

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

NINA MARTINC

**VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI
PRI SPODBUJANJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2005

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

NINA MARTINC

Mentor: doc. dr. Dejan Verčič

**VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI
PRI SPODBUJANJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2005

KAZALO

UVOD	5
1. OPREDELITEV TEMELJNIH KONCEPTOV	8
1. 1 OPREDELITEV ODNOSOV Z JAVNOSTMI	8
1. 2 OPREDELITEV EKOLOŠKEGA KMETOVANJA	13
2. DEJAVNIKI RAZVOJA EKOLOŠKEGA KMETOVANJA.....	16
3. ZGODOVINSKI PREGLED RAZVOJA EKOLOŠKEGA KMETOVANJA.....	18
3. 1 PRIMERA AVSTRIJE IN ITALIJE.....	21
3. 1. 1 AVSTRIJA	21
3. 1. 2 ITALIJA.....	23
4. KLJUČNI AKTERJI PRI SPODBUJANJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA... 	24
4. 1 VLOGA ZDRUŽENJ PRIDELOVALCEV EKOLOŠKIH ŽIVIL	24
4. 1. 1 ORGANIZACIJA IFOAM.....	25
4. 2 VLOGA INSTITUCIJ EVROPSKE UNIJE.....	28
4. 3 VLOGA TRGOV.....	31
5. VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI RAZVOJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA DO DANES.....	34
6. EKOLOŠKO KMETOVANJE IN VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI NJEGOVI ŠIRITVI V PRIHODNOSTI	37
6. 1 PRIHODNJA VLOGA TRGOV EKOLOŠKIH ŽIVIL	38
6. 2 PRIHODNJA VLOGA ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV	42
7. PRIMER SLOVENIJE	46
7. 1 SPODBUDE SLOVENSKEMU EKOLOŠKEMU KMETOVANJU	48
7. 1. 1 VLOGA SLOVENSKE VLADE.....	48
7. 1. 2 VLOGA ZVEZE ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE.....	51
7. 1. 3 ODNOSI Z JAVNOSTMI V ZVEZI ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE.....	53
7. 1. 4. REZULTATI DELOVANJA ZVEZE ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE	55
7. 2 VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI NADALJNI ŠIRITVI EKOLOŠKEGA KMETOVANJA V SLOVENIJI	57
8. ZAKLJUČEK	60
9. LITERATURA IN VIRI	62
10. PRILOGE.....	65

SEZNAM SLIK IN PRILOG

Slike

Slika 3. 1: Delež obdelovalnih površin z ekološkim kmetovanjem po kontinentih.	19
Slika 3. 2: Velikosti obdelovalnih površin z ekološkim kmetovanjem v posameznih državah.	19

Priloge

Priloga 1: Zaščitni znaki	63
Priloga 2: Odgovori na vprašanja: Ministrstvo za kmetijstvo gozdarstvo in prehrano	64
Priloga 3: Vprašalnik: ekološki kmetovalci	66

UVOD

Ekološko kmetovanje je oblika kmetovanja, ki temelji na filozofiji pridelave visokokakovostne prehrane ob hkratnem ohranjanju okolja in naravnih virov. Razvijati se je začelo v Evropi v tridesetih letih dvajsetega stoletja, ko so ga spodbujali predvsem ekološko osveščeni posamezniki. Do množičnejše pridelave in razvoja trga ekoloških živil je prišlo ob koncu dvajsetega stoletja, ko je začelo vse več potrošnikov izražati zahteve po zdravi hrani, pridelani na okolju prijazen način, in ko so se z razvojem ekološkega kmetovanja ter njegovim spodbujanjem začele ukvarjati tudi nevladne okoljske organizacije, vladne institucije, nekatere mednarodne medvladne organizacije in gospodarske organizacije.

V svoji diplomski nalogi ugotavljam, kdo je imel ključno vlogo pri spodbujanju razvoja ekološkega kmetovanja in trga ekoloških živil, ter predstavljam načine, na katere so se ključni akterji lotili spodbujanja. Na osnovi teh ugotovitev skušam nato predvideti, kakšna bo vloga teh akterjev v prihodnosti. Posebno pozornost namenjam združenjem ekoloških kmetov, ki so po mojem mnenju najpomembnejši akter pri spodbujanju ekološkega kmetovanja. Preučevanje sem geografsko omejila na Evropsko unijo, med drugim zato, ker to območje sodi med najrazvitejša v ekološkem kmetovanju, ker je zanj dostopnih največ podatkov in ker je njen del tudi Slovenija, ki jo z vidika ekološkega kmetovanja obravnavam posebej, v zadnjem delu besedila.

Med akterji, ki so bili ključni za razvoj ekološkega kmetovanja do danes, so bile nevladne organizacije prve, ki so začele na različne načine povezovati ekološke kmete med seboj, raziskovati učinke ekološkega kmetovanja in zbirati statistične podatke o njem. V mednarodni nevladni organizaciji za ekološko kmetovanje IFOAM (ustanovljena leta 1972), ki se je do danes razvila v enega izmed najpomembnejših spodbujevalcev ekološkega kmetovanja na svetovni ravni, so prvi oblikovali standarde ekološkega kmetovanja in uvedli programe certificiranja ekoloških živil.

Institucije Evropske unije so v zadnjem desetletju dvajsetega stoletja sledile nevladnim organizacijam in sprejele uredbo, ki definira ekološko kmetovanje in določa zahteve, ki jih morajo izpolnjevati ekološki pridelovalci živil, ter v okviru kmetijsko-okoljskega programa določile finančno podporo, do katere so upravičeni ekološki kmetje in tisti, ki se odločijo

za preusmeritev v ekološko kmetovanje. Zaradi izredno hitre širitve evropskega trga ekoloških živil - prodaja ekoloških živil se je v letu 2002 v Evropi povečala za 8 odstotkov in ustvarila skoraj polovico celotne svetovne prodaje ekoloških živil – so v Evropski uniji pripravili tudi poseben akcijski načrt za razvoj ekološkega kmetijstva. Načrt so potrdili junija 2004.

Tudi Organizacija za prehrano in kmetijstvo pri Združenih narodov (FAO) je v zadnjem času vse bolj naklonjena ekološkemu kmetovanju, ki zmanjšuje uporabo pesticidov in drugih nevarnih dodatkov hrani. Naklonjenost FAO ekološkemu kmetovanju je verjetno posledica številnih bolezenskih in smrtnih primerov zaradi hrane, ki je vsebovala nevarne kemične snovi, s katerimi intenzivni kmetovalci spodbujajo pridelavo. Pri FAO ocenjujejo, da je na trgu kmetijskih kemičnih pripravkov med enim in dvema milijonoma izdelkov, med katerimi so številni, katerih učinki na zdravje ljudi niso dovolj raziskani.

Pri ključnih spodbujevalcih ekološke pridelave sem skušala med načini, ki so jih izbrali za spodbujanje ekološke pridelave, poiskati primere uporabe odnosov z javnostmi ter na osnovi teh določiti njihovo vlogo pri spodbujanju ekološkega kmetovanja. Ugotavljam, da odnose z javnostmi v svoje delovanje vključujejo tako vladne kot nevladne organizacije, ki so najzaslužnejše za širitev ekološkega kmetovanja v Evropi do danes. IFOAM na primer redno organizira kongrese, konference in druge mednarodne ali regionalne dogodke, na katerih sodelujejo predstavniki različnih organizacij, ki se ukvarjajo z razvojem in spodbujanjem ekološkega kmetovanja; izdaja številne publikacije in pri svojem delovanju redno sodeluje z Organizacijo za prehrano in kmetijstvo pri Združenih narodih. V skladu z organizacijskimi cilji Ifoamovi predstavniki lobirajo pri sprejemanju pomembnih političnih ali gospodarskih odločitev.

Tudi Evropska komisija vključuje v svoje razprave o nadaljnjem razvoju ekološkega kmetijstva različne deležnike. Pri oblikovanju akcijskega programa za ekološko kmetovanje je sodelovala z nevladnimi organizacijami za ekološko kmetovanje, s FAO in drugimi javnostmi, med katerimi so z zbiranjem mnenj o predlogu akcijskega načrta v razpravo o prihodnosti ekološkega kmetijstva vključili tudi širšo javnost.

Menim, da je mogoče z odnosi z javnostmi kot komunikacijsko funkcijo, prek katere organizacija spoznava okolje, v katerem deluje, in skuša vzpostaviti odnose, ki koristijo

njej sami in njenim deležnikom, doseči cilje, ki prispevajo k širitvi in razvoju ekološkega kmetovanja. Med take cilje po mojem mnenju sodijo informiranje, izobraževanje, doseganje soglasij in tudi prepričevanje. To pa so hkrati tudi izzivi, ki se jim bodo morale v prihodnje organizacije, ki se zavzemajo za širitev ekološkega kmetovanja, še bolj posvetiti, saj bo s širitvijo ekološkega kmetovanja verjetno prihajalo do križanj vedno več interesov, ki jih bo treba medsebojno uskladiti, o prednostih in vrednosti ekoloških živil bo treba množičneje informirati širšo javnost in izobraziti nove sodelujoče v procesih pridelave, predelave in trženja ekoloških živil.

Prav trženje bo imelo pri spodbujanju ekološkega kmetovanja v prihodnje zelo pomembno vlogo, saj je razvoj in širitev trga ekoloških živil eden od ključnih pogojev za nadaljnjo širitev ekološkega kmetovanja, hkrati pa bodo morali trgi sodelovati tudi pri ohranjanju osnovne ideje ekološkega kmetovanja. Zato bodo morale ekološke organizacije in institucije za doseg ciljev razvoja in širitev ekološkega kmetovanja ter hkratne ohranitve osnovne ideje ekološke pridelave učinkovito načrtovati odnose z javnostmi in uskladiti le-te tudi z marketinško funkcijo.

1. OPREDELITEV TEMELJNIH KONCEPTOV

Problem, ki ga obravnavam v nadaljevanju svoje diplomske naloge, sestavljata dva temeljna koncepta, odnosi z javnostmi in ekološko kmetovanje. Oba koncepta bom na začetku predstavila neodvisno enega od drugega, v nadaljevanju pa skušala ugotoviti, kako so odnosi z javnostmi vpeti v spodbujanje ekološkega kmetovanja v Evropski uniji in pri nas.

1.1 OPREDELITEV ODNOSOV Z JAVNOSTMI

»Odnosi z javnostmi predstavljajo stanje, značilno za vsakega posameznika in organizacijo v človekovem okolju – ne glede na to, ali se tega dejstva zavedajo in v skladu z njim ravnaajo –, ki vpliva na njegov ugled in odnose z drugimi predstavniki istega okolja« (Center in Jackson, 2002: 12). V organizaciji predstavljajo odnosi z javnostmi eno izmed organizacijskih funkcij, s pomočjo katerih organizacija lažje dosega zastavljene cilje.

Za odnose z javnostmi kot organizacijsko funkcijo velja, podobno kot za večino družboslovnih konceptov in pojmov, da zanje ne obstaja ena sama in edina pravilna definicija. Pri različnih teoretikih in praktikih tako zasledimo opredelitve odnosov z javnostmi kot organizacijsko funkcijo, ki »vzpostavlja in ohranja obojestransko koristne odnose med organizacijo in javnostmi, od katerih sta odvisna organizacijski uspeh ali neuspeh« (Cutlip in drugi v Heath, 2001: 36) ali krajše »upravljanje komunikacije med organizacijo in njenimi javnostmi« (Grunig in Hunt, 1995: 6) oziroma »upravljanje strateških odnosov /med organizacijo in njenim okoljem/« (Hutton v Verčič in drugi, 2001: 377).

Ameriško društvo za odnose z javnostmi je v svoji uradni izjavi zapisalo, da »odnosi z javnostmi pomagajo kompleksni pluralni družbi sprejemati odločitve in učinkovito delovati, tako da prispevajo k medsebojnemu razumevanju med skupinami in institucijami. Služijo usklajevanju zasebnih in javnih politik« (Wilcox in drugi, 2000:

5). Avtorji revije PR news (2000) pa so odnose z javnostmi definirali kot »upravljaljska funkcija, ki ocenjuje vedenje okolja, sledi politikam in postopkom posameznikov in organizacij z javnim interesom in načrtuje ter izvaja akcijske programe za doseganje razumevanja in prizanesljivosti javnosti« (Wilcox in drugi, 2000: 3).

