30 Art. 10 ust. 4 rozporządzenia 2018/848.

Kalinowski wskazują, że w Polsce głównym problemem instytucjonalnym jest niestabilność przepisów mających zastosowanie do rolnictwa ekologicznego, co zwiększa niepewność rolników i ryzyko związane z podejmowaniem przez nich decyzji. Autorzy podkreślają także znaczenie stabilnej i spójnej polityki wsparcia dla rozwoju tego sektora[31]. Anna Mazurek-Kusiak, Bogusław Sawicki i Agata Kobyłka wskazują dodatkowo na trudności w dostosowaniu gospodarstwa do wymogów UE, konieczność stosowania wyłącznie naturalnych nawozów, niższe plony, brak odpowiedniego doradztwa oraz wysoki poziom biurokracji[32]. W konsekwencji produkcja ekologiczna jawi się jako system o wysokiej legitymizacji publicznej i istotnym potencjale rynkowym, ale zarazem jako system kosztowny organizacyjnie i wymagający pod względem proceduralnym.

Produkcja ekologiczna stanowi modelowy unijny system publiczny o charakterze procesowym i certyfikacyjnym, którego celem jest jednoczesne kształtowanie sposobu produkcji, wzmacnianie ochrony środowiska oraz zapewnianie konsumentowi prawnie gwarantowanej informacji o zgodności produktu z określonym standardem. Blain Murphy i in. wskazują, że wzrost popularności produktów ekologicznych zwiększa znaczenie zaufania do systemów certyfikacyjnych, a wcześniejsze badania pokazały, iż zaufanie do logo certyfikacji ekologicznej odgrywa dużą rolę w kształtowaniu decyzji zakupowych[33]. Meike Janssen i Ulrich Hamm zwracają z kolei uwagę, że etykietowanie z użyciem znaków certyfikacji ekologicznej jest narzędziem sygnalizowania konsumentowi,

31 W. Łuczka, S. Kalinowski, *Barriers to the Development of Organic Farming: A Polish Case Study*, „Agriculture" 2020, t. 10, nr 11, s. 13, DOI: 10.3390/agriculture 10110513.

32 A. Mazurek-Kusiak, B. Sawicki, A. Kobyłka, *Contemporary Challenges to the Organic Farming: A Polish and Hungarian Case Study*, „Sustainability" 2021, t. 13, nr 14, s. 11, DOI: 10.3390/su13148011.

33 B. Murphy i in., *Consumer trust in organic food and organic certifications in four European countries*, „Food Control" 2022, t. 1, DOI: 10.1016/j.foodcont.2021. 108484.

iż dany produkt jest rzeczywiście certyfikowany, a najwyższą skłonność do zapłaty konsumenci wiążą z logotypami dobrze znanymi i postrzeganymi jako oparte na surowych standardach i kontroli[34].

2. Krajowe systemy jakości żywności

Krajowe systemy jakości żywności należy ujmować jako szczególną kategorię instrumentów funkcjonujących na styku prawa żywnościowego i mechanizmów wsparcia w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. W obecnym stanie prawnym ich normatywny punkt odniesienia stanowi przede wszystkim art. 77 ust. 1 lit. c rozporządzenia 2021/2115[35], który pozwala państwom członkowskim wspierać współpracę służącą promowaniu i wspieraniu systemów jakości uznawanych przez Unię lub przez państwa członkowskie i ich stosowania przez rolników. Na gruncie polskim mechanizm ten jest unormowany w art. 7 ust. 1 ustawy o Planie Strategicznym dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027[36], zgodnie z którym minister właściwy do spraw rozwoju wsi uznaje krajowe systemy jakości, o których mowa w art. 47 lit. a rozporządzenia delegowanego Komisji 2022/126[37], w drodze decyzji, jeżeli są spełnione kryteria

34 M. Janssen, U. Hamm, *Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos*, „Food Quality and Preference" 2012, t. 25, nr 1, DOI: 10.1016/j.foodqual.2011.12.004.

35 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 z dnia 2 grudnia 2021 r. ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenia (UE) nr 1305/2013 i (UE) nr 1307/2013 (Dz. Urz. UE L 435 z 06.12.2021, s. 1, z późn. zm.).

36 Ustawa z dnia 8 lutego 2023 r. o Planie Strategicznym dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 (Dz. U. z 2024 r. poz. 1741, z późn. zm.).

37 Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/126 z dnia 7 grudnia 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115

określone w tym przepisie. W tym sensie krajowe systemy jakości należy traktować jako instytucję publicznoprawnie „włączaną" do krajowego porządku wsparcia rolnego przez akt uznania, a nie jako całkowicie autonomiczną kategorię prywatnych standardów.

Z art. 47 rozporządzenia delegowanego 2022/126 wynika, że systemy jakości, w tym systemy certyfikacji gospodarstw, produktów rolnych, bawełny lub środków spożywczych, mogą zostać uznane przez państwa członkowskie, jeżeli spełniają następujące kryteria:

- specyfika produktu końcowego wytworzonego w ramach takich systemów wynika z jasnego wymogu zagwarantowania któregokolwiek z następujących elementów:
  - określonych właściwości produktu,
  - określonych metod uprawy lub produkcji, lub
  - jakości produktu końcowego, która w sposób znaczący przewyższa normy handlowe dotyczące danego produktu w zakresie zdrowia publicznego, zdrowia zwierząt lub roślin, dobrostanu zwierząt lub ochrony środowiska;
- system jest otwarty dla wszystkich producentów;
- system obejmuje obowiązujące specyfikacje produktów, a zgodność z tymi specyfikacjami jest weryfikowana przez organy publiczne lub niezależny organ kontroli;
- system jest przejrzysty i zapewnia pełną identyfikowalność produktów.

Na płaszczyźnie funkcjonalnej w motywie 25 rozporządzenia delegowanego 2022/126 wskazano, że w ramach krajowych systemów jakości należy ustanowić kryteria dotyczące specyfiki produktu końcowego, dostępu do systemu, weryfikacji wiążących specyfikacji produktów, przejrzystości systemu oraz identyfikowalności produktów w celu optymalizacji wsparcia w ramach interwencji związanych z rozwojem obszarów wiejskich. W związku z tym krajowe uznane systemy jakości mogą dać konsumentom pewność co do jakości i cech produktu lub procesu produkcji. Tym samym krajowe systemy jakości nie są wyłącznie instru-

o dodatkowe wymogi w odniesieniu do niektórych rodzajów interwencji określonych przez państwa członkowskie w ich planach strategicznych WPR na lata 2023–2027 na podstawie tego rozporządzenia, jak również o przepisy dotyczące współczynnika dotyczącego normy dobrej kultury rolnej zgodnej z ochroną środowiska (GAEC) nr 1 (Dz. Urz. UE L 20 z 31.01.2022, s. 52, z późn. zm.), dalej jako „rozporządzenie delegowane 2022/126".

mentem oznaczania żywności, ale również narzędziem polityki rolnej, jakościowej i częściowo środowiskowej. Ich znaczenie dla producentów i przetwórców działających lokalnie oraz krajowo jest zatem większe, niż wynikałoby to z samej rozpoznawalności znaków w komunikacji konsumenckiej.

W aktualnym stanie krajowych rozwiązań polskich systemy te nie tworzą grupy jednorodnej ani pod względem przedmiotu, ani pod względem genezy. Z aktualnych wytycznych wdrożeniowych PS WPR wynika, że do krajowych systemów jakości żywności uznanych na mocy decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi (dalej jako „MRiRW") i notyfikowanych do Komisji Europejskiej zalicza się:

a) integrowana produkcja roślin (IP), w rozumieniu ustawy o środkach ochrony roślin,
b) „Jakość Tradycja" uznany za krajowy system jakości żywności na mocy decyzji MRiRW z dnia 12 czerwca 2007 r.,
c) „Quality Meat Program (QMP)" uznany za krajowy system jakości żywności na mocy decyzji MRiRW z dnia 20 października 2008 r.,
d) Pork Quality System (PQS) uznany za krajowy system jakości żywności na mocy decyzji MRiRW z dnia 10 grudnia 2009 r.,
e) QAFP „Kulinarne mięso wieprzowe" uznany za krajowy system jakości żywności na mocy decyzji MRiRW z dnia 11 grudnia 2009 r.,
f) QAFP „Wędliny" uznany za krajowy system jakości żywności na mocy decyzji MRiRW z dnia 18 stycznia 2012 r.[38]

Z kolei strona internetowa Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (dalej jako „Ministerstwo Rolnictwa"), poświęcona krajowym systemom jakości, przedstawia tylko systemy, o których mowa w lit. b–f powyżej. Niemniej jednak należy przyjąć, że w polskiej praktyce pojęcie krajowych systemów jakości obejmuje zarówno system publiczny *sensu stricto*, jakim jest integrowana produkcja roślin oparta na ustawie o środkach ochrony roślin, jak i systemy o własnych, sektorowych specyfikacjach, które uzyskują publiczne uznanie w drodze decyzji ministra. Właśnie

38 Zob. na przykład wytyczne szczegółowe w zakresie przyznawania, wypłaty i zwrotu pomocy finansowej w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 dla interwencji I.13.2 Tworzenie i rozwój organizacji producentów i grup producentów rolnych (MRiRW/PSWPR 2023–2027/12(3)).

dlatego w ramach przyjętej wcześniej siatki pojęciowej znaczną część tych rozwiązań należy traktować jako systemy mieszane, a nie czysto prywatne lub czysto publiczne. Urszula Ziemiańczyk i Anna Krakowiak-Bal wskazują, że podstawową cechą wyróżniającą krajowe systemy jakości jest to, że produkty objęte tymi systemami są systematycznie kontrolowane i certyfikowane przez akredytowane jednostki inspekcyjne[39].

2.1. Integrowana Produkcja Roślin (IP)

System integrowanej produkcji roślin funkcjonuje w Polsce od lat 90. XX wieku[40], natomiast jego ustawowe uregulowanie nastąpiło na gruncie ustawy z 18 grudnia 2003 r. o ochronie roślin, a obecnie podstawę normatywną tego systemu stanowi ustawa z 8 marca 2013 r. o środkach ochrony roślin. Tym samym Integrowana Produkcja Roślin stanowi szczególny przykład krajowego systemu jakości żywności o wyraźnie publicznoprawnej konstrukcji.

Zgodnie z art. 2 pkt 17 ustawy o środkach ochrony roślin „integrowana produkcja roślin" oznacza produkcję roślin, z zastosowaniem integrowanej ochrony roślin oraz z wykorzystaniem postępu technicznego i biologicznego w uprawie i nawożeniu, ze szczególnym uwzględnieniem zdrowia ludzi i zwierząt oraz ochrony środowiska. Już sama redakcja tej definicji pokazuje, że IP nie jest systemem sprowadzonym do jednego parametru jakości końcowej. IP jest tym samym bliższa systemom procesowym (np. produkcji ekologicznej) niż systemom produktowym (np. prywatnoprawne systemy dotyczące braku glutenu w produkcie).

---

39 U. Ziemiańczyk, A. Krakowiak-Bal, *Factors influencing food supply chains in the context of existing food quality schemes*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich – Infrastructure and Ecology of Rural Areas" 2018, nr IV/1, s. 1116, DOI: 10.14597/INFRAECO.2018.4.1.016.

40 P. Sobiczewski, *Integrated Plant Production – Benefits and Prospects*, „Progress in Plant Protection" 2016, nr 56 (1), s. 115, DOI: 10.14199/PPP-2016-020.



Relacja między integrowaną produkcją a integrowaną ochroną roślin ma przy tym znaczenie konstytutywne. Ustawa definiuje „integrowaną ochronę roślin" jako sposób ochrony roślin przed organizmami szkodliwymi polegający na wykorzystaniu wszystkich dostępnych metod ochrony roślin, w szczególności metod niechemicznych, w sposób minimalizujący zagrożenie dla zdrowia ludzi, zwierząt oraz dla środowiska[41]. Ujęcie to pozostaje spójne z dyrektywą 2009/128/WE, która zobowiązuje państwa członkowskie do podjęcia wszelkich koniecznych środków w celu zachęcania do stosowania ochrony roślin o niskim zużyciu pestycydów i przyznawania – zawsze, gdy to możliwe – pierwszeństwa metodom niechemicznym. Jej celem jest skłonienie profesjonalnych użytkowników pestycydów do stosowania tych dostępnych praktyk i produktów do walki z danym organizmem szkodliwym, które stwarzają najmniejsze zagrożenie dla zdrowia ludzi i dla środowiska. Ponadto wymaga, aby ogólne zasady integrowanej ochrony roślin były wdrażane przez wszystkich profesjonalnych użytkowników od 1 stycznia 2014 r[42].

41 Art. 2 pkt 16 ustawy o środkach ochrony roślin.

42 Art. 14 ust. 1 i 4 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/128/WE z dnia 21 października 2009 r. ustanawiającej ramy wspólnotowego działania na rzecz zrównoważonego stosowania pestycydów (Dz. Urz. UE L 309 z 24.11.2009, s. 71, z późn. zm.).

W załączniku III do tej dyrektywy wymieniono podstawowe elementy tego modelu, takie jak płodozmian, właściwe techniki uprawy, stosowanie odmian odpornych, zrównoważone nawożenie, monitoring organizmów szkodliwych czy pierwszeństwo metod niechemicznych. W konsekwencji IP należy postrzegać jako krajowy system jakości, który rozwija i konkretyzuje w praktyce produkcyjnej szerszą unijną logikę integrowanej ochrony roślin.

Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu integrowanej produkcji roślin przedstawia poniższa tabela.

Tabela 1.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu integrowanej produkcji roślin

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności o wyraźnie publicznoprawnej konstrukcji; uznany decyzją MRiRW z 14 czerwca 2007 r.; obecnie oparty na ustawie o środkach ochrony roślin i nadzorowany przez PIORiN.
Co jest certyfikowane?	Zgodność procesu produkcji roślinnej z wymaganiami integrowanej produkcji roślin; poświadczeniem jest certyfikat uprawniający do używania znaku IP.
Najważniejsze wymagania	Ukończenie szkolenia; prowadzenie produkcji zgodnie z metodykami zatwierdzonymi przez Głównego Inspektora; nawożenie na podstawie potrzeb roślin; prowadzenie dokumentacji; przestrzeganie zasad higieniczno-sanitarnych; brak przekroczeń dopuszczalnych pozostałości środków ochrony roślin oraz poziomów azotanów, azotynów i metali ciężkich.
Kontrola i audyty	Certyfikacja przez upoważniony podmiot certyfikujący; kontrola obejmuje dokumentację, sposób produkcji oraz badania próbek; badaniom poddaje się rośliny lub produkty roślinne u nie mniej niż 20% producentów wpisanych do rejestru; certyfikat wydawany jest na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy.
Koszty i znaczenie praktyczne	Koszty certyfikacji ponosi producent; ustawa nie określa jednolitego urzędowego cennika certyfikacji; system służy łączeniu jakości produkcji roślinnej z ochroną zdrowia ludzi, zwierząt i środowiska oraz z ograniczaniem ryzyk związanych ze stosowaniem środków ochrony roślin.

Źródło: opracowanie własne na podstawie ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o środkach ochrony roślin, w szczególności przepisów rozdziału 6 dotyczących integrowanej produkcji roślin.

IP należy kwalifikować jako krajowy system jakości o szczególnie silnym osadzeniu ustawowym i kontrolnym. Jego odrębność polega na tym, że jakość komunikowana znakiem IP nie wynika z pochodzenia geograficznego ani z tradycyjnej receptury, lecz z dochowania szczegółowych wymagań procesu produkcji roślinnej, zorganizowanego wokół metodyk, szkoleń, dokumentacji, kontroli i badań laboratoryjnych. Z perspektywy certyfikowanych producentów do kluczowych motywów wdrożenia IP należą zarówno kwestie środowiskowe, jak i dostosowanie do oczekiwań konsumentów oraz partnerów handlowych, a długofalowe stosowanie zasad IP wiąże się z pozytywną oceną zmian w jakości gleby, bioróżnorodności i jakości produktu[43]. IP jawi się więc jako system, w którym funkcje środowiskowe i rynkowe są ze sobą ściśle splecione.

2.2. System „Jakość Tradycja”

System „Jakość Tradycja” należy zaliczyć do krajowych systemów jakości żywności o charakterze mieszanym. Jego standard nie został ustanowiony bezpośrednio w akcie normatywnym, lecz wypracowany przez podmioty pozapaństwowe, natomiast jego funkcjonowanie zostało włączone do publicznego porządku wsparcia i nadzoru przez uznanie ministra właściwego do spraw rolnictwa, konkretnie – decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z 12 czerwca 2007 r. Administratorami systemu są Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw Rzeczypospolitej Polskiej[44].

43 M. Pinl.i in., *Producers' Perception of the Benefits of Farm Certification: The Case of the National Good Agricultural Practices Programme*, „Sustainability” 2024, t. 16, nr 18, s. 17–18, DOI: 10.3390/su16188118.

44 Regulamin używania wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego „Jakość Tradycja”, Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw RP, https://www.produktyregionalne.pl/download/regulamin_znaku.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Jak wskazano na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa:

> „Jakość Tradycja" to system, w którym do produkcji używa się wyłącznie surowców, których pochodzenie jest identyfikowalne i które nie zawierają komponentów GMO. W systemie tym uczestniczą jedynie produkty charakteryzujące się tradycyjnym składem lub tradycyjnym sposobem wytwarzania, szczególną jakością wynikającą z ich tradycyjnego charakteru lub wyrażającą ich tradycyjny charakter. Ponadto produkty te posiadają szczególną jakość lub reputację odróżniającą je od produktów należących do tej samej kategorii. W przypadku produktów produkcji podstawowej dodatkowym wymogiem jest tradycyjna rasa lub tradycyjna odmiana. Za tradycyjne rasy i odmiany uważa się te, które użytkowano przed 1956 r. Ponadto za tradycyjny uważa się produkt, który posiada co najmniej 50-letnią historię wytwarzania.

Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu „Jakość Tradycja" zestawiono w poniższej tabeli.

Jest to najbardziej znane polskie oznaczenie odnoszące się do żywności tradycyjnej i regionalnej[45]. Warto podkreślić, że w badaniu prowadzonym wśród 101 producentów tradycyjnej żywności w Polsce przedsiębiorstwa korzystające z certyfikatu „Jakość Tradycja" stanowiły 35% próby, co potwierdza praktyczne znaczenie tego systemu wśród wytwórców żywności tradycyjnej[46].

Tabela 2.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu „Jakość Tradycja"

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności; uznany decyzją MRiRW z 12 czerwca 2007 r.; system prowadzony przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw RP.
Co jest certyfikowane?	Zgodność procesu produkcji produktu ze specyfikacją; system dotyczy produktów rolnych, środków spożywczych i napojów spirytusowych.

45 M. Grębowiec, *Produkty regionalne i tradycyjne jako element budowania konkurencyjnej oferty produktów żywnościowych w Polsce i innych krajach Europy*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie – Problemy Rolnictwa Światowego" 2017, t. 17, s. 73, DOI: 10.22630/PRS.2017.17.2.73.

46 D. Jakubowska, T. Wierzejski, W. Lewicki, *Perception of Food Quality Labels: An Empirical Analysis Among Traditional Food Producers in Poland*, „European Research Studies Journa"" 2021, t. XXIV, s. 247, DOI: 10.35808/ersj/2447.

Tabela 2.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu „Jakość Tradycja" (cd.)

Najważniejsze wymagania	Tradycyjny skład lub tradycyjny sposób wytwarzania; szczególna jakość lub reputacja; identyfikowalne surowce; co najmniej 50-letnia historia wytwarzania.
Kontrola i audyty	Certyfikacja przez akredytowaną jednostkę; kontrola zgodności procesu produkcji ze specyfikacją; producent przed rozpoczęciem posługiwania się znakiem powinien posiadać certyfikat zgodności; prawo do używania znaku może zostać udzielone na okres roku, 2 albo 3 lat, z możliwością przedłużenia. Kapituła może określać częstotliwość i zakres kontroli.
Koszty i znaczenie praktyczne	Opłata za prawo używania znaku obejmuje: 100 zł przy złożeniu wniosku, 500 zł po otrzymaniu decyzji Kapituły o przyznaniu prawa do używania znaku oraz 50 zł miesięcznie od każdego produktu objętego prawem do oznaczania znakiem. Odrębnie producent musi posiadać certyfikat zgodności wydany przez akredytowaną jednostkę certyfikującą.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Regulamin używania wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego „Jakość Tradycja", Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw RP, https://www.produktyregionalne.pl/download/regulamin_znaku.pdf (dostęp: 15.05.2026).

2.3. System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP)

System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP) należy zaliczyć do krajowych systemów jakości żywności o charakterze mieszanym. Jego standard został opracowany przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, natomiast jego funkcjonowanie zostało włączone do publicznego porządku wsparcia i nadzoru przez uznanie ministra właściwego do spraw rolnictwa. Poszczególne moduły QAFP zostały uznane decyzjami Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi jako krajowe systemy jakości żywności, przy czym chodzi w szczególności o moduły:

„Kulinarne mięso wieprzowe", „Tuszki, elementy i mięso z kurczaka i indyka" oraz „Wędliny"[47].

System gwarantowanej jakości żywności zwraca uwagę na dobrostan zwierząt, zdrowie konsumentów i jakość kulinarną mięsa. Obejmuje kulinarne mięso wieprzowe, tusze i elementy z kurczaka i indyka, a także wędliny drobiowe i wieprzowo-wołowe. Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QAFP zestawiono w tabeli poniżej.

Warto podkreślić, że badania dotyczące produktów mięsnych wskazują, iż część konsumentów jest skłonna zapłacić za mięso certyfikowane w ramach krajowych systemów jakości żywności, takich jak QAFP oraz systemy omawiane w kolejnych podrozdziałach[48].

Tabela 3.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QAFP

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności o charakterze mieszanym; opracowany przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego; poszczególne moduły QAFP zostały uznane decyzjami MRiRW jako krajowe systemy jakości żywności.
Co jest certyfikowane?	Zgodność z wymaganiami systemu QAFP w odniesieniu do określonych modułów produktowych, takich jak: wędliny, tuszki, elementy i mięso z kurczaka i indyka czy kulinarne mięso wieprzowe.
Najważniejsze wymagania	Zgodność z częścią ogólną systemu i właściwym zeszytem branżowym; identyfikowalność na każdym etapie; wdrożenie odpowiednich zasad higieny i jakości; spełnienie szczegółowych wymagań produkcyjnych i jakościowych dla danego produktu.

47 Wymagania dla Systemu QAFP – część ogólna, wyd. 6 z dnia 12.03.2021 r.; Regulamin znaku towarowego gwarancyjnego Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP, wersja z dnia 14.12.2012 r.; Zeszyty branżowe Systemu QAFP, https://znakdobregomiesa.pl/pliki-do-pobrania (dostęp: 15.05.2026).

48 Zob. A. Walaszczyk, A. Kowalska, I. Staniec, *A Survey on Willingness-to-Pay for Food Quality and Safety Cues on Packaging of Meat: a Case of Poland*, „Decision" 2023, t. 50, nr 2, DOI: 10.1007/s40622-023-00352-1.

Tabela 3.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QAFP (cd.)

Kontrola i audyty	Certyfikacja przez niezależną, akredytowaną jednostkę certyfikującą; system opiera się na inspekcjach i potwierdzaniu zgodności ze standardem; certyfikat jest ważny 12 miesięcy.
Koszty i znaczenie praktyczne	Koszty certyfikacji ponosi wnioskodawca; podstawą naliczania opłat jest cennik danej jednostki certyfikującej; system służy potwierdzaniu wysokiej i powtarzalnej jakości produktów mięsnych oraz wzmacnianiu wiarygodności komunikacji rynkowej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wymagania dla Systemu QAFP – część ogólna, wyd. 6 z 12.03.2021 r.; Regulamin znaku towarowego gwarancyjnego Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP, wersja z 14.12.2012 r.; zeszyty branżowe QAFP, https://znakdobregomiesa.pl/pliki-do-pobrania.

2.4. System Tradition And Quality (TAQ)

System Tradition And Quality (TAQ) jest najnowszym z polskich krajowych systemów jakości żywności. Jego założenia zostały opracowane przez Stowarzyszenie Polska Tradycja Smaku, natomiast jego uznanie za krajowy system jakości żywności nastąpiło na podstawie decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z 11 kwietnia 2025 r.

Jak wskazano na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa:

> System Jakości Wieprzowiny „TAQ" (Tradycja i Jakość) został stworzony w odpowiedzi na rosnące oczekiwania konsumentów poszukujących mięsa wieprzowego o wyjątkowych walorach smakowych, odżywczych i sensorycznych. System ten gwarantuje produkcję wieprzowiny wysokiej jakości, opartą na tradycji hodowlanej i rygorystycznych zasadach obejmujących cały łańcuch produkcyjny – „od pola do stołu". Jego celem jest dostarczenie konsumentom i przetwórcom surowca o stałych, pożądanych parametrach, produkowanego w sposób zrównoważony i etyczny[49].

Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu TAQ zestawiono w poniższej tabeli.

49 *System TAQ – Tradition And Quality*, [na:] „Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi", https://www.gov.pl/web/rolnictwo/system-taq---tradition-and-qualiy, (dostęp: 4.04.2026).

Tabela 4.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu TAQ

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności o charakterze mieszanym; system opracowany przez Stowarzyszenie Polska Tradycja Smaku; uznany za krajowy system jakości żywności decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z 11 kwietnia 2025 r.
Co jest certyfikowane	Produkcja objęta systemem TAQ – Tradition And Quality, ukierunkowana na mięso wieprzowe i wędliny, wytwarzane zgodnie ze specyfikacją i standardami systemu; uczestnictwo w systemie potwierdzane jest certyfikatem zgodności.
Najważniejsze wymagania	System obejmuje szczegółowe wymagania dotyczące genetyki, żywienia, dobrostanu, bioasekuracji, ograniczenia antybiotykoterapii oraz postępowania przedubojowego i poubojowego; przykładowo wymaga stosowania określonych ras świń, braku genu RYR1, zakazu pasz GMO w okresie tuczu, większej powierzchni bytowej i zakazu obcinania ogonów.
Kontrola i audyty	W publicznie dostępnych materiałach jednostek certyfikujących występują różne ujęcia okresu ważności certyfikatu TAQ. Centrum Jakości AgroEko wskazuje ważność 12 miesięcy, natomiast program certyfikacji PC-37 stosowany przez Kiwa Polska / Biuro Certyfikacji COBICO przewiduje wydanie certyfikatu na okres trzech lat. Z tego względu okres ważności certyfikatu należy odnosić do programu certyfikacji stosowanego przez daną jednostkę certyfikującą.
Koszty i znaczenie praktyczne	W publicznie dostępnych materiałach nie ma jednego urzędowego cennika certyfikacji TAQ. Jednostki certyfikujące wskazują, że koszt całorocznego procesu certyfikacji jest szacowany na podstawie zgłoszenia i zależy od rodzaju działalności, a o wysokości opłaty wnioskodawca jest informowany przed podpisaniem umowy. Praktyczne znaczenie systemu polega na tym, że ma on służyć podnoszeniu jakości mięsa wieprzowego i wędlin, ułatwiać identyfikację takich produktów na rynku oraz umożliwiać korzystanie z dodatkowych środków na działania informacyjno-promocyjne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wymagania dotyczące wieprzowiny kulinarnej i przeznaczonej do wyrobu wędlin – System TAQ, wyd. 1 z 24.01.2025 r.; Program certyfikacji nr PC-37 „System Jakości Wieprzowiny TAQ", Kiwa Polska Sp. z o.o., Biuro Certyfikacji COBICO, ważny od 31.07.2025 r.; materiały Centrum Jakości AgroEko Sp. z o.o. dotyczące procesu certyfikacji TAQ oraz cennika i opłat – w zakresie informacji o certyfikacie 12-miesięcznym oraz kosztach procesu certyfikacji.