Definicije, katerih večini je skupno obravnavanje odnosov z javnostmi kot menedžerske funkcije, naj bi se po Huttonovem (2001) mnenju razlikovale predvsem glede na tri usmeritve – interes (ali je funkcija odnosov z javnostmi v organizaciji bolj osredotočena na interes potrošnikov ali širše javnosti), pobudo (ali se odnose z javnostmi pojmuje kot reaktivno ali proaktivno funkcijo) in imidž (ali odnosi z javnostmi v organizaciji služijo za prikazovanje realnosti ali ustvarjanje predstav v javnosti). (Hutton v Verčič in drugi, 2001: 378)

Verčič in Ruler (2001) pa poudarjata, da je ugotavljanje razlik med definicijami odnosov z javnostmi in iskanje globalne definicije pojma precej bolj zapleteno. Avtorja opozarjata na razlike v definicijah, ki nastajajo že na sami jezikovni ravni, pri prevajanju angleškega pojma »public relations« v germanske in slovanske jezike ter na razlike, do katerih prihaja zaradi različnih družbeno-kulturnih okolij, v katerih se razvijajo definicije. Da bi premostili razlike, Verčič in Ruler (2001) predlagata drugačen pogled na odnose z javnostmi, in sicer ne zgolj kot na eno izmed organizacijskih funkcij, pač pa širše, kot na strateški proces opazovanja organizacije od zunaj, z vidika javnosti oz. javne sfere in kot proces ohranjanja vključenosti organizacije v okolje. (glej Verčič in drugi, 2001: 376-382)

Verčič in Ruler (2002) odnose z javnostmi obravnavata kot sooblikovanje pomenov. Za uspešno skupno delovanje morajo organizacije in družba namreč deliti skupne pomenske okvire. Na oblikovanje le-teh po Heathu (2001) pomembno vpliva dialog med organizacijami, posamezniki in skupinami. Tak dialog, v katerem predstavniki organizacijskega okolja oblikujejo skupne pomenske okvire, tvori osnovo diskurza odnosov z javnostmi. (Heath, 2001: 33)

Zaradi različnih definicij odnosov z javnostmi sem se odločila pri pregledu aktivnosti odnosov z javnostmi pri ključnih spodbujevalcih ekološkega kmetovanja upoštevati najširšo in najsplošnejšo izmed obravnavanih definicij, tridelno definicijo avtorjev Allena H. Centra in Patricka Jacksona (2003). Po njuni definiciji so odnosi z javnostmi a) »stanje, skupno vsakemu posamezniku in organizaciji v človekovem okolju«, b) »sistemizirana funkcija, ki ocenjuje odnose in vedenje javnosti, uravnoveša cilje, politike in dejanja posameznika ali organizacije z javnim interesom ter izvršuje akcijske programe za doseganje razumevanja, sprejemanja in vedenjske podpore javnosti« in c) »skupek demokratičnih načel, v katerem ima vsak posameznik v družbi pravico in dolžnost izraziti mnenje o določeni javni zadevi in v katerem prosta izmenjava teh mnenj predstavlja osnovo za oblikovanje vedenjskih politik« (Center in Jackson, 2003: 12).

Ista avtorja (2003) kot ključne cilje odnosov z javnostmi navajata ustvarjanje vedenj deležnikov, njihovo spreminjanje oziroma ohranjanje. Pri ustvarjanju ali spreminjanju vedenja deležnikov pa govorita o treh vrstah možnih vedenjskih sprememb:

1. motiviranje ljudi, da nekaj storijo;
2. motiviranje ljudi, da nečesa ne storijo;
3. pridobitev konsenza javnosti za določeno dejanje organizacije.

(Center in Jackson, 2003: 3)

Cilj odnosov z javnostmi (vedenje, ki ga želi organizacija spodbuditi) mora biti jasen in merljiv, določitev ključnih deležnikov pa mora temeljiti na poznavanju okolja, v katerem deluje organizacija. Pri slednjem je pomembno razumevanje odnosov z javnostmi, kakor jih definirata Verčič in Ruler - kot strateški proces opazovanja organizacije od zunaj in kot proces ohranjanja vključenosti organizacije v okolje. (Verčič in drugi, 2001: 382)

Odnosi z javnostmi so torej dolgoročna ciklična organizacijska funkcija, saj mora organizacija, ki si je kot cilj zadala spremembo vedenja deležnikov, po doseženem cilju z novimi aktivnostmi poskrbeti za ohranjanje zelenega vedenja vsaj toliko časa, dokler ga ne želi ponovno spremeniti. Enako velja tudi za organizacijo s ciljem ustvariti neko

vedenje. Dolgoročnost in cikličnost odnosov z javnostmi zahtevata od organizacije stalno refleksijo dogajanja v okolju, v katerem organizacija deluje. Zato Verčič in Ruler za poimenovanje odnosov z javnostmi predlagata nov termin »refleksivni komunikacijski menedžment« (Verčič in Ruler, 2002).

Zastavljeni širši cilj odnosov z javnostmi, ki je ustvarjanje, sprememba ali ohranitev določenega vedenja, predstavlja osnovo za načrtovanje komunikacijskih aktivnosti. Center in Jackson (2003) v svojem vedenjskem modelu odnosov z javnostmi navajata štiri najpomembnejše korake, ki so potrebni pred izvedbo konkretnih komunikacijskih aktivnosti:

1. Prvi korak predstavlja definiranje vedenja, ki ga želimo spodbuditi, okrepiti, spremeniti.
2. Sledi definiranje deležnikov, pri katerih naj bi spodbudili vedenje, oziroma tistih, ki bi lahko z zavračanjem želenega vedenja ali z nasprotnim vedenjem ogrozili uresničitev organizacijskih ciljev.
3. Določanju ključnih deležnikov sledi definiranje vmesnih vedenjskih stanj deležnikov, ki bodo pripeljala do končnega želenega vedenja.
4. Ker se deležniki ponavadi ne odzivajo spontano, je treba za posamezne skupine deležnikov določiti mnenjske voditelje, ki bodo s svojim vedenjem spodbudili skupinsko vedenje.

(Center in Jackson, 2003: 15)

Prva dva koraka sta najpomembnejša, saj je od njiju odvisen izbor taktik in orodij, ki naj bi pripeljali do postavljenega cilja odnosov z javnostmi. Pogosto lahko na doseganje določenega organizacijskega cilja vpliva skupnost, v kateri deluje organizacija. Zato odnosi s skupnostjo večkrat predstavljajo jedro organizacijskega programa odnosov z javnostmi. Za organizacijo pomenijo načrtovano, aktivno in redno sodelovanje s skupnostjo, v kateri delujejo, za izboljšanje okolja v korist obema, organizaciji in skupnosti. Prek nastopanja organizacije v skupnosti odnosi z le-to odražajo naravo organizacije. (Center in Jackson, 2003: 70-71)

Odnosi s finančnimi javnostmi predstavljajo komunikacijsko strategijo, ki je usklajena s cilji menedžmenta organizacije glede odnosov z investitorji. Obsegajo pripravo javnih finančnih poročil, vzpostavljanje odnosov z mediji in vodenje odnosov s finančnimi javnostmi. (Center in Jackson, 2003: 123-124)

Glede na to, da vloga odnosov z javnostmi zahteva vzpostavljanje in ohranjanje odnosov z različnimi deležniki organizacije, so množični mediji lahko v mnogih primerih učinkovit posrednik mnenj in odločitev med obema stranema. Naloga praktikov odnosov z mediji je skrb za objavo želenih informacij v želenih medijih (odvisno od skupine deležnikov, ki jim je informacija namenjena), to pa lahko dosežejo le z vzpostavitvijo dobrih odnosov z mediji. (Center in Jackson, 2003: 206)

Tudi potrošniki sodijo med pomembne deležnike večine organizacij. Odnosi z njimi predstavljajo podporo marketinškim ciljem ter hkrati funkcijo graditve in ohranjanja zvestobe ter zaupanja organizaciji in njenim izdelkom oziroma storitvam. Odnosi s potrošniki kot podpora marketinškim ciljem pomenijo predvsem vzpostavljanje zavedanja o izdelku oziroma storitvi, predstavlanje njegovih oziroma njenih prednosti in krepitev pozitivnega mnenja o izdelku oziroma storitvi. Med aktivnosti odnosov s potrošniki, s katerimi organizacija gradi zvestobo in zaupanje, sodijo na primer:

1. povezovanje uporabnikov izdelkov oziroma storitev organizacije in oblikovanje oddelkov za pomoč in svetovanje kupcem,
2. sprejemanje programov za doseganje in ohranjanje zadovoljstva kupcev,
3. spodbujanje publicitete in promocijskih aktivnosti, ki odvrčajo pozornost kupcev od konkurenčnih organizacij in njihovih izdelkov oziroma storitev,
4. varovanje ugleda organizacije ter njenih izdelkov in storitev v potrošniških gibanjih, vladnih predpisih, komunikaciji konkurentov in drugih podobnih razmerah, ki bi lahko škodile organizaciji ter njenim izdelkom oziroma storitvam.

(Center in Jackson, 2003: 166)

Predvsem v povezavi z odnosi s potrošniki so se začeli nekateri teoretiki spraševati o povezanosti odnosov z javnostmi z marketingom. Organizacijski funkciji, ki imata skupnih nekaj temeljnih konceptov (raziskovanje trgov, izbira ciljnih javnosti, priprava

komunikacijskega načrta, vrednotenje) so nekateri postavili v enakovreden položaj v organizacijski strukturi, drugi so odnose z javnostmi uvrstili v marketinški splet, tretji pa marketing v okvir odnosov z javnostmi. (glej npr. Kitchen in Papasolomou, 1997)

Pr reporter (1984) je navedel štiri aktivnosti odnosov z javnostmi, ki jih pri marketingu ne zasledimo, in s tem prikazal razlike med obema funkcijama:

1. Odnosi z javnostmi se ukvarjajo z internimi javnostmi in odnosi z njimi.
2. Odnosi z javnostmi skrbijo tudi za nepotrošniške javnosti zunaj organizacije in za okolje, v katerem deluje organizacija.
3. Odnosi z javnostmi se ukvarjajo z naravo ljudi, medtem ko se marketing ukvarja z vedenjem potrošnikov, ki ga mnogokrat prikazujejo s številkami (npr. z rastjo ali upadom prodaje).
4. Odnosi z javnostmi lahko ustalijo ali spremenijo javno mnenje tudi glede stvari, ki niso vezane na izdelek oziroma storitev.

(Center in Jackson, 2003: 163-164)

Razlike med konceptoma odnosov z javnostmi in marketinga dokazujejo, da organizacija za uspešno delovanje potrebuje obe funkciji. Za uspeh organizacije pa je pomembno, da sta ti funkciji medsebojno usklajeni. To dokazuje tudi primer širjenja ekološkega kmetovanja in trgov ekoloških živil, ki je tema naslednjih poglavij tega besedila.

1. 2 OPREDELITEV EKOLOŠKEGA KMETOVANJA

Ekološko kmetovanje je oblika kmetovanja, ki temelji na gojenju različnih vrst pridelkov, skrbi za okolje in spodbujanju trajnostnega kmetijskega razvoja ter sledi ciljem, kot so a) pridelava kakovostnih živil brez uporabe genske tehnologije in kemičnih ali sintetičnih dodatkov ali s kolikor je mogoče zmanjšano uporabo le-teh, b) razvoj okolju prijaznih pridelovalnih metod z izogibanjem uporabi kemičnih pesticidov in gnojil ter c) uporaba pridelovalnih tehnik, ki ohranjajo rodovitnost tal in sledijo naravnim zakonitostim in obnovitvenim postopkom ekosistema. (glej FAO, 2004 in IFOAM, 2004)

Ekološka pridelava je določena z zakonskimi določili in standardi, ki med drugim zahtevajo redne preglede vseh pridelovalnih površin in določajo stroge postopke certificiranja pridelkov. Cilj certificiranja je zagotoviti, da vsak pridelovalec ali posrednik ekoloških živil izpolnjuje standarde ekološke pridelave, predelave in distribucije. Za pridobitev certifikata sta ponavadi potrebni dve leti preusmerjanja iz konvencionalne v ekološko pridelavo, pridelki, vzgojeni na področju v preusmerjanju, pa še ne morejo biti označeni kot ekološki. (glej FAO, 2004 in IFOAM, 2004)

Ekološko kmetovanje ima po mnenju svojih zagovornikov številne pozitivne učinke na okolje in zdravje ljudi:

1. Omejevanje uporabe pesticidov igra pomembno vlogo pri ohranjanju biodiverzitete, preprečuje onesnaževanje in zastrupljanje prsti ter izboljšuje kakovost površinskih in podtalnih vod, kar posledično vpliva na bolj zdravo pitno vodo in ohranja ribjih družin.
2. Prepoved umetnih gnojil in omejitve glede števila glav živine na določenem prostoru vplivajo na zmanjšanje vnosa nitratov v zemljo, kar prispeva k ohranjanju rodovitnosti prsti.
3. K zaščiti tal prispevajo tudi same kmetovalske tehnike, ki jih uporabljajo ekološki kmetje (npr. kolobarjenje in mešani posevki).
4. Ekološko kmetovanje prispeva k dobrobiti živali, saj predpisi za ekološko živinorejo narekujejo ureditev živalim primernih življenjskih razmer.
5. Ekološke kmetije porabijo občutno manj energije in proizvedejo od 40 do 60 odstotkov manj emisij ogljikovega dioksida kot konvencionalne kmetije.
6. Skrb za okolje, ki sodi med temeljna vodila ekološkega kmetovanja, prispeva k večji privlačnosti podeželja, kar je ponekod (na primer v Avstriji) že spodbudilo razvoj turizma in podeželja nasploh.

(Evropska komisija, 2002: 27-29)

Argumente zagovornikov ekološkega kmetovanja potrjujejo sicer maloštevilne raziskave o učinkih ekološkega kmetovanja na okolje, med njimi vseevropska raziskava (izvedla jo je Organizacija za prehrano in kmetijstvo pri Združenih narodih), v kateri se

je ekološko kmetovanje izkazalo za uspešnejšega od konvencionalnega pri vseh okoljskih kazalnikih. V prid ekološkemu kmetovanju govorijo tudi raziskave o ekonomski učinkovitosti pridelave hrane na manjših obdelovalni površinah (ta je praviloma značilna za ekološko pridelavo). Študija Svetovne banke, izvedena v Braziliji na primer predvideva, da bi z razdelitvijo obdelovalnih površin na več manjših posesti povečali pridelek za 80 odstotkov. (Institute for Food and Development Policy, 1998)

Hkrati s pozitivnimi lastnostmi, ki jih navajajo in argumentirajo zagovorniki in spodbujevalci ekološkega kmetovanja, pa predvsem zagovorniki konvencionalnega kmetijstva opozarjajo tudi na negativne posledice ekološkega kmetovanja in na nekatera še ne dovolj raziskana in dokazana dejstva. Trdijo, da obstaja premalo znanstvenih dokazov o boljših učinkih ekološkega kmetovanja na okolje in zdravje ljudi v primerjavi s konvencionalnim kmetijstvom, prav tako pa ekološka živila po številnih testih naj ne bi imela višje hranljive vrednosti ali bila boljšega okusa kot konvencionalna. Po mnenju zagovornikov konvencionalnega kmetijstva nekatere pridelovalne prakse, kot je na primer mehanično odstranjevanje plevela, lahko celo škodujejo okolju, uporaba komposta pa zdravju ljudi. Opozarjajo tudi, da so v primerjavi s konvencionalnimi pridelki v ekoloških odkrili več primerov salmonelle in da je znan tudi primer bolezni BSE pri kravi, vzrejeni na ekološki kmetiji. (Commission of the European Communities, 2004b: 2-3)

Kljub opozorilom zagovornikov konvencionalnega kmetovanja o možnih negativnih posledicah ekološkega kmetijstva se je to začelo v zadnjih desetih letih predvsem v razvitejših državah Evrope hitro uveljavljati. Hkrati z razvojem ekološkega kmetovanja so se začeli razvijati tudi trgi ekoloških živil, ki se predvsem v razvitih državah izredno hitro širijo in so v nekaterih evropskih državah že dosegli zrelo fazo razvoja. Ekološka pridelava je postala zanimiva za različne javnosti - pridelovalce, potrošnike, okoljske organizacije, načrtovalce kmetijske politike ter druge, ki verjamejo v njene pozitivne učinke, in tudi tiste, ki ji nasprotujejo.

2. DEJAVNIKI RAZVOJA EKOLOŠKEGA KMETOVANJA

Ekološko kmetovanje kot način pridelave hrane in drugih pridelkov, pri katerem pridelovalci ne uporabljajo umetnih gnojil in pesticidov, ni nova oblika kmetovanja. Na tak način so kmetje gojili pridelke, ko umetna gnojila sploh še niso obstajala in ko je pridelava v skladu z zakonitostmi narave zadoščala za zadovoljitev povpraševanja po hrani.

Z rastjo števila svetovnega prebivalstva in naraščanjem povpraševanja po hrani pa so vlade posameznih držav začele spodbujati intenzivnejšo pridelavo živil, kmetje pa iskati načine zanjo. Rešitev so slednjim ponudile kemično-farmacevtske organizacije, ki so v večanju povpraševanja po hrani odkrile tržno priložnost ter začele razvijati umetna gnojila in pripravke za hitrejšo in večjo pridelavo živil. Številni kmetje so začeli te s pridom uporabljati in ponudba hrane na trgu se je kmalu povečala. Vladni načrtovalci kmetijskih politik so bili zadovoljni: večja pridelava hrane je pomenila večjo blagovno menjavo na trgu in večje zadovoljstvo potrošnikov, več prodanih pridelkov pa je prispevalo tudi k razvoju podeželja.

Vendar so predvsem v nekaterih gospodarsko in ekonomsko razvitejših državah kmalu po pojavu umetnih dodatkov za spodbujanje kmetijske pridelave različne nevladne okoljske organizacije, kasneje pa tudi nekateri raziskovalni inštituti začeli opozarjati na negativne učinke uporabe umetnih preparatov v kmetijstvu. Poleg intenzivne mehanske obdelave zemlje ti po mnenju omenjenih organizacij spreminjajo kakovost in količino lokalnih naravnih virov, s tem pa negativno vplivajo na naravne habitate, biotsko raznovrstnost in samo pokrajino ter zmanjšujejo osnovno vrednost kmetijstva, ki naj bi z uporabo naravnih virov, kot so prst, voda in zrak, pozitivno vplivalo na naravno okolje, in sicer z ohranjanjem zelenih površin, ki zagotavljajo življenjski prostor številnim živalim, omogočajo obstoj podeželja in predstavljajo lijak za toplogredne pline. (OECD, 2001: 10-14)

Vlade posameznih držav so se na začetku na opozorila okoljskih organizacij odzvale različno. Nekatere so se takoj lotile priprave strategij za spodbujanje okolju prijaznega kmetijstva, druge šele, ko so spodbude intenzivni pridelavi pripeljale do presežkov pridelanih živil in ko je začela vse pogostejše izražati zahteve po izboljšanju kmetovalskih praks tudi širša javnost, ki ji je razvoj tehnologije omogočil dostopanje do vedno več informacij.

Večina držav članic Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD), med katerimi so tudi članice Evropske unije, je na začetku devetdesetih let dvajsetega stoletja začela spreminjati kmetijske politike in z njimi zmanjševati podpore in subvencije kmetom ter jih usmerjati k prilagajanju trgu. Z uvedbo kmetijskih politik, ki zmanjšujejo pomen obsegu pridelave, so države dosegle dvoje: prispevale so k učinkovitejši rabi virov in k zmanjšanemu pritisku kmetijstva na okolje. V mnogih primerih so namreč nižje subvencije za odkup pridelkov in nižje podpore za pridelavo znižale povpraševanje po kemičnih sredstvih in zmanjšale mehansko obdelavo kmetijskih površin. (OECD, 2001: 6-7)

Poleg naštetih ukrepov so države sprejele tudi ukrepe za zagotavljanje kakovosti vode, kakovosti in varnosti hrane ter dobrobiti živali ter pravilnike o rabi pesticidov in ravnanju z odpadki. Ti ukrepi so hkrati s hitrim razvojem tehnologije, strukturnimi spremembami v kmetijsko-prehrabnem sektorju in kmetijskih praksah ter s spreminjanjem zahtev potrošnikov vplivali na zmanjšanje škodljivih učinkov kmetijstva na okolje. (OECD, 2001: 8)

Konec 90. let dvajsetega stoletja in v začetku enaindvajsetega stoletja so države sprejele dva mednarodna dokumenta, ki sta pomembno vplivala na spremembe kmetijskih politik posameznih držav – sporazum o trajnostnem razvoju in Kyotski protokol. V obeh so se države podpisnice zavezale k spodbujanju trajnostnega razvoja¹, ki predvideva tudi trajnostno kmetijsko pridelavo - ekonomsko učinkovit način pridelave zadostnih količin varne prehrane ob upoštevanju družbenih vidikov in varovanja okolja. Ekološko kmetovanje velja za enega izmed načinov trajnostne kmetijske pridelave in je trenutno celo edina oblika take pridelave s sistemom certificiranja pridelkov. (OECD, 2001: 7-14 in Der Grijp in Den Hond, 1999: 9)

¹ Trajnostni razvoj pomeni razvoj gospodarstva na način, ki bo izboljšal ekonomsko stanje ljudi ob hkratnem upoštevanju okoljskih in družbenih vidikov. (glej OECD, 2001: 7-14)

3. ZGODOVINSKI PREGLED RAZVOJA EKOLOŠKEGA KMETOVANJA

Danes je ekološko kmetovanje prisotno v skoraj vseh državah sveta, njegovi uradni začetki v smislu definicije, navedene v drugem poglavju tega besedila, pa segajo v 30. in 40. leta dvajsetega stoletja, ko so začeli pridelovati hrano na ekološki način posamezni ekološko osveščeni kmetje v Nemčiji, Švici in Veliki Britaniji. Začetek množičnejše ekološke pridelave predstavljajo 80. leta dvajsetega stoletja, ko je močno naraslo število ekoloških pridelovalcev, ki so jih k ekološki pridelavi živil najbolj spodbudile vse pogostejše zahteve potrošnikov po zdravih živilih, pridelanih na okolju prijazen način. V teh letih je ekološka pridelava v Evropski uniji potekala na 100.000 hektarih obdelovalnih površin, kar je predstavljalo 0,1 odstotek vseh obdelovalnih površin. (Willer in Yussefi, 2004: 96)

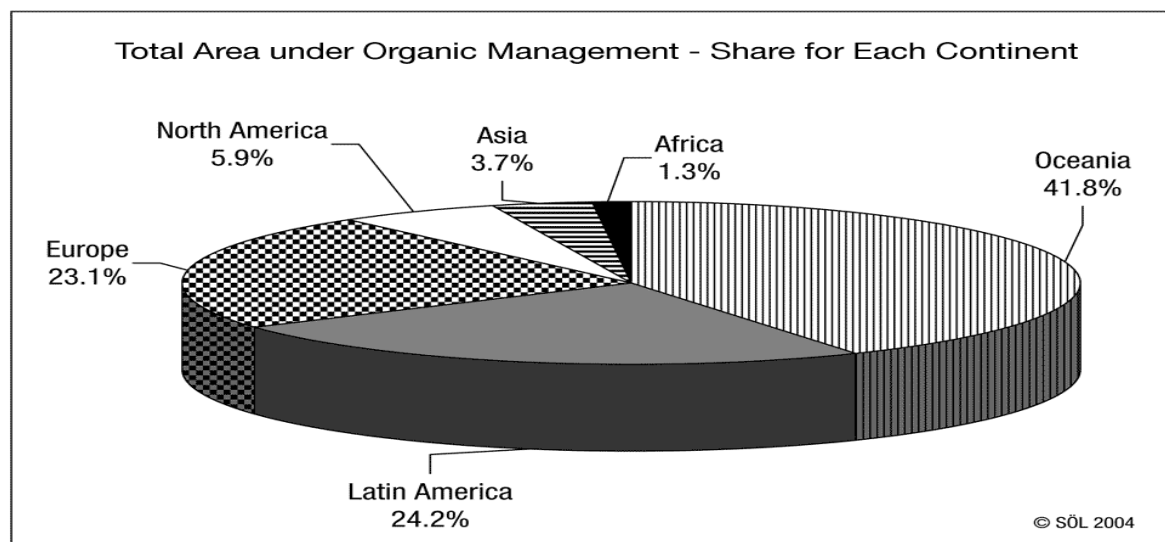
Devetdeseta leta dvajsetega stoletja so predstavljala v Evropski uniji obdobje izredno hitre širitve ekološkega kmetovanja. Med letoma 1985 in 1999 so se površine z ekološko pridelavo vsako leto povečale za 25 odstotkov (glej Lampkin, 2001 v FiBL in SOEL, 2002); leta 1999 so merile 3,3 milijona hektarov. Število kmetij je v istem obdobju naraslo iz 29.000 na več kot 120.000. Površine z ekološko pridelavo živil so leta 1999 predstavljale 2,6 odstotka vseh obdelovalnih površin, ekološke kmetije pa 1,7-odstotni delež vseh kmetij. Do leta 2002 sta omenjena odstotka narasla na 3,3 oziroma 2,3 odstotka. (Commission of the European Communities, 2004b: 5-6)