System TAQ ma wyraźnie procesowy charakter. Nie komunikuje wyłącznie abstrakcyjnej „wysokiej jakości", lecz odnosi się do szczegółowo zdefiniowanego modelu chowu, żywienia, dobrostanu, bioasekuracji, postępowania przedubojowego i poubojowego oraz do zewnętrznego potwierdzenia zgodności. Z perspektywy praktycznej jego znaczenie polega na powiązaniu uczestnictwa w systemie z instrumentami wsparcia oraz budowaniem wiarygodności komunikacji jakościowej wobec nabywców.

2.5. System Jakości Wieprzowiny (PQS)

System Jakości Wieprzowiny (PQS) został opracowany przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS" oraz Związek „Polskie Mięso", natomiast jego uznanie za krajowy system jakości żywności nastąpiło na podstawie decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z 11 grudnia 2009 r.

Jak wskazano na stronie internetowej systemu, jest „to jeden z pierwszych w Polsce kompleksowy program wytwarzania wysokiej jakości mięsa wieprzowego", a „efektem wykorzystania w procesie produkcji wieprzowiny PQS klasycznych metod pracy hodowlanej oraz szczegółowo określonych wymogów żywieniowych jest mięso o niskiej zawartości tłuszczu, którego przetwarzanie nie wymaga stosowania sztucznych dodatków czy barwników. Produkty opatrzone certyfikatem PQS charakteryzują się powtarzalną wysoką jakością, weryfikowaną podczas regularnych, dwuetapowych kontroli"[50].

Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu PQS zestawiono w poniższej tabeli.

50 *Wieprzowina PQS – Założenia*, [na:] http://wieprzowinapqs.pl/system-pqs/zalozeni (dostęp: 4.04.2026).

Tabela 5.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu PQS (Pork Quality System)

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności o charakterze mieszanym; system opracowany przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS" oraz Związek „Polskie Mięso"; uznany decyzją MRiRW z 11 grudnia 2009 r.
Co jest certyfikowane	Produkcja i jakość mięsa wieprzowego w ramach Systemu Jakości Wieprzowiny PQS; system obejmuje producentów żywca wieprzowego i producentów prosiąt, a jego celem jest uzyskanie chudego, nieprzetłuszczonego mięsa o określonych parametrach jakościowych.
Najważniejsze wymagania	Zwierzęta wolne od genu wrażliwości na stres RYR1T(nn), stosowanie właściwych ras i mieszańców, ubój tuczników przy masie ok. 120 kg (+/- 15 kg), żywienie zbilansowane i dwufazowe, wdrożenie planu ograniczenia stosowania przeciwdrobnoustrojowych weterynaryjnych produktów leczniczych oraz zapewnienie identyfikowalności na etapie hodowli, chowu, transportu, uboju, rozbioru i pakowania.
Kontrola i audyty	System opiera się na samokontroli oraz niezależnej kontroli prowadzonej przez jednostkę kontrolującą i certyfikującą; uczestnicy dobrowolnie poddają się kontroli zgodności z wymaganiami systemu. Dokumenty z przeprowadzonej samokontroli muszą być przechowywane przez co najmniej 3 lata, chyba że przepisy szczególne wymagają dłuższego okresu.
Koszty i znaczenie praktyczne	Brak jednego urzędowego cennika całego systemu; koszty zależą od wybranej jednostki certyfikującej, przy czym publicznie dostępny cennik jednej z nich przewiduje odrębne stawki dla hodowli oraz dla uboju lub przetwórstwa; praktyczne znaczenie systemu polega na standaryzacji jakości wieprzowiny, zwiększaniu identyfikowalności i potwierdzaniu ponadstandardowych parametrów mięsa.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wymagania Systemu PQS 2025, https://eco2cert.pl/wp-content/uploads/2025/11/Wymagania_Systemu_PQS_2025.pdf; Regulamin znaku towarowego gwarancyjnego Systemu Jakości Wieprzowiny PQS – przetwórstwo, https://polsus.pl/images/pqs/Regulamin_znaku_towarowego_PQS_przetw%C3%B3rstwo.pdf; Polskie Mięso, System Jakości Wieprzowiny PQS – ubój i przetwórstwo, https://polskie-mieso.pl/wp-content/uploads/2020/10/KT-PQS-UIP.pdf (dostęp: 18.06.2026).

Wspólny znak towarowy gwarancyjny (logo PQS) powstał w celach marketingowych i informacyjnych, przy czym celem systemu jest w istocie poprawa konkurencyjności europejskiego rolnictwa przez zapewnienie ponadstandardowej jakości produktu, wykraczającego swoimi cechami ponad obowiązujące minimalne wymagania jakościowe[51].

2.6. System Quality Meat Program (QMP)

System Quality Meat Program (QMP) został opracowany przez środowisko branżowe, natomiast jego uznanie za krajowy system jakości żywności nastąpiło na podstawie decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z 20 października 2008 r.[52]

Jak wskazano na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa:

> System QMP jest krajowym system jakości żywności, który obejmuje swoimi standardami praktycznie cały proces produkcji wołowiny, a w szczególności wzmacnia zaufanie pomiędzy poszczególnymi podmiotami uczestniczącymi w łańcuchu dostaw.
>
> W ramach systemu certyfikowane są poszczególne obszary łańcucha dostaw wołowiny, począwszy od produkcji żywca wołowego, poprzez produkcję i dostawców pasz, transport, a na przetwórcach kończąc.

Najważniejsze elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QMP zestawiono w poniższej tabeli.

W wymaganiach dla systemu QMP podkreśla się jego funkcje w standaryzacji jakości wołowiny, wzmacnianiu zaufania pomiędzy uczestnikami łańcucha dostaw oraz zapewnianiu identyfikowalności[53].

---

51 T. Blicharski, A. Hammermeister, A. Warda, *Kompleksowy system wytwarzania wysokiej jakości wieprzowiny – PQS (Pork Quality System) – współpraca hodowców, producentów i przetwórców*, „Przegląd Hodowlany" 2010, nr 11, s. 11.

52 Wymagania dla Systemu QMP – część ogólna, wyd. VI.1 z dnia 1.04.2024 r., https://qmpsystem.eu/wp-content/uploads/2024/04/QMP_WymaganiaOgolne_VI1.pdf; Standardy Systemu QMP, wyd. VII z dnia 23.11.2023 r., https://pzpbm.pl/wp-content/uploads/2023/11/Standardy-QMP_Wydanie-VII.pdf (dostęp: 15.05.2026).

53 Ibidem.

Tabela 6.
Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QMP (Quality Meat Program)

Charakter i status systemu	Krajowy system jakości żywności o charakterze mieszanym; administrowany przez Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego; uznany decyzją MRiRW z 20 października 2008 r.
Co jest certyfikowane?	Produkcja żywca wołowego, przetwórstwo pasz, transport zwierząt i przetwórstwo mięsa w ramach systemu QMP; system obejmuje praktycznie cały proces produkcji wołowiny
Najważniejsze wymagania	Zgodność z częścią ogólną i standardami systemu; identyfikowalność partii zwierząt i produktów; spełnienie wymagań dotyczących zdrowia i dobrostanu zwierząt, jakości żywności, GAP i GMP
Kontrola i audyty	Certyfikacja przez niezależną jednostkę certyfikującą akredytowaną zgodnie z PN-EN ISO/IEC 17065; system przewiduje środki w przypadku niezgodności, w tym zawieszenie certyfikatu w części lub całości, odmowę wydania certyfikatu, cofnięcie albo ograniczenie certyfikatu oraz zakończenie certyfikacji
Koszty i znaczenie praktyczne	Koszty kontroli ponosi uczestnik systemu zgodnie z cennikiem jednostki certyfikującej, w tym koszty badań laboratoryjnych. Dodatkowo składka na rzecz Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego, jako administratora systemu QMP, wynosi 9,50 zł + VAT od sztuki bydła na certyfikacie QMP[54]. Praktyczne znaczenie systemu polega na standaryzacji jakości wołowiny, budowaniu zaufania w łańcuchu dostaw i wzmacnianiu przewagi konkurencyjnej polskiej wołowiny

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wymagania dla Systemu QMP – część ogólna, wyd. VI.1 z 1.04.2024 r., https://qmpsystem.eu/wp-content/uploads/2024/04/QMP_WymaganiaOgolne_VI1.pdf; Standardy Systemu QMP, wyd. VII z 23.11.2023 r., https://pzpbm.pl/wp-content/uploads/2023/11/Standardy-QMP_Wydanie-VII.pdf; Regulamin wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego „QMP System", https://qmpsystem.eu/wp-content/uploads/2023/11/Regulamin-znaku-System-QMP_rasy-miesne_mleczne.pdf (dostęp: 15.05.2026).

54 Zgodnie z informacją zamieszczoną na oficjalnej stronie internetowej systemu taka wysokość składki obowiązuje od 15 października 2023 r.

3. Standardy prywatne i branżowe

Obok systemów publicznoprawnych Unii Europejskiej oraz krajowych systemów jakości żywności istotne miejsce w praktyce obrotu zajmują standardy prywatne i branżowe. Nie stanowią one źródła prawa powszechnie obowiązującego, jednak ich znaczenie rynkowe jest znaczne, ponieważ wpływają na organizację łańcucha dostaw, warunki dostępu do rynku, sposób dokumentowania zgodności oraz zakres wymagań stawianych producentom i przetwórcom. Z tego względu analiza mapy certyfikacji i znakowania żywności byłaby niepełna, gdyby ograniczyć ją wyłącznie do rozwiązań ustanowionych lub uznanych przez prawodawcę publicznego.

W tej części konieczne jest zatem uchwycenie specyfiki standardów tworzonych przez organizacje branżowe, właścicieli schematów certyfikacyjnych, sieci handlowe oraz inne podmioty prywatne uczestniczące w obrocie żywnością. W odróżnieniu od systemów publicznych ich legitymizacja nie wynika bezpośrednio z aktu normatywnego, lecz z praktyki rynkowej, uznania kontraktowego oraz znaczenia, jakie przypisują im uczestnicy łańcucha dostaw i konsumenci. W konsekwencji dla ich oceny zasadnicze znaczenie mają nie tylko zakres wymagań i sposób weryfikacji zgodności, ale również ich relacja do prawa publicznego czy funkcja, którą pełnią w obrocie.



Geneza tych standardów pozostaje ściśle związana z przemianami współczesnych łańcuchów żywnościowych. Komisja Europejska odnotowała już w 2010 r., że w sektorze rolnym i spożywczym nastąpił znaczny wzrost dobrowolnych schematów certyfikacji, a spis sporządzony dla Komisji objął ponad 440 różnych systemów, z których większość powstała w poprzedniej dekadzie[55]. Określa się je ogólnym mianem *food quality and certification schemes*, które w języku polskim, jak tłumaczy Małgorzata Wiśniewska, można rozumieć jako schematy, systemy czy programy jakości i certyfikacji żywności[56]. Wskazuje się, że ich rozwój to odpowiedź na potrzebę zapewnienia jakości (*quality assurance*), będącą obecnie elementem realiów rynkowych[57].

Z drugiej strony zauważa się, że kategoria standardów prywatnych nie jest jednorodna ani pod względem instytucjonalnym, ani funkcjonalnym. Spencer Henson i John Humphrey wyróżniają standardy indywidualnych przedsiębiorstw, standardy zbiorowe krajowe oraz standardy zbiorowe międzynarodowe, a równocześnie wskazują, że prywatne standardy w łańcuchach rolno-spożywczych pełnią przede wszystkim dwie podstawowe funkcje –zarządzania ryzykiem oraz różnicowania produktu[58]. Rozróżnienie to ma znaczenie analityczne, ponieważ pozwala oddzielić schematy służące przede wszystkim porządkowaniu relacji B2B w łańcuchu dostaw od tych, które w większym stopniu uczestniczą w komunikowaniu określonych cech produktu wobec rynku.

Należy przy tym podkreślić, że standardy prywatne nie są całkowicie autonomiczne wobec porządku publicznoprawnego. Przeciwnie, w znacz-

55 Komunikat Komisji – Wytyczne UE dotyczące najlepszych praktyk dla dobrowolnych systemów certyfikacji produktów rolnych i środków spożywczych (Dz. Urz. UE C 341 z 16.12.2010, s. 5).

56 M. Wiśniewska, *(Pozornie) dobrowolne schematy certyfikacji żywności*, „Zarządzanie i Finanse" 2014, t. 1, s. 183.

57 J. Trienekens, P. Zuurbier, *Quality and Safety Standards in the Food Industry, Developments and Challenges*, „International Journal of Production Economics" 2008, nr 113, s. 120, DOI: 10.1016/j.ijpe.2007.02.020.

58 S. Henson, J. Humphrey, *Understanding the Complexities of Private Standards in Global Agri-Food Chains as They Impact Developing Countries*, „Journal of Development Studies" 2010, t. 46, nr 9, s. 1632 i 1636, DOI: 10.1080/00220381003706436.

nej części są one budowane na fundamencie wymagań prawa żywnościowego, a następnie rozwijają je w bardziej szczegółowe wymagania. Komisja Europejska w wytycznych dotyczących systemów certyfikacji podkreśliła, że takie schematy nie powinny zastępować wymogów prawnych, lecz jasno określać swój zakres, cele i relację do obowiązków wynikających z prawa[59].

Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (*Food and Agriculture Organization* – FAO) wskazuje, że prywatne standardy bezpieczeństwa żywności odgrywają coraz ważniejszą rolę w określaniu dostępu do rynku w handlu międzynarodowym[60]. Ponadto w literaturze dostrzega się, że silna presja rynkowa oraz wymagania odbiorców instytucjonalnych czynią z nich podejścia *de facto* obowiązkowe[61]. Akceptacja norm prywatnych wpływa na dostęp do rynku, a sieci handlowe oraz odbiorcy profesjonalni wykorzystują je jako narzędzie zarządzania dostawcami i ograniczania ryzyka. Wskazuje się także, że prywatne standardy jakości i bezpieczeństwa żywności stały się dominującą formą zarządzania bezpieczeństwem w łańcuchach zorientowanych na wymagających odbiorców, zwłaszcza w handlu detalicznym[62]. Z tego względu standardy te bywają ujmowane jako element tzw. prywatnego prawa żywnościowego[63].

Należy przy tym podkreślić, że nie wszystkie standardy prywatne należy ujmować wyłącznie jako instrumenty technicznego nadzoru nad dostawą. Część z nich ma charakter co do zasady „niewidoczny" z punktu widzenia konsumenta, ponieważ funkcjonuje głównie jako warunek

59 Wytyczne dotyczące systemów certyfikacji, s. 8.

60 *Food Safety and Quality: Private Food Standards* [na:] https://www.fao.org/food/food-safety-quality/a-z-index/private-food-standards0/n, (dostęp: 5.04.2026).

61 M. Wiśniewska, *(Pozornie) dobrowolne schematy certyfikacji żywności*..., s. 183.

62 M. Ait Hou, C. Grazia, G. Malorgio, *Food safety standards and international supply chain organization: A case study of the Moroccan fruit and vegetable exports*, „Food Control" 2015, s. 198. DOI: 10.1016/j.foodcont.2015.02.098.

63 Zob. B. van der Meulen (red.), *Private Food Law: Governing Food Chains Through Contract Law, Self-regulation, Private Standards, Audits and Certification Schemes* [w:] *Private Food Law*, Wageningen Academic, Wageningec 2011.

współpracy w relacjach B2B. Inne są natomiast komunikowane bezpośrednio na produkcie lub opakowaniu i pełnią funkcję sygnału jakości, zrównoważenia, pochodzenia albo etycznych warunków produkcji. W tym sensie standardy prywatne mogą jednocześnie organizować relacje w łańcuchu dostaw oraz redukować asymetrię informacji po stronie nabywcy końcowego[64].

Nie sposób jednak pominąć kwestii problemowych związanych z tą kategorią standardów. Tomasz Srogosz zauważa, że:

> Rosnące znaczenie norm prywatnych w zakresie bezpieczeństwa żywności dostrzeżone zostało podczas dyskusji w ramach WTO [Światowej Organizacji Handlu (World Trade Organization) – autorzy]. Do negatywnych cech standardów prywatnych zaliczono między innymi: multiplikację norm, odstępowanie od standardów Kodeksu Żywnościowego, brak naukowych podstaw, brak przejrzystości oraz dysproporcję w odniesieniu do skutków w stosunku do drobnych rolników. [...] Podobna debata odbyła się w Komisji Kodeksu Żywnościowego, gdzie zwrócono uwagę na następujące mankamenty standardów prywatnych: trudność w ich implementacji, brak oparcia na naukowych podstawach, brak transparentności podczas ich opracowywania, brak procedur rozstrzygania sporów dotyczących tych standardów; wprowadzanie w błąd konsumentów co do ich większego bezpieczeństwa w porównaniu ze standardami publicznymi. Podkreślono, że podstawą dla międzynarodowego handlu żywnością powinny nadal pozostawać standardy wypracowane przez uznane w ramach WTO instytucje międzyrządowe, a nie normy prywatne. Te pierwsze rozwijane są na podstawie wiedzy naukowej, w procesie decyzyjnym opartym na transparentności[65].

Mając na uwadze powyższe, standardy prywatne i branżowe należy rozumieć jako instrumenty prywatnego zarządzania łańcuchem żywno-

64 Zob. S. Henson, J. Humphrey, *Understanding the Complexities of Private Standards in Global Agri-Food Chains as They Impact Developing Countries*..., op. cit.; J. Kaczorowska et al., *Certification Labels in Shaping Perception of Food Quality – Insights from Polish and Belgian Urban Consumers*, „Sustainability" 2021, nr 13, r 2; K. Rejman i in., *How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates?*, „Foods" 2023, t. 12, nr, DOI: 10.3390/foods12234215.

65 Ekspertyza przygotowana na zlecenie autorów opracowania. Zob. też T. Srogosz, *Globalne zarządzanie bezpieczeństwem żywności: aspekty prawne*, Warszawa 2022, s. 227–228.

ściowym, usytuowane pomiędzy publicznoprawnym minimum regulacyjnym a kontraktowym porządkiem wymagań formułowanych przez uczestników rynku. Ich praktyczna doniosłość rynkowa może być bardzo wysoka, ponieważ wpływają na dostęp do rynku, rozkład kosztów zgodności, sposób organizacji audytu oraz pozycję negocjacyjną podmiotów w łańcuchu dostaw. Ich funkcje nie ograniczają się przy tym do kontroli bezpieczeństwa żywności, lecz obejmują również standaryzację procesów, zarządzanie ryzykiem, różnicowanie produktu oraz – w niektórych przypadkach – komunikowanie określonych cech wobec konsumenta finalnego.

3.2. Relacja standardów prywatnych do prawa publicznego i wymagań ustawowych

Relacja standardów prywatnych do prawa publicznego nie ma charakteru konkurencyjnego, lecz co do zasady jest komplementarna. Standardy prywatne i branżowe nie stanowią źródła prawa powszechnie obowiązującego, nie mogą zastępować wymagań ustawowych ani zwalniać przedsiębiorcy z obowiązków wynikających z prawa żywnościowego. Dotyczy to zarówno standardów o charakterze technicznym i audytowym, służących przede wszystkim organizacji zgodności, identyfikowalności i zarządzaniu ryzykiem w łańcuchu dostaw, jak i takich certyfikatów oraz oznaczeń, które są eksponowane bezpośrednio wobec konsumenta i pełnią dodatkowo funkcję informacyjną oraz marketingową. W pierwszym przypadku relacja z prawem publicznym ujawnia się przede wszystkim na poziomie operacyjnego rozwijania, uszczegóławiania i audytowego porządkowania wymagań wynikających z norm publicznoprawnych, zwłaszcza w obszarze higieny, bezpieczeństwa żywności, identyfikowalności oraz organizacji nadzoru wewnętrznego. W drugim przypadku znaczenie prawne standardu prywatnego wykracza poza sferę organizacji łańcucha dostaw, ponieważ oznaczenie zaczyna funkcjonować również jako element komunikacji rynkowej kierowanej do nabywcy końcowego.

W przypadku standardów i certyfikatów o bardziej „konsumenckim" charakterze relacja z prawem publicznym występuje w szczególności na poziomie dopuszczalności i rzetelności komunikacji rynkowej. Problematyka ta została jednak omówiona już w rozdziale pierwszym opracowania, w szczególności w podrozdziałach dotyczących obowiązkowych i dobrowolnych informacji na temat żywności, rozróżnienia między certyfikacją, deklaracjami własnymi i znakowaniem, a także legalności komunikacji rynkowej, w tym zakazu wprowadzania w błąd. W tym miejscu wystarczy zatem zaznaczyć, że także standardy prywatne komunikowane wobec konsumenta funkcjonują wyłącznie w granicach wyznaczonych przez te reguły.

Niemniej jednak dla wszystkich standardów prywatnych i branżowych punktem wyjścia pozostaje ogólny reżim prawa żywnościowego UE – w szczególności rozporządzenie nr 178/2002, które ustanawia ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego. Art. 14 ust. 1 tego aktu stanowi, że żaden niebezpieczny środek spożywczy nie może być wprowadzany na rynek. Art. 17 ust. 1 przesądza, że podmioty prowadzące przedsiębiorstwo spożywcze i podmioty działające na rynku pasz zapewniają – na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji w przedsiębiorstwach będących pod ich kontrolą – zgodność tej żywności lub pasz z wymogami prawa żywnościowego właściwymi dla ich działalności i kontrolowanie przestrzegania tych wymogów. Z kolei art. 18 wprowadza wymóg „możliwości śledzenia" żywności, pasz, zwierząt hodowlanych oraz wszelkich substancji przeznaczonych do dodania do żywności lub pasz albo takich, które można do nich dodać, na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji. Przepis ten nakłada zarazem obowiązek utworzenia systemów i procedur umożliwiających identyfikację dostawców i odbiorców oraz przekazanie tych informacji na żądanie właściwych władz. Oznacza to, że jeszcze przed wejściem w zakres jakiegokolwiek standardu prywatnego podmiot prowadzący przedsiębiorstwo spożywcze jest już związany publicznoprawnym obowiązkiem zapewnienia zgodności żywności z wymogami prawa żywnościowego oraz zapewnienia możliwości śledzenia.

Drugą zasadniczą płaszczyznę regulacji stanowi rozporządzenie w sprawie higieny środków spożywczych[66]. Nakłada ono na przedsiębiorstwa sektora spożywczego obowiązek przestrzegania wymogów higieny oraz ustanowienia, wykonania i utrzymywania stałej procedury lub procedur na podstawie zasad HACCP[67]. Zgodnie z art. 5 ust. 2 tego rozporządzenia zasady HACCP obejmują: określanie wszelkich zagrożeń, którym należy zapobiec, wyeliminować lub ograniczyć do akceptowalnych poziomów; określanie krytycznych punktów kontroli; ustanowienie limitów krytycznych; ustanowienie i wprowadzenie w życie skutecznych procedur monitorowania; ustanowienie działań naprawczych; ustanowienie procedur służących sprawdzeniu skuteczności przyjętych środków; oraz ustanowienie dokumentów i archiwów proporcjonalnych do charakteru i rozmiaru przedsiębiorstwa sektora spożywczego. W konsekwencji HACCP nie powinien być ujmowany jako rozwiązanie fakultatywne ani jako dodatkowa „opcja jakościowa", lecz jako element minimalnego ustawowego modelu organizacji bezpieczeństwa żywności.

W tym kontekście ujawnia się istotna funkcja wielu standardów prywatnych. Nie tworzą one od podstaw nowego porządku bezpieczeństwa żywności, lecz nadbudowują się nad wymogami ustawowymi i przekładają je na bardziej szczegółowe wymagania organizacyjne, proceduralne i audytowe. Ich rola polega zatem nie na zastąpieniu prawa publicznego, lecz na jego rynkowym uszczegółowieniu. Odbiorca profesjonalny nie poprzestaje bowiem na samym założeniu, że dostawca przestrzega prawa, lecz oczekuje wykazania tego faktu w określonej, sformalizowanej i audytowalnej formie. Z tej perspektywy wyraźnie widać także zasadniczą różnicę między prawem publicznym a standardem prywatnym

66 Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 139 z 30.04.2004, s. 1; polskie wydanie specjalne: rozdział 13, t. 034, s. 319–337, z późn. zm.).

67 System analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (z ang. *Hazard Analysis and Critical Control Points*).

w zakresie mechanizmu ich obowiązywania i egzekwowania. Prawo publiczne jest wykonywane przez organy urzędowej kontroli żywności i zobowiązuje wszystkich uczestników rynku. Standard prywatny wiąże natomiast tylko tych przedsiębiorców, którzy dobrowolnie do niego przystępują albo zostają do tego pośrednio zobowiązani przez realia rynkowe i wymagania odbiorców.

Z perspektywy producenta żywności skutkiem tego dualizmu norm jest kumulacja obowiązków. Musi on równocześnie spełniać wymagania ustawowe i – jeżeli chce współpracować z określonymi odbiorcami – podporządkować się dodatkowym standardom prywatnym[68]. W literaturze światowej wskazuje się, że prywatne standardy mogą przynosić korzyści organizacyjne i ułatwiać harmonizację jakości, ale zarazem generują koszty wdrożenia, audytów i dokumentacji[69], a przy nadmiernej proliferacji[70] mogą prowadzić do fragmentacji rynku i marginalizowania słabszych uczestników łańcucha dostaw[71].

Podsumowując, standardy prywatne i branżowe funkcjonują wobec prawa publicznego w relacji komplementarnej. Nie zastępują one wymagań ustawowych, lecz albo uszczegóławiają sposób ich operacyjnego wdrażania w łańcuchu dostaw, albo – gdy są komunikowane wobec konsumenta – działają dodatkowo w granicach reguł rzetelnej i niewprowadzającej w błąd informacji rynkowej.

---

68 W tym kontekście istotną rolę pełni Global Food Safety Initiative. Zob. *GFSI-Recognised Certification Programme Owners*, [na:] „MyGFSI", https://mygfsi.com/how-to-implement/recognition/certification-programme-owner, (dostęp: 6.04.2026).

69 Zob. L. Jacxsenl.i in., *Opinions on Fresh Produce Food Safety and Quality Standards by Fresh Produce Supply Chain Experts from the Global South and North*, „Journal of Food Protection" 2015, t. 78, nr 10, DOI: 10.4315/0362-028X.JFP-14-537.

70 Zob. J. Trienekens, P. Zuurbier, *Quality and Safety Standards in the Food Industry...*

71 Zob. L. Jacxsens i in., *Opinions on Fresh Produce Food Safety...*

3.3. Najważniejsze standardy prywatne i branżowe w certyfikacji żywności oraz ich znaczenie praktyczne i ograniczenia

W praktyce obrotu żywnością szczególne znaczenie mają przede wszystkim te standardy prywatne i branżowe, które zostały szeroko zaakceptowane przez detalistów, importerów oraz dużych odbiorców przemysłowych jako język zgodności w relacjach B2B. W segmencie produkcji pierwotnej istotną rolę odgrywa GLOBALG.A.P. Integrated Farm Assurance, ukierunkowany na odpowiedzialne praktyki rolnicze na poziomie produkcji podstawowej, obejmujące między innymi bezpieczeństwo żywności, identyfikowalność, środowisko oraz kwestie zdrowia, bezpieczeństwa i dobrostanu pracowników[72].

W segmencie przetwórstwa żywności szczególnie ugruntowane znaczenie mają BRCGS Food Safety, IFS Food oraz FSSC 22000, które – mimo różnic konstrukcyjnych – pełnią zbliżoną funkcję praktyczną jako główne prywatne schematy certyfikacji systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności w przetwórstwie[73]. Ich wspólny rdzeń obejmuje wymagania dotyczące bezpieczeństwa żywności, jakości i integralności produktu, zgodności z prawem, identyfikowalności oraz audytowalnych procedur organizacyjnych. BRCGS i IFS są przy tym silniej związane z praktyką audytu produktu i procesu oraz z oczekiwaniami detalistów[74], natomiast FSSC 22000 ma bardziej systemowy charakter,

72 Zob. *Smarm Fare Assurancs Solutions*, [na:] „GLOBALG.A.P.", https://www.globalgap.org, (dostęp: 7.04.2026).

73 Zob. I. Djekic, N. Smigic, *Revisiting Key Performance Indicators That Evaluate Food Safety Management Systems: A Short Review*, „Foods" 2025, t. 14, nr 21, DOI: 10.3390/foods14213742, s. 2. Autorzy określają je jako „major food safety standards".

74 W przypadku BRCGS detaliczny rodowód standardu wynika z tego, że BRCGS powstało w 1996 r., kiedy British Retail Consortium opracowało standard żywnościowy; IFS z kolei jest *joint venture* francuskiej i niemieckiej organizacji detalicznej, a sam IFS Food pozostaje standardem, który ocenia produkty i procesy produkcyjne. Uzasadnia to tezę o silniejszym związku obu schematów z praktyką audytową detalistów i oceną produktu oraz procesu. *About IFS*,

oparty na architekturze ISO[75]. Odrębne miejsce zajmuje GFSI, które nie jest standardem certyfikacyjnym *sensu stricto*, lecz mechanizmem benchmarkingu i uznawania programów certyfikacyjnych[76].

Obok schematów dominujących w relacjach B2B funkcjonują oznaczenia, których ciężar praktyczny ujawnia się przede wszystkim na poziomie komunikacji z konsumentem. Do najbardziej widocznych i międzynarodowo rozpowszechnionych oznaczeń tego rodzaju należą w szczególności Fairtrade, Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC) oraz Rainforest Alliance[77]. Dobór ten znajduje oparcie zarówno w literaturze, jak i danych instytucjonalnych świadczących o znacznej skali ich obecności rynkowej[78]. Fairtrade komunikuje przede wszystkim wymiar etyczno-społeczny handlu, MSC od-

[na:] „IFS Database", https://www.ifs-certification.com/en/about-ifs, (dostęp: 7.04.2026); *Brand Owners*, [na:] „BRCGS", https://www.brcgs.com/brand-owner, (dostęp: 7.04.2026).

75 FSSC 22000 Foundation wskazuje, że schemat jest „aligned with the ISO Management System approach", a także „based on ISO standards like ISO 22000". To dobrze oddaje jego bardziej systemowy, zarządczy charakter na tle BRCGS i IFS. *Delivering Trust and Impact for Global Food Safety* [na:] „FSSC", https://www.fssc.com/fssc-22000, 6 maja 2026 r., (dostęp: 7.04.2026).

76 GFSI samo formułuje swoją rolę przez hasła „Once certified, recognised everywhere" oraz „passport to the global market". Oznacza to, że nie jest ono kolejnym standardem certyfikacyjnym, lecz mechanizmem benchmarkingu i uznawania programów certyfikacyjnych. *GFSI-Recognised Certification Programme Owners*, [na:] „MyGFSI", https://mygfsi.com/how-to-implement/recognition/certification-programme-owner, (dostęp: 7.04.2026).

77 Fairtrade i Rainforest Alliance są wskazywane jako „more well-known VSS". Zob. S. Köhler, S. Bager, M. Pizzol, *Sustainability Standards and Blockchain in Agro-food Supply Chains: Synergies and Conflicts*, „Technological Forecasting and Social Change" 2022, t. 185, s. 2, DOI: 10.1016/j.techfore.2022.1220 2; Rainforest Alliance, Fairtrade, Forest Stewardship Council (FSC) i Marine Stewardship Council (MSC) są wskazywane jako „prominent eco-labels". Zob. E. Nadar, M.S. Ertürk, *Eco-design of Eco-labels with Coarse Grades*, „Omega" 2021, t. 99, s. 1, DOI: 10.1016/j.omega.2020.1022 1.

78 Zob. E. Sanye Mengual.i in., *Sustainability Labelling in the EU Food Sector: Current Status and Coverage of Sustainability Aspects*, „Publications Office of the European Union" 2024, DOI: 10.2760/90191.

nosi się do zrównoważonego rybołówstwa dzikich zasobów, ASC do odpowiedzialnej akwakultury, natomiast Rainforest Alliance do praktyk środowiskowych i społecznych w łańcuchach takich surowców, jak kawa, herbata, kakao czy banany. Badania prowadzone w Europie wskazują zarazem, że oznaczenia te mogą wpływać na postrzeganą jakość produktu i zaufanie konsumenta, jednak siła tego oddziaływania pozostaje zróżnicowana i zależy między innymi od rozpoznawalności znaku oraz kategorii produktu[79].

Osobną kategorię tworzą oznaczenia bardziej segmentowe, które z perspektywy całego rynku mają mniejszy zasięg niż najbardziej rozpowszechnione międzynarodowe oznaczenia wskazane powyżej, ale dla określonych grup nabywców mogą mieć znaczenie pierwszorzędne. Dotyczy to zwłaszcza znaków odnoszących się do preferencji żywieniowych, wymogów zdrowotnych albo wymogów religijnych. Do tej grupy należą przykładowo:

- V–Label, przedstawiany przez właściciela schematu jako międzynarodowo rozpoznawalne oznaczenie dla produktów wegańskich i wegetariańskich (według danych organizacji znak ten występuje na ponad 70 000 produktów od ponad 4 800 licencjobiorców)[80];
- znak przekreślonego kłosa, stosowany w odniesieniu do produktów bezglutenowych i istotny zwłaszcza dla osób z celiakią oraz innych konsumentów wymagających ścisłej kontroli obecności glutenu (w europejskim systemie licencyjnym znak ten został przyznany ponad 23 000 produktom)[81];
- certyfikaty halal i kosher, których znaczenie rynkowe ujawnia się przede wszystkim w obrębie wspólnot religijnych oraz grup konsumentów

79 Zob. J. Kaczorowski i in., *Certification Labels in Shaping Perception of Food Quality – Insights from Polish and Belgian Urban Consumers*..., op.cit.; K. Rejman i in., *How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates?*... op.cit.

80 *Wiodący na świecie znak towarowy produktów wegańskich i wegetariańskich*, [na:] „V–Label", https://www.v-label.com/pl, 25 maja 2022 r., (dostęp: 7.04.2026).

81 *Licensed Gluten Free Products Under European Licensing System* [na:] „AOECS", https://www.aoecs.org/working-with-food/licensed-product (dostęp: 7.04.2026).

traktujących zgodność produktu z normami religijnymi jako warunek akceptowalności zakupu.

Standardy takie należy oceniać nie przez skalę ich powszechności w całym rynku, lecz przez ich doniosłość w obrębie określonych segmentów konsumenckich, dla których znak pełni funkcję nie tyle ogólnego sygnału jakości, ile wiarygodnego potwierdzenia zgodności produktu z określonym stylem życia, wymogiem zdrowotnym albo normą religijną.

Z punktu widzenia praktycznego najważniejsze standardy prywatne i branżowe pełnią zatem odmienne, ale częściowo nakładające się funkcje. Standardy dominujące w relacjach B2B redukują asymetrię informacji między dostawcą a odbiorcą profesjonalnym, porządkują audyt, identyfikowalność, reklamację i wycofanie produktu oraz wzmacniają zaufanie kontraktowe, zwłaszcza w handlu transgranicznym. Z kolei schematy kierowane do konsumentów działają przede wszystkim jako sygnały atrybutów typu *credence*, a więc takich cech produktu, których konsument nie jest w stanie samodzielnie zweryfikować przy zakupie. Literatura wskazuje jednak, że skuteczność tej funkcji ograniczają nadmiar znaków, nierówny poziom ich rozpoznawalności oraz ryzyko dezorientacji konsumenta[82].

W konsekwencji najważniejsze standardy prywatne i branżowe należy rozumieć nie jako kategorię jednolitą, lecz jako zbiór instrumentów o odmiennym ciężarze gatunkowym i odmiennych funkcjach. Rdzeń praktyki rynkowej tworzą standardy powszechnie akceptowane w relacjach B2B, takie jak GLOBALG.A.P., BRCGS, IFS Food i FSSC 22000, wspierane przez benchmarking GFSI. Obok nich funkcjonują oznaczenia bezpośrednio widoczne dla konsumenta, z których część ma szeroki,

82 Rejmal.i in. wskazują na „wide variety of certificates, leading to consumer confusion". Zob. K. Rejmal.i in., *How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates?*.it; Z kolei Langel.i in. w 2008 r., a zatem przed wprowadzeniem unijnego loga produkcji ekologicznej, wskazywali, że „the number of eco-labels enhances consumer confusion". Zob. A. Langer, M. Eisend, A. Kuß, *The Impact of Eco-Labels on Consumers: Less Information, More Confusion*, „European Advances in Consumer Research" 2008, t. 8, s. 338–308.

międzynarodowy zasięg – Fairtrade, MSC, ASC czy Rainforest Alliance – a część pozostaje bardziej segmentowa, lecz może być szczególnie istotna dla określonych grup nabywców, jak na przykład certyfikaty informujące o braku glutenu.

4. Podsumowanie

Przeprowadzone mapowanie prowadzi do wniosku, że systemy certyfikacji i znakowania żywności funkcjonujące w Polsce i Unii Europejskiej nie tworzą kategorii jednolitej ani pod względem podstaw prawnych, ani konstrukcji, przedmiotu potwierdzenia oraz znaczenia rynkowego. Wspólnym mianownikiem tych rozwiązań jest to, że służą one komunikowaniu określonych cech produktu, procesu produkcji albo organizacji łańcucha dostaw, czynią to jednak przy użyciu odmiennych mechanizmów legitymizacji, kontroli i weryfikacji. Z tego względu nie jest zasadne ujmowanie wszystkich oznaczeń jakościowych jako funkcjonalnie równorzędnych. Ich wiarygodność, zakres komunikatu oraz znaczenie dla uczestników rynku zależą bowiem od tego, kto ustanawia wymagania, kto potwierdza ich spełnienie, jaki jest stopień sformalizowania systemu oraz czy i w jakim zakresie system podlega zewnętrznemu nadzorowi.

Na tle przeprowadzonej analizy szczególnie wyraźnie rysuje się odrębność publicznoprawnych systemów unijnych. Oznaczenia geograficzne oraz GTS opierają się na normatywnie określonych przesłankach, sformalizowanej specyfikacji produktu, procedurze rejestracji i kontroli zgodności. Produkcja ekologiczna – choć ma odmienny od oznaczeń geograficznych charakter – również stanowi system silnie osadzony w prawie unijnym, w którym prawnie określone wymagania materialne zostały powiązane z certyfikacją, kontrolą oraz reglamentowanym używaniem oznaczeń. W konsekwencji systemy publiczne należy uznać za te rozwiązania, w których legitymizacja komunikatu wynika przede wszystkim z samego porządku prawnego, a nie wyłącznie z renomy właściciela standardu albo z praktyki handlowej. Z perspektywy konsumenta i rynku ich znaczenie polega na tym, że komunikowana cecha produktu

nie jest pozostawiona dowolnej interpretacji uczestników obrotu, lecz została uprzednio zdefiniowana, sformalizowana i poddana kontroli.

Odmienną pozycję zajmują krajowe systemy jakości żywności funkcjonujące w Polsce. Ich wspólną cechą jest to, że pozostają związane z instrumentami Wspólnej Polityki Rolnej oraz krajowym mechanizmem uznania, ale równocześnie w znacznej mierze opierają się na własnych, sektorowych specyfikacjach wypracowanych poza ustawodawcą. Z tego względu dominująca część tych rozwiązań ma charakter mieszany. Łączą one element prywatnej genezy standardu z publicznym uznaniem i włączeniem do systemu wsparcia. Na tle tej grupy szczególne miejsce zajmuje integrowana produkcja roślin, która ma wyraźnie publicznoprawną konstrukcję, podczas gdy systemy takie jak „Jakość Tradycja", QAFP, PQS, QMP czy TAQ opierają się na bardziej zróżnicowanych modelach organizacyjnych i sektorowych. Analiza tych systemów prowadzi do wniosku, że ich praktyczne znaczenie wykracza poza samą komunikację konsumencką, ponieważ uczestnictwo w nich może wpływać również na dostęp do instrumentów wsparcia, relacje kontraktowe oraz pozycję rynkową producenta.

Z kolei standardy prywatne i branżowe ukazują, że współczesny rynek żywności jest współkształtowany nie tylko przez normy publicznoprawne, lecz także wymagania rozwijane w obrębie łańcuchów dostaw. Ich podstawowa funkcja polega na organizowaniu zgodności, identyfikowalności, audytu i zarządzania ryzykiem, zwłaszcza w relacjach B2B. Część z nich pozostaje w zasadzie niewidoczna dla konsumenta końcowego, część natomiast przejmuje również funkcję komunikacyjną wobec rynku detalicznego. Znaczenie tych standardów jest niewątpliwie wysokie, jednak ich analiza potwierdza zarazem, że nie mogą one być utożsamiane z publicznymi systemami jakości. Nie wynikają one bowiem z prawa powszechnie obowiązującego, lecz z praktyk kontraktowych, oczekiwań odbiorców i strategii rynkowych właścicieli schematów. Ich siła opiera się zatem przede wszystkim na akceptacji rynkowej, nie zaś na normatywnym monopolu oznaczenia.

Całość przeprowadzonych ustaleń prowadzi również do wniosku, że kluczowymi kryteriami porównawczymi wszystkich analizowanych

systemów pozostają: przedmiot potwierdzenia, źródło standardu, istnienie specyfikacji, udział strony trzeciej, sposób kontroli, przejrzystość wymagań oraz stopień identyfikowalności produktu lub procesu. To właśnie te elementy decydują o tym, czy dane oznaczenie stanowi dla odbiorcy wiarygodną informację o produkcie, czy jedynie sygnał o ograniczonej wartości poznawczej. W praktyce rynkowej szczególne znaczenie ma przy tym rozróżnienie między systemami produktowymi i procesowymi, między oznaczeniami komunikującymi pochodzenie, tradycyjność lub metodę produkcji a standardami służącymi przede wszystkim organizacji bezpieczeństwa i jakości w łańcuchu dostaw.

3 Weryfikacja rynkowych potrzeb w zakresie certyfikacji żywności – wyniki badania sondażowego

Analiza systemów certyfikacji przedstawiona w poprzednich rozdziałach pozwala uchwycić ich różnorodność, uwarunkowania prawne i rynkowe oraz znaczenie dla producentów, dystrybutorów i konsumentów. Sama wiedza o dostępnych rozwiązaniach nie daje jednak pełnego obrazu – równie istotne jest to, jak certyfikaty funkcjonują w praktyce i jak są postrzegane przez różne grupy uczestników rynku. Temu właśnie poświęcony jest niniejszy rozdział, w którym zaprezentowano wyniki badania sondażowego przeprowadzonego na potrzeby opracowania.

Punktem wyjścia do realizacji badania była obserwacja praktyki rynkowej: w Polsce – podobnie jak w innych państwach Unii Europejskiej – certyfikaty i oznaczenia jakości są coraz częściej wykorzystywane w komunikacji żywności, ale ich rozpoznawalność i rzeczywista rola decyzyjna pozostają niejednoznaczne. Dotychczasowe badania skupiały się przede wszystkim na pojedynczych aspektach, takich jak znajomość certyfikatów ekologicznych czy rosnąca popularność oznaczeń związanych ze zrównoważonym rozwojem. Brakuje natomiast całościowego obrazu, który przedstawiałby też perspektywę producentów, dystrybutorów i konsumentów – a więc trzech grup odmiennie uczestniczących w łańcuchu żywnościowym.

Badanie pozwala odpowiedzieć na pytania fundamentalne dla dalszych rozważań o przyszłości certyfikacji żywności w Polsce. Po pierw-

sze, w jakim stopniu poszczególne grupy uczestników rynku znają i stosują certyfikaty? Po drugie, jakie korzyści, a jakie bariery wiążą się – z ich punktu widzenia – z uzyskiwaniem i stosowaniem oznaczeń jakości? Po trzecie, jakie są oczekiwania wobec certyfikatów, zarówno tych już funkcjonujących, jak i potencjalnie nowych, które mogłyby lepiej odpowiadać na potrzeby rynku? Wreszcie – czy istnieje przestrzeń i zapotrzebowanie na dodatkowe formy certyfikacji?

Na potrzeby opracowania przeprowadzono badania ankietowe obejmujące trzy grupy respondentów: producentów żywności, dystrybutorów oraz konsumentów. Każda z tych grup reprezentuje inną perspektywę, a zestawienie ich odpowiedzi pozwala lepiej zrozumieć mechanizmy funkcjonowania rynku. Producent patrzy na certyfikat przede wszystkim w kategoriach kosztów, wymagań i potencjalnych korzyści sprzedażowych. Dystrybutor analizuje jego znaczenie w procesach zakupowych i relacjach z dostawcami. Konsument – ostateczny odbiorca – decyduje w sklepie, czy certyfikat budzi jego zaufanie i czy stanowi czynnik wpływający na wybór produktu.



Struktura tego rozdziału obejmuje pięć zasadniczych segmentów. W pierwszej kolejności (1.) przedstawiono metodologię badania sondażowego, obejmującą dobór próby, narzędzia badawcze oraz sposób opracowania wyników. Następnie zaprezentowano wyniki badań z perspektywy producentów (2.), obejmujące znajomość i praktyczne stosowanie certyfikatów, identyfikowane korzyści i bariery oraz oczekiwania wobec systemów jakości. Kolejny podrozdział (3.) dotyczy dystrybutorów, koncentrując się na roli certyfikatów w procesach zakupowych, wymaganiach wobec dostawców, gotowości do wprowadzania nowych oznaczeń oraz ich oczekiwaniach wobec certyfikacji. W dalszej kolejności (4.) zaprezentowano wyniki z perspektywy konsumentów, obejmujące rozpoznawalność poszczególnych certyfikatów, ich wpływ na decyzje zakupowe, preferowane kryteria i wartości (takie jak ekologia, dobrostan zwierząt czy lokalność), a także oczekiwania wobec certyfikatów. Rozdział zamyka analiza porównawcza z różnych perspektyw rynkowych (5.), która porządkuje najważniejsze wnioski i przygotowuje grunt pod dyskusję prowadzoną w dalszej części opracowania.

1. Metodologia badania sondażowego

Badanie sondażowe będące podstawą rozdziału trzeciego zrealizowano w grudniu 2025 r. w formule badania ilościowego w technice CAWI (ankieta internetowa)[83]. Składało się ono z dwóch komplementarnych modułów: (1) pomiaru wśród konsumentów oraz (2) pomiaru wśród przedsiębiorców działających w łańcuchu żywnościowym (producenci i dystrybutorzy). W module konsumenckim przebadano N=1035 dorosłych mieszkańców Polski, a struktura próby odzwierciedlała populację dorosłych ankietowanych pod względem kluczowych cech społeczno-demograficznych (takich jak płeć, wiek, region, wielkość miejscowości).

W analizie wyników konsumenckich zastosowano oznaczenia różnic istotnych statystycznie w stosunku do wyniku ogółem („vs Total"), przy

83 Badanie przeprowadził Instytut Badań Pollster (https://pollster.pl).

poziomie ufności 95% (α=0,05); weryfikacja istotności dotyczyła między innymi grup wieku (18–34, 35–49, 50–64, 65+), płci oraz wielkości miejscowości zamieszkania.

Moduł biznesowy objął dwie grupy interesariuszy rynku: producentów (N=100) oraz dystrybutorów (N=60), również w ramach badania ilościowego zrealizowanego w grudniu 2025 r. W obu grupach respondentami były osoby na kluczowych stanowiskach decyzyjnych: właściciele firm, prezesi, członkowie zarządu, dyrektorzy działów oraz osoby bezpośrednio odpowiedzialne za jakość lub certyfikację żywności. W przeciwieństwie do modułu konsumenckiego (który jest opisany jako reprezentatywny dla dorosłych Polaków zgodnie ze strukturą GUS), moduł biznesowy ma charakter próby celowej o określonej strukturze, co jest standardem przy badaniach B2B o mniejszej liczebności (N=160 łącznie). Reprezentatywność tego modułu należy rozumieć przez pryzmat zróżnicowania profilu firm. Kwestionariusze dla producentów i dystrybutorów były częściowo zbieżne tematycznie (analogiczne bloki pytań dotyczące m.in. roli certyfikacji, wpływu na relacje handlowe i decyzje nabywców, a także pożądanych cech certyfikatu oraz warunków wiarygodności znaku regionalnego), co umożliwiało porównania wyników między tymi grupami tam, gdzie pytania miały analogiczną konstrukcję.

2. Wyniki badania sondażowego – perspektywa producentów

W tej części przedstawiono wyniki badania dotyczące perspektywy producentów żywności. Analiza obejmuje skalę wykorzystania certyfikacji, motywacje do wdrażania certyfikatów, postrzegane korzyści i bariery oraz oczekiwania wobec funkcjonujących i projektowanych systemów certyfikacji.

2.1. Skala i rola certyfikacji w działalności

Z przeprowadzonego badania wynika, że certyfikacja żywności odgrywa istotną rolę w działalności większości producentów. 8 na 10 badanych

producentów posiada co najmniej jeden certyfikat. Najczęściej są to oznaczenia takie jak „Produkt Polski”[84] (posiada go 32% firm), ISO 22000 (24%) czy certyfikat rolnictwa ekologicznego / żywności ekologicznej (21%). Ponad połowa producentów mających certyfikaty (57%) deklaruje ponadto, że zamierza ubiegać się o kolejne w najbliższym czasie. Świadczy to o dużej skali wykorzystania certyfikatów – są one postrzegane jako ważny element funkcjonowania na rynku. Dla kontrastu, przedsiębiorstwa, które dotąd nie wdrożyły żadnego systemu certyfikacji (ok. 20% badanych), wykazują niewielką skłonność do zmiany tej sytuacji – jedynie 19% z nich planuje certyfikować swoje produkty w przyszłości.

Producenci uważają, że posiadanie certyfikatów wpływa na szereg aspektów ich działalności. 6 na 10 badanych jest zdania, że certyfikacja ma wpływ na wybory ich partnerów handlowych (np. odbiorców hurtowych czy dystrybutorów). Jeszcze większy odsetek – około 70% – dostrzega wpływ posiadanych certyfikatów na postrzeganie jakości produktów przez konsumentów oraz decyzje zakupowe konsumentów. Innymi słowy, producenci uważają, że certyfikaty poprawiają odbiór ich produktów na rynku i przyczyniają się do zwiększenia sprzedaży. Rzeczywiście, większość (7 na 10) producentów zauważa dzięki certyfikatom takie korzyści jak wzrost sprzedaży, poprawa wizerunku marki oraz większe zaufanie klientów do produktów, a 6 na 10 wskazuje, że certyfikacja umożliwiła im wejście na nowe rynki zbytu (w tym zagraniczne). Dane te zatem potwierdzają, że certyfikacja pełni rolę narzędzia konkurencyjności – pomaga sprostać wymaganiom rynku i budować przewagę rynkową producenta.

Z perspektywy producentów wyniki te wskazują, że inwestycja w certyfikację może przynosić wymierne korzyści rynkowe. Istotna część konkurentów już korzysta z certyfikatów, a ich obecność ułatwia współpracę

84 Oznaczenie „Produkt Polski” nie jest certyfikatem w ścisłym znaczeniu, ponieważ jego stosowanie nie wymaga certyfikacji ani rejestracji. Jest to dobrowolna informacja dotycząca pochodzenia produktu, stosowana zgodnie z ustawą z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1980). W badaniu uwzględniono je ze względu na możliwy sposób postrzegania tego oznaczenia przez respondentów.

z kontrahentami i pozytywnie wpływa na postrzeganie produktów. Przedsiębiorstwo niekorzystające z certyfikacji może zatem zajmować słabszą pozycję konkurencyjną na rynku – zarówno w oczach partnerów handlowych, jak i konsumentów. Z perspektywy projektowania systemów certyfikacji istotne jest, że rozwiązania te są już szeroko zaadaptowane przez branżę spożywczą. Nowy system certyfikacji powinien uwzględniać tę wysoką bazę wyjściową – na przykład integrować się z istniejącymi standardami lub oferować wartość dodaną, która przekona także pozostałych – niezdecydowanych – producentów do wdrożenia certyfikatów.

2.2. Motywacje, korzyści i wymagania rynkowe

Producenci zostali zapytani o powody, dla których ich firmy zdecydowały się ubiegać o certyfikaty. Najczęściej wskazywane motywacje można pogrupować następująco:

- Wymagania rynku i odbiorców – ten czynnik wymieniło 40% producentów, wskazując, że certyfikaty były potrzebne, by sprostać oczekiwaniom klientów lub kontrahentów. Wielu producentów spotyka się z sytuacją, w której posiadanie określonych certyfikatów jest warunkiem podjęcia współpracy przez sieci handlowe lub dystrybutorów. Niemal połowa (44%) badanych producentów stwierdziła, że odbiorcy lub dystrybutorzy wymagają od nich posiadania konkretnych certyfikatów (najczęściej certyfikatu ekologicznego – 36%, „Produkt Polski" – 20%, czy znaku jakości Q – 16%). Certyfikacja stała się zatem pewnym wymogiem rynkowym w obrocie żywnością.
- Zwiększenie wiarygodności i zaufania – równie często (również około 40% odpowiedzi) producenci wskazywali, że certyfikat podnosi wiarygodność przedsiębiorcy w oczach kontrahentów. Jest to szczególnie ważne w relacjach B2B – posiadanie certyfikatu działa jak gwarancja jakości lub spełnienia standardów, co ułatwia nawiązywanie współpracy z nowymi partnerami i buduje profesjonalny wizerunek producenta.

- Wzrost popytu i rozszerzenie rynku zbytu – na trzecim miejscu wśród motywacji znalazło się zwiększenie popytu na produkty, co wskazało 37% respondentów. Producenci dostrzegają, że certyfikat może uczynić ich produkty bardziej atrakcyjnymi dla konsumentów, a także otworzyć drzwi do nowych kanałów dystrybucji (np. eksport, sklepy z żywnością ekologiczną). W istocie zdecydowana większość badanych później potwierdziła, że certyfikacja przełożyła się na wzrost sprzedaży oraz umożliwiła ekspansję na kolejne rynki.
- Inne korzyści biznesowe – stosunkowo rzadziej jako główną motywację podawano chęć zwiększenia marży lub ceny produktów – tylko 13% producentów wskazało „zwiększenie marży" jako powód certyfikacji. Sugeruje to, że firmy nie traktują certyfikacji przede wszystkim jako narzędzia do podnoszenia cen, lecz raczej jako inwestycję w jakość i popyt, a nie bezpośredni sposób na wyższą marżowość. Co ważne, producenci zdają sobie sprawę, że różnice w cenie między żywnością certyfikowaną a konwencjonalną wpływają na decyzje zakupowe klientów – zgodziło się z tym ponad 70% badanych. Mimo to uważają oni, że certyfikaty dają realną przewagę konkurencyjną zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym.

Należy zatem stwierdzić, że korzyści dostrzegane przez producentów z posiadania certyfikatów są wielorakie. Obejmują one: lepszy wizerunek i większe zaufanie do marki, większą lojalność i zainteresowanie klientów, a także wzrost sprzedaży i łatwiejszą ekspansję rynkową. Badani podkreślali również znaczenie certyfikatów dla spełniania wymagań formalnych i jakościowych narzucanych przez rynek. Niektórzy dystrybutorzy wymagają certyfikatów ekologicznych czy jakościowych od dostawców, co czyni certyfikację wręcz warunkiem prowadzenia działalności w niektórych segmentach rynku. W efekcie certyfikaty stały się ważnym elementem profesjonalizacji branży spożywczej.

Warto też zauważyć, że producenci są przekonani, iż certyfikaty są dostrzegane i cenione również przez konsumentów: ponad 70% zgadza się ze stwierdzeniem, że zwracają oni uwagę na oznaczenia certyfikacyjne produktów. Co więcej, praktycznie wszyscy badani uważają, że żywność z regionu Podlasia – na którym skupia się projekt – ma w oczach

rynku wizerunek produktów wysokiej jakości. Wskazuje to, że w opinii producentów wykorzystanie regionalnego charakteru (np. poprzez certyfikat regionalny) może przynieść dodatkowe korzyści marketingowe.