Danes poteka ekološka pridelava v Evropi na 5,6 milijona hektarov površin, kar predstavlja 2 odstotka vseh obdelovalnih površin. Z več kot 5 milijoni hektarov površin z ekološko pridelavo se Evropa uvršča med celinami na tretje mesto po velikosti kmetijske površine, na kateri poteka ekološko kmetijstvo, za Avstralijo z Oceanijo in Latinsko Ameriko. Celotna svetovna površina, na kateri poteka ekološka pridelava živil, meri prek 24 milijonov hektarov (glej slike 4.1 in 4.2). (Willer in Yussefi, 2004: 13)

Med evropskimi državami se deleži površin z ekološko pridelavo v skupnih kmetijskih površinah in z njimi pomen ekološkega kmetovanja razlikujejo. Prva mesta po pomenu in deležu ekoloških površin zasedajo Avstrija z 11 odstotki ekoloških kmetijskih površin, Švica z 10, Italija z 8 in Finska s 7 odstotki. Sledijo jim Danska (6,65 %), Švedska (6,09 %), Češka

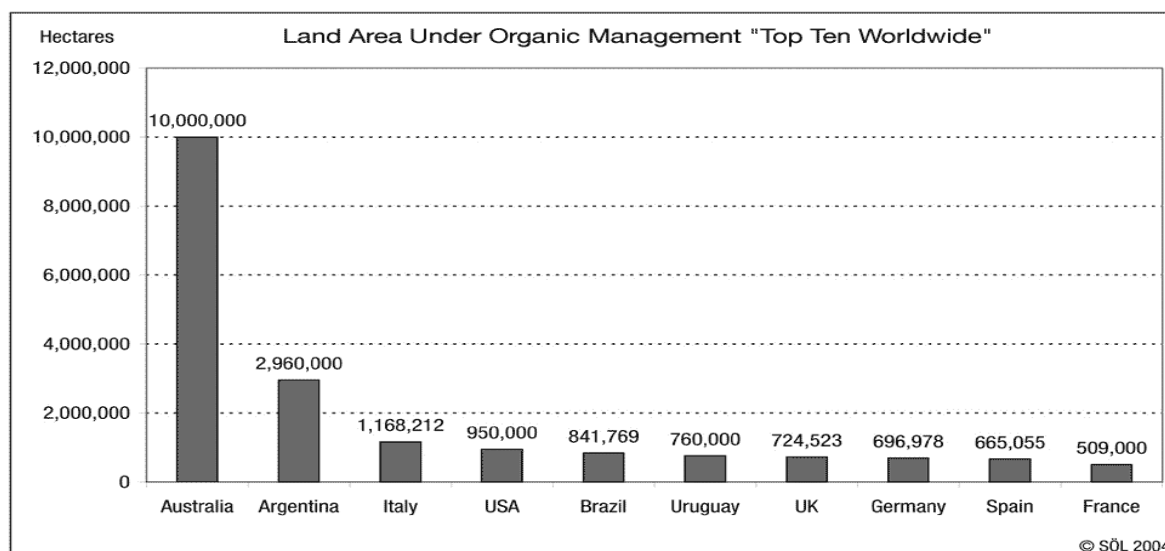
(5,09 %), Velika Britanija (4,22 %) in Nemčija (4,10 %), ki skupaj s prvimi štirimi državami zasedajo prvih deset mest na lestvici držav z najvišjimi deleži ekoloških kmetovalskih površin na svetu. (Willer in Yussefi, 2004: 16-18)

Slika 3. 1: Delež obdelovalnih površin z ekološkim kmetovanjem po kontinentih.



Vir: (2004) http://www.soel.de/oekolandbau/weltweit_grafiken.html

Slika 3. 2: Velikosti obdelovalnih površin z ekološkim kmetovanjem v posameznih državah.



Vir: (2004) http://www.soel.de/oekolandbau/weltweit_grafiken.html

Skupni evropski trg ekoloških živil je danes vreden prek 4 milijarde evrov, kar je skoraj polovica vrednosti celotnega svetovnega trga ekoloških živil. V Evropski uniji predstavlja ekološka prehrana enega izmed najhitreje rastočih sektorjev celotnega trga živil, ki ga sestavlja prek 370 milijonov potencialnih potrošnikov in na katerem posamezno gospodinjstvo za hrano v povprečju nameni 14,6 % vseh izdatkov. Ekološko kmetovanje prispeva 2 odstotka k vrednosti celotne kmetijske pridelave, enak delež pa prispeva tudi k skupni prodaji vseh živil. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 13)

Glede na geografsko lego držav je v Evropski uniji stopnja zanimanja kupcev za ekološka živila višja v severnoevropskih državah; v južnoevropskih državah ekološka pridelava v veliki meri temelji na izvozu na sever. Kupci ekoloških živil so večinoma bogatejši posamezniki, ki na družbeni lestvici pripadajo srednjemu in višjemu sloju. Največ jih je iz urbanega okolja, ponavadi iz večjih mest. So visokoizobraženi, razsodno odločajo o nakupu hrane in pijače ter pri nakupu upoštevajo kakovost, izvor in način pridelave živil. Njihovi glavni razlogi za nakup ekoloških živil so kakovost in varnost živil, skrb za dobrobit živali in okoljska osveščenost. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 13-14)

Raziskovalca trgov ekoloških živil, Gronefeld in Hamm, ki sta skušala poiskati možne načine za povečanje evropskega trga ekoloških živil, sta glede na tržni delež ekoloških živil v celotni prodaji živil v posamezni državi razdelila države Evropske unije v tri skupine. V prvo skupino držav, najbolj razvito, s povprečnim tržnim deležem ekoloških živil med 5,4 in 1,0 odstotkom, sta uvrstila Dansko, Avstrijo, Švico, Finsko, Švedsko in Nemčijo. V drugo skupino držav, s tržnim deležem ekoloških živil pod 1,0 in do 0,3 odstotka so se uvrstile Nizozemska, Velika Britanija, Italija, Francija, Belgija, Luksemburg in Portugalska. V tretjo skupino držav, po ugotovitvah avtorjev z majhnim nišnim trgom ekoloških živil (njihov tržni delež je manjši od 0,3 odstotka), pa sta avtorja uvrstila Španijo, Grčijo in Irsko. Poleg omenjenih držav sta Gronefeld in Hamm v svojo raziskavo vključila tudi Češko, Norveško in Slovenijo, vendar pri njih nista uspela dobiti podatka o tržnem deležu ekoloških živil, zato jih nista mogla razvrstiti v eno od skupin držav glede na tržni delež ekoloških živil v skupni prodaji vseh živil. Predvidela pa sta, da bi se Norveška uvrstila v drugo, Češka in Slovenija pa v tretjo skupino. (Gronefeld in Hamm, 2002: 118)

Gronefeldovo in Hammovo razvrstitev držav je potrdila tudi OMIaRD-ova študija Delfi o evropskem trgu ekoloških živil (2003). Študija je obravnavala 19 evropskih držav (poleg takratnih 15 članic Evropske unije še Češko, Norveško, Slovenijo in Švico), ki jih je razvrstila v 3 skupine glede na prevladujoči prodajni kanal ekoloških živil:

1. med države z razvitim trgom je študija uvrstila tiste, kjer so najpomembnejši kanal za prodajo ekoloških živil supermarketi, za prebivalce teh držav pa je značilna visoka stopnja okoljske osveščenosti;
2. kot države z rastočim trgom so ocenili tiste, kjer sta najpomembnejša prodajna kanala specializirane trgovine z zdravo prehrano in neposredna prodaja;
3. kot države z razvijajočim trgom ekoloških živil, ki so ga strokovnjaki označili kot nišni trg, pa tiste z majhnim številom začetnikov ekološkega kmetovanja in z malo drugimi akterji ter s slabo organizacijsko strukturo.

(Padel in drugi, 2003: 10)

3. 1 PRIMERA AVSTRIJE IN ITALIJE

Avstrija in Italija predstavljata državi, od katerih je prva ena izmed držav z najvišjim deležem ekoloških površin med vsemi kmetijskimi površinami na svetu druga pa država z največjimi evropskimi površinami, na katerih poteka ekološka pridelava. Na tak razvoj ekološkega kmetijstva je v vsaki od držav vplivalo več različnih dejavnikov in akterjev.

3. 1. 1 AVSTRIJA

Avstrija sodi med države z dobro razvito okoljevarstveno politiko in manjšim obsegom kmetijskih površin, na katerih poteka intenzivna pridelava hrane, kar je posledica reliefnih značilnosti države. Večina avstrijskih ekoloških kmetij se je razvila na območjih, kjer je prej potekala relativno ekstenzivna pridelava živil, saj je ekstenzivno kmetijstvo pozitivno vplivalo na preusmeritve kmetov v ekološko pridelavo. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 26)

Pridelava ekoloških živil v Avstriji je strogo določena in nadzirana. Ekološki kmetje morajo poleg določil Evropske unije o ekološki pridelavi upoštevati še določila združenja za ekološko pridelavo, katerega član so, če prejemajo državno podporo pa tudi določene zahteve ministrstva za kmetijstvo. Ena izmed teh (ki sicer velja tudi za tiste, ki ne prejemajo finančne podpore) je obvezna uporaba državnega znaka za ekološka živila. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 27)

Avstrijska vlada finančno podpira ekološke pridelovalce že od leta 1989. Sredstva nudi vsakemu, ki je že prestal postopek preusmerjanja v ekološko pridelavo ali je vanj vključen. Poleg samih kmetov vlada podpira tudi 11 združenj ekoloških kmetov (med njimi tudi največje evropsko združenje Ernte für das Leben) in njihovi krovni organizaciji. Kmetje se imajo možnost izobraziti o ekološkem kmetovanju na več specializiranih šolah v različnih delih države; tehnično pomoč jim ponavadi nudijo združenja. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 26-27)

Poleg tehnične pomoči, ki jo nudijo ekološkim kmetom in tistim, ki to želijo postati, avstrijska združenja ekoloških kmetov in njihove krovne organizacije izvajajo številne druge aktivnosti za spodbujanje ekološkega kmetovanja. Krovna organizacija avstrijskih združenj za ekološko pridelavo ARGE Bio- Landbau med drugim spodbuja medije k pisanju o ekološkem kmetovanju in skrbi za komunikacijo med ekološkimi kmeti in potrošniki. Z namenom slednje je ustanovila t.i. klub Bio, ki za svoje člane pripravlja informativni časopis in jim nudi popuste pri nakupu ekoloških živil. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 27)

Tudi avstrijska vlada poleg finančne pomoči kmetom in združenjem namenja sredstva za komunikacijsko podporo pridelavi in potrošnji ekoloških živil. Eden izmed prejemnikov vladnih sredstev je na primer spletni portal Bioinfo, na katerem so objavljene aktualne informacije, podatki, novosti in publikacije o ekološkem kmetovanju in ekoloških živilih. Na portalu je mogoče naročiti brezplačen bilten z informacijami in nasveti o ekoloških živilih in ekološki pridelavi – tudi v tujo državo. (www.bioinfo.at)

Avstrija sodi med vodilne države tudi po potrošnji ekoloških živil. Ocene zanjo se gibljejo med 2 in 5 odstotki celotne prodaje živil. K tem odstotkom so največ prispevali veliki trgovci, ki so vključili ekološka živila v svoje prodajne programe in zanje celo uvedli svoje blagovne

znamke, uvedbo pa pospremili z obsežnimi oglaševalskimi akcijami. Danes avstrijski supermarketi v celotni prodaji ekoloških živil dosegajo med 65 in 70 odstotkov. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 26-28)

3. 1. 2 ITALIJA

V Italiji, kjer je danes največ površin z ekološko pridelavo v Evropi, sta predstavljali prelomnico v širitvi ekološkega kmetovanja uredba Evropske unije z določili o ekološki pridelavi in ustanovitev več organizacij za certificiranje ekoloških živil. Tudi italijanska vlada namenja finančno pomoč kmetom, ki se odločijo za ekološko pridelavo, vendar zanjo zaprosi le polovica upravičencev. Večina pridelovalcev se odloča za ekološko pridelavo predvsem zaradi višjih tržnih cen ekoloških živil. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 44-46)

Italija nima enotnega državnega znaka, ki bi označeval ekološka živila. Vsaka organizacija za certificiranje podeljuje svoj znak. Za italijanski trg ekoloških živil je značilno, da kmetje na domačem trgu prodajo le 40 odstotkov pridelanih živil, ostalo pa izvozijo. Ekološka živila dosegajo v skupni prodaji živil 1-odstotni tržni delež. Prodajo na domačem trgu, kjer kot prodajni kanal ekoloških živil prevladujejo manjše specializirane trgovine, naj bi ovirali slab distribucijski sistem, omejen izbor živil, visoke cene, zmedenost potrošnikov glede oznake ekološko in negativno pisanje medijev o organizacijah za certificiranje ekoloških živil. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 44-46)

4. KLJUČNI AKTERJI PRI SPODBUJANJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA

Primeri Avstrije in Italije sta pokazala, da so imele ključno vlogo pri širitvi ekološkega kmetovanja v državah z najrazvitejšim ekološkim kmetovanjem državne vladne institucije, institucije Evropske unije in organizacije za certificiranje ekoloških živil ter v zadnjem času tudi živilski trgi. Toda te institucije so začele izvajati aktivnosti za spodbujanje ekološkega kmetovanja šele, ko je tovrstna pridelava že postajala množičnejša. Pred tem so ekološko kmetovanje, kot smo ugotovili v pregledu zgodovinskega razvoja ekološkega kmetovanja in posledic intenzivnega kmetijstva, spodbujali predvsem ekološko osveščeni posamezniki in kasneje združenja ekoloških kmetov, v katera so se začeli povezovati začetniki ekološke pridelave. Med pomembne spodbujevalce ekološkega kmetovanja pa prav gotovo sodijo tudi potrošniki, ki so na osnovi mnenj okoljevarstvenikov in združenj za ekološko pridelavo o škodljivih učinkih intenzivne kmetijske pridelave začeli izražati zahteve po okolju in zdravju neškodljivi hrani.