Wyniki badań pokazują, że motywacje do certyfikacji pozostają w znacznym stopniu zbieżne z dostrzeganymi korzyściami, co przemawia za traktowaniem certyfikacji jako narzędzia o realnym znaczeniu rynkowym. Certyfikat pomaga spełnić wymagania kontrahentów, zwiększa wiarygodność i profesjonalny wizerunek firmy oraz może przełożyć się na wzrost sprzedaży. Jednak planując certyfikację, przedsiębiorca powinien mieć na uwadze specyfikę swojego rynku docelowego – np. czy konsumenci zwracają uwagę na certyfikaty i jakie konkretnie oznaczenia cenią najbardziej. Motorem wielu producentów były wymagania odbiorców biznesowych – stąd na etapie planowania sprzedaży warto zorientować się, jakich standardów oczekują potencjalni partnerzy, aby strategicznie wybrać certyfikaty dające największą wartość.

Na tle tych ustaleń należy podkreślić, że producenci decydują się na certyfikaty wtedy, gdy widzą w tym wartość rynkową – czy to w postaci spełnienia wymagań sieci handlowych, czy zwiększenia zaufania klientów. Projektując nowy system, warto od razu podkreślić konkretne korzyści biznesowe dla producentów: np. obietnicę łatwiejszego dostępu do nowych kanałów dystrybucji, kampanie promujące certyfikowane produkty (budujące ich popyt) czy oficjalne rekomendacje instytucji publicznych zwiększające wiarygodność. Nowy certyfikat powinien odpowiadać na realne zapotrzebowanie rynkowe – np. potwierdzać cechy, których wymagają kluczowi odbiorcy (jak eksporterzy czy duże sieci sklepów) – ponieważ to zmotywuje firmy do jego uzyskania.

2.3. Bariery, koszty i ocena procesu certyfikacji

Pomimo wielu korzyści producenci dostrzegają także istotne bariery i koszty związane z procesem certyfikacji. Co prawda sama ocena obecnego systemu certyfikacji żywności w Polsce wypadła zaskakująco pozytywnie – większość ankietowanych uznała, że procedury certyfikacyjne

są czytelne i zrozumiałe (71% badanych) oraz że informacje o procedurach są łatwo dostępne (66% badanych). Ponad połowa (55%) stwierdziła nawet, że proces certyfikacji jest raczej prosty niż skomplikowany. Te deklaracje sugerują, że formalnie rzecz biorąc, system jest dobrze opisany i komunikowany przedsiębiorcom. Niemniej jednak niemal wszyscy producenci napotykają pewne trudności przy ubieganiu się o certyfikat – 93% badanych wskazało, że istnieją bariery utrudniające proces.

Do najbardziej uciążliwych barier producenci zaliczają przede wszystkim kwestie administracyjno-formalne: nadmiar wymogów dokumentacyjnych, złożoność formalnych procedur oraz długi czas trwania postępowania certyfikacyjnego. Innymi słowy, procedury kojarzą im się z biurokracją: dużą liczbą formularzy, zaświadczeń, raportów do przygotowania, skomplikowanymi przepisami do spełnienia oraz oczekiwaniem na decyzję. To właśnie tego typu czynniki zostały wymienione najczęściej jako najbardziej dokuczliwe. Co ciekawe, wśród spontanicznych wskazań barier na czele nie pojawił się bezpośredni koszt finansowy certyfikacji – zamiast tego respondenci koncentrowali się na „koszcie czasu i pracy", jaki trzeba włożyć w przejście procedury. Nie znaczy to, że koszty nie grają roli – raczej może to wynikać z faktu, że są one postrzegane jako element ogólnej uciążliwości procedur (firmy często mówią o „kosztochłonnej biurokracji", łącząc oba aspekty). Późniejsze odpowiedzi producentów wyraźnie jednak wskazują, że koszt certyfikacji jest dla nich problemem – niemal połowa widziałaby potrzebę wsparcia finansowego, a obniżenie kosztów wskazano jako główny czynnik, który zachęciłby niezdecydowanych do certyfikowania produktów.

Dodatkowym wyzwaniem wskazywanym przez producentów jest konieczność posiadania określonych certyfikatów przez wzgląd na wymagania odbiorców. Można to uznać za barierę pośrednią: producent może być zmuszony ponieść koszty i trud certyfikacji nie tylko z własnej woli, ale też pod presją kontrahenta. Ci, którzy nie spełnią wymagań, mogą wypaść z łańcucha dostaw. W ten sposób certyfikaty stają się biznesowym wymogiem, co – choć motywuje do ich zdobywania – dla niektórych (zwłaszcza mniejszych podmiotów) może być trudną do pokonania barierą wejścia (ze względu na koszty lub braki kompetencyjne).

Podsumowując ocenę procesu certyfikacji przez producentów, formalnie oceniają oni dostępność informacji i jasność procedur dobrze. Zarazem odczuwają jednak, że w praktyce procedury są czasochłonne i pracochłonne. Pewną sprzeczność tych stwierdzeń można interpretować następująco – dokumentacja może być teoretycznie zrozumiała, lecz jest jej bardzo dużo, a sam proces trwa długo, co zniechęca. Producenci mogą rozumieć, co mają zrobić, ale narzekają, że muszą zrobić zbyt wiele, by uzyskać certyfikat.

Kolejnym obszarem badania jest kwestia kosztów i wsparcia. Aż 95% producentów uważa, że potrzebne jest wsparcie instytucji publicznych lub branżowych w procesie uzyskiwania certyfikacji. Oczekiwane formy takiego wsparcia koncentrują się na:

- Pomocy finansowej – dofinansowanie lub ulgi na pokrycie kosztów uzyskania certyfikatu (wymienia to 4 na 10 producentów).
- Lepszej promocji certyfikatów – 40% wskazuje, że instytucje powinny prowadzić działania promujące certyfikaty i ich znaczenie. Dzięki temu wysiłek producentów wkładany w certyfikację opłacałby się bardziej, bo konsumenci lepiej rozumieliby i doceniali te oznaczenia.
- Prostych, zrozumiałych instrukcji dot. wymagań i procesu – kolejnych ~40% chciałoby otrzymać jasne wytyczne krok po kroku, aby łatwiej przejść procedurę. To sugeruje zapotrzebowanie na poradniki, szkolenia czy doradztwo upraszczające nawigację po systemie certyfikacji.

W odpowiedzi na pytanie, co mogłoby zachęcić firmę do certyfikowania produktów, producenci wskazali wprost pożądane zmiany w obecnym systemie. Najczęściej wymieniano: obniżenie kosztów procesu certyfikacji (43% odpowiedzi), uproszczenie procedur i formalności (33%), a także szersze informowanie konsumentów o znaczeniu certyfikatów (29%) oraz większą promocję produktów certyfikowanych (28%). Na tej podstawie można wyodrębnić trzy zasadnicze postulaty: obniżenie kosztów certyfikacji, uproszczenie procedur oraz wzmocnienie działań informacyjnych i promocyjnych. Producenci chcieliby, by certyfikacja nie była tak dużym obciążeniem finansowym i biurokratycznym, a jednocześnie by miała większe przełożenie na popyt (stąd postulat edukacji rynku i promocji).

Wyniki badania wskazują, że bez systemowych ułatwień i wsparcia dalsze rozszerzanie certyfikacji może napotykać opór. Ewentualny nowy system certyfikacji żywności powinien zostać ukształtowany w sposób ograniczający podstawowe bariery wejścia. Na podstawie uzyskanych danych można sformułować następujące wnioski praktyczne:

- Uproszczenie procedur – np. ograniczenie wymaganej dokumentacji do niezbędnego minimum, ujednolicenie formularzy, opracowanie przejrzystych wytycznych dotyczących poszczególnych etapów procedury.
- Skrócenie czasu certyfikacji – rozważenie usprawnienia procesu (np. więcej jednostek certyfikujących, lepsza koordynacja audytów) tak, by firmy nie czekały długo na decyzję.
- Wsparcie finansowe – projekt nowego certyfikatu powinien zakładać mechanizmy dofinansowania (szczególnie na etapie wdrożenia systemu), ulgi dla MŚP lub inne zachęty finansowe. Zasadne może być rozważenie modelu, w którym certyfikat na etapie wdrożeniowym byłby nieodpłatny.
- Intensywna promocja i edukacja – już na starcie nowego systemu należy przewidzieć kampanię informacyjną dla konsumentów i wsparcie promocyjne dla producentów. Dzięki temu certyfikowane produkty będą bardziej rozpoznawalne i pożądane, co zwiększy zwrot z inwestycji firm w certyfikację.

Dopiero spełnienie tych warunków może zwiększyć prawdopodobieństwo szerszej akceptacji nowego certyfikatu.

2.4. Oczekiwania wobec systemów certyfikacji

Opisując swoje doświadczenia, producenci wyrazili również oczekiwania względem idealnego systemu certyfikacji i cech, jakie powinien mieć nowy certyfikat. Z ich perspektywy najważniejsze są następujące kwestie:

- Cechy i wartości gwarantowane przez nowy certyfikat – producenci jasno wskazali, jakie atrybuty żywności lub sposobu produkcji powinny być komunikowane przez certyfikat, aby był on dla nich atrak-

cyjny i warty wdrożenia. Na pierwszym miejscu znalazła się gwarancja braku sztucznych dodatków w produkcie – 34% producentów wybrało tę cechę jako kluczową. Zaraz za nią uplasowało się lokalne pochodzenie produktu (32% wskazań). Wysoko cenione są również aspekty związane z jakością i etyką produkcji: wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności oraz uczciwe, etyczne warunki produkcji (np. fair trade, poszanowanie praw pracowników) – po około 27% wskazań. Nieco mniejsze, lecz nadal istotne znaczenie miały także walory prozdrowotne produktu (np. udokumentowane działanie prozdrowotne – 25%) oraz ekologiczne metody – niestosowanie pestycydów (24%). Poza powyższymi konkretnymi cechami producenci w wypowiedziach spontanicznych podkreślali, że bardzo ważnym elementem nowego certyfikatu byłaby jawność i czytelność informacji o procesie produkcji. Oznacza to, że chcieliby certyfikatu wiążącego się z pewną transparentnością – np. możliwością prześledzenia etapu wytwarzania produktu, weryfikowalnością deklaracji producenta itp.

- Wiarygodność i rozpoznawalność certyfikatu – z punktu widzenia producentów nowy system certyfikacji musi cieszyć się zaufaniem rynku. Badani wskazali, że o atrakcyjności certyfikatu żywności decydować będzie przede wszystkim jego rozpoznawalność oraz zaufanie konsumentów do tego typu oznaczeń. Żeby był on wiarygodny dla producentów (i by chcieli oni z niego korzystać), konsumenci muszą go znać i mu ufać. Oba czynniki – rozpoznawalność i zaufanie – są ze sobą powiązane i wskazywane przez producentów najczęściej. Trudno oczekiwać, by producent inwestował czas i pieniądze w nowy certyfikat, jeśli nikt o nim nie słyszał i klienci nie odróżniają go od dziesiątek innych logotypów. Dlatego budowanie marki certyfikatu (np. poprzez kampanie informacyjne, obecność w mediach, patronaty instytucji publicznych) jest kluczowe z perspektywy przedsiębiorców.
- Wsparcie i ułatwienia systemowe – jak wspomniano w poprzedniej sekcji, niemal wszyscy producenci oczekują pewnej formy wsparcia instytucjonalnego. W nowym systemie certyfikacji chętnie widzieliby rozwiązania, które obniżą koszty oraz uproszczą procedury uzyskania certyfikatu. Oczekiwanie jest bardzo wyraźne: obniżenie

kosztów procesu (43% wskazań) i redukcja biurokracji (33%) znacząco zwiększyłyby skłonność firm do certyfikowania swoich produktów. Producenci liczą też na szersze informowanie konsumentów o znaczeniu certyfikatów (29%) i większą promocję certyfikowanych produktów (28%), co można rozumieć jako oczekiwanie, że instytucje zaangażowane w system certyfikacji (np. samorządy, urzędy marszałkowskie, organizacje regionalne) będą aktywnie promować certyfikat i edukować społeczeństwo. Inną formą wsparcia, jakiej producent może oczekiwać, jest doradztwo – ktoś, kto przeprowadzi przez proces certyfikacji (co wiąże się z postulatem jasnych instrukcji). Możliwe, że z uznaniem ze strony przedsiębiorców spotkałoby się np. utworzenie regionalnego centrum wsparcia certyfikacji (punktu konsultacyjnego dla lokalnych firm).

Podsumowując, producenci oczekują systemu certyfikacji, który będzie dla nich użyteczny z perspektywy działalności gospodarczej. Z ich punktu widzenia pożądany model certyfikatu obejmuje rozwiązanie, które: (1) gwarantuje wartości cenione przez rynek (naturalność, lokalność, jakość, etyka), (2) jest rozpoznawalny i budzi zaufanie klientów, (3) jest dostępny na rozsądnych zasadach (kosztowo i proceduralnie) oraz (4) wspiera ich marketingowo, wykorzystując np. unikalne cechy regionu, z którego pochodzą.

Na marginesie tych rozważań należy jeszcze wskazać, że producenci dostrzegają użyteczność narzędzi informatycznych (np. automatyzacja dokumentacji, przypomnienia o terminach, generowanie raportów). Projektując nowy system, warto od razu uwzględnić platformę internetową lub aplikację wspierającą proces – taka innowacja odpowiedziałaby na potrzeby zgłaszane przez producentów (redukcja biurokracji i kosztów poprzez cyfryzację).

3. Wyniki badania sondażowego – perspektywa dystrybutorów

W tej części przedstawiono wyniki badania dotyczące perspektywy dystrybutorów żywności. Analiza koncentruje się na roli certyfikacji w obro-

cie handlowym, jej znaczeniu przy doborze dostawców i kształtowaniu oferty oraz na barierach i oczekiwaniach związanych z funkcjonowaniem systemów certyfikacji.

3.1. Skala i rola certyfikacji w działalności

Certyfikacja jest zjawiskiem powszechnym i znaczącym również z perspektywy firm zajmujących się handlem i dystrybucją żywności. Większość (8 na 10) badanych dystrybutorów współpracuje z dostawcami, którzy oferują produkty certyfikowane. Wśród certyfikatów najczęściej spotykanych dominują: „Produkt Polski" (wskazany przez 71% dystrybutorów), międzynarodowy standard BRC Food (54%), certyfikat rolnictwa ekologicznego – żywność ekologiczna (48%), a także ISO 22000 (48%). Te dane pokazują, że dystrybutorzy mają do czynienia zarówno z krajowymi oznaczeniami promocyjnymi (jak „Produkt Polski"), jak i certyfikatami globalnymi czy unijnymi (BRC, certyfikat produkcji ekologicznej).

Certyfikaty pełnią ważną rolę w działalności dystrybutorów na kilku poziomach. Po pierwsze, wpływają na politykę zaopatrzenia – jak potwierdzają badania, 68% dystrybutorów twierdzi, że posiadanie przez dostawcę certyfikowanych produktów wpływa na ich wybór dostawców i kontrahentów. Innymi słowy, dystrybutorzy chętniej nawiązują współpracę z producentami, którzy mogą przedstawić certyfikaty jakości swoich towarów. Działa tu mechanizm podobny jak w przypadku producentów: certyfikat dostawcy to dla dystrybutora gwarancja pewnego standardu i jakości, co ułatwia budowanie bezpiecznego łańcucha dostaw. Po drugie, certyfikacja jest istotna w kontakcie z konsumentami – 80% przedstawicieli firm handlowych uważa, że certyfikaty wpływają na postrzeganie jakości produktów przez konsumentów, a 68% sądzi, że oddziałują one na decyzje zakupowe klientów. Z punktu widzenia sprzedawcy detalicznego lub hurtowego posiadanie w ofercie produktów oznaczonych certyfikatami poprawia zatem wizerunek oferty i może przyciągać klientów szukających jakości. Wielu dystrybutorów dostrzega, że certyfikat stał się pewnym znakiem jakości, na który klienci

zwracają uwagę (choć, jak zobaczymy z perspektywy konsumentów, jest to prawda tylko częściowo – bardziej dotyczy to określonych segmentów konsumentów).

Po trzecie, dystrybutorzy aktywnie komunikują fakt, że sprzedają żywność certyfikowaną. Aż 90% firm, które mają certyfikowane produkty w ofercie, w jakiś sposób informuje o tym swoich odbiorców – czy to poprzez materiały marketingowe (58%), reklamę (56%), czy specjalną ekspozycję towarów (52%). Tylko jedna na dziesięć firm nie podkreśla w ogóle tego atutu. Tak silne działania marketingowe oznaczają, że dla dystrybutorów obecność certyfikatu jest atutem handlowym, który warto komunikować. Sklepy, hurtownie czy platformy sprzedażowe eksponują certyfikaty prawdopodobnie w celu zbudowania przewagi konkurencyjnej. Ten trend pokazuje, że certyfikacja stała się elementem budowania wizerunku wiarygodności i jakości oferty handlowej – przekonanie to podziela 75% badanych dystrybutorów, którzy zgadzają się, że certyfikacja żywności pomaga budować wiarygodność i jakość oferty ich firmy.

Istotnym aspektem jest również wiarygodność samych certyfikatów: 85% dystrybutorów podkreśla, że przejrzystość i kontrola procesu certyfikacji są kluczowe dla wiarygodności produktów, którymi handlują. Oznacza to, że chcą oni mieć pewność, iż certyfikat nie jest „papierowy", lecz stoi za nim realna kontrola jakości. Większość zgadza się, że obecna praktyka certyfikacji żywności w Polsce jest przejrzysta i zrozumiała. Jednocześnie zauważają różnice w wiarygodności między certyfikatami publicznymi a prywatnymi. W praktyce dystrybutorzy dokonują więc ocen, które certyfikaty są warte szczególnego uwypuklenia – bo wiedzą, że one budzą większe zaufanie, zarówno ich, jak i konsumentów.

Podsumowując, dla firm dystrybucyjnych certyfikaty są ważne zarówno na wejściu, jak i na wyjściu łańcucha dostaw: decydują o doborze dostawców i stanowią atut sprzedażowy wobec konsumentów. Są elementem strategii jakościowej firmy – pomagają w budowaniu reputacji oferowanego asortymentu jako sprawdzonego, bezpiecznego i wysokojakościowego. W perspektywie tworzenia nowego systemu trzeba pamiętać, że sukces zależy nie tylko od zainteresowania producentów, ale też od akceptacji dystrybutorów. To oni często decydują, co trafi na pół-

ki sklepowe. Jeśli uznają certyfikat za mało znaczący, mogą nie być skłonni promować certyfikowanych produktów. Dlatego nowy system musi uwzględniać potrzeby dystrybutorów: certyfikat powinien być łatwo komunikowalny i atrakcyjny marketingowo.

3.2. Motywacje, korzyści i wymagania rynkowe

Motywacje dystrybutorów do zainteresowania się produktami certyfikowanymi wynikają wprost z omawianej roli tych produktów w handlu. Można wskazać kilka głównych czynników, które zachęcają firmy dystrybucyjne do włączania certyfikowanej żywności do swojej oferty:

- Zapewnienie jakości i spełnienie standardów rynkowych – dystrybutorzy traktują certyfikaty jako gwarancję jakości dostaw. Jeśli określony segment rynku (np. sklepy ekologiczne, delikatesy premium) wymaga określonych certyfikatów na produktach, to dystrybutor, chcąc zaopatrywać ten segment, musi takie produkty pozyskać. W Polsce panuje trend zwiększonego udziału żywności certyfikowanej (choćby ekologicznej) w sprzedaży detalicznej. Dystrybutorzy dostosowują się do tego, motywując swoich dostawców do certyfikacji lub wyszukując już certyfikowanych producentów. Wymagania rynkowe w tym przypadku idą „z dołu" – od świadomych konsumentów i specjalistycznych sklepów, jak i „z góry" – od sieci handlowych, które promują np. półki z żywnością bio. Certyfikat staje się więc przepustką do pewnych kanałów sprzedaży.
- Budowanie przewagi konkurencyjnej i wizerunku – jak wspomniano, trzy czwarte dystrybutorów uważa, że certyfikacja wzmacnia wizerunek ich oferty. Motywacją jest zatem chęć odróżnienia się od konkurencji poprzez jakość. Sklepy czy hurtownie mogą komunikować: „nasza oferta to starannie wyselekcjonowane produkty ze znakami jakości", co przyciąga klientów szukających produktów premium. W ten sposób certyfikacja staje się elementem strategii marketingowej. Widoczna aktywność dystrybutorów w komunikowaniu certyfikatów (90% to robi) potwierdza, że głównym motorem jest

tu postrzegana wartość dodana dla klienta – dystrybutorzy uważają, że klienci doceniają te informacje, co przekłada się na wyniki sprzedaży.

- Zaufanie i relacje z partnerami – motywacją do pracy z certyfikowanymi dostawcami jest też pewność relacji biznesowej. Jeśli dostawca spełnił wymagania certyfikacji, to znaczy, że jest w pewien sposób zweryfikowany i prawdopodobnie bardziej wiarygodny. Wybierając kontrahentów z certyfikatami, dystrybutor minimalizuje toteż ryzyko (np. ryzyko dostarczenia produktu niespełniającego norm).

Wyniki badania pokazują też konkretne korzyści, jakie dystrybutorzy dostrzegają dzięki certyfikacji: oprócz budowania wizerunku jakości czy wpływu na wybór dostawców, zdecydowana większość zgadza się, że posiadanie certyfikatów przez dostawców wpływa na sposób prezentacji produktów w ofercie handlowej. To oznacza, że produkty certyfikowane są prawdopodobnie wyróżniane, lepiej eksponowane, być może częściej pojawiają się w promocjach lub komunikacji marketingowej sklepów. Dystrybutorzy także zdają sobie sprawę z realiów rynkowych po stronie konsumenta – większość (ponad 70%) z nich przyznaje, że różnice w cenie między żywnością certyfikowaną a niecertyfikowaną wpływają na decyzje zakupowe klientów. Wiedzą zatem, że nie każdy klient kupi droższy produkt tylko dlatego, że ma certyfikat. Mimo to fakt, że nadal inwestują w promowanie tych produktów, oznacza, że widzą dodatkowy segment rynku, który jest gotów zapłacić za jakość. Często stanowią go bardziej zamożni lub świadomi konsumenci – i dystrybutorzy chcą ten segment obsługiwać.

Jeśli chodzi o specyficzne wymagania rynkowe przekładające się na działania dystrybutorów, warto wspomnieć o produktach regionalnych. Aż 70% badanych stwierdziło, że żywność z Podlasia jest w ich działalności rozpoznawalna jako produkt o szczególnej jakości lub regionalnym charakterze. To bardzo wysoki odsetek, wskazujący na przekonanie dystrybutorów, że klienci postrzegają produkty z Podlasia jako coś wyjątkowego. Można to traktować jako wymóg rynkowy – skoro konsumenci oczekują regionalnych specjałów, dystrybutorzy starają się mieć je w ofercie. Wprowadzenie oficjalnego certyfikatu regionalnego ułatwiłoby im

zadanie, porządkując tę kategorię asortymentu pod jednolitym, rozpoznawalnym znakiem.

Z perspektywy dystrybutorów pełniejsze wykorzystanie potencjału certyfikacji wymaga śledzenia preferencji konsumentów i trendów jakościowych. Badanie sugeruje między innymi, że rośnie zainteresowanie żywnością naturalną, lokalną, ekologiczną – stąd posiadanie w ofercie produktów z takimi certyfikatami (eko, regionalnymi) może przyciągać klientów.

3.3. Bariery, koszty i ocena procesu certyfikacji

Z punktu widzenia dystrybutorów bariery w obrocie żywnością certyfikowaną dotyczą głównie kwestii rynkowych i ekonomicznych, choć w pewnym stopniu także systemowych. Prawie połowa (około 48%) ankietowanych firm dystrybucyjnych dostrzega jakieś trudności lub ograniczenia w sprzedaży/dystrybucji produktów certyfikowanych. Najczęstszą trudnością, wymienioną przez 59% spośród tej grupy dystrybutorów, są zbyt wysokie ceny produktów certyfikowanych. To zdecydowanie dominuje nad innymi przeszkodami. Wysoka cena jest naturalną konsekwencją kosztów certyfikacji i często wyższych kosztów produkcji (np produkcja ekologiczna jest droższa niż konwencjonalna). Dla dystrybutora oznacza to, że taki produkt trudniej sprzedać masowemu klientowi, a popyt jest ograniczony do bardziej zasobnych lub zmotywowanych konsumentów. Z kolei zbyt wysoka cena detaliczna przekłada się bezpośrednio na niższe obroty, co jest barierą w popularyzacji certyfikowanej żywności na rynku.

Drugim końcem spektrum jest bariera najmniej odczuwalna: dodatkowa biurokracja – wspomniało o niej jedynie 10% respondentów z grupy dostrzegającej trudności. Z punktu widzenia dystrybutora biurokracja związana z certyfikacją może oznaczać np. konieczność prowadzenia oddzielnej dokumentacji dla produktów certyfikowanych, sprawdzania ważności certyfikatów u dostawców, dodatkowych formalności przy oznaczaniu towarów itd. Najwyraźniej nie jest to powszechny problem – być może dlatego, że ciężar biurokracji spoczywa głównie na

producentach. Dla dystrybutora certyfikat to po prostu cecha produktu – dopóki producent go utrzymuje i dostarcza aktualne dokumenty, dla dystrybutora nie generuje to dużego dodatkowego wysiłku. Stąd niska uciążliwość tego aspektu.

Jeśli chodzi o ocenę obecnego systemu certyfikacji przez dystrybutorów, generalnie wypowiadają się oni pozytywnie. Jak wspomniano, większość uważa, że obecna praktyka certyfikacyjna jest przejrzysta i zrozumiała, co oznacza, że z ich perspektywy procedury nadawania certyfikatów nie są czynnikiem problematycznym. Rzadko który dystrybutor bezpośrednio styka się z procesem certyfikacji (chyba że dany przedsiębiorca prowadzi też jakiś etap produkcji). Dla niego liczy się bowiem efekt – posiadanie przez produkt certyfikatu – i raczej nie wnika on w szczegóły procesu jego uzyskania, o ile może zaufać, że system działa prawidłowo.

Głównym problemem pozostaje więc kwestia ekonomiczna – wygórowana cena certyfikowanych towarów, która ogranicza ich sprzedaż. Dlatego pytano dystrybutorów, jakie zmiany lub udogodnienia mogłyby zachęcić ich do szerszej dystrybucji certyfikowanej żywności. Odpowiedzi są spójne z identyfikacją barier: przede wszystkim postulują oni uproszczenie procedur (co zapewne ma pośrednio obniżyć koszty po stronie producentów, a docelowo cenę produktu), a w dalszej kolejności kampanie informacyjne oraz niższe ceny produktów. W praktyce uproszczenie procedur mogłoby np. zwiększyć liczbę certyfikowanych producentów (więcej podaży = większa konkurencja = niższe ceny, przynajmniej teoretycznie). Kampanie informacyjne to z kolei odpowiedź na inny problem – niewystarczającą świadomość konsumentów. Wielu klientów nie wie, dlaczego produkt z certyfikatem kosztuje więcej, lub nie rozumie, co oznacza dany znak, więc go ignoruje. W edukacji dystrybutorzy widzą zatem możliwość zwiększenia popytu (klient, który pojmie, że za certyfikatem stoi konkretna wartość, być może chętniej go kupi nawet drożej). Połowa badanych dystrybutorów wprost wskazała, że wsparcie edukacyjne i promocyjne ze strony instytucji publicznych pomogłoby w sprzedaży certyfikowanej żywności. Wynika z tego pewne oczekiwanie wobec władz – potrzebne są działania informacyjne skiero-

wane do konsumentów, wyjaśniające zalety żywności certyfikowanej. Mogłoby przyczynić się to do rozszerzenia rynku i ułatwić funkcjonowanie podmiotów uczestniczących w obrocie.

Dla podmiotów publicznych, branżowych czy konsorcjów producentów rozważających utworzenie nowego systemu certyfikacji żywności istotnym wnioskiem jest konieczność zapewnienia, aby certyfikowana żywność nie była zbyt droga dla konsumenta. Jak wspomniano wcześniej, oznacza to m.in. minimalizowanie kosztów dodatkowych po stronie producentów. Proces certyfikacji powinien być możliwie efektywny kosztowo – np. opłaty za certyfikat dopasowane do wielkości firmy czy możliwość uzyskania dofinansowania. Ponadto nowy system powinien wspierać sprzedaż certyfikowanych produktów. Dopiero w takich warunkach można bowiem oczekiwać większego zaangażowania dystrybutorów.

3.4. Oczekiwania wobec systemów certyfikacji

Perspektywa dystrybutorów pozwala sformułować szereg oczekiwań wobec przyszłych systemów certyfikacji. Część tych oczekiwań jest zbieżna z postulatami producentów, ale niektóre kładą akcent na inne aspekty, specyficzne dla działalności handlowej:

- Usprawnienia proceduralne i systemowe – dystrybutorzy liczą na to, że nowy system certyfikacji będzie łatwiejszy i bardziej przystępny dla uczestników rynku. W badaniu ponad połowa wskazała, że chcieliby uproszczenia procedur związanych z certyfikacją żywności. Chociaż formalności bezpośrednio dotykają producentów, dystrybutorzy uważają, że prostszy system zachęci więcej firm do certyfikacji, co zwiększy podaż produktów. Konkretnym oczekiwaniem jest też obniżenie kosztów – czy to poprzez bezpośrednie działania (np. niższe opłaty certyfikacyjne), czy pośrednio (poprzez uproszczenia redukujące koszty obsługi procesu). Innymi słowy, system powinien zostać zorganizowany w taki sposób, aby certyfikacja nie prowadziła do nadmiernego wzrostu ceny produktu. Na etapie projektowania systemu zasadne jest rozważenie, gdzie można zredukować koszty –

być może dzięki cyfryzacji procesu (automatyzacja = tańsza obsługa) albo dotacjom dla uczestników.

- Silna promocja i rozpoznawalność certyfikatu – tak jak producenci, dystrybutorzy podkreślają wagę rozpoznawalności. Blisko połowa uważa, że aby certyfikat żywności był atrakcyjny dla dystrybutorów, powinien być rozpoznawalny wśród konsumentów.
- W pytaniu o cechy żywności lub produkcji żywności, które powinien potwierdzać ewentualny nowy certyfikat, dystrybutorzy najczęściej wskazywali brak sztucznych dodatków (35%) oraz lokalne pochodzenie produktu (33%). Kolejne wskazania dotyczyły niestosowania pestycydów oraz wysokich standardów jakości i bezpieczeństwa żywności (po 28%), dbałości o środowisko i zrównoważonego łańcucha produkcji (po 27%) oraz uczciwych warunków handlu i pracy (25%). Wyniki te częściowo pokrywają się z perspektywą producentów, zwłaszcza w zakresie naturalności i lokalności, ale nie są w pełni tożsame. Dystrybutorzy silniej oceniają certyfikat przez pryzmat jego użyteczności handlowej i czytelności dla klientów, dlatego niższe wskazania uzyskały m.in. dobrostan zwierząt (20%) oraz jawność informacji o procesie produkcji (18%).
- Wykorzystanie regionalnych skojarzeń – dystrybutorzy relatywnie najczęściej kojarzą Podlasie z tradycją i dziedzictwem (25% spontanicznych skojarzeń) oraz dobrym, regionalnym jedzeniem. Często wskazują również naturę, rolnictwo i nieskażone tereny. Gdy zapytano wprost, które cechy charakterystyczne Podlasia mogłyby być podstawą nowego certyfikatu, największa grupa dystrybutorów wskazała naturalność oraz lokalność.
- Wsparcie publiczne w promocji – oczekiwania dystrybutorów wobec instytucji publicznych obejmują kampanie informacyjne dla konsumentów i działania promocyjne zwiększające widoczność certyfikowanej żywności. W kontekście nowego systemu oznacza to oczekiwanie aktywnej roli władz lokalnych lub centralnych w upowszechnieniu znaku. Może to obejmować m.in. targi żywności certyfikowanej, programy edukacyjne, działania medialne albo spójne oznaczenia w punktach sprzedaży. Z perspektywy dystrybutorów

system certyfikacji powinien więc nie tylko nadawać znak, lecz również wspierać popyt przez konsekwentną i wiarygodną komunikację publiczną.

Podsumowując, dystrybutorzy oczekują certyfikatu użytecznego z punktu widzenia komunikacji rynkowej i łatwego we wdrożeniu do obrotu. Ma on gwarantować to, co cenią klienci (naturalność, lokalność), być wiarygodny i znany oraz wsparty promocją, zwiększającą sprzedaż takich produktów. Jeżeli nowy system certyfikacji zostanie ukształtowany zgodnie z powyższymi oczekiwaniami, dystrybutorzy powinni być gotowi na jego wykorzystanie.

4. Wyniki badania sondażowego – perspektywa konsumentów

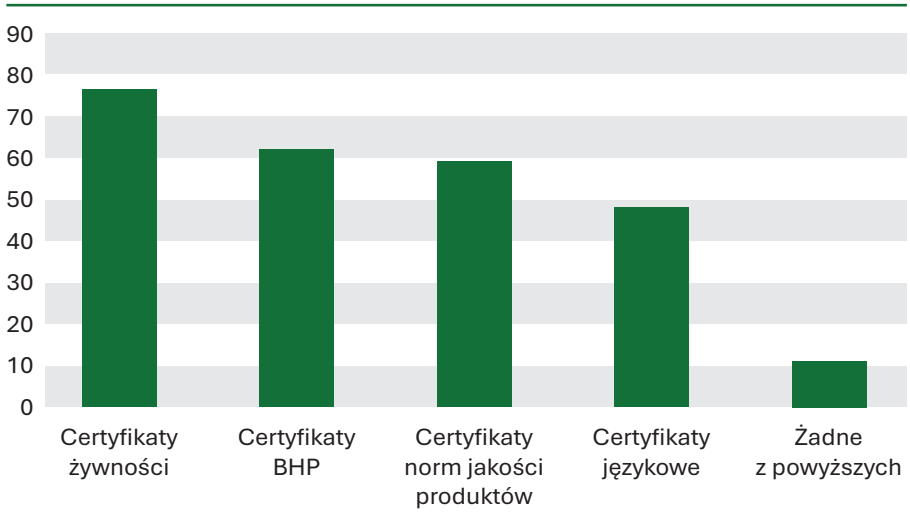
W tej części zaprezentowano wyniki badania odnoszące się do perspektywy konsumentów. Przedmiotem analizy są w szczególności poziom świadomości certyfikatów, ich wpływ na decyzje zakupowe oraz kwestie zaufania, sceptycyzmu i warunków wiarygodności oznaczeń obecnych na rynku żywności.



4.1. Świadomość i rozumienie certyfikatów

Badanie wśród polskich konsumentów ujawniło, że ogólna świadomość istnienia certyfikatów żywności jest dość wysoka, ale szczegółowa znajomość poszczególnych oznaczeń – już znacznie mniejsza. Ponad trzy czwarte ankietowanych (77%) deklaruje, że wie o istnieniu certyfikatów żywności jako takich (zob. wykres 1).

Wykres 1.
Świadomość typów certyfikatów (%)

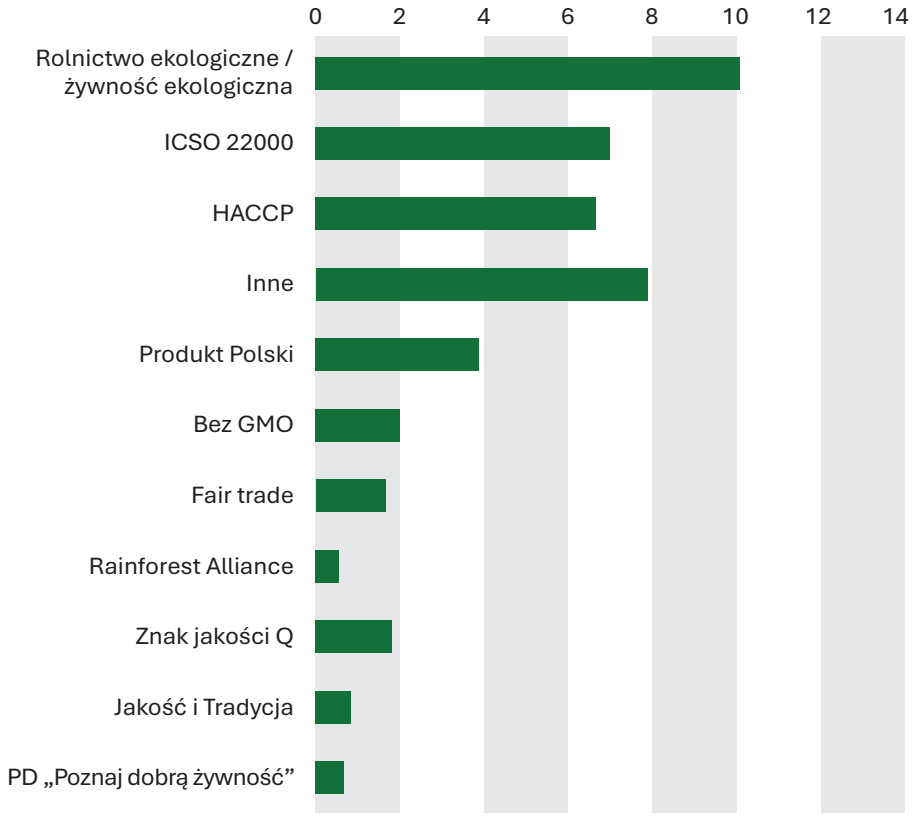


Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tables1, Table 7 „P0. O których z poniższych certyfikatów słyszałaś/słyszałeś?", kolumna TOTAL (Ogółem).

Świadomość ta jest nieco niższa w najmłodszej grupie (18–34 lata) oraz wśród najstarszych powyżej 65 lat, natomiast wyższa – w dużych miastach (powyżej 500 tys. mieszkańców). Wynik ten można wyjaśniać tym, że młodsi konsumenci mogą rzadziej identyfikować formalne oznaczenia jakościowe jako odrębną kategorię komunikatu rynkowego, a najstarsi (choć cenią jakość) mogą być mniej zorientowani w nowych oznaczeniach. Mieszkańcy wielkich aglomeracji częściej spotykają w sklepach produkty z przeróżnymi etykietami, stąd częściej kojarzą w ogóle pojęcie certyfikacji żywności.

Problem pojawia się jednak wtedy, gdy przechodzimy od świadomości ogólnej do znajomości konkretnych certyfikatów. Większość konsumentów nie potrafi spontanicznie wymienić nazwy żadnego certyfikatu (poza ogólnikami). Gdy w otwarty sposób pytano: „Czy znasz jakieś konkretne certyfikaty żywności? Jeśli tak, to jakie?", niewielu ankietowanych było w stanie podać nazwy. Większości z nich przypomnienie sobie konkretnych certyfikatów sprawiło trudność, przez co żadne z oznaczeń nie przebiło się wyraźnie do świadomości (zob. wykres 2).

Wykres 2.
Znajomość certyfikatów z nazwy (spontaniczna) (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tables1, Table 9 „P1. Czy znasz jakie konkretne certyfikaty żywności?", kolumna TOTAL.

Stosunkowo najczęściej (choć wciąż niezbyt często) pojawiała się odpowiedź ogólna „rolnictwo ekologiczne / żywność ekologiczna" – czyli właściwie nie nazwa certyfikatu, a raczej kategoria (być może respondenci mieli na myśli unijny zielony listek – Euroliść, symbol żywności ekologicznej, ale nie podali formalnej nazwy). Wskazuje to, że w percepcji konsumentów certyfikacja żywności nie jest czymś skonkretyzowanym markami typu „Fair Trade" czy „Q", ale raczej nie do końca precyzyjnie ukształtowaną kategorią kojarzoną z żywnością ekologiczną.

Najbardziej rozpoznawalne wizualnie znaki ujawniono za pośrednictwem pytania wspomaganego, w którym pokazano zestaw różnych symboli certyfikatów i poproszono o zaznaczenie rozpoznawanych. Najszerszą rozpoznawalność wśród przedstawionych logotypów uzyskał certyfikat „Produkt Polski" – wskazało go 7 na 10 badanych. Pozostaje to zgodne z obserwacjami dotyczącymi praktyki rynkowej – „Produkt Polski" to symbol obecny na wielu produktach spożywczych codziennego użytku, promowany w kampaniach patriotyzmu konsumenckiego, więc nic dziwnego, że większość ankietowanych go zna. Kolejne pod względem rozpoznawalności były: symbol rolnictwa ekologicznego (tzw. Euroliść), oznaczenie „Bez GMO" oraz certyfikat „Jakość Tradycja".

Jeśli chodzi o rozumienie certyfikatów, badanie sugeruje, że jest z tym pewien kłopot. Ponad jedna czwarta konsumentów przyznaje, że czuje się zagubiona wśród dużej liczby certyfikatów na rynku. Konsumenci często nie wiedzą dokładnie, co stoi za danym logotypem i brakuje im informacji na ten temat. Jest to konsekwencja zarówno mnogości oznaczeń (w sklepach można znaleźć różne znaki: ekologiczne unijne, regionalne europejskie, prywatne jakościowe, lokalne itd.), jak i faktu, że na opakowaniach brakuje dodatkowych wyjaśnień. Zauważono bowiem, że najczęstszym powodem wątpliwości co do autentyczności certyfikatu jest brak dodatkowego opisu oprócz samego logotypu, ewentualnie nieznajomość tego znaku. Konsument widzi logo, którego nie kojarzy – i nie ma łatwego sposobu, by w sklepie sprawdzić, co ono oznacza – więc może je zignorować albo podchodzić nieufnie. Innym problemem jest zrozumiałość cech gwarantowanych przez certyfikat – gdy są one zbyt wymyślne lub sformułowane niezrozumiale, budzi to

sceptycyzm. Jeśli certyfikat obiecuje „zrównoważoną bioróżnorodność w agroekosystemie" – przeciętny kupujący może nie do końca pojąć, co to w praktyce znaczy dla jakości jedzenia. Lepiej działa prosty komunikat typu „bez konserwantów", „bez GMO".

Warto przy tym wskazać różnice według wieku respondentów. Osoby w wieku 65+ mają nieco większą skłonność do przypisywania certyfikatom funkcji gwarancyjnej, choć ich ogólna świadomość istnienia poszczególnych oznaczeń może być niższa. Seniorzy częściej traktują certyfikaty jako potwierdzenie bezpieczeństwa produktu i częściej deklarują zaufanie do tego typu oznaczeń. Młodsi dorośli natomiast częściej deklarują świadomość istnienia certyfikatów, lecz nie zawsze przekłada się to na zrozumienie ich znaczenia i wpływ na decyzję zakupową.

Dla przedsiębiorstw, które myślą o oznaczaniu swoich produktów certyfikatami, powyższe wyniki oznaczają, że nie powinny zakładać wysokiego poziomu świadomości konsumentów w zakresie znaczenia poszczególnych certyfikatów. Samo umieszczenie logo certyfikatu na opakowaniu może nie wystarczyć, by wywołać pożądany efekt (np. większe zaufanie czy wyższą sprzedaż), jeśli klienci nie znają tego logo lub go nie rozumieją. Zasadne może być zatem rozważenie dodatkowych działań informacyjnych czy wykorzystywania mediów społecznościowych do edukacji klientów o znaczeniu posiadanych certyfikatów.

4.2. Wpływ certyfikatów na wybór i gotowość do dopłaty

Z punktu widzenia konsumentów kluczowe pytanie brzmi: czy certyfikaty żywności wpływają na ich decyzje zakupowe i czy są skłonni zapłacić więcej za produkty certyfikowane? Wyniki badania wskazują, że wpływ ten istnieje, ale jest umiarkowany i silnie zależy od kategorii produktów oraz profilu konsumenta.

Przede wszystkim większość ankietowanych nie uważa certyfikatów za najważniejsze kryterium wyboru żywności. W wielu kategoriach produktowych decydującym czynnikiem pozostaje cena, przy czym w przypadku większości rodzajów żywności cena jest dla konsumentów

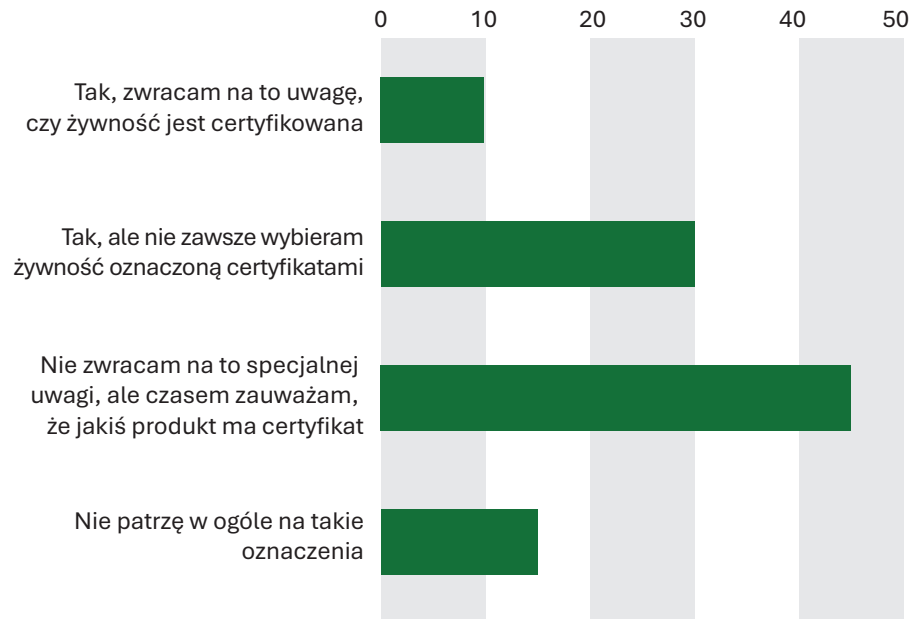
ważniejsza niż certyfikat. Około jedna trzecia konsumentów deklaruje natomiast, że cena i certyfikat są dla nich równie ważne – i dotyczy to praktycznie wszystkich przebadanych kategorii (mięso, nabiał, warzywa itd.). To oznacza, że mniej więcej 30% klientów waży te dwie kwestie, a pozostali w większości stawiają cenę nad certyfikat (być może z wyjątkiem pojedynczych sytuacji).

Na tym tle szczególnie wyraźnie wyróżnia się kategoria mięsa. Według badania jest ona jedyną, w której większy odsetek konsumentów wskazał przewagę certyfikatu nad ceną niż tych, którzy wskazali odwrotnie. Innymi słowy, dla części ankietowanych przy zakupie mięsa posiadanie certyfikatu jakości (np. bezpieczeństwa, ekologicznego chowu) może być ważniejsze niż różnica w cenie. Co więcej, mięso to ten produkt, przy którym największy odsetek konsumentów deklaruje zwracanie uwagi na oznaczenia certyfikacji. Zjawisko to można wyjaśniać kilkoma czynnikami: mięso jest produktem wrażliwym (kwestie świeżości, bezpieczeństwa zdrowotnego), budzi też troskę etyczną (warunki hodowli zwierząt) – stąd ci, którzy kupują mięso, mogą poszukiwać potwierdzenia jakości. Możliwe też, że np. certyfikaty ekologicznego mięsa czy jakości QMP są widoczne i komunikowane bardziej niż w innych kategoriach, co podnosi świadomość. Niezależnie jednak od tych wyjaśnień certyfikat ma największą siłę przebicia w kategorii mięso, nieco mniejszą prawdopodobnie w nabiale, a najmniejszą np. w przekąskach, napojach (gdzie dominują cena i smak).

Ogólnie wyniki badania wskazują, że znaczna część konsumentów nie przywiązuje dużej wagi do certyfikatów podczas codziennych zakupów. Potwierdza to deklaracja prawie połowy badanych – niemal 50% przyznało, że nie zwraca uwagi na certyfikaty żywności, choć czasem zauważa ich obecność na opakowaniach (zob. wykres 3).

Oznacza to, że około połowa badanych kupuje żywność bez aktywnego sprawdzania, czy jest ona certyfikowana, kierując się raczej innymi cechami, takimi jak cena, marka, wygląd, skład, smak lub przyzwyczajenie. Natomiast fakt, że „czasem zauważają" te oznaczenia sugeruje pewną bierną świadomość – dostrzegają oznaczenia na opakowaniach, ale nie wpływa to aktywnie na ich wybór.

Wykres 3.
Zwracanie uwagi na certyfikaty przy zakupie żywności (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tables1, Table 12 „P3a. Czy wybierając produkty żywnościowe zwracasz uwagę na to, czy są oznaczone certyfikatami? Które z poniższych zdań najlepiej opisuje Twoje zachowanie.", TOTAL.

Z drugiej strony nie można uznać, że certyfikaty są bez znaczenia dla wszystkich. Dwie trzecie ankietowanych (66%) twierdzi, że zdarza im się zakup żywności opatrzonej certyfikatem. Co ważne, zapewne nie wszyscy robią to świadomie – niektórzy kupują np. „Produkt Polski", ponieważ jest promowany, albo ekologiczne jajka, bo je preferują, ale być może nie traktują tego w kategoriach „kupuję, bo certyfikat". Niemniej jednak liczba ta pokazuje, że większość w praktyce kupuje czasem produkty certyfikowane. Ponad połowa badanych deklaruje, że certyfikaty żywności działają zachęcająco na wybór produktu pomimo wyższej ceny. Jest to istotna obserwacja – oznacza, że ok. 50–55% konsumentów ma pozytywny stosunek, a zatem jeśli widzą certyfikat, są bardziej skłonni kupić dany produkt, nawet gdy kosztuje więcej. Należy jednak

pamiętać, że jest to deklaracja ankietowa – w realnym sklepie wciąż mogą wybrać tańszy zamiennik. Mimo to wynik ten wskazuje na pewną intencję – certyfikat może być czynnikiem przekonującym.

W tym miejscu należy jednak zastrzec jeden istotny warunek. Rodzaj certyfikatu i cechy, jakie za nim stoją, wpływają na wybór. W oddzielnym pytaniu ustalono, że przy wyborze żywności sam fakt posiadania jakiegokolwiek certyfikatu jest mniej istotny niż konkretne cechy, takie jak ekologiczna produkcja, lokalne pochodzenie czy dobrostan zwierząt. Innymi słowy, dla konsumentów większe znaczenie ma to, co konkretnie oznacza certyfikat, niż to, że w ogóle jakiś jest. Jeśli wiedzą, że oznacza on np. „żywność ekologiczną" – to jest to dla nich ważny czynnik. Ale jeżeli produkt ma jakikolwiek certyfikat, lecz konsument nie łączy go z konkretną wartością, to sam certyfikat nie skłoni go do wyboru. Innymi słowy, znaczenie komunikacyjne certyfikatu zależy w dużej mierze od tego, jaką konkretną cechę produktu przekazuje i na ile jest ona istotna z perspektywy konsumenta.

Badanie wskazało, że dla ogółu populacji najbardziej istotnymi cechami żywności (spośród tych często kojarzonych z certyfikatami) są: ekologiczna produkcja, lokalność pochodzenia oraz dbałość o dobrostan zwierząt. Te elementy częściej wskazywały osoby starsze (65+), które najczęściej mają już ugruntowane pozytywne opinie o certyfikatach (że gwarantują bezpieczeństwo, że warto im ufać). Z kolei młodsi dorośli (18–49) rzadziej cenią te aspekty – np. „naturalny skład i brak sztucznych dodatków" jest dla nich statystycznie mniej istotny niż dla starszych. Oznacza to, że młodsza populacja może bardziej kierować się innymi atrybutami.

W zakresie gotowości do poniesienia wyższej ceny wyniki nie pozwalają na prosty wniosek, że oznaczenie certyfikatem samodzielnie uzasadnia premię cenową. Część konsumentów deklaruje gotowość zapłaty więcej za produkt certyfikowany – przede wszystkim wtedy, gdy rozumie, jaką konkretną wartość certyfikat potwierdza, i uznaje tę wartość za istotną. Jednocześnie znaczna grupa pozostaje wyraźnie wrażliwa cenowo, co było widoczne również w odpowiedziach producentów i dystrybutorów. Wynika z tego, że oznaczenie danego produktu certyfikatem

nie jest wobec tych osób z góry nieskuteczne, ale jego znaczenie może zostać zneutralizowane, jeżeli różnica cenowa jest zbyt duża albo komunikat nie wyjaśnia dostatecznie korzyści związanych z certyfikacją.

4.3. Zaufanie, sceptycyzm i warunki wiarygodności

Aspekt zaufania do certyfikatów i związany z nim sceptycyzm konsumentów to kluczowy wymiar, od którego zależy przyszłość każdego systemu certyfikacji. Badanie wskazuje na relatywnie wysoki poziom deklarowanego zaufania: dwie trzecie polskich konsumentów deklaruje, że ufa certyfikatom. Pozostała jedna trzecia ma jednak wobec nich w najlepszym razie obojętny stosunek lub wręcz im nie ufa. Konkretnie, ok. 33% badanych albo nie ma zdania, albo wprost stwierdza, że nie ufa certyfikatom. Jest to znaczący odsetek respondentów sceptycznych albo niezdecydowanych – co oznacza, że sporo osób nie jest przekonanych co do sensu i rzetelności tych oznaczeń.

Najczęstszym powodem podawanym przez osoby, które nie ufają certyfikatom, jest przekonanie, że są one tylko zabiegiem marketingowym, mającym na celu sprzedać więcej i drożej, nie gwarantując wcale wysokiej jakości produktu. Innymi słowy, sceptycy uważają, że certyfikat może być odbierany jako chwyt marketingowy – oznaczenie, które ma stworzyć wrażenie lepszego towaru, podczas gdy realnie produkt może niewiele się różnić.

Inne przejawy sceptycyzmu były badane poprzez pytania o wątpliwości co do autentyczności i wiarygodności certyfikatów. 37% konsumentów przyznało, że miewa wątpliwości co do autentyczności certyfikatu na produkcie. Autentyczność oznacza tu pytanie, czy certyfikat jest rzeczywisty i czy produkt faktycznie przeszedł właściwą procedurę kontroli. Te wątpliwości rodzą się właśnie wtedy, gdy logo jest nieznane lub brakuje dodatkowego opisu. Konsument może wówczas nie wiedzieć, czy dane oznaczenie jest oficjalnym certyfikatem, czy jedynie własnym logo producenta sugerującym certyfikację. 38% badanych miewa też wątpliwości co do wiarygodności certyfikatu w kontekście cech żywności,

które ma on gwarantować; pytają zatem: „czy produkt faktycznie ma cechy, które certyfikat deklaruje lub potwierdza?". Najczęściej wątpliwości te wynikają z nieznajomości danego certyfikatu lub niezrozumienia cech, które on potwierdza.

Z drugiej strony konsumenci potrafią wskazać konkretne zalety żywności certyfikowanej. Zapytani o pozytywne strony takich produktów najczęściej wymieniali większe bezpieczeństwo żywności, wyższą jakość oraz naturalne składniki, co przekłada się na poczucie, że produkt certyfikowany może być zdrowszy. Są to elementy, które mają być potwierdzone i zakomunikowane dzięki oznaczeniu certyfikatami, a nie samodzielnie „zapewnione". Właśnie dlatego ich skuteczność zależy od tego, czy odbiorca rozumie, jaki zakres kontroli i jakie wymagania stoją za danym oznaczeniem.