Omenjenim akterjem Lampkin in drugi (1999) v poročilu »Politično in zakonodajno okolje ekološkega kmetovanja v Evropi« dodajajo še združenja predelovalcev in trgovcev, potrošniške organizacije, raziskovalne organizacije, pridelovalske kooperative in sindikate kmetov. Omenjeni avtorji ugotavljajo, da aktivnosti teh organizacij obsegajo informiranje, promocijo, podporo in predstavljanje določenih interesnih skupin, kot so na primer pridelovalci. (Lampkin in drugi, 1999: 65)

Kot primere aktivnosti akterjev, ki so imeli ključno vlogo pri širitvi ekološkega kmetovanja v Evropi, na osnovi katerih bom kasneje določila vlogo odnosov z javnostmi pri spodbujanju ekološkega kmetovanja, bom predstavila aktivnosti združenj pridelovalcev ekoloških živil, institucije Evropske unije in posameznih trgov.

4.1 VLOGA ZDRUŽENJ PRIDELOVALCEV EKOLOŠKIH ŽIVIL

Združenja pridelovalcev ekoloških živil in njim sorodne neprofitne nevladne organizacije so največ prispevali k začetku razvoja ekološkega kmetovanja, kasneje pa so imeli pomembno vlogo tudi pri vzpostavitvi trgov ekoloških živil. Prva taka združenja so nastala v 40. letih

dvajsetega stoletja. Vanje so se povezali začetniki ekološkega kmetovanja z namenom bolj organizirano spodbujati razvoj ekološke pridelave. Prvotne aktivnosti združenj pridelovalcev so bile usmerjene predvsem k članom in kmetom, ki so se zanimali za ekološko pridelavo. Zanje so organizirali različna predavanja, izobraževanja in forume, na katerih so kmetje lahko izmenjevali informacije, mnenja in izkušnje z ekološko pridelavo. (glej SOEL in FiBL, 2002)

Izobraževanje kmetov o ekološki pridelavi še vedno predstavlja pomembno funkcijo združenj ekoloških kmetov. Ob pridelovalcih pa združenja vse več svojih izobraževalnih in informativnih aktivnosti o ekološkem kmetovanju namenjajo tudi drugim javnostim, med katerimi so najpomembnejše potrošniška in politična javnost ter mediji. Pri slednjih dveh lobirajo za obsežnejše obravnavanje ekološkega kmetovanja; pri načrtovalcih kmetijskih politik skušajo tudi aktivno vplivati na strategije razvoja kmetijstva. Za potrošnike organizirajo različne dogodke, na katerih predstavljajo ekološko pridelavo in živila; nekatera združenja imajo organizirane posebne službe, ki spodbujajo dialog med ekološkimi pridelovalci in potrošniki. Z vidika trženja predstavljajo združenja pomembne promotorje ekoloških živil in pomočnike razvoja regionalnih trgov, s čimer prispevajo tudi k družbeni podpori pridelovalcev iz posameznih regij. (Der Grijp in Van Hond, 1999: 26-46)

4. 1. 1 ORGANIZACIJA IFOAM

Posamezna lokalna, regionalna in nacionalna združenja ekoloških kmetov se, s cilji izmenjavanja informacij ter doseganja večje prepoznavnosti in finančne učinkovitosti pri izvajanju določenih projektov, tudi medsebojno povezujejo. V največjo tako povezavo, mednarodno organizacijo za ekološko kmetovanje IFOAM, je trenutno vključenih okrog 750 ekoloških združenj in inštitutov iz približno 100 držav. Zaradi razširjene mreže svojih članov, verjetno pa tudi zaradi dolgoletnega obstoja predstavlja IFOAM danes enega izmed najvplivnejših in verjetno najbolj globalnega akterja na področju ekološkega kmetovanja. (glej www.ifoam.si)

V organizaciji, ki predstavlja svetovno gibanje za ekološko pridelavo hrane in forum za mednarodno izmenjavo informacij ter skupno delo, so si že ob ustanovitvi zadali cilje, ki se jih držijo še danes:

1. zagotavljati informacije o ekološkem kmetijstvu in spodbujati njegovo širitev,
2. izmenjavati znanja o ekološkem kmetovanju (na konferencah, sejnih, prek publikacij ...),

3. predstavljati mednarodno gibanje za ekološko kmetovanje na mednarodnih odločevalskih forumih,
4. vzpostaviti skupno mednarodno garancijo za kakovost ekoloških pridelkov,
5. vzpostaviti, ohranjati in redno obnavljati » IFOAM-ove osnovne standarde« in »IFOAM-ove kriterije za vključevanje v programe certificiranja« ter
6. oblikovati skupen načrt za vse deležnike ekološkega kmetijstva: proizvajalce, potrošnike, prehrabeno industrijo, trgovino in širšo družbo.

(www.ifoam.si)

Zastavljene cilje pri IFOAM-u uspešno izpolnjujejo. Prvi so razvili splošne osnovne standarde ekološkega kmetovanja, ki skupaj z IFOAM-ovimi kriteriji za vključevanje kmetov v program certificiranja zagotavljajo verodostojnost ekoloških živil. Danes ti standardi, ki jih redno prilagajajo razmeram na področju ekološkega kmetijstva (vsake 2 leti pripravijo novo, dopolnjeno izdajo), predstavljajo osnovo večini standardov, ki so jih sprejele posamezne države. (glej www.ifoam.si)

Z namenom zagotoviti enakost programov certificiranja ekoloških živil po vsem svetu so vzpostavili sistem akreditacije za institucije, ki izvajajo programe certificiranja v posameznih državah ali regijah. Pridobljena akreditacija zagotavlja, da je izvajalec programa certificiranja kompetenten za delo, ki ga opravlja, finančno neodvisen od rezultatov tistih, ki jim podeljuje certifikat, in da vzdržuje zakonske standarde ekološke pridelave. Dokazilo, ki potrošnikom zagotavlja, da ima institucija, ki izvaja programe certificiranja, opravljeno IFOAM-ovo akreditacijo, predstavlja poseben logotip, ki so ga vpeljali leta 1998. (www.ifoam.si)

IFOAM redno organizira kongrese, konference in druge mednarodne ali regionalne dogodke, vezane na spodbujanje ekološkega kmetijstva, s katerimi zagotavlja redno komunikacijo in izmenjavo informacij med ekološkimi kmeti, raziskovalnimi inštituti ter načrtovalci kmetijskih politik. Oktobra 2000 so začeli izvrševati štiriletni program I-GO, s katerim želijo pomagati pri spodbujanju ekološkega kmetovanja v državah, kjer je slabo razvito. Z namenom izobraževanja o ekološkem kmetovanju in vzpostavljanja sistema nadzora ekološkega kmetovanja izdajajo za svoje člane, načrtovalce kmetijskih politik in širšo javnost številne publikacije. Pri svojem delovanju redno sodelujejo z raziskovalnimi organizacijami (npr. z

največjim raziskovalnim inštitutom za ekološko kmetovanje na svetu FiBL in nemško fundacijo za ekologijo in kmetijstvo SOEL), z Organizacijo za prehrano in kmetijstvo pri Združenih narodih in institucijami Evropske unije ter v skladu s svojimi cilji in načeli lobirajo pri sprejemanju pomembnih političnih ali gospodarskih odločitev. (glej www.ifoam.si)

Evropska skupina članov IFOAM-a se je aktivno vključevala v pripravo evropskega akcijskega načrta za ekološko kmetijstvo in med drugim po njegovem sprejetju podala pisen komentar vsakega od 21 ukrepov, ki jih predvideva načrt. Poleg zadovoljstva ob sprejetju akcijskega načrta in pohvale za vključitev različnih deležnikov v njegovo pripravo so IFOAM-ovi predstavniki za Evropsko unijo v komentarju izrazili tudi nekaj kritik:

1. Akcijski načrt po njihovem mnenju pretirano poudarja pomen logotipa Evropske unije za ekološka živila in ne namenja dovolj pozornosti nacionalnim in lokalnim logotipom, ki poudarjajo lokalno pridelavo in prodajo, dve bistveni lastnosti osnovne ideje ekološkega kmetijstva.
2. Nasprotujejo tudi popolnemu poenotenju standardov za ekološko kmetovanje, k čemur je po njihovem mnenju usmerjena predvidena internetna baza podatkov o privatnih in nacionalnih standardih, saj so razlike v standardih po mnenju IFOAM-a temelj razvoja standardov.
3. Največ kritik so pri IFOAM-u zapisali o členu, ki govori o okužbi ekoloških živil z gensko spremenjenimi organizmi, po mnenju IFOAM-a trenutno največji nevarnosti, ki preti ekološkemu kmetovanju. V členu so določeni pragi vsebnosti genskih sprememb v živilih, do katerih so ta še lahko označena kot ekološka, ni pa podanih predlogov za preprečevanje okužb z gensko spremenjenimi organizmi, ki so po mnenju IFOAM-a bistveni za učinkovit upor proti okužbam.

(IFOAM - EU Regional Group, 2004)

Predstavniki IFOAM-a namenjajo v komentarju akcijskega načrta splošno kritiko tudi nizkemu proračunu, ki ga predvideva akcijski načrt za doseganje zastavljenih ciljev. Poudarjajo pa pomen sodelovanja različnih deležnikov pri nadaljnjem razvoju in spodbujanju ekološkega kmetovanja. (IFOAM – EU Regional Group, 2004)

4. 2 VLOGA INSTITUCIJ EVROPSKE UNIJE

Več razlogov je vplivalo na to, da je ekološko kmetovanje začelo zanimati tudi načrtovalce evropske kmetijske politike. Najpomembnejše je bilo dejstvo, da je skupna kmetijska politika Evropske unije, ki je leta 1958 nadomestila kmetijske politike posameznih držav članic, pripeljala do problemov presežkov pridelave živil in uničenja okolja. Težnje po zmanjšanju presežkov (te ponavadi odkupujejo države, zato njihovo zmanjšanje pomeni varčevanje državnoproračunskega denarja) in vse pogostejše zahteve potrošnikov po čistejšem okolju ter prehrani, pridelani na zdrav in okolju neškodljiv način, so načrtovalce evropske kmetijske politike pripeljale do prilagoditve strategij kmetijske politike. Zaradi njegovih pozitivnih lastnosti so v strategije začeli vključevati tudi ekološko kmetovanje. (glej OECD, 2001 in Lampkin in drugi, 1999: 2)

Za prelomnico v strategijah evropske kmetijske politike velja leto 1992, ko je Evropska unija sprejela uredbo o finančni podpori kmetom, ki se odločijo za okolju prijazno kmetovanje (uredba 2078/92). V uredbi je določeno, da so do finančne pomoči upravičeni:

- a) kmetje, ki so se odločili občutno zmanjšati uporabo umetnih gnojil in/ali sredstev za zaščito rastlin, kmetje, ki nadaljujejo z zmanjšano uporabo teh sredstev, in kmetje, ki so se odločili za ekološko kmetovanje ali z njim nadaljujejo;
- b) kmetje, ki nameravajo drugače kot pod točko a) spremeniti kmetijsko pridelavo v bolj ekstenzivno ali nadaljujejo s tako pridelavo oziroma nameravajo spremeniti intenzivno obdelovane površine v ekstenzivni pašnik;
- c) kmetje, ki načrtujejo zmanjšanje števila ovc in drobnice na enoto zemlje;
- d) kmetje, ki načrtujejo izvajanje drugih kmetijskih praks, skladnih z zahtevami za zaščito okolja in naravnih virov ter ohranjanje podeželja in naravne pokrajine, ali ki gojijo lokalne vrste rastlin ali pasme živali, ki jim grozi izumrtje;
- e) kmetje, ki lahko zagotovijo obdelovanje opuščenih kmetijskih površin ali gozdov;
- f) kmetje, ki se odločijo za vsaj 20 let prenehati s kmetovanjem na določeni kmetijski površini, to pa uporabiti za druge aktivnosti, povezane z okoljem, na primer za ureditev živalsko-rastlinskega rezervata ali naravnega parka ali za zaščito vodnega sistema in
- g) tisti, ki se odločijo upravljati zemljo, namenjeno javnemu dostopu in prostočasnim aktivnostim.

(Lampkin in drugi, 1999: 5-6)

Poleg naštetih pogojev za finančno pomoč uredba vključuje tudi možnost pridobitve finančne pomoči za izobraževanje kmetov o kmetovanju, ki je skladno z načelom varovanja okolja. (Lampkin in drugi, 1999: 6)

Še pred uredbo 2078/92 je Evropski svet sprejel uredbo 2092/91, v kateri so po zgledu IFOAM-ovih standardov ekološkega kmetovanja določili zahteve, ki jih morajo izpolnjevati pridelovalci ekoloških živil. Leta 1999 pa je Evropski svet sprejel strategijo okoljske integracije in trajnostnega razvoja v skupni kmetijski politiki in vanjo uvrstil tudi ekološko kmetovanje kot obliko kmetovanja, ki poleg integrirane pridelave, tradicionalnega kmetovanja z nizkimi vnosi kmetijskih preparatov v okolje in tipične lokalne pridelave »... predstavlja kombinacijo pozitivnih okoljskih, družbenih in ekonomskih učinkov« (Commission of the European Communities, 2004: 4).

Od leta 2000 lahko zasledimo ekološko kmetovanje kot eno od oblik okolju prijaznega kmetovanja še v mnogih okoljskih in kmetijskih načrtih ter strategijah Evropske unije. Leta 2001 je Evropska komisija predstavila Strategijo Evropske unije za trajnostni razvoj, po kateri naj bi med drugim kmetijska politika »bolj kot količino nagrajevala kakovost, na primer s spodbujanjem sektorja ekološkega kmetovanja in drugih oblik okolju prijaznih kmetovalskih metod« (Commission of the European Communities, 2004: 4). Tovrstne spodbude vsebujeta tudi leta 2002 sprejeti Šesti okoljski akcijski program Evropske unije in leta 2003 sprejeta reforma Skupne kmetijske politike. Slednja je s svojimi cilji in načeli gospodarskega, družbenega in okoljskega trajnostnega razvoja postavila primeren okvir za nadaljnji razvoj ekološkega kmetovanja. Njegovo strategijo je Evropska komisija sprejela leto kasneje z Evropskim akcijskim načrtom za ekološko prehrano in kmetijstvo, prvo strategijo Evropske unije, ki ne obravnava ekološkega kmetovanja le kot eno izmed oblik okolju prijaznega kmetijstva, ki jih je treba spodbujati, pač pa se ukvarja izključno z njim in s predlogi za spodbujanje njegovega razvoja. (glej Commission of the European Communities, 2004: 4-5)

Evropski akcijski načrt za ekološko prehrano in kmetijstvo je sicer nastajal že od leta 1991. Takrat je Evropski svet za kmetijstvo pozval države članice, Evropsko komisijo in druge deležnike, naj predlagajo aktivnosti, s katerimi bi lahko v prihodnosti v Evropi spodbudili pridelavo, predelavo, trgovino in potrošnjo ekoloških pridelkov. Med letoma 2001 in 2002 je Evropska komisija zbrala predloge držav članic in drugih deležnikov ter pripravila osnutek akcijskega načrta za ekološko kmetovanje z naslovom Analiza možnosti priprave evropskega

akcijskega načrta za ekološko prehrano in kmetijstvo. Po predstavitvi osnutka akcijskega načrta Svetu za kmetijstvo je lahko svoje odgovore na vprašanja, povezana s predlaganim dokumentom, prek spleta posredovala tudi širša javnost. (glej Commission of the European Communities, 2003: 3)

Statistika t.i. spletne posvetovalnice, ki je bila odprta za javnost v februarju in marcu 2003, je pokazala, da je na vprašanja odgovarjalo 1136 prebivalcev in organizacij iz Evropske Unije. Med njimi je bilo 45 odstotkov potrošnikov, 12 odstotkov kmetov, 11 odstotkov državnih institucij, 9 odstotkov svetovalcev, 3 odstotki trgovcev, 3 odstotki mednarodnih organizacij, 2 odstotka predelovalcev in 9 odstotkov drugih. Največ odgovorov je prišlo iz Francije (23 %), Avstrije (14 %), Italije (13 %) in Nemčije (11 %). Poleg 1136 neposrednih odgovorov na vprašalnik je Evropska komisija prejela še približno 70 pisem in elektronskih sporočil z idejami o razvoju ekološkega kmetovanja. (Commission of the European Communities, 2003: 4-5)

Sodelujoči v spletni posvetovalnici in tisti, ki so posredovali svoje ideje prek pošte, so med drugim menili, da bi več informacij o ekološko pridelani hrani povečalo povpraševanje potrošnikov po tej (280 odgovorov), da bi bilo treba spodbujati izmenjavo informacij med pridelovalci in vanjo vključiti tudi druge sodelujoče v verigi ekološke prehrane (358 odgovorov) ter da bi bilo treba povečati sodelovanje med raziskovalci ekološkega kmetijstva in pridelovalci ekoloških živil (132 odgovorov). 80 odstotkom sodelujočih se je zdelo zelo pomembno, da program Skupne kmetijske politike podpira razvoj ekološkega kmetijstva; mnogi (286 odgovorov) so izrazili mnenje, da bi Skupna kmetijska politika morala podpreti ekološko pridelavo v večjem obsegu, kot to trenutno počne. Skoraj 90 odstotkov sodelujočih v posvetovalnici se je strinjalo z ustanovitvijo svetovalnega organa za standarde ekološke pridelave, nekaj (19) pa jih je poudarilo, da bi to nalogo lahko prevzela obstoječa združenja za ekološko kmetovanje (npr. IFOAM), ki že imajo potrebno znanje za take zadolžitve. (Commission of the European Communities, 2003: 5-23)

Rezultat odgovorov in komentarjev iz spletne posvetovalnice ter predlogov drugih deležnikov, ki jih je Evropska komisija vključila v pripravo akcijskega načrta za ekološko kmetijstvo, je 21 definiranih aktivnosti, s katerimi naj bi po načrtih Evropske komisije spodbudili razvoj ekološkega kmetijstva v prihodnosti.

4.3 VLOGA TRGOV

Trgi so postali pomemben akter v razvoju in pri širitvi ekološkega kmetovanja potem, ko je pridelava ekoloških živil dosegla količinsko raven, na kateri so pridelovalci lahko ponudili ekološka živila širši javnosti. Na začetku so prihajale tržne spodbude ekološkemu kmetovanju s trgov živil, na katerih so začeli potrošniki povpraševati po hrani, pridelani na okolju prijazen in zdravju neškodljiv način. Z razvojem ločenih trgov ekoloških živil pa so ti prevzeli glavno vlogo tržnega spodbujevalca ekološkega kmetovanja. (glej Padel in drugi, 2003)

Raziskave trgov (na primer v tem besedilu že omenjeni Groenfeld-Hammova raziskava ter raziskava v okviru projekta OMiARD) so pokazale, da je razvoj trgov ekoloških živil močno vplival na širitev ekoloških površin. Na soodvisnost razvoja trgov ekoloških živil in povečevanja ekoloških površin kažejo podatki o razvoju in stanju ekološkega kmetijstva v posameznih državah Evropske unije. Nemčija, Velika Britanija, Francija in Italija, kjer je največ evropskih ekoloških površin, predstavljajo tudi največje evropske trge ekoloških živil. Najvišje deleže prodaje ekoloških živil pa dosegajo Švica, Danska in Avstrija, torej države, ki imajo tudi najvišje deleže ekoloških površin med vsemi obdelovalnimi površinami. (Gronefeld in Hamm, 2002 in Padel in drugi, 2003)

Na razvoj trgov ekoloških živil so po mnenju različnih avtorjev (glej npr. Der Grijp in Den Hond, 1999 ter Geier, 2002) vplivali predvsem trije dejavniki:

1. Na trg ekoloških živil so vstopili supermarketi, ki danes v številnih evropskih državah dosegajo prek 50-odstotni delež prodaje vseh ekoloških živil. Mnogi med njimi so za ekološka živila uvedli svoje trgovske znamke. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 14)
2. Nekaj pomembnih prehrambenih multinacionalnih korporacij s sedeži v Evropi (na primer Danone, Del Monte, Nestle) je poleg konvencionalnih izdelkov uvedlo tudi linije ekoloških živil. Nekatere svetovne multinacionalke pa so ekološka živila vključile v ponudbo prehrane kot spremljevalne dejavnosti primarne usmeritve (npr. letalski družbi Lufthansa in Swiss Air). (Geier, 2002).
3. Nekateri posamezni ponudniki ekoloških živil so se povezali med seboj in vzpostavili ekonomijo obsega ter si z njo zagotovili boljše distribucijske kanale in možnost zagotavljanja redne dobave. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 14-15)

Pomemben vpliv supermarketov na razvoj posameznih trgov ekoloških živil sta potrdili tudi OMIARD-ova študija ter Gronefeld-Hammova raziskava. Slednja je pokazala, da je v državah z najvišjimi tržnimi deleži ekoloških živil tudi delež prodaje ekoloških živil v supermarketih kot enem izmed prodajnih kanalov najvišji. (Gronefeld in Hamm, 2002:120)

Supermarketi in prehrabena industrija, ki so si postavili cilj povečati svoj tržni delež živil, pridelanih z bistveno manjšo uporabo pesticidov ali brez njih, so se tega lotili na več načinov:

1. Svoje programe ekoloških živil so začeli predstavljati na sejmi. V številnih evropskih državah vsako leto potekajo sejmi ekoloških izdelkov in živil; največji in najpomembnejši med njimi je nemški BIO FACH. Ekološke pridelke pa je mogoče zaslediti tudi na nespecializiranih prehrabnih sejmi. Na enem izmed najpomembnejših tovrstnih sejmov v Evropi, Mednarodnem salonu prehrane v Parizu, je bilo na primer leta 1998 med 4.000 razstavljalci 257 razstavljalcev ekoloških živil. Leto kasneje se je sejma BIO FACH udeležilo 1258 razstavljalcev, od tega 736 razstavljalcev hrane.

2. Začeli so si medsebojno izmenjevati informacije in izkušnje z vpeljevanjem živil, pridelanih na okolju prijazen način, v svoje prodajne programe in se z namenom izmenjevanja znanj povezovati v različne skupine. 36 večjih evropskih trgovcev (med njimi angleški Sainsbury's, belgijski Delhaize De Leeuw in vodilna trgovska veriga na Nizozemskem Albert Heijn) se je povezalo v delovno skupino EUREP z namenom definiranja t. i. dobrih kmetovalskih praks, ki bi postale standard za vso Evropo. Poleg doseganja medsebojnega konsenza o dobrih kmetovalskih praksah, je cilj članov skupine EUREP tudi ustvariti podporo dobrim kmetovalskim praksam med pridelovalci živil.

Na svetovni ravni se z vplivi kmetijstva na okolje in iskanjem rešitev okoljskih problemov, ki jih povzroča kmetijstvo, trgovci in njihovi dobavitelji ukvarjajo v okviru globalnega poslovnega foruma za prehrano CIES. Njihovih konferenc, na katerih se ukvarjajo tudi z ekološkim kmetovanjem in načini predstavljanja ter trženja ekoloških pridelkov, se udeležujejo tudi predstavniki Evropske komisije in Programa za okolje pri Združenih narodih.

3. Trgovci so začeli ekološkemu kmetovanju namenjati tudi sponzorska sredstva. Tako na primer sponzorirajo IFOAM-ove konference, kjer so trgi ekoloških živil in vpletenost trgovcev v spodbujanje ekološkega kmetovanja pogoste teme razprav.