Najczęściej wskazywaną wadą jest, jak już wspomniano, zbyt wysoka cena (48% wskazań). Drugą zaś – niewystarczająca wiedza na temat certyfikatów i ich znaczenia, potęgowana poczuciem zagubienia w gąszczu oznaczeń. Ponad 1/4 populacji stwierdziła, że konieczność zgłębiania informacji o certyfikatach zniechęca ich do zakupu takiej żywności. Dla sporej części konsumentów są one zbyt skomplikowane w odbiorze; chcieliby może je uwzględnić, ale nie mają czasu ani ochoty ich analizować.

Przedsiębiorcy posługujący się certyfikatami powinni zapewniać odbiorcom możliwość łatwego zweryfikowania autentyczności oznaczenia i zakresu potwierdzanych cech. Oznacza to w szczególności potrzebę udostępniania informacji o jednostce certyfikującej, podstawowych wymaganiach systemu, zakresie kontroli oraz okresie ważności certyfikatu. Komunikacja marketingowa może wykorzystywać certyfikat jako atut produktu, ale powinna unikać ogólnikowych i niemożliwych do zweryfikowania haseł. Bezpieczniejsze jest wskazanie, że produkt spełnia wymagania konkretnego systemu i został poddany określonej procedurze kontroli, niż formułowanie nieprecyzyjnych twierdzeń o „najlepszej jakości".

5. Analiza porównawcza różnych perspektyw rynkowych

Analiza porównawcza pozwala zestawić perspektywy producentów, dystrybutorów i konsumentów oraz uchwycić najważniejsze punkty zbieżności i rozbieżności. W niniejszej części termin „przedsiębiorcy" oznacza łącznie producentów i dystrybutorów, natomiast gdy wnioski dotyczą tylko jednej z tych grup, jest ona wskazywana osobno. Takie rozróżnienie jest konieczne, ponieważ producenci ponoszą przede wszystkim ciężar wdrożenia i utrzymania certyfikacji, a dystrybutorzy oceniają ją głównie przez pryzmat doboru dostawców, oferty handlowej i zachowań nabywców końcowych.

5.1. Producenci a dystrybutorzy

Porównanie perspektywy producentów i dystrybutorów żywności pozwala wskazać liczne obszary zbieżności, a zarazem uchwycić różnice wynikające z odmiennego miejsca obu grup w łańcuchu dostaw. W obu przypadkach certyfikacja jest postrzegana jako czynnik istotny dla działalności gospodarczej, choć akcentowane są różne aspekty jej funkcji praktycznej.

Najbardziej podstawowy obszar zgodności dotyczy ogólnej oceny znaczenia certyfikacji. Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy w większości uznają, że posiadanie certyfikatów wywiera korzystny wpływ na działalność rynkową. Po stronie producentów certyfikacja jest wiązana przede wszystkim ze spełnianiem wymagań rynku, wzmacnianiem wiarygodności wobec kontrahentów oraz budowaniem popytu na produkt. Po stronie dystrybutorów akcent przesuwa się w kierunku doboru dostawców, organizacji oferty handlowej oraz oddziaływania na decyzje zakupowe odbiorców końcowych. Różnica ta nie podważa jednak wspólnego przekonania, że certyfikacja wzmacnia wizerunek jakościowy produktu i zwiększa jego wiarygodność w obrocie.

Wyraźna zgodność występuje również w odniesieniu do rozpoznawalności certyfikatu jako warunku jego skuteczności. W obu grupach

podkreślano, że atrakcyjny system certyfikacji musi opierać się na oznaczeniu, które będzie rozpoznawalne dla rynku i zrozumiałe dla odbiorców. Z perspektywy producenta chodzi o inwestowanie w znak, który rzeczywiście będzie miał znaczenie komunikacyjne, z kolei z perspektywy dystrybutora istotne jest, aby certyfikat mógł pełnić funkcję użytecznego wyróżnika w ofercie handlowej. Oznacza to, że sama formalna konstrukcja systemu nie jest wystarczająca, jeżeli nie towarzyszy jej odpowiednia siła rozpoznawcza oznaczenia.

Wysoki stopień zgodności dotyczy także preferowanych cech pożądanego systemu certyfikacji. Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy najczęściej wskazywali na potrzebę powiązania certyfikatu z takimi cechami, jak brak sztucznych dodatków, lokalne pochodzenie produktu oraz wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności. Wśród producentów lokalność wskazało 32% respondentów, a brak sztucznych dodatków 34%, natomiast po stronie dystrybutorów te same cechy należały do najczęściej wymienianych atrybutów pożądanego certyfikatu. Wyniki te pokazują, że obie grupy oczekują systemu, który potwierdza zgodność proceduralną, a jednocześnie komunikuje cechy uznawane za rynkowo atrakcyjne i zrozumiałe dla odbiorcy końcowego.

Istotnym polem zgodności pozostaje również zapotrzebowanie na wsparcie instytucjonalne w zakresie promocji i edukacji. Wśród producentów 40% respondentów wskazywało na potrzebę silniejszej promocji certyfikatów oraz informowania konsumentów o ich znaczeniu. Z kolei po stronie dystrybutorów 50% badanych oczekiwało wsparcia edukacyjno-promocyjnego ze strony instytucji publicznych. Zbieżność ta wskazuje, że cała strona podażowa rynku dostrzega ograniczoną skuteczność samego oznaczenia, jeżeli nie towarzyszy mu odpowiednio prowadzona komunikacja. Certyfikat nie jest zatem ujmowany wyłącznie jako instrument formalny, lecz także jako narzędzie, którego efektywność zależy od stopnia społecznej rozpoznawalności i zrozumienia.

Podobnie należy ocenić znaczenie przypisywane certyfikatom regionalnym. W obu grupach występowało przekonanie, że żywność z Podlasia charakteryzuje się wysoką jakością i że okoliczność ta może zostać skutecznie wzmocniona poprzez odrębny znak certyfikacyjny lub pro-

mocyjny. Po stronie dystrybutorów 70% respondentów zgadzało się, że żywność z województwa podlaskiego jest rozpoznawalna jako produkt o szczególnej jakości lub regionalnym wizerunku. Z kolei 70% producentów deklarowało, że żywność z regionu powinna posiadać własne oznaczenie. Wskazuje to na istotny potencjał wspólnego pola znaczeniowego, w którym regionalność, jakość i wiarygodność mogą zostać powiązane w ramach jednego komunikatu rynkowego.

Kolejny obszar zgodności dotyczy oceny podstawowych barier systemowych. Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy opowiadali się za uproszczeniem procedur certyfikacji oraz ograniczeniem kosztów związanych z uczestnictwem w systemie. Motywacje obu grup są w tym zakresie częściowo odmienne, lecz kierunek oczekiwań pozostaje zbieżny. Dla producentów uproszczenie procedur oznacza przede wszystkim zmniejszenie ciężaru dokumentacyjnego, skrócenie czasu trwania procesu oraz obniżenie kosztów organizacyjnych. Z perspektywy dystrybutorów bardziej dostępny i tańszy system certyfikacji oznacza natomiast szerszą dostępność produktów certyfikowanych i mniejsze ryzyko nadmiernego wzrostu cen. W tym sensie interesy obu grup pozostają w znacznym stopniu zgodne.

Obok tych pól zbieżności ujawniają się jednak również różnice wynikające z odmiennej pozycji producentów i dystrybutorów w obrocie. Pierwsza z nich dotyczy podstawowego punktu odniesienia dla oceny znaczenia certyfikacji. Producent koncentruje się przede wszystkim na spełnieniu wymagań rynku i kontrahentów oraz na zwiększeniu sprzedaży własnego produktu. Dla dystrybutora certyfikacja ma natomiast znaczenie bardziej selekcyjne i organizacyjne: ułatwia dobór dostawców, wzmacnia wiarygodność oferty i pozwala lepiej pozycjonować produkt w relacji do odbiorcy końcowego. Można więc stwierdzić, że w przypadku producenta certyfikat jest przede wszystkim instrumentem wejścia do obrotu oraz narzędziem wyróżnienia produktu, natomiast w przypadku dystrybutora stanowi raczej narzędzie porządkowania oferty i budowania zaufania do całego asortymentu.

Druga różnica dotyczy sposobu doświadczania barier. Po stronie producentów dominują trudności związane z biurokracją, formalizmem

i czasochłonnością procedur. Aż 93% badanych producentów wskazywało na istnienie barier utrudniających proces certyfikacji, przy czym najczęściej akcentowano ciężar dokumentacji, formalny charakter wymagań oraz długi czas trwania procedury. Po stronie dystrybutorów obraz ten jest odmienny. Sama biurokracja była wskazywana relatywnie rzadko, natomiast znacznie większe znaczenie przypisywano ekonomicznym skutkom certyfikacji, zwłaszcza wysokiej cenie produktów objętych nią. O ile zatem producent doświadcza bariery głównie na etapie uzyskiwania certyfikatu, o tyle dystrybutor odczuwa ją przede wszystkim na etapie sprzedaży produktu już certyfikowanego.

Trzecia różnica dotyczy akcentów związanych z przejrzystością systemu. Producenci częściej podkreślali znaczenie jawności procesu produkcji oraz czytelności informacji o sposobie wytwarzania produktu. Dystrybutorzy natomiast silniej eksponowali potrzebę przejrzystości i kontroli samego procesu certyfikacji, traktując ją jako warunek wiarygodności produktu w obrocie. Różnica ta nie ma charakteru zasadniczego, lecz wskazuje, że obie grupy odmiennie lokalizują źródło zaufania do systemu: producenci częściej w samej praktyce produkcyjnej, dystrybutorzy zaś w sposobie organizacji i nadzoru nad certyfikacją.

W rezultacie należy uznać, że różnice między producentami a dystrybutorami mają przede wszystkim charakter funkcjonalny, a nie konfliktowy. Obie grupy tworzą układ współzależności, w którym producenci potrzebują dystrybutorów dostrzegających wartość certyfikacji, natomiast dystrybutorzy potrzebują producentów gotowych do uczestnictwa w systemach certyfikacyjnych. Wyniki badania wskazują, że przy zachowaniu odmiennych punktów ciężkości obie grupy pozostają zasadniczo zgodne co do kierunku rozwoju certyfikacji żywności. W szczególności dotyczy to potrzeby budowania systemów bardziej rozpoznawalnych, mniej kosztownych i lepiej dostosowanych do realiów obrotu.

Zestawienie perspektywy producentów i dystrybutorów prowadzi tym samym do wniosku, że ewentualny nowy system certyfikacji powinien być projektowany w sposób uwzględniający cały łańcuch obrotu, a nie wyłącznie etap wytwarzania produktu. Oznacza to potrzebę takiego ukształtowania wymagań systemowych, aby były one z jednej stro-

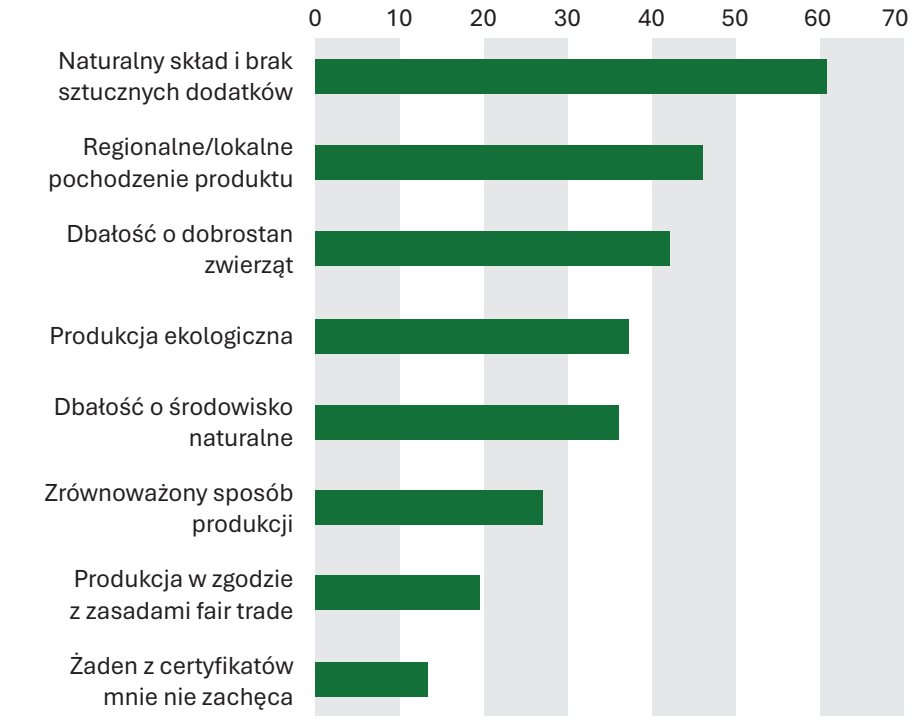
ny wykonalne dla producentów, z drugiej zaś pozostawały funkcjonalne z perspektywy dystrybucji i komunikacji rynkowej. Wyniki badania wskazują również, że pożądane może być powiązanie funkcji certyfikacyjnej z rozwiązaniami służącymi lepszej identyfikowalności produktu oraz większej spójności przekazu kierowanego do odbiorcy końcowego. W tym sensie różnice akcentów między producentami i dystrybutorami nie podważają zasadności projektowania nowych rozwiązań, lecz wskazują na potrzebę uwzględnienia obu perspektyw w konstrukcji ewentualnego systemu.

5.2. Konsumenci a przedsiębiorcy

Zestawienie perspektywy konsumentów oraz przedsiębiorców działających w sektorze żywnościowym pozwala wskazać zarówno istotne obszary zbieżności, jak i wyraźne pola rozbieżności. Podstawowa zgodność dotyczy cech żywności uznawanych za szczególnie wartościowe (zob. wykres 4).

We wszystkich badanych grupach wysoką rangę przypisano naturalności składu, lokalnemu pochodzeniu produktu oraz jakości i bezpieczeństwu żywności. Naturalność – rozumiana przede wszystkim jako brak sztucznych dodatków – była najczęściej wskazywaną cechą zachęcającą do zakupu przez konsumentów (61%), a zarazem należała do najważniejszych atrybutów pożądanego systemu certyfikacji z perspektywy producentów (34%) i dystrybutorów (35%) . Jako podobnie istotne – zarówno przez konsumentów, jak i przez przedsiębiorców, którzy wiązali z nim istotny potencjał komunikacyjny i wyróżniający – było oceniane lokalne pochodzenie produktu; wśród producentów cechę tę wskazało 32% respondentów, a wśród dystrybutorów około 30%. W zbliżony sposób należy ocenić kategorię jakości i bezpieczeństwa żywności, która po stronie konsumenckiej wyrażała się przede wszystkim w potrzebie uzyskania wiarygodnego potwierdzenia, że produkt jest bezpieczny i charakteryzuje się wyższym standardem, natomiast po stronie przedsiębiorców była ujmowana bardziej systemowo, jako potwierdzenie zgodności z określonymi wymaganiami jakościowymi.

Wykres 4.
Cechy certyfikatu zachęcające do zakupu (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tables1, Table 57 „P21. Które z poniższych cech, gwarantowanych przez certyfikat, zachęcają Cię do zakupu produktu opatrzonego takim certyfikatem", TOTAL.

Na tym tle można stwierdzić, że występuje istotny obszar zgodności co do podstawowej funkcji certyfikacji. Zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy łączą ją z komunikowaniem cech pozytywnie wartościowanych na rynku żywności. Nie oznacza to jednak pełnej zbieżnościw ocenie jej praktycznego znaczenia ani sposobu oddziaływania na decyzje rynkowe.

Pierwsza wyraźna rozbieżność dotyczy postrzeganego wpływu certyfikatów na decyzje zakupowe. Producenci i dystrybutorzy w zdecydowanej większości przypisują im istotne znaczenie dla wyborów konsumenckich; stanowisko takie zajęło 70% producentów oraz 68% dystrybutorów.

Tymczasem z perspektywy samych konsumentów obraz ten jest bardziej zniuansowany. Certyfikat nie jest dla nich co do zasady czynnikiem ważniejszym niż cena, chyba że odnosi się do cech szczególnie cenionych, takich jak ekologiczny sposób produkcji czy lokalność, albo określonych kategorii produktów, zwłaszcza mięsa. Wyniki badania wskazują zatem, że przedsiębiorcy mogą skłaniać się do przypisywania certyfikatom większej siły oddziaływania, niż wynikałoby to z deklaracji przeciętnego konsumenta. Z jednej strony przyczynia się to do rozwoju oferty produktów certyfikowanych, z drugiej jednak może prowadzić do nadmiernego rozbudowywania systemów certyfikacji w sytuacji, w której część odbiorców nie będzie gotowa docenić lub zrozumieć ich znaczenia.

Drugi obszar rozbieżności odnosi się do świadomości konsumenckiej i sposobu odbioru oznaczeń certyfikacyjnych. Przedsiębiorcy przyjmują często, że sama obecność certyfikatu stanowi dla konsumenta czytelny sygnał jakości. Wyniki badania wskazują jednak, że rozpoznawalność i rozumienie poszczególnych oznaczeń pozostają ograniczone. Choć 77% konsumentów deklarowało świadomość istnienia certyfikatów żywności, a blisko połowa wskazywała, że zauważa oznaczenia certyfikacyjne na opakowaniach, większość respondentów miała trudność z podaniem nazw konkretnych certyfikatów oraz z wyjaśnieniem, jakie cechy produktu są przez nie potwierdzane. Ponadto ponad jedna czwarta badanych deklarowała poczucie zagubienia wśród licznych oznaczeń występujących na rynku. W praktyce oznacza to, że zwiększanie liczby znaków nie musi prowadzić do wzrostu ich skuteczności komunikacyjnej. Przeciwnie, nadmiar oznaczeń może potęgować dezorientację odbiorców i osłabiać zdolność poszczególnych certyfikatów do pełnienia funkcji informacyjnej. Z perspektywy rynku za bardziej zasadne należy uznać nie multiplikowanie oznaczeń, lecz wzmacnianie rozpoznawalności i czytelności tych systemów, które mają rzeczywistą treść normatywną i komunikacyjną.

Trzeci punkt napięcia dotyczy relacji między zaufaniem a postrzeganiem certyfikacji jako instrumentu marketingowego. Z badania wynika, że około dwóch trzecich konsumentów deklaruje zaufanie do certyfikatów, co oznacza zarazem, że około jedna trzecia respondentów zachowuje wobec

nich dystans albo ocenia je sceptycznie. Po stronie przedsiębiorców certyfikacja jest zazwyczaj ujmowana jako rezultat realnego wysiłku organizacyjnego, kosztowego i audytowego, a więc jako instrument o rzeczywistej wartości. Po stronie konsumenckiej ten wymiar nie zawsze jest jednak dostrzegalny. Część respondentów traktuje certyfikaty raczej jako element komunikacji promocyjnej niż wiarygodne potwierdzenie określonych cech produktu. Źródłem tej rozbieżności pozostaje asymetria informacji. Przedsiębiorcy znają proceduralne i organizacyjne podstawy certyfikacji, podczas gdy konsument styka się wyłącznie z jej zewnętrznym znakiem. Jeżeli zatem system certyfikacji ma budować zaufanie, nie może ograniczać się do samego oznaczenia, lecz powinien być powiązany z czytelnym komunikatem wyjaśniającym, co dany znak rzeczywiście potwierdza i dlaczego zasługuje na zaufanie.

Kolejna rozbieżność dotyczy relacji między wartością certyfikatu a gotowością do poniesienia wyższej ceny. Przedsiębiorcy zasadniczo dostrzegają znaczenie bariery cenowej i nie traktują certyfikacji przede wszystkim jako instrumentu uzasadniającego wzrost marży. Potwierdza to fakt, że zwiększenie marży należało do najrzadziej wskazywanych motywacji uzyskiwania certyfikatów przez producentów. Także po stronie konsumentów ujawnia się wyraźna wrażliwość cenowa. Istotna część respondentów nie deklarowała gotowości do zapłaty wyższej ceny za produkt regionalny lub certyfikowany wyłącznie z uwagi na obecność oznaczenia; w odniesieniu do żywności regionalnej z certyfikatem dotyczyło to około jednej trzeciej badanych. Wskazuje to, że skuteczność systemu certyfikacji zależy od jego wiarygodności i czytelności, ale również od proporcji między wartością komunikowaną przez certyfikat a kosztem, jaki ostatecznie ponosi nabywca. Zbyt rozbudowany lub kosztowny system może w konsekwencji osłabić własną funkcjonalność rynkową, jeżeli doprowadzi do nadmiernego wzrostu cen.

Na tle powyższych ustaleń szczególnego znaczenia nabiera sposób komunikowania korzyści związanych z certyfikacją. Konsumenci wskazują przede wszystkim na bezpieczeństwo, jakość, zdrowotność i naturalność żywności jako te elementy, które mogłyby uzasadniać zainteresowanie produktem certyfikowanym. Przedsiębiorcy – niezależnie od różnic między

producentami i dystrybutorami – w dużej mierze identyfikują te same cechy jako najistotniejsze z punktu widzenia projektowania systemu certyfikacji. Zbieżność ta ma ważne znaczenie praktyczne, ponieważ wskazuje, że problemem nie jest brak wspólnego pola znaczeniowego między rynkiem a konsumentami, lecz raczej brak wystarczająco spójnego i czytelnego sposobu jego zakomunikowania. O ile zatem sama treść pożądanego certyfikatu wydaje się w znacznej mierze wspólna, o tyle mniej efektywnym elementem pozostaje sposób jej przekładu na prosty i wiarygodny komunikat rynkowy.

W konsekwencji należy przyjąć, że między przedsiębiorcami a konsumentami nie występuje zasadniczy konflikt co do samego celu certyfikacji. Obie strony wiążą ją z poprawą jakości komunikatu o żywności oraz z potwierdzaniem cech uznawanych za pożądane. Różnice ujawniają się natomiast na poziomie świadomości, zaufania, siły oddziaływania certyfikatów na decyzje zakupowe oraz akceptowalnej relacji między wartością produktu a jego ceną. Z punktu widzenia dalszych rozważań oznacza to, że skuteczny system certyfikacji powinien być projektowany jako instrument komunikacyjny, którego treść będzie zrozumiała dla przeciętnego odbiorcy i proporcjonalna do jego gotowości do ponoszenia kosztów związanych z certyfikowaną żywnością.

6. Podsumowanie

Badanie pokazuje, że w wielu segmentach certyfikacja przestaje być czysto dobrowolnym wyróżnikiem, a zaczyna pełnić funkcję „domyślnego” standardu uczestnictwa w rynku. Co najmniej jeden certyfikat posiada 8 na 10 producentów, a większość tych firm planuje ubiegać się o kolejne, podczas gdy nieliczni niecertyfikowani wykazują niską skłonność do zmiany tego stanu. Oznacza to, że brak certyfikacji może coraz częściej oznaczać słabszą pozycję konkurencyjną lub wręcz barierę wejścia, szczególnie w relacjach z dystrybutorami, którzy wymagają określonych oznaczeń jako warunku współpracy. Certyfikat staje się także „infrastrukturą rynkową” – elementem koniecznym do funkcjonowania

w określonych kanałach dystrybucji – a nie tylko fakultatywnym narzędziem marketingu. To przesunięcie ciężaru ma znaczenie dla projektowania nowych systemów: ich brak może prowadzić do wykluczenia części producentów z bardziej wymagających segmentów rynku.

Z badań producentów i dystrybutorów wynika, że przypisują oni certyfikatom dużą wagę w relacjach B2B i w relacji do klienta finalnego – ponad 70% z nich uważa, że wpływają na postrzeganie jakości i decyzje zakupowe konsumentów. Tymczasem prawie połowa respondentów przyznaje, że nie zwraca aktywnej uwagi na certyfikaty przy zakupach, a cena w większości kategorii pozostaje ważniejsza niż oznaczenie. Widać zatem rosnący rozdźwięk między oczekiwaniami przedsiębiorców a faktycznymi zachowaniami nabywców. Po jednej stronie panuje przekonanie, że certyfikat jest silnym bodźcem zakupowym; po drugiej – widoczne są ograniczenia wpływu oznaczeń, poza wybranymi kategoriami (np. mięso) i segmentami bardziej świadomych konsumentów. Ukazane napięcie rodzi ryzyko „przeinwestowania" w certyfikaty w oczach producentów przy jednoczesnym niedoszacowaniu potrzebnej skali edukacji i komunikacji do konsumentów.

Wyniki sondażu konsumenckiego pozwalają odczytać nie tylko średnie wskaźniki, lecz także zarys segmentów o różnej „wrażliwości certyfikacyjnej". Z jednej strony istnieje grupa, która deklaruje zaufanie do certyfikatów, zwraca uwagę na oznaczenia i gotowa jest dopłacić za produkty spełniające określone standardy – częściej są to osoby starsze, dla których certyfikaty pełnią funkcję gwarancji bezpieczeństwa. Z drugiej strony widoczny jest segment konsumentów, którzy traktują certyfikaty obojętnie lub sceptycznie, koncentrując się na cenie, marce i ogólnych skojarzeniach z „eko" lub „lokalnym", bez zagłębiania się w konkretne systemy.

Rozdział 3 pokazuje tym samym, że potencjał certyfikacji nie jest jednolity w całej populacji. Oznacza to, iż nowe systemy powinny być projektowane z uwzględnieniem różnych poziomów świadomości – z jednej strony adresując komunikat do bardziej zaawansowanych użytkowników (np. świadomych klientów mięsa czy żywności ekologicznej), z drugiej – oferując prostsze, bardziej intuicyjne komunikaty dla segmentów, które nie są skłonne do analizy złożonych oznaczeń.

Z punktu widzenia dystrybutorów certyfikaty stały się narzędziem selekcji dostawców i porządkowania oferty. Aż 68% badanych deklaruje, że posiadanie certyfikatów wpływa na dobór producentów, a większość firm podkreśla certyfikację w materiałach marketingowych i ekspozycji produktów. To oznacza, że certyfikaty pełnią funkcję filtra – pozwalają ograniczyć ryzyko wprowadzenia do obrotu produktów niespełniających określonych standardów, a jednocześnie ułatwiają różnicowanie asortymentu pod kątem segmentów klientów. Otrzymane wyniki pokazują, że w praktyce rynek tworzy dwie warstwy obrotu: warstwę „certyfikowaną", w większym stopniu obecną w kanałach obsługujących klientów skłonnych do dopłaty za jakość, oraz warstwę „niecertyfikowaną", która pozostaje bardziej wrażliwa cenowo. Certyfikacja wzmacnia więc proces segmentacji kanałów dystrybucji – co trzeba uwzględniać przy projektowaniu nowych rozwiązań, jeżeli celem nie jest wyłącznie rynek premium.

Producenci jednocześnie oceniają formalne opisy procedur certyfikacji jako przejrzyste i zrozumiałe (ponad 70% podkreśla czytelność i dostępność informacji), a zarazem w zdecydowanej większości (93%) wskazują na bariery związane z czasochłonnością, nadmiarem dokumentacji i obciążeniem organizacyjnym. Problemem nie jest zatem wyłącznie brak wiedzy o wymaganiach, lecz raczej ich skala oraz sposób ich wdrażania w praktyce. To napięcie między formalną przejrzystością a faktyczną uciążliwością procedur stawia konkretne zadanie przed projektantami nowych systemów – redukcja barier nie może ograniczać się do „lepszego wyjaśnienia" istniejących wymogów, ale wymaga realnego uproszczenia i cyfryzacji procesu.