(Der Grijp in Den Hond, 1999: 15-17)

S spodbudami prehranske industrije in trgovcev je povezan tudi dejavnik, ki sta ga Gronefeld in Hamm vključila v svojo v raziskavo kot potencialni dejavnik, ki vpliva na razvitost trgov ekoloških živil. To je poznavanje nacionalnih oznak oziroma logotipov za ekološka živila. Gronefeld-Hammova raziskava je sicer potrdila povezavo med tem dejavnikom in razvitostjo trga, vendar bi za dejansko potrditev njune ugotovitve verjetno potrebovali dodatne raziskave, saj so avtorjema pri izračunu korelacije manjkali podatki za polovico proučevanih držav. V dodatne raziskave bi bilo smiselno poleg državnih logotipov za ekološka živila vključiti tudi logotipe privatnih organizacij oziroma združenj. Slednji namreč v nekaterih državah (npr. Avstriji) igrajo zelo pomembno vlogo. (Gronefeld in Hamm, 2002: 120)

Trgovci pa lahko vplivajo tudi na zadnji dejavnik iz Gronefeld-Hammove raziskave, tj. na višino dodatnih stroškov za nakup ekoloških živil, ki naj bi po mnenju omenjenih raziskovalcev vplival na odstotek tržnega deleža ekoloških živil v skupni prodaji vseh živil. Njuna raziskava je pokazala, da so razlike v cenah med ekološkimi in neekološkimi živili nižje v tistih državah, kjer kot prodajni kanal ekoloških živil prevladujejo supermarketi. V teh državah je tudi odstotek tržnega deleža ekoloških živil v skupni prodaji vseh živil višji, vendar pa korelacijski koeficient ni pokazal statistično značilne povezanosti med razliko v ceni ekoloških in neekoloških živil in višino tržnega deleža ekoloških živil. (Gronefeld in Hamm, 2002:120-122)

5. VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI RAZVOJU EKOLOŠKEGA KMETOVANJA DO DANES

Pregled aktivnosti ključnih spodbujevalcev dosedanjega razvoja ekološkega kmetijstva v Evropski uniji je pokazal, da so se akterji lotili spodbujanja te gospodarske panoge vsak s svojimi razlogi in vsak na svoj način. Razlog ekoloških kmetov je bila najprej želja po množičnejši uveljavitvi okolju prijaznih kmetovalskih praks, kasneje tudi težnja po vzpostavitvi trga ekoloških živil. Njihov način spodbujanja je bil sprva neorganiziran in je verjetno temeljil predvsem na osebni komunikaciji z drugimi pridelovalci živil. Z nastankom združenj ekoloških kmetov pa je spodbujanje postalo organizirano; medsebojno komuniciranje kmetov, ki ima predvsem izobraževalno in informativno funkcijo, se je razširilo na komunikacijo s potencialnimi in obstoječimi kupci, lokalnimi skupnostmi in državnimi institucijami.

Institucije Evropske unije so se spodbujanja ekološkega kmetovanja lotile delno zaradi pritiska ekoloških kmetov oziroma njihovih organizacij in potrošnikov, delno z namenom zmanjšanja državnih izdatkov za odkup presežkov pridelane hrane, delno pa verjetno tudi zato, ker so države Evropske unije podpisale sporazum o spodbujanju trajnostnega razvoja. Dosedanje spodbude Evropske unije in njenih institucij so bile večinoma povezane s sprejetjem večih regulativ o ekološkem kmetovanju in finančnem podpiranju le-tega, letos sprejeti evropski akcijski načrt za ekološko kmetijstvo pa med drugim predvideva tudi dodatno komunikacijsko podporo spodbujanju. (glej Commission of the European Communities, 2004)

Trgovci, tretji akter, ki je imel ključno vlogo pri razvoju ekološkega kmetovanja, predvsem trgov ekoloških živil, pa so se posvetili spodbujanju ekološke pridelave, ker so v prodaji ekoloških živil odkrili priložnost za zaslužek, hkrati pa spodbujanje okolju prijaznega kmetovanja predstavlja dober argument za predstavitev trgovca svojim deležnikom kot okoljsko ozaveščene organizacije. Trgovci so na dosedanjo širitev in razvoj ekološkega kmetovanja vplivali neposredno in posredno. Neposredno so nanj vplivali s povpraševanjem po večjih količinah živil, posredno pa s spodbujanjem prodaje ekoloških živil pri potrošnikih.

Ob upoštevanju definicij in ciljev odnosov z javnostmi, predstavljenih v prvem poglavju tega besedila, lahko zaključim, da so odnosi z javnostmi odigrali pomembno vlogo pri dosedanjem

spodbujanju ekološkega kmetovanja, čeprav verjetno vsaj na začetku spodbujanja sploh niso bili načrtovani. Njihova vloga se je zaradi različnih načinov spodbujanja ekološkega kmetovanja in razlogov zanj pri posameznih spodbujevalcih razlikovala.

Aktivnosti, s katerimi so ekološko kmetovanje spodbujali trgovci, so bile povezane predvsem s prodajo in promocijo ekoloških živil in manj z odnosi s ključnimi deležniki. Kljub temu pa so trgovci s promocijo, ki so jo primarno uporabili kot tržnocomunikacijsko orodje za vzpostavitev zavedanja potrošnikov o ekoloških živilih na prodajnih policah in za spodbujanje nakupa le-teh, hkrati oddali različna sporočila tudi drugim ključnim deležnikom:

1. Delničarjem so prek promocije sporočili, da so tudi sami vstopili na trg trenutno najhitreje rastočega prehrabnega segmenta, ki podjetju obeta dodaten dobiček.
2. In ker je dobiček z vidika plačevanja davkov pomemben tudi za državne institucije, so trgovci s promocijo ekoloških živil oddali posredno sporočilo tudi tem ter institucijam Evropske unije, naj tudi one spodbudijo ekološko pridelavo.
3. Lokalni skupnosti so sporočili, da s spodbujanjem prodaje ekoloških živil, in z njo posredno tudi pridelave ekoloških živil, skrbijo za okolje, v katerem delujejo, in za razvoj lokalnega kmetijstva². Podobno sporočilo je bilo namenjeno tudi ekološkim kmetom.

Zaradi naštetih sporočil, ki naj bi deležnike spodbudila k določenemu vedenju, lahko promocijo ekoloških živil, ki so jo uporabili trgovci, razumemo tudi kot tehniko odnosov z javnostmi.

Glede na vse pogostejše zahteve javnosti po praksah organizacij, ki ohranjajo naravno okolje, pa je verjetno tudi, da so nekateri trgovci kot orodje odnosov z javnostmi uporabili kar samo spodbujanje ekološkega kmetovanja, da bi z njim dokazali pomembnim deležnikom svojo ekološko zavest.

Institucije Evropske unije, v nasprotju s trgovci, ekološkega kmetovanja niso uporabile kot orodje v svojih strategijah odnosov z javnostmi. Odnose z javnostmi pa so vključile v pripravo nekaterih dokumentov, ki urejajo ekološko pridelavo ali jo načrtujejo. Tak primer sodelovanja z deležniki je na primer že omenjena priprava evropskega akcijskega načrta za

² Pri določanju programa ekoloških živil se trgovci ponavadi odločajo najprej za lokalno pridelana živila, zato lahko trdimo, da spodbujanje pridelave ekoloških živil prek spodbujanja njihove prodaje pomeni tudi spodbujanje lokalne pridelave.

ekološko kmetijstvo. Zaradi potrebne uskladitve številnih različnih mnenj in interesov so imeli odnosi z javnostmi pri njej eno izmed ključnih vlog. (glej npr. Commission of the European Communities, 2003)

Tudi uresničevanje ciljev ekoloških kmetov in njihovih združenj je bilo tesno povezano z odnosi z javnostmi. Njihovi komunikacijski cilji, ki naj bi prispevali k različnim oblikam podpore deležnikov ekološkemu kmetovanju, so bili informirati deležnike (predvsem kmete, ki so se že odločili za ekološko pridelavo) ter jih izobraziti (konvencionalne kmetovalce, predstavnike državnih institucij in institucij Evropske unije, potrošnike, medije, okoljske strokovnjake, ...) o ekološkem kmetovanju in prepričati o njegovih pozitivnih učinkih. Pri uresničevanju teh ciljev je bilo na ravni Evropske unije kot celote prav gotovo najvplivnejše svetovno združenje za ekološko kmetovanje IFOAM, ki predvideva odnose z javnostmi že v svoji razširjeni definiciji (forum za mednarodno izmenjavo informacij), z njimi pa je povezana tudi večina IFOAM-ovih ciljev (na primer zagotavljati informacije, izmenjavati znanje, vzpostaviti skupno mednarodno organizacijo, oblikovati skupen načrt za vse deležnike ekološkega kmetijstva, ...). Lokalna združenja pa so z izobraževanjem in informiranjem pomembno vplivala predvsem na razvoj ekološkega kmetovanja v posameznih državah in regijah. (glej npr. www.ifoam.org in Der Grijp in Den Hond, 1999: 26-46)

6. EKOLOŠKO KMETOVANJE IN VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI NJEGOVI ŠIRITVI V PRIHODNOSTI

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (2001) ocenjuje, da bo morala svetovna kmetijsko-prehrabena industrija v naslednjih petdesetih letih podvojiti pridelavo živil, da bo lahko zadostila pričakovanemu povečanju svetovnega povpraševanja po hrani. In čeprav so nekatere države od konca 80. do konca 90. let dvajsetega stoletja uspele zmanjšati skupno porabo pesticidov (evropske države med letoma 1990 in 1995 za približno 17,7 odstotkov) in povprečno količino toplogrednih plinov iz kmetijstva, Medvladna konferenca o klimatskih spremembah ocenjuje, da bo kmetijstvo, če se njegove prakse ne bodo bistveno spremenile, v naslednji petdesetih letih prispevalo kar 20 odstotkov k pričakovanemu povečanju toplogrednih plinov v ozračju (danes k celotni količini toplogrednih plinov v ozračju prispeva 8 odstotkov). V enakem obdobju se bo po mnenju raziskovalcev z Univerze v Minnesoti količina škodljivih dušikovih in fosforjevih spojin v zemlji, zemeljskih vodah in obmorskem pasu povečala od 2,4- do 2,7-krat. (OECD, 2001: 17)

K povečanemu povpraševanju po hrani na svetovni ravni bo po mnenju OECD največ prispevalo povečano povpraševanje v državah, kjer je trenutno gospodarstvo slabše razvito, vendar se razvija. Te države so zato tudi najverjetnejše potencialne porabnice večje količine pesticidov, kar dokazuje primer Evropske unije, kjer je v državah z nižjo stopnjo gospodarske razvitosti, v Grčiji, Irski in Portugalski, med letoma 1980 in 1990 poraba pesticidov narasla. (OECD, 2001: 16)

Da bi se izognili nadaljnjim negativnim posledicam intenzivnega kmetijstva, bo treba po mnenju OECD povpraševanju zadostiti z uporabo primernih tehnologij in kmetovalskih praks, ki bodo »zmanjšale škodljive vplive kmetijske pridelave na okolje, ohranjale naravne vire, posebno zemljo in vodo, ter prispevale k varovanju možnosti, ki nam jih ponuja okolje« (OECD, 2001: 8). Te ugotovitve predstavljajo za načrtovalce kmetijskih politik, pridelovalce hrane in nenazadnje tudi potrošnike velik izziv, pri katerem bo imelo ekološko kmetovanje prav gotovo pomembno vlogo. To je po podatkih organizacije OECD že sedaj najhitreje rastoči kmetijski sektor na svetu, njegovo rast pa ocenjujejo na 15-30 odstotkov letno. V Evropski uniji naj bi do leta 2006 delež prodaje ekoloških živil v skupni prodaji vseh živil

narasel na 10 odstotkov. (Commission of the European Communities, 2004: 8 in Der Grijp in Den Hond, 1999: 14)

6. 1 PRIHODNJA VLOGA TRGOV EKOLOŠKIH ŽIVIL

Prav trgov ekoloških živil, ki že danes veljajo za enega izmed ključnih sooblikovalcev ekološkega kmetovanja, pripisujejo mnogi avtorji najpomembnejšo vlogo pri nadaljnjem razvoju in širitvi ekološkega kmetovanja. Prihodnja vloga trgov bo v državah s trenutno slabše razvitim ekološkim kmetijstvom verjetno enaka dosedanji vlogi trgov v državah, kjer so ekološke površine ali njihov delež med vsemi kmetijskimi površinami že danes relativno velike. V državah, kjer se ekološki trgi že približujejo zreli fazi razvoja ali so jo celo že dosegli, pa bodo morali trgi po mnenju nekaterih avtorjev (glej Allen in Kovach, 2000) poleg spodbujanja ekološkega kmetovanja poskrbeti predvsem za ohranjanje takega stanja ekološke pridelave, ki izpolnjuje obljube njenih zagovornikov. Ali so trgi tega sposobni, se Allen in Kovach (2000) sprašujeta v članku »Kapitalistična sestava ekološkega: so trgi sposobni izpolniti obljube ekološkega kmetovanja?«.