Z otrzymanych danych wynika, że pomimo różnic ról i interesów producenci, dystrybutorzy i konsumenci spontanicznie koncentrują się wokół zbliżonych wartości: naturalnego składu (brak sztucznych dodatków), lokalnego pochodzenia oraz wysokich standardów jakości i bezpieczeństwa. Naturalność i lokalność są w trzech grupach najczęściej wskazywanymi cechami, które powinien gwarantować nowy certyfikat, a równocześnie najczęściej wymienianymi motywami zakupu po stronie konsumentów. Sugeruje to, że projekt nowego systemu certyfikacji powinien używać właśnie tych wartości jako osi komunikacyjnej, a nie budować przekaz wokół

zbyt ogólnikowych kategorii jakości. Dane wskazują, że tam, gdzie komunikat jest prosty („bez sztucznych dodatków", „produkt lokalny"), konsumentowi łatwiej powiązać certyfikat z realną korzyścią; tam zaś, gdzie przekaz dotyczy złożonych koncepcji („zrównoważony łańcuch", „bioróżnorodność"), rośnie ryzyko sceptycyzmu i niezrozumienia.

Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy zgodnie wskazują, że żywność z województwa podlaskiego posiada już pozytywny wizerunek jakości i tradycji, a 70% respondentów po obu stronach łańcucha dostaw dostrzega potrzebę odrębnego oznaczenia regionalnego. Konsumenci również łączą regionalność z jakością, choć ich gotowość do dopłaty za znak regionalny pozostaje ograniczona i zależy od zrozumienia konkretnych cech stojących za oznaczeniem.

Na tej podstawie rozdział 3 pozwala sformułować dodatkowy, specyficzny dla projektu Doliny Rolniczej wniosek: potencjalny certyfikat regionalny nie miałby tworzyć zupełnie nowego pola znaczeniowego, lecz raczej porządkować i wzmacniać już istniejące skojarzenia z regionem – szczególnie w obszarze naturalności, lokalności i tradycyjnego wytwarzania. Empiryczne dane sugerują, że największy efekt może przynieść wykorzystanie tego istniejącego kapitału wizerunkowego w sposób bardziej spójny i czytelny niż dotychczas, zwłaszcza dla dystrybutorów szukających wyrazistych kategorii produktów.

4 Dyskusja, wnioski i rekomendacje

Przeprowadzone w poprzednich rozdziałach opracowania analizy prowadzą do wniosku, że certyfikacja żywności w Polsce i UE stanowi zjawisko wielowymiarowe, sytuujące się na styku prawa żywnościowego, polityk publicznych, mechanizmów rynkowych oraz praktyk komunikacji z konsumentem. Rozdział pierwszy uporządkował podstawowe ramy pojęciowe i prawne, wskazując, że ocena oznaczeń oraz systemów certyfikacji nie może abstrahować od zakazu wprowadzania w błąd, wymogu rzetelności przekazu i znaczenia niezależnej weryfikacji przez stronę trzecią. Rozdział drugi pokazał natomiast, że systemy funkcjonujące na rynku nie tworzą kategorii jednolitej, lecz obejmują rozwiązania publiczne, mieszane i prywatne, różniące się źródłem standardu, zakresem kontroli, przedmiotem potwierdzenia oraz siłą legitymizacji wobec rynku i konsumenta. Z kolei rozdział trzeci ujawnił, że znaczenie certyfikacji nie wyczerpuje się w konstrukcji normatywnej systemów, lecz zależy również od ich rozpoznawalności, kosztów wdrożenia, przejrzystości oraz faktycznej użyteczności z perspektywy producentów, dystrybutorów i konsumentów.

Celem ostatniego rozdziału niniejszego opracowania jest zestawienie ustaleń prawnych i rynkowych oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie, w jakim zakresie istniejące systemy certyfikacji rzeczywiście realizują przypisywane im funkcje. Chodzi w szczególności o ocenę, czy dostępne rozwiązania wzmacniają przejrzystość rynku, budują zaufanie do oznaczeń, wspierają uczciwą konkurencję i ułatwiają komunikowanie cech żywności,

czy też przeciwnie – prowadzą do nadmiernego skomplikowania przekazu, fragmentacji standardów i obciążeń organizacyjnych, osłabiających ich praktyczną skuteczność. W tym sensie rozdział czwarty ma charakter nie tylko podsumowujący, ale także krytyczno-analityczny.

1. Potencjał i ograniczenia istniejących systemów certyfikacji żywności

Analiza przeprowadzona w poprzednich rozdziałach opracowania prowadzi do wniosku, że istniejące systemy certyfikacji żywności nie mogą być oceniane w sposób jednolity. Obejmują one bowiem rozwiązania publicznoprawne, mieszane i prywatne, różniące się zarówno podstawą normatywną, jak i przedmiotem potwierdzenia czy sposobem kontroli. Już z tej przyczyny ich potencjał i ograniczenia należy ujmować relacyjnie, to znaczy przez pryzmat funkcji, które mają pełnić w określonym segmencie obrotu, a nie przez założenie, że każdy certyfikat lub znak działa w identyczny sposób. Szczególne znaczenie zachowuje tu rozróżnienie między systemem opierającym się na prawnie określonych przesłankach, obowiązkowej specyfikacji i zewnętrznej kontroli, a systemem, którego skuteczność zależy głównie od praktyki kontraktowej lub rozpoznawalności marketingowej oznaczenia.



Podstawowy potencjał systemów certyfikacji polega na tym, że redukują asymetrię informacji na rynku żywności. W warunkach współczesnego obrotu konsument czy dystrybutor nie są w stanie samodzielnie zweryfikować wszystkich cech produktu, procesu produkcji czy sposobu organizacji kontroli. Certyfikacja pełni zatem funkcję pośredniczącą między standardem a rynkiem. Pozwala zakomunikować, że określona cecha produktu, procesu albo systemu została oceniona według uprzednio ustalonych wymogów. W tym sensie certyfikacja może wzmacniać ochronę interesów konsumenta, uczciwość obrotu, identyfikowalność produktów oraz przejrzystość relacji handlowych. W szerszej perspektywie jest też narzędziem realizacji celów polityk publicznych, w tym bezpieczeństwa żywności, ochrony środowiska, dobrostanu zwierząt, wspierania sprawiedliwszego handlu oraz wdrażania założeń Zielonego Ładu i Strategii „od pola do stołu".

Najsilniejszy potencjał stabilizacyjny i legitymizacyjny należy przypisać systemom publicznoprawnym, zwłaszcza unijnym oznaczeniom geograficznym, systemowi produkcji ekologicznej oraz tym rozwiązaniom krajowym, które funkcjonują w ramach wyraźnie określonego reżimu ustawowego albo podlegają formalnemu uznaniu przez organy publiczne. Ich przewaga polega na tym, że komunikowana cecha produktu nie pozostaje wyłącznie wynikiem praktyki rynkowej, lecz została uprzednio zdefiniowana w akcie normatywnym lub w specyfikacji poddanej publicznemu uznaniu. W konsekwencji systemy te budują silniejszą podstawę zaufania, zarówno wobec konsumenta, jak i partnerów handlowych.

Na odrębną uwagę zasługuje potencjał systemów certyfikacji w relacjach B2B i w organizacji łańcucha dostaw. Standardy bezpieczeństwa żywności uznawane w praktyce handlowej, w szczególności schematy związane z benchmarkiem GFSI, porządkują procesy produkcyjne, audytowe i logistyczne, wzmacniają identyfikowalność, ułatwiają wycofywanie produktów, wspierają należyte wykonanie obowiązków prawnych i zwiększają przewidywalność relacji kontraktowych. Dla przedsiębiorcy oznacza to większą szansę wejścia do określonych kanałów dystrybucji, zwłaszcza w handlu międzynarodowym i we współpracy z dużymi sieciami handlowymi.

Potencjał systemów certyfikacji ma jednak istotne ograniczenia. Pierwsze zasadnicze ograniczenie wynika z wielości i zróżnicowania funkcjonujących schematów. Im więcej oznaczeń występuje na rynku, tym większe ryzyko, że konsument przestanie odróżniać system oparty na rzeczywistej certyfikacji od znaku o czysto promocyjnym charakterze. Dotyczy to zwłaszcza sytuacji, w których oznaczenie nie komunikuje w sposób prosty, co dokładnie zostało potwierdzone, kto dokonał weryfikacji i jakie znaczenie ma dany standard. W efekcie nadmiar znaków może osłabiać funkcję informacyjną certyfikacji, prowadzić do dezorientacji odbiorców i obniżać praktyczną wartość nawet tych systemów, które są merytorycznie silne. Z badania sondażowego wynika przy tym, że skuteczność certyfikatów zależy przede wszystkim od rozpoznawalności, zaufania oraz zrozumienia treści komunikatu przez konsumenta.

Drugie ograniczenie ma charakter kosztowy i organizacyjny. Udział w systemie certyfikacji wymaga zwykle poniesienia opłat za sam proces oceny, ale także utrzymywania dokumentacji, przechodzenia audytów, szkolenia personelu, aktualizowania procedur, organizowania nadzoru nad dostawcami i reagowania na niezgodności. W przypadku wielu standardów prywatnych i branżowych ciężar ten ma charakter ciągły, a nie jednorazowy. Szczególnie dotkliwy może być on dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które dysponują ograniczonym zapleczem finansowym i kadrowym.

Odrębnego podkreślenia wymaga także ograniczona przydatność części certyfikatów bezpieczeństwa żywności w bezpośredniej komunikacji konsumenckiej. Niektóre standardy mają zasadniczo charakter zakładowy lub procesowy, a nie produktowy, wobec czego ich znaczenie jest duże z perspektywy nadzoru i relacji handlowych, lecz słabiej przekłada się na prosty komunikat na etykiecie. Oznacza to, że nie każdy system o wysokiej wartości organizacyjnej posiada jednocześnie wysoki potencjał marketingowy wobec konsumenta finalnego.

Na tle powyższych ustaleń należy uznać, że rzeczywisty potencjał systemu certyfikacji zależy od zdolności utrzymania równowagi między rygorem a użytecznością. System zbyt słaby normatywnie albo zbyt mało przejrzysty nie zbuduje zaufania, zaś ten nadmiernie kosztowny,

złożony lub wielowarstwowy może natomiast okazać się niewydolny z perspektywy uczestników rynku, zwłaszcza mniejszych producentów. Również system komunikacyjnie nieczytelny – choćby merytorycznie poprawny – nie spełni swojej funkcji wobec przeciętnego konsumenta. Z tego względu za najbardziej perspektywiczne należy uznać takie rozwiązania, które łączą kilka cech: jasno określony standard, udział niezależnej strony trzeciej, przejrzystą specyfikację, rzeczywistą kontrolę zgodności, rozpoznawalny i zrozumiały komunikat oraz proporcjonalny poziom obciążeń po stronie przedsiębiorcy.

W konsekwencji istniejące systemy certyfikacji żywności należy ocenić jako narzędzia o znacznym, lecz zróżnicowanym potencjale. Ich największą wartością jest zdolność do budowania wiarygodnej informacji o produkcie, wzmacniania jakości obrotu, wspierania identyfikowalności i tworzenia wartości dodanej dla producentów, dystrybutorów, regionów oraz polityk publicznych. Z perspektywy dalszych wniosków opracowania oznacza to, że pożądany kierunek rozwoju nie powinien polegać na prostym mnożeniu nowych oznaczeń, lecz raczej na wzmacnianiu jakości instytucjonalnej i przejrzystości funkcjonujących systemów.

2. Wnioski dla interesariuszy EIDR 4.0

Z przeprowadzonej analizy wynika przede wszystkim, że dalszy rozwój certyfikacji żywności nie powinien być oparty na logice prostego rozszerzania liczby oznaczeń, lecz na dążeniu do uporządkowania ich funkcji, zakresu i znaczenia rynkowego. Dla ogółu interesariuszy oznacza to potrzebę odejścia od myślenia o certyfikacie jako o celu samym w sobie. Certyfikacja pozostaje użyteczna tylko wówczas, gdy rozwiązuje konkretny problem rynku: ułatwia identyfikację produktu, wzmacnia zaufanie do określonych cech, porządkuje relacje handlowe albo odpowiada na rozpoznawalne oczekiwania określonej grupy odbiorców. W przeciwnym razie staje się kolejnym elementem komunikacyjnego naddatku, który zwiększa złożoność rynku, nie dostarczając proporcjonalnej wartości dodanej.

Z perspektywy producentów podstawowy wniosek polega na tym, że certyfikacja ma sens przede wszystkim wtedy, gdy da się wykazać jej konkretną użyteczność handlową lub wizerunkową. Wyniki badania sondażowego pokazują, że przedsiębiorcy wiążą z certyfikacją wzrost wiarygodności, łatwiejszy dostęp do partnerów handlowych i możliwość lepszego pozycjonowania produktu, ale zarazem wskazują na silne bariery kosztowe, proceduralne i organizacyjne. Oznacza to, że z punktu widzenia producenta racjonalne są nie te systemy, które deklarują najszerszy zakres wartości, lecz te, które oferują możliwie jasny standard, przewidywalny koszt uczestnictwa i czytelny efekt rynkowy. Dla interesariuszy wspierających rozwój rynku żywności wniosek jest więc następujący: skuteczny system powinien być projektowany tak, aby nie wymagał od producenta nadmiernego nakładu administracyjnego w sytuacji, gdy potencjalny efekt sprzedażowy pozostaje niepewny.

Z punktu widzenia dystrybutorów i podmiotów organizujących obrót żywnością kluczowe znaczenie ma z kolei to, że certyfikacja działa przede wszystkim wtedy, gdy upraszcza, a nie komplikuje proces decyzyjny. Dla tej grupy interesariuszy oznaczenie jest istotne nie tylko jako komunikat kierowany do konsumenta, lecz również jako sygnał ułatwiający selekcję dostawców, ocenę ryzyka oraz organizację oferty handlowej. Wniosek praktyczny jest zatem taki, że systemy o największej trwałości rynkowej to te, które potrafią połączyć wiarygodność kontrolną z funkcjonalnością obrotu. Certyfikat niezrozumiały, nadmiernie złożony albo słabo rozpoznawalny nie porządkuje rynku, lecz zwiększa jego nieprzejrzystość. Z perspektywy interesariuszy odpowiedzialnych za rozwój nowych rozwiązań oznacza to konieczność projektowania standardów użytecznych nie tylko dla wytwórcy, ale również dla pośredników, którzy muszą przekładać ich sens na praktykę handlową.

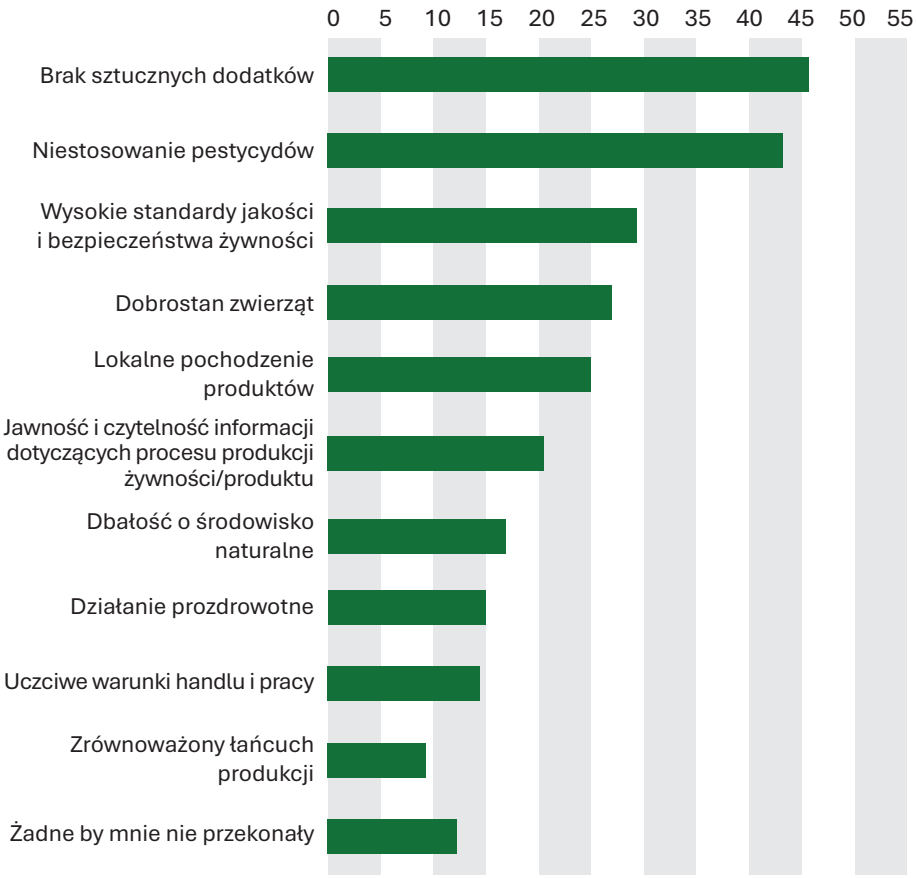
Najistotniejszy wniosek w odniesieniu do konsumentów polega na tym, że rynek nie potrzebuje wyłącznie większej liczby oznaczeń, lecz przede wszystkim większej czytelności i sprawdzalności informacji. Badanie sondażowe pokazuje bowiem, że konsumenci częściej reagują na określone cechy produktu niż na sam formalny status certyfikatu. Dla wielu z nich znaczenie mają naturalność składu, lokalne pochodze-

nie, bezpieczeństwo, jakość lub brak określonych dodatków. Sam znak pozostaje natomiast tylko skrótem, którego sens musi być dla odbiorcy zrozumiały. Wniosek dla interesariuszy jest zatem dwojaki. Po pierwsze, nie należy zakładać, że sam certyfikat automatycznie buduje zaufanie. Po drugie, potrzebne są takie formy komunikacji, które jasno wskazują, co zostało zweryfikowane, przez kogo i według jakiego standardu. Bez tego nawet poprawnie skonstruowany system może być odbierany jako kolejny instrument marketingowy.

Na poziomie instytucjonalnym z całej analizy wynika, że przyszłość skutecznej certyfikacji zależy od jakości zarządzania systemem. Dla ogółu interesariuszy oznacza to potrzebę wzmacniania tych elementów, które budują legitymizację systemu: przejrzystych kryteriów uczestnictwa, jednoznacznie określonego zakresu standardu, niezależnej weryfikacji, procedur kontroli oraz realnych konsekwencji niezgodności. W tym sensie certyfikacja powinna być traktowana jako instytucja zaufania publicznego lub co najmniej zaufania rynkowego, a nie jako dowolna forma samoopisania produktu. Tam, gdzie brakuje jasnego rozróżnienia między certyfikacją, deklaracją własną i znakiem promocyjnym, tam zaufanie do wszystkich komunikatów jakościowych może ulegać osłabieniu.

Wnioski płynące z opracowania mają także znaczenie dla podmiotów kształtujących polityki rozwojowe i instrumenty wsparcia. Skoro głównymi barierami uczestnictwa w systemach certyfikacji są koszty, złożoność i ograniczona przewidywalność efektów, to działania publiczne i sektorowe powinny koncentrować się nie tylko na promocji certyfikatów, ale również na poprawie warunków uczestnictwa w nich. Chodzi w szczególności o upraszczanie procedur, wzmacnianie doradztwa, wspieranie małych i średnich producentów oraz rozwijanie takich mechanizmów promocji, które rzeczywiście zwiększają rozpoznawalność i wiarygodność oznaczeń. W przeciwnym razie certyfikacja może pozostać instrumentem relatywnie skutecznym dla dużych i dobrze zorganizowanych podmiotów, lecz słabiej dostępnym dla najbardziej potrzebujących wsparcia instytucjonalnego uczestników rynku.

Wykres 5.
Oczekiwane cechy nowego certyfikatu (pełna tabela) (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: TABELE_Dolina_Rolnicza_KONSUMENCI_v4_final.xlsx, arkusz Tables1, Table 74 „P16. Jakie cechy żywności lub produkcji żywności, które gwarantowałby certyfikat, najbardziej przekonałyby Cię do zakupu takiego produktu? max3." – kolumna TOTAL.

Na tym tle szczególnego znaczenia nabiera wniosek odnoszący się do projektowania nowych rozwiązań, w tym rozwiązań rozwijanych przez interesariuszy EIDR 4.0. Opracowanie nie daje podstaw do twierdzenia, że rynek potrzebuje po prostu kolejnego szerokiego znaku jakości. Daje natomiast podstawy do wniosku, że istnieje przestrzeń dla rozwiązań

bardziej selektywnych, osadzonych w konkretnym segmencie potrzeb (zob. wykres 5) oraz opartych na wyraźnie zakomunikowanej wartości. Biorąc pod uwagę rosnące znaczenie innowacji na styku sektorów FoodTech i HealthTech, perspektywicznym kierunkiem może być certyfikacja żywności funkcjonalnej, koncentrująca się na rzetelnym potwierdzaniu konkretnych walorów prozdrowotnych produktów. Tego typu rozwiązanie wpisuje się w oczekiwania co czwartego badanego producenta (25%) oraz 22% dystrybutorów, dla których działanie prozdrowotne stanowi jedną z najbardziej pożądanych cech ewentualnego nowego systemu jakości. Taka specjalizacja pozwoliłaby na budowę selektywnej i wysokiej wartości dodanej w ramach EIDR 4.0, odpowiadając na potrzeby segmentu konsumentów poszukujących żywności o udokumentowanym wpływie na zdrowie

Taki kierunek wydaje się szczególnie uzasadniony tam, gdzie można połączyć trzy elementy: po pierwsze, wąsko i jasno zdefiniowany zakres potwierdzenia; po drugie, wiarygodną procedurę weryfikacji; po trzecie, transparentny model udostępniania informacji o standardzie. Dopiero takie połączenie odpowiada na problemy zdiagnozowane w badaniu, czyli ograniczoną rozpoznawalność części certyfikatów, deficyt zaufania, przeciążenie komunikacyjne oraz potrzebę prostszego, ale bardziej sprawdzalnego przekazu.

Bibliografia

Akty prawa Unii Europejskiej

Traktat o Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE C 202 z 07.06.2016, s. 13).

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE C 202 z 07.06.2016, s. 47).

Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. Urz. UE L 31 z 1.02.2002, s. 1; Polskie wydanie specjalne: rozdział 15, t. 006, s. 463–486, z późn. zm.).

Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 139 z 30.04.2004, s. 1; Polskie wydanie specjalne: rozdział 13, t. 034, s. 319–337, z późn. zm.).

Rozporządzenie (WE) nr 1924/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności (Dz. Urz. UE L 404 z 30.12.2006, s. 9, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz. Urz. UE L 218 z 13.08.2008, s. 30, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dy-

rektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 304 z 22.11.2011, s. 18, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/625 z dnia 15 marca 2017 r. w sprawie kontroli urzędowych i innych czynności urzędowych przeprowadzanych w celu zapewnienia stosowania prawa żywnościowego i paszowego oraz zasad dotyczących zdrowia i dobrostanu zwierząt, zdrowia roślin i środków ochrony roślin, zmieniające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 999/2001, (WE) nr 396/2005, (WE) nr 1069/2009, (WE) nr 1107/2009, (UE) nr 1151/2012, (UE) nr 652/2014, (UE) 2016/429 i (UE) 2016/2031, rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2005 i (WE) nr 1099/2009 oraz dyrektywy Rady 98/58/WE, 1999/74/WE, 2007/43/WE, 2008/119/WE i 2008/120/WE oraz uchylające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 854/2004 i (WE) nr 882/2004, dyrektywy Rady 89/608/EWG, 89/662/EWG, 90/425/EWG, 91/496/EWG, 96/23/WE, 96/93/WE i 97/78/WE oraz decyzję Rady 92/438/EWG (rozporządzenie w sprawie kontroli urzędowych) (Dz. Urz. UE L 95 z 07.04.2017, s. 1, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 (Dz. Urz. UE L 150 z 14.06.2018, s. 1, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 z dnia 2 grudnia 2021 r. ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenia (UE) nr 1305/2013 i (UE) nr 1307/2013 (Dz. Urz. UE L 435 z 06.12.2021, s. 1, z późn. zm.).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie oznaczeń geograficznych w odniesieniu do wina, napojów spirytusowych i produktów rolnych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie w odniesieniu do produktów rolnych, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, (UE) 2019/787 i (UE) 2019/1753 oraz uchylające rozporządzenie (UE) nr 1151/2012 (Dz. Urz. UE L 2024/1143 z 23.04.2024).

Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 828/2014 z dnia 30 lipca 2014 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat nieobecności lub zmniejszonej zawartości glutenu w żywności (Dz. Urz. UE L 228 z 31.07.2014, s. 5).

Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2018/775 z dnia 28 maja 2018 r. ustanawiające zasady stosowania art. 26 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, w odniesieniu do reguł dotyczących wskazywania kraju lub miejsca pochodzenia podstawowego składnika środka spożywczego (Dz. Urz. UE L 131 z 29.05.2018, s. 8, z późn. zm.).

Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/126 z dnia 7 grudnia 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 o dodatkowe wymogi w odniesieniu do niektórych rodzajów interwencji określonych przez państwa członkowskie w ich planach strategicznych WPR na lata 2023–2027 na podstawie tego rozporządzenia, jak również o przepisy dotyczące współczynnika dotyczącego normy dobrej kultury rolnej zgodnej z ochroną środowiska (GAEC) nr 1 (Dz. Urz. UE L 20 z 31.01.2022, s. 52, z późn. zm.).

Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L 149 z 11.06.2005, s. 22, z późn. zm.).

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/128/WE z dnia 21 października 2009 r. ustanawiająca ramy wspólnotowego działania na rzecz zrównoważonego stosowania pestycydów (Dz. Urz. UE L 309 z 24.11.2009, s. 71, z późn. zm.).

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/825 z dnia 28 lutego 2024 r. w sprawie zmiany dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami oraz lepsze informowanie (Dz. Urz. UE L 2024/825 z 06.03.2024).

Akty prawa międzynarodowego

Porozumienie w sprawie handlowych aspektów praw własności intelektualnej, sporządzone w Marrakeszu dnia 15 kwietnia 1994 r. (Dz. Urz. UE L 336 z 23.12.1994, s. 214; polskie wydanie specjalne: rozdział 11, t. 021, s. 305–324).

Porozumienie w sprawie stosowania środków sanitarnych i fitosanitarnych, sporządzone w Marrakeszu dnia 15 kwietnia 1994 r. (Dz. Urz. UE L 336 z 23.12.1994, s. 40).

Dokumenty organizacji międzynarodowych

FAO, WHO, Codex Alimentarius Commission, General Standard for the Labelling of Prepackaged Foods (CXS 1–1985), Rome 1985, ze zm.

FAO, WHO, Codex Alimentarius Commission, Recommended International Code of Practice – General Principles of Food Hygiene (CXC 1–1969), Rome 1969, ze zm.

Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO Strategic Priorities for Food Safety within the FAO Strategic Framework 2022–2031, Rome 2022.

Food and Agriculture Organization of the United Nations, Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Marine Capture Fisheries, Rome 2005, ze zm.

Food and Agriculture Organization of the United Nations, WHO, Guidelines for Generic Official Certificate Formats and the Production and Issuance of Certificates, CAC/GL 38–2001, Rome 2005 .

Komisja Europejska, *Guide to Applicants: How to Compile the Single Document*, DG AGRI, 7 maja 2025.

Komisja Europejska, *Wytyczne UE dotyczące najlepszych praktyk dla dobrowolnych systemów certyfikacji produktów rolnych i środków spożywczych* (2010/C 341/04) (Dz. Urz. UE C 341 z 16.12.2010, s. 5).

Komisja Europejska, *Zawiadomienie Komisji – Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym* (Dz. Urz. UE C 526 z 29.12.2021, s. 1).

Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD-FAO Guidance for Responsible Agricultural Supply Chains, Paris 2016.

World Intellectual Property Organization, Geographical Indications: An Introduction, Geneva 2017.

Akty prawa polskiego

Ustawa z dnia 8 lutego 2023 r. o Planie Strategicznym dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 (Dz. U. z 2024 r. poz. 1741, z późn. zm.).

Ustawa z dnia 8 marca 2013 r. o środkach ochrony roślin (Dz. U. z 2024 r. poz. 630, z późn. zm.).

Ustawa z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1980).

Orzecznictwo

Wyrok Trybunału (czwarta izba) z dnia 10 września 2009 r. Alberto Severi przeciwko Regione Emilia-Romagna, sprawa C-446/07.

Wyrok Trybunału (dziesiąta izba) z dnia 10 września 2020 r. Konsumentombudsmannen przeciwko Mezina AB, sprawa C-363/19.

Wyrok Trybunału (dziewiąta izba) z dnia 4 czerwca 2015 r. Teekanne GmbH & Co. KG przeciwko Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV, sprawa C-195/14.

Wyrok Trybunału (piąta izba) z dnia 16 lipca 1998 r. Gut Springenheide GmbH i Rudolf Tusky przeciwko Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung, sprawa C-210/96.

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 4 kwietnia 2000 r. Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln eV przeciwko Adolf Darbo AG, sprawa C-465/98.

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 17 grudnia 2015 r. Société Neptune Distribution SARL przeciwko Ministre de l'Économie et des Finances, sprawa C-157/14.

Piśmiennictwo

Ait Hou M., Grazia C., Malorgio G., *Food Safety Standards and International Supply Chain Organization: A Case Study of the Moroccan Fruit and Vegetable Exports*, „Food Control" 2015, t. 55, DOI: 10.1016/j.foodcont.2015.02.023.

Bardone E., Spalvēna A., *European Union Food Quality Schemes and the Transformation of Traditional Foods into European Products in Latvia and Estonia*, „Appetite", 2019, t. 135, DOI: 10.1016/j.appet.2018.12.029.

Blicharski T., Hammermeister A., Warda A., *Kompleksowy system wytwarzania wysokiej jakości wieprzowiny – PQS (Pork Quality System) – współpraca hodowców, producentów i przetwórców*, „Przegląd Hodowlany" 2010, nr 11.

Bonadonna A., Macar L., Peira G., Giachino C., *The Dark Side of the European Quality Schemes: The Ambiguous Life of the Traditional Specialities Guaranteed*, „Quality – Access to Success" 2017, t. 18.

Chilla T., Fink B., Balling R., i in., *The EU Food Label 'Protected Geographical Indication': Economic Implications and Their Spatial Dimension*, „Sustainability" 2020, t. 12, nr 14, DOI: 10.3390/su12145503.

Djekic I., Smigic N., *Revisiting Key Performance Indicators That Evaluate Food Safety Management Systems: A Short Review*, „Foods" 2025, t. 14, nr 21, DOI: 10.3390/foods14213742.

Droulers O., Amar J., *The Legibility of Food Package Information in France: An Equal Challenge for Young and Elderly Consumers?*, „Public Health Nutrition" 2016, t. 19, nr 6, DOI: 10.1017/S1368980015002141.

Gierszewski W., *Wprowadzające w błąd oznaczanie produktów żywnościowych przy użyciu znaków towarowych – uwagi na tle rozporządzenia nr 1169/2011*, „Europejski Przegląd Sądowy" 2024, nr 5, s. 27–35.

Gokani N., *Healthier Food Choices: From Consumer Information to Consumer Empowerment in EU Law*, „Journal of Consumer Policy" 2024, t. 47, nr 2, DOI: 10.1007/s10603-024-09563-0.

Grębowiec M., *Produkty regionalne i tradycyjne jako element budowania konkurencyjnej oferty produktów żywnościowych w Polsce i innych krajach Europy*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie – Problemy Rolnictwa Światowego" 2017, t. 17, DOI: 10.22630/PRS.2017.17.2.27.

Hatanaka M., Bain C., Busch L., *Third-Party Certification in the Global Agrifood System*, „Food Policy" 2005, t. 30, nr 3, s. 354–369.

Henson S., Humphrey J., *Understanding the Complexities of Private Standards in Global Agri-Food Chains as They Impact Developing Countries*, „Journal of Development Studies" 2010, t. 46, nr 9, s. 1628–1646, DOI: 10.1080/00220381003706494.

Jacxsens L., Boxstael S. van, Nanyunja J., i in., *Opinions on Fresh Produce Food Safety and Quality Standards by Fresh Produce Supply Chain Experts from the Global South and North*, „Journal of Food Protection" 2015, t. 78, nr 10, DOI: 10.4315/0362-028X.JFP-14-537.

Jakubowska D., Wierzejski T., Lewicki W., *Perception of Food Quality Labels: An Empirical Analysis Among Traditional Food Producers in Poland*, „European Research Studies Journal" 2021, t. XXIV, DOI: 10.35808/ersj/2426.

Janssen M., Hamm U., *Product Labelling in the Market for Organic Food: Consumer Preferences and Willingness-to-Pay for Different Organic Certification Logos*, „Food Quality and Preference" 2012, t. 25, nr 1, DOI: 10.1016/j.foodqual.2011.12.004.

Kalinowski P., *Zasady kontroli stosowania przez przedsiębiorców oznaczeń geograficznych zgodnie z rozporządzeniem 2024/1143*, LEX/el. 2025, pkt 2.

Kaczorowska J., Prandota A., Rejman K., i in., *Certification Labels in Shaping Perception of Food Quality – Insights from Polish and Belgian Urban Consumers*, „Sustainability" 2021, t. 13, nr 2, DOI: 10.3390/su13020702.

Kalinowski P., *Zasady kontroli stosowania przez przedsiębiorców oznaczeń geograficznych zgodnie z rozporządzeniem 2024/1143*, LEX/el. 2025, pkt 2.

Kapała A., *System gwarantowanych tradycyjnych specjalności w prawie Unii Europejskiej*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2023, nr 2 (33), DOI: 10.14746/ppr.2023.33.2.5.

Köhler S., Bager S., Pizzol M., *Sustainability Standards and Blockchain in Agro-Food Supply Chains: Synergies and Conflicts*, „Technological Forecasting and Social Change" 2022, t. 185, DOI: 10.1016/j.techfore.2022.122094.

Kuźnar A., *The European System of Protection of Geographical Indications*, „International Business and Global Economy" 2016, t. 35/1, DOI: 10.4467/23539496IB.16.041.5622.

Langer A., Eisend M., Kuß A., *The Impact of Eco-Labels on Consumers: Less Information, More Confusion?*, „European Advances in Consumer Research" 2008, t. 8, s. 338–339.

Leśkiewicz K., Kapała A., U*nijne systemy jakości żywności*, [w:] P.A. Blajer, K Leśkiewicz (red.), *Prawo rolne i żywnościowe. System Prawa Unii Europejskiej*, t. 18, Warszawa 2026, s. 935–991.

Leśkiewicz K., Lipińska I., Szymecka-Wesołowska A., Taczanowski M., Wolnicka K., *Bezpieczeństwo żywności i pasz*, [w:] P.A. Blajer, K. Leśkiewicz (red.), *Prawo rolne i żywnościowe. System Prawa Unii Europejskiej*, t. 18, Warszawa 2026, s. 761–932.

Łata M., *Adresat reklamy żywności. Wybrane problemy prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2020, nr 1 (26), DOI: 10.14746/PPR.2020.26.1.6.

Łuczka W., Kalinowski S., *Barriers to the Development of Organic Farming: A Polish Case Study*, „Agriculture" 2020, t. 10, nr 11, DOI: 10.3390/agriculture 10110536.

Marion H., Luisa M., Sebastian R., *Adoption of Geographical Indications and Origin-Related Food Labels by Smes – A Systematic Literature Review*, „Cleaner and Circular Bioeconomy" 2023, t. 4, DOI: 10.1016/j.clcb.2023.100041.

Martini D., Menozzi D., *Food Labeling: Analysis, Understanding, and Perception*, „Nutrients" 2021, t. 13, nr 1, DOI: 10.3390/nu13010268.

Mazurek-Kusiak A., Sawicki B., Kobyłka A., *Contemporary Challenges to the Organic Farming: A Polish and Hungarian Case Study*, „Sustainability" 2021, t. 13, nr 14, DOI: 10.3390/su13148005.

Meulen B. van der (red.), *Private Food Law: Governing Food Chains through Contract Law, Self-Regulation, Private Standards, Audits and Certification Schemes* [w:] *Private Food Law*, Wageningen 2011.

Murphy B., Martini M., Fedi A., i in., *Consumer Trust in Organic Food and Organic Certifications in Four European Countries*, „Food Control" 2022, t. 133, DOI: 10.1016/j.foodcont.2021.108484.

Nadar E., Ertürk M.S., *Eco-Design of Eco-Labels with Coarse Grades*, „Omega" 2021, t. 99, DOI: 10.1016/j.omega.2020.102209.

Pink M., Niewiadomski M., Grochola K., Gorczyca A., *Producers' Perception of the Benefits of Farm Certification: The Case of the National Good Agricul-*

tural Practices Programme, „Sustainability" 2024, t. 16, nr 18, DOI: 10.3390/su16188196.

Pollster dla UwB, *DOLINA ROLNICZA – KONSUMENCI. Raport z badania ilościowego*, Warszawa, grudzień 2025, w zasobach autorów.

Pollster dla UwB, *DOLINA ROLNICZA – PRODUCENCI I DYSTRYBUTORZY. Raport z badania ilościowego*, Warszawa, grudzień 2025, w zasobach autorów.

Purnhagen K., Schebesta H., *The Behaviour of the Average Consumer: A Little Less Normativity and a Little More Reality In CJEU's Case Law? Reflections on Teekanne*, „European Law Review" 2016, t. 41.

Rejman K., Kaczorowska J., Halicka E., Prandota A., *How Do Consumers Living in European Capital Cities Perceive Foods with Sustainability Certificates?*, „Foods" 2023, t. 12, nr 23, DOI: 10.3390/foods12234215.

Ruiz Cairo E., *Consumers May be Misled Despite the List of Ingredients Being Displayed on the Packaging of a Foodstuff*, „European Journal of Risk Regulation" 2015, DOI: 10.1017/S1867299X00004955.

Sanye Mengual E., Boschiero M., Leite J., i in., *Sustainability Labelling in the EU Food Sector: Current Status and Coverage of Sustainability Aspects*, „Publications Office of the European Union" 2024, DOI: doi:10.2760/90191.

Smith G., *Interaction of Public and Private Standards in the Food Chain*, „OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers" 2009, nr 15, DOI: 10.1787/221282527214.

Sobiczewski P., *Integrated Plant Production – Benefits and Prospects*, „Progress in Plant Protection" 2016, DOI: 10.14199/PPP-2016-020.

Srogosz T., *Globalne zarządzanie bezpieczeństwem żywności: aspekty prawne*, Warszawa 2022.

Szymecka-Wesołowska A. (red.), *Znakowanie, prezentacja, reklama żywności. Komentarz do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011*, Warszawa 2018.

Szymecka-Wesołowska A. (red.), *Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne w oznakowaniu, prezentacji i reklamie żywności, Komentarz*, Warszawa 2015.

Szymecka-Wesołowska A., *Wprowadzenie w błąd konsumentów przez oznakowanie środka spożywczego zawierające wizerunki lub opisy składników niewystępujących w produkcie w czystej postaci ale noszących ich smak, glosa do wyroku TS z dnia 4 czerwca 2015 r.*, C-195/14, LEX/el. 2015.

Trempała M., *Odpowiedzialność za wprowadzenie konsumentów w błąd przez sugerowanie szczególnych właściwości żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2013, t. 13, nr 2.

Trienekens J., Zuurbier P., *Quality and Safety Standards in the Food Industry, Developments and Challenges*, „International Journal of Production Economics" 2008, t. 113, nr 1, DOI: 10.1016/j.ijpe.2007.02.050.

Walaszczyk A., Kowalska A., Staniec I., *A Survey on Willingness-to-Pay for Food Quality and Safety Cues on Packaging of Meat: A Case of Poland*, „Decision" 2023, t. 50, nr 2, DOI: 10.1007/s40622-023-00352-1.

Wiodący na świecie znak towarowy produktów wegańskich i wegetariańskich, [na:] „V–Label", https://www.v-label.com/pl, 25 maja 2022 r., (dostęp: 7.04.2026).

Wiśniewska M., *(Pozornie) dobrowolne schematy certyfikacji żywności*, „Zarządzanie i Finanse" 2014, t. 1.

Wojciechowski P., *Oświadczenia środowiskowe dotyczące żywności – aspekty prawne*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2023, nr 1 (32), DOI: 10.14746/ppr.2023.32.1.6.

Wojciechowski P., *Znakowanie żywności jako instrument realizacji celów prawa żywnościowego – wybrane problemy*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2021, nr 2 (29), DOI: 10.14746/ppr.2021.29.2.26.

Wojciechowski P., *Informacja o braku zawartości określonych substancji w żywności w regulacjach prawa żywnościowego*, „Przegląd Prawa Rolnego" 2018, t. 22, nr 1, DOI: 10.14746/ppr.2018.22.1.7.

Zappalaglio A., *Anatomy of Traditional Specialities Guaranteed: Analysis of the Functioning, Limitations and (Possible) Future of the Forgotten EU Quality Scheme*, „GRUR International" 2022, t. 71, nr, DOI: 10.1093/grurint/ikac091.

Ziemiańczyk U., Krakowiak-Bal A., *Factors Influencing Food Supply Chains in the Context of Existing Food Quality Schemes*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich – Infrastructure and Ecology of Rural Areas" 2018, nr IV/1, DOI: 10.14597/INFRAECO.2018.4.1.077.

Inne dokumenty i źródła internetowe

About IFS, [na:] „IFS Database", https://www.ifs-certification.com/en/about-ifs (dostęp: 7.04.2026).

Brand Owners, [na:] „BRCGS", https://www.brcgs.com/brand-owners (dostęp: 7.04.2026).

Delivering Trust and Impact for Global Food Safety, [na:] „FSSC", https://www.fssc.com/fssc-22000, 6 maja 2026 r., (dostęp: 7.04.2026).

Food Safety and Quality: Private Food Standards, [na:] https://www.fao.org/food/food-safety-quality/a-z-index/private-food-standards0/en (dostęp: 5.04.2026).

GFSI-Recognised Certification Programme Owners, [na:] „MyGFSI", https://mygfsi.com/how-to-implement/recognition/certification-programme-owners (dostęp: 6.04.2026).

Kiwa Polska Sp. z o.o. Biuro Certyfikacji COBICO, Program certyfikacji nr PC-37. System Jakości Wieprzowiny TAQ, ważny od 31.07.2025 r., https://www.cobico.pl/uploaded/accordion/847/ea3/5d9/cd74ecc9539d603c46ee009/PC--37%20od%2020250731%20TAQ.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Licensed Gluten Free Products under European Licensing System, [na:] „AOECS", https://www.aoecs.org/working-with-food/licensed-products (dostęp: 7.04.2026).

Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego – produkty tradycyjne, [na:] https://www.produktyregionalne.pl/jakosc.html (dostęp: 2.04.2026).

Regulamin używania wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego „Jakość Tradycja", Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw RP, https://www.produktyregionalne.pl/download/regulamin_znaku.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Regulamin wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego „QMP System", https://qmpsystem.eu/wp-content/uploads/2023/11/Regulamin-znaku-System-QMP_rasy-miesne_mleczne.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Regulamin znaku towarowego gwarancyjnego Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP, wersja z dnia 14.12.2012 r., https://www.agroeko.com.pl/images/REGULAMIN_znaku-wersja-14–12–2013.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Regulamin znaku towarowego gwarancyjnego Systemu Jakości Wieprzowiny PQS – przetwórstwo, https://polsus.pl/images/pqs/Regulamin_znaku_towarowego_PQS_przetw%C3%B3rstwo.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Smart Farm Assurance Solutions, [na:] „GLOBALG.A.P.", https://www.globalgap.org (dostęp: 7.04.2026).

Standardy Systemu QMP, wyd. VII z dnia 23.11.2023 r., https://pzpbm.pl/wp-content/uploads/2023/11/Standardy-QMP_Wydanie-VII.pdf (dostęp: 15.05.2026).

System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP), [na:] „Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi", https://www.gov.pl/web/rolnictwo/system-gwarantowanej-jakosci-ywnosci-qafp (dostęp: 3.04.2026).

System TAQ – Tradition And Quality, [na:] „Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi", https://www.gov.pl/web/rolnictwo/system-taq---tradition-and-quality (dostęp: 4.04.2026).

Wieprzowina PQS – Założenia, [na:] http://wieprzowinapqs.pl/system-pqs/zalozenia (dostęp: 4.04.2026).

Wiodący na świecie znak towarowy produktów wegańskich i wegetariańskich, [na:] „V–Label", https://www.v-label.com/pl, 25 maja 2022 r., (dostęp: 7.04.2026).

Wniosek o certyfikację – System Tradition And Quality. Wymagania dotyczące wieprzowiny kulinarnej i przeznaczonej do wyrobu wędlin, wyd. 1 z dnia 24.01.2025 r., https://agroeko.com.pl/images/TAQ__Wniosek_o_certyfikacj%C4%99__wyd_1_04.08.2025_17.09.2025.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Wymagania dla Systemu QAFP – część ogólna, wyd. 6 z dnia 12.03.2021 r., https://www.cobico.pl/uploaded/translatable-files-element-file/521/c4f/a4c/c174301a80d274bdb02b456/Wymagania-dla-Systemu-QAFP-czesc-ogolna-wyd.-6-z-dnia-12.03.2021.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Wymagania dla Systemu QMP – część ogólna, wyd. VI.1 z dnia 01.04.2024 r., https://qmpsystem.eu/wp-content/uploads/2024/04/QMP_WymaganiaOgolne_VI1.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Wymagania Systemu PQS 2025, https://eco2cert.pl/wp-content/uploads/2025/11/Wymagania_Systemu_PQS_2025.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Zeszyty branżowe Systemu QAFP, https://znakdobregomiesa.pl/pliki-do-pobrania (dostęp: 15.05.2026).

Związek „Polskie Mięso", *System Jakości Wieprzowiny PQS – ubój i przetwórstwo*, https://polskie-mieso.pl/wp-content/uploads/2020/10/KT-PQS-UIP.pdf (dostęp: 15.05.2026).

Spisy tabel, wykresów

Spis tabel

1. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu integrowanej produkcji roślin 66
2. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu „Jakość Tradycja” 68
3. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QAFP 70
4. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu TAQ 72
5. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu PQS (Pork Quality System) 74
6. Elementy konstrukcyjne i praktyczne systemu QMP (Quality Meat Program) 76

Spis wykresów

1. Świadomość typów certyfikatów (%) 114
2. Znajomość certyfikatów z nazwy (spontaniczna) (%) 115
3. Zwracanie uwagi na certyfikaty przy zakupie żywności (%) 119
4. Cechy certyfikatu zachęcające do zakupu (%) 128
5. Oczekiwane cechy nowego certyfikatu (pełna tabela) (%) 142

O programie

Ekosystem Innowacji „Dolina Rolnicza 4.0” to strategiczny projekt Województwa Podlaskiego budujący regionalny ekosystem innowacji w sektorach rolnictwa, żywności i zdrowia, oparty na ścisłej współpracy nauki, biznesu i administracji. Uniwersytet w Białymstoku jest jednym z kluczowych partnerów konsorcjum, współodpowiedzialnym za badania naukowe, rozwój innowacji oraz mapowanie i rozwój ekosystemu.

Ekosystem Innowacji „Dolina Rolnicza 4.0” to projekt realizowany przez konsorcjum pięciu instytucji: Podlaski Fundusz Ekosystem Dolina Rolnicza 4.0 Sp. z o.o. (lider), Uniwersytet w Białymstoku, Uniwersytet Medyczny w Białymstoku, Politechnika Białostocka oraz Instytut Innowacji i Technologii Politechniki Białostockiej. Projekt ma charakter regionalnego „ekosystemu innowacji” w obszarach AgriTech, FoodTech i HealthTech, wzorowanego na modelu Doliny Krzemowej – integrującego rolnictwo, przemysł rolno-spożywczy, sektor zdrowia, naukę oraz innowacyjne przedsiębiorstwa.

Główną ideą jest stworzenie trwałej platformy współpracy, która pozwoli na wytwarzanie w regionie zaawansowanych technologicznie produktów i usług przy jednoczesnym respektowaniu wysokich standardów ochrony środowiska. Ekosystem ma wzmocnić pozycję województwa podlaskiego jako centrum nowoczesnego, zrównoważonego rolnictwa i przemysłu spożywczego 4.0, opartego na wiedzy i innowacjach.

W ramach projektu realizowany jest szereg komplementarnych zadań, obejmujących zarówno komponent badawczo-rozwojowy, jak i rozwój otoczenia instytucjonalnego. Ma on charakter systemowy i jest zaplanowany na okres kilku lat, co ma umożliwić stopniowe budowanie trwałych relacji, kompetencji oraz rozwiązań technologicznych w regionie.

Ekosystem Innowacji „Dolina Rolnicza 4.0” jest strategicznym projektem samorządu Województwa Podlaskiego, finansowanym przede wszystkim ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz budżetu państwa, w ramach programu „Fundusze Europejskie dla Podlaskiego”. Całkowita wartość projektu to 45 669 990,93 zł, z czego dofinansowanie ze środków UE wynosi 38 603 985,21 zł. Projekt jest realizowany w odpowiedzi na konkurs nr FEPD.01.01-IZ.00–002/24 (Działanie 1.1 Rozwój regionalnego potencjału B+R, Typ: Rozwój ekosystemu innowacji w obszarach inteligentnych specjalizacji – nabór niekonkurencyjny), którego przedmiotem był wybór projektu, który przyczyni się do osiągnięcia celu z Priorytetu I FEdP 2021–2027 – rozwijania i wzmacniania zdolności badawczych i innowacyjnych oraz wykorzystywania zaawansowanych technologii.

Na poziomie szczegółowym poszczególni partnerzy realizują własne zadania budżetowe w ramach konsorcjum. Uniwersytet w Białymstoku jest jednym z czterech partnerów naukowych, tworzących wraz z liderem – Podlaskim Funduszem Ekosystem Dolina Rolnicza 4.0 – konsorcjum odpowiedzialne za realizację projektu. Uczelnia współuczestniczy w realizacji zadań o charakterze badawczym, analitycznym oraz strategicznym, ukierunkowanych na rozwój regionalnego ekosystemu innowacji w sektorach Agri-Food-Health. Rola Uniwersytetu w Białymstoku koncentruje się w szczególności na: mapowaniu i analizie ekosystemu, badaniach nad trendami oraz budowaniu pozycji eksperckiej regionu w obszarze innowacji (w tym internacjonalizacji działań). Wzmacnia naukowe zaplecze projektu, zapewniając kompetencje w zakresie badań społeczno-gospodarczych, analiz regulacyjnych i instytucjonalnych oraz wspierając projekt w budowaniu długofalowych relacji z otoczeniem krajowym i międzynarodowym.

O autorach

prof. dr hab. Maciej Perkowski – prawnik, profesor nauk prawnych, kierownik Katedry Prawa Międzynarodowego Publicznego na Wydziale Prawa Uniwersytetu w Białymstoku. Jego zainteresowania badawcze obejmują prawo międzynarodowe publiczne, prawo Unii Europejskiej, prawo żywnościowe oraz prawne aspekty bezpieczeństwa żywności i zrównoważonych systemów żywnościowych. Autor i współautor ponad dwustu publikacji, kierownik i uczestnik projektów finansowanych m.in. ze środków Narodowego Centrum Nauki oraz funduszy UE; w pracy naukowej i eksperckiej łączy perspektywę prawa żywnościowego z analizą polityk publicznych i mechanizmów finansowania rozwoju regionalnego.

mgr Jakub Ali Farhan – prawnik, pracownik badawczy Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku, asystent w Katedrze Prawa Międzynarodowego Publicznego, główny specjalista w Departamencie Prawnym Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W swoich badaniach łączy perspektywę prawa międzynarodowego i prawa Unii Europejskiej z analizą funkcjonowania instytucji certyfikacji i własności intelektualnej.

mgr Wojciech Zoń – prawnik, pracownik badawczo-dydaktyczny Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku, asystent w Katedrze Prawa Międzynarodowego Publicznego. Jego badania koncentrują się na prawie międzynarodowym publicznym i prawie Unii Europejskiej, w tym regulacji dotyczących bezpieczeństwa żywności. Autor i współautor kilkudziesięciu publikacji naukowych, sekretarz redakcji „Eastern European Journal of Transnational Relations" oraz wiceprezes Fundacji Prawo i Partnerstwo.

Indeks pojęć

Akredytacja
Certyfikacja (definicja i rozróżnienia)
Certyfikat (jako dokument)
Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)
Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)
CAWI (metodologia badań)
Deklaracja własna producenta
Dolina Rolnicza 4.0 (EIDR 4.0)
Dobrowolne informacje na temat żywności
Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS)
HACCP – s. 61
Informacje obowiązkowe na etykiecie
Integrowana Produkcja Roślin (IP)
„Jakość Tradycja" (system krajowy)
Krajowe systemy jakości żywności (ogólnie)
Model przeciętnego konsumenta
Oznakowanie / Logo / Etykieta
Pork Quality System (PQS)
Produkcja ekologiczna
Quality Meat Program (QMP)
Standardy prywatne i branżowe
System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP
System Tradition And Quality (TAQ)
Zakaz wprowadzania w błąd
Znakowanie (a certyfikacja)

Streszczenie

Opracowanie pt. „Certyfikacja żywności w Polsce. Przegląd rozwiązań krajowych i unijnych oraz weryfikacja potrzeb rynkowych" stanowi kompleksową analizę systemów poświadczania jakości, łączącą perspektywę prawną, instytucjonalną oraz empiryczną.

Fundamentem systemów certyfikacji jest rozróżnienie między informacjami obowiązkowymi a dobrowolnymi. Certyfikacja w sensie ścisłym wymaga udziału strony trzeciej (niezależnej jednostki), co odróżnia ją od deklaracji własnych producenta i buduje wiarygodność przekazu rynkowego. Kluczowym wzorcem oceny legalności komunikatów jest model przeciętnego konsumenta, który musi być w stanie rzetelnie odczytać znaczenie danego znaku.

Na rynku współistnieją trzy kategorie rozwiązań:

1. systemy publicznoprawne UE: Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP), Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG), Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS) oraz produkcja ekologiczna, charakteryzujące się najwyższym stopniem legitymizacji prawnej;
2. krajowe systemy jakości: rozwiązania o charakterze mieszanym (np. Integrowana Produkcja Roślin, „Jakość Tradycja", QAFP, TAQ, PQS, QMP), które łączą specyfikacje branżowe z publicznym uznaniem i wsparciem;
3. standardy prywatne i branżowe: systemy takie jak BRC, GLOBALG.A.P. czy IFS, które pełnią kluczową rolę w relacjach B2B i organizacji łańcucha dostaw.

Badania wykazały, że 8 na 10 badanych producentów posiada co najmniej jeden certyfikat, a główną motywacją do ich uzyskania są wyma-

gania kontrahentów (44%) oraz chęć zwiększenia wiarygodności. Dystrybutorzy traktują certyfikację jako istotny filtr przy doborze dostawców (68% wskazań). Główną barierą dla obu grup pozostaje wysoki koszt produktów certyfikowanych oraz nadmierna biurokracja proceduralna.

Choć ogólna świadomość certyfikatów wśród badanych jest wysoka (77%), znajomość konkretnych marek pozostaje niska, z wyjątkiem znaku „Produkt Polski" (71% rozpoznawalności). Konsumenci najsilniej reagują na certyfikaty w kategorii mięsa. Kluczową wadą systemów w oczach odbiorców jest zbyt wysoka cena produktów nimi oznaczonych (48%) oraz dezorientacja spowodowana nadmiarem oznaczeń.

Obecna praktyka znakowania żywności wymaga przede wszystkim większej transparentności i uporządkowania. Oznaczeń żywności na ten moment jest dużo, a jednocześnie w ograniczonym stopniu pomagają konsumentom podejmować świadome wybory konsumenckie.

Natomiast ewentualne nowe rozwiązania w obszarze certyfikacji powinny koncentrować się na wartościach najbardziej pożądanych przez rynek: naturalności składu (brak sztucznych dodatków) oraz lokalnym pochodzeniu. Niezbędne jest również uproszczenie i cyfryzacja procedur oraz intensywna promocja edukacyjna, która wyjaśni konsumentom realną wartość stojącą za logotypem.