V članku se osredotočita na vlogo trgov pri spodbujanju ene izmed ključnih značilnosti ekološkega kmetovanja, ohranjanja in varovanja okolja, ter ob tem opozarjata na možne negativne vplive kapitalističnih trgov na ekološko kmetovanje. Njuno razmišljanje temelji na teoriji zelenega potrošništva, po kateri lahko potrošniki, ki postajajo vse boljše informirani in kupujejo z večjo odgovornostjo, spremenijo način proizvodnje oziroma pridelave dobrin v varnejšega za okolje in ljudi; spremembe lahko po tej teoriji povzroči že majhno število potrošnikov. (Allen in Kovach, 2000: 221-222).

Ključna institucija zelenih potrošnikov so »progresivni trgi« (Allen in Kovach, 2000: 222). To so trgi, ki jih sestavljajo »organizacije, investitorji in potrošniki, ki se zavzemajo za napredne družbene in okoljske spremembe« (Allen in Kovach, 2000: 222). Med progresivne trge sodijo tudi trgi ekoloških živil, ki po mnenju omenjenih avtorjev predstavljajo paradigmatičen primer zelenega potrošništva. To dokazujeta njihova širitev in vedno večje število prehrambenih multinacionalk, ki v svoje programe vključujejo tudi ekološka živila. (Allen in Kovach, 2000: 222)

Širitev trgov ekoloških živil in z njo tudi površin, namenjenih ekološki pridelavi, spodbujata razvoj pridelovalnih praks, ki jih bo treba v prihodnosti za zagotovitev trajnostnega razvoja vključiti tudi v kmetovalske prakse drugih oblik kmetijstva, ne le ekološkega. Vendar širitev trgov po mnenju Allena in Kovacha hkrati pomeni tudi naraščanje pridelovalcev ekoloških živil, ki v želji po večjem dobičku iščejo načine za večjo in hitrejšo pridelavo živil, s katerimi se odmikajo od idealne ekološke pridelave in ki bi se v prihodnosti lahko izkazali kot nespodbudni za trajnostni razvoj. (Allen in Kovach, 2000: 223-224)

Do nasprotij med kmetovalskimi praksami in osnovnimi standardi ekološkega kmetovanja, ki narekujejo »uporabo virov in praks, ki spodbujajo ekološko ravnovesje naravnih sistemov in povezujejo dele kmetovalskega sistema v ekološko celoto« (Organic Trade Association v Allen in Kovach, 2000: 223), prihaja po mnenju avtorjev zaradi dinamike kapitalističnih trgov in nezmožnosti standardov zagotavljanja »ideala, ki naj bi ga predstavljali« (Allen in Kovach, 2000: 223). Ta nezmožnost standardov naj bi izhajala predvsem iz določil v standardih o dovoljenih in nedovoljenih preparatih za pridelavo živil, ki po mnenju istih avtorjev spodbujajo pridelovalce le k zamenjavi preparatov za spodbujanje pridelave, namesto k holističnemu pristopu k kmetovanju. (Allen in Kovach, 2000: 223-224)

Dinamika kapitalističnih trgov naj bi v prihodnosti pripeljala do sprememb standardov, ki so lahko dveh vrst: uvedba strožjih določil in njihovega izvajanja ali omilitev zahtev. Slednje naj bi pripeljalo do tehnološkega napredka v ekološki pridelavi in ekonomske učinkovitosti, ki pomeni maksimiziranje pridelave in dobička, kar pa je v nasprotju z osnovnim idealom ekološke pridelave. (Allen in Kovach, 2000: 224-225)

Da bi se izognili nasprotjem med osnovno idejo ekološke pridelave, ki naj bi jo predstavljali standardi ekološkega kmetovanja, in praksami nekaterih ekoloških kmetov, ki odstopajo od osnovne ideje ekološke pridelave, bodo po mnenju Allena in Kovacha potrebne spremembe v družbenih, znanstvenih, političnih in ekonomskih odnosih. Trgi naj bi po mnenju istih avtorjev na le-te lahko vplivali na dva načina: z demistifikacijo hrane kot tržnega blaga in kot povezovalna točka za obravnavanje tem, povezanih s pridelavo hrane. (Allen in Kovach, 2000: 225)

Vloga trgov kot potencialnih demistifikatorjev pomena hrane kot tržnega blaga izhaja iz Marxove teorije fetišizacije tržnega blaga³, ki predstavlja stanje v kapitalistični družbi, v katerem blago, takoj ko se pojavi na trgu, izgubi vrednost, ki izhaja iz družbenih odnosov, s katerimi je nastalo. Ta izguba vrednosti je posledica načina menjave blaga za denar, ki ne pove ničesar o razmerah, v katerih je blago nastalo. Vrednost blaga za potrošnika tako izhaja iz blaga samega oziroma iz razmerja med njegovo tržno ceno in uporabno vrednostjo. Občutek potrošnikov, da blago spremljata njemu lasten nastanek in obstoj in da se to magično pojavi na prodajnih policah, Marx imenuje fetišizacija tržnega blaga. (Allen in Kovach, 2000: 225-226)

Fetišizacija tržnega blaga lahko predstavlja oviro zelenim proizvajalcem in pridelovalcem, zato ti na različne načine odpravljajo mistifikacijo nastanka proizvodov in pridelkov. Ekološki pridelovalci in spodbujevalci ekoloških živil uporabljajo defetišizacijo, torej seznanjanje potrošnikov z razmerami, v katerih se prideluje ekološka živila, z namenom razlikovanja ekološke pridelave od konvencionalnega kmetijstva. Tržniki ekoloških živil jasno poudarjajo procese, v katerih nastajajo ekološka živila, s čimer aktivno spodbujajo fetišizacijo kmetijskih pridelkov na trgu. Večja preglednost, ki jo s tem ustvarjajo, predstavlja oporo za dvig zavesti javnosti o prehranbenem sistemu na bolj kritično raven. (Allen in Kovach, 2000: 226-227)

Z vidika ustvarjanja preglednosti pridelovalnih procesov predstavlja ekološko kmetovanje poseben primer zelene potrošnje, saj pri podajanju znanja o pridelovalnih procesih sodelujejo poleg pridelovalcev samih tudi znanstveniki, ki utemeljujejo prednosti ekološkega kmetovanja v primerjavi s konvencionalnim. Ker tako utemeljevanje pomeni kritiko institucij, ki zagovarjajo drugačna mnenja, defetišizacija tržnega blaga v ekološki pridelavi pogosto presega predstavljanje odnosov, v katerih poteka pridelava ekoloških živil, s predstavljanjem odnosov, v katerih se oblikujejo znanstveni argumenti in določila – tistih znanstvenih in vladnih institucij, ki zagotavljajo potrošnikom, da je hrana, pridelana na konvencionalen način, varna za ljudi in okolje. (Allen in Kovach, 2000: 227)

³ Po Marxu je tržno blago predmet, ki je 1.) proizvod človeškega kreativnega dela, kar pomeni, da predmet izraža človeško delo, in 2.) predmet človeškega dela, ki nastopa v odnosu do drugih predmetov človeškega dela, kar pomeni predmet, ki kroži. Neka stvar, ki jo nekdo naredi zase, je predmet, stvar, ki jo nekdo naredi in nato proda, pa je hkrati predmet in tržno blago. Marx trdi, da je pomen predmetov kot tržnega blaga, ki kroži v gospodarstvu, ločen od pomena predmeta kot proizvoda človeškega kreativnega dela. (<http://newton.uor.edu>)

Ustvarjanje preglednosti v ekološkem kmetovanju, ki sega do procesov pridelave, znanstvenih ustanov in vladnih institucij, bi po mnenju Allena in Kovacha kljub nekaterim omejitvam, ki spremljajo predstavljanje dejstev, lahko prispevalo k začetku družbenih gibanj za spremembe odnosa ljudi do okolja in prehranjevanja. Defetišizacija hrane kot tržnega blaga pa bi lahko po mnenju istih avtorjev pripeljala tudi do močnejše civilne družbe, ki bi se bila pripravljena pogosteje zoperstaviti vladnim odločitvam. (Allen in Kovach, 2000: 227, 229)

Trgi bi po mnenju Allena in Kovacha z defetišizacijo hrane kot tržnega blaga v prihodnosti torej lahko sodelovali pri spodbujanju družbenih sprememb. Poleg defetišizacije pa bi k družbenim spremembam lahko prispevali tudi s svojo močjo združevanja in organiziranja potencialnih sodelujočih v družbenem gibanju za ekološko prehrano. Z rastjo trgov ekoloških živil namreč narašča tudi število ljudi, ki podpirajo ekološko kmetovanje, rast števila prodajalcev ekoloških živil pa povečuje število možnih krajev za zbiranje podobno mislečih in načrtovanje njihovih političnih aktivnosti ter hkrati povečuje število potencialnih virov za financiranje raziskav in konferenc o ekološkem kmetovanju. Pomen slednjih je predvsem v zagotavljanju kritične podpore družbenim spremembam. (Allen in Kovach, 2000: 228-229)

Vloga trgov kot spodbujevalcev defetišizacije hrane kot tržnega blaga in družbenih sprememb, ki spodbujajo nasprotovanje praksam ekološke pridelave, ki odstopajo od osnovnih načel ekološkega kmetovanja in bi po mnenju Allena in Kovacha dolgoročno lahko pripeljale do nasprotnega učinka varovanju okolja, za katerega se zavzemajo spodbujevalci ekološke pridelave, je povezana še z enim dejavnikom, na katerega lahko vplivajo trgi. Nekatera združenja ekoloških kmetov (na primer organizacija združenj ekoloških pridelovalcev v Avstriji, ki deluje kot nasprotnica organizaciji ARGE Bio) opozarjajo na nevarnost zniževanja cen ekoloških pridelkov, do katerega prihaja s širitvijo trgov ekoloških živil in se ponekod že približuje ravni, ki bi pri nekaterih ekoloških pridelovalcih lahko pomenila prenehanje le-teh z ekološko pridelavo. Vloga trgov kot spodbujevalcev defetišizacije hrane kot tržnega blaga bo v prihodnosti tako povezana tudi z ohranjanjem cen ekoloških živil na ravni, ki bo pridelovalcem zagotavljala zaslužek in jih s tem spodbujala k vztrajanju pri ekološki pridelavi. (glej Der Grijp in Den Hond, 1999: 28)

V prihodnosti torej ne bodo več zadoščale le spodbude kmetom, naj svoje pridelke ponudijo na trgu, in obveščanje potrošnikov o možnosti nakupa ekoloških živil. Trgi bodo morali

prevzeti aktivno vlogo posrednika informacij o poteku ekološke pridelave med pridelovalci in predelovalci ekoloških živil ter potrošniki. Te informacije bodo imele pomembno vlogo predvsem pri ohranjanju cenovne vrednosti ekoloških živil, saj bodo pripomogle, da bodo potrošniki razumeli kmetovanje, katerega cilj je varovanje okolja in zdravja ljudi.

6. 2 PRIHODNJA VLOGA ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV

Zgolj usmerjenost trgov v nadgradnjo spodbud ekološkemu kmetovanju z aktivnostmi, ki prispevajo k razumevanju te oblike kmetovanja in spodbujajo vedenje javnosti v skladu s tem razumevanjem, pa kljub moči, ki jo imajo trgi pri uvajanju sprememb v razmišljanje in vedenje posameznih družbenih javnosti, ne bo dovolj za razvoj (ob hkratnem ohranjanju osnovne ideje) in širitev ekološkega kmetovanja do stopnje, ki bo dolgoročno prispevala k varovanju okolja. Trgom se bodo morali z razširjenimi spodbudami priključiti tudi akterji, ki so že do sedaj pomembno vplivali na razvoj in širitev ekološke pridelave. Med njimi bodo prav gotovo prevzela eno izmed najpomembnejših vlog, če ne celo najpomembnejšo, združenja ekoloških kmetov kot najmočnejši zagovorniki osnovne ideje ekološkega kmetovanja in predstavniki tistih, ki to idejo uresničujejo.

Ena izmed pomembnih nalog združenj ekoloških kmetov v prihodnosti bo zavzemanje za območja brez gensko spremenjenih organizmov. Ta trenutno predstavljajo eno največjih groženj ekološkemu kmetijstvu, saj širitev območij, na katerih poteka gojenje gensko spremenjenih živil, ne ogroža le nadaljnje širitve površin z ekološko pridelavo, pač pa tudi že obstoječe ekološke površine, ki jih ni mogoče zavarovati pred vetrnim raznosom semen gensko spremenjenih živil.

Zagovorniki genske tehnologije, ki je na področje kmetijstva posegla v zadnjem desetletju z razvijanjem vedno večjega števila različnih vrst gensko spremenjenih semen, upravičujejo razvoj novih vrst semen z argumenti, kot so večja odpornost gensko spremenjenih semen proti škodljivcem in boleznim, kar omogoča pridelovalcem omejevanje rabe pesticidov, hitrejša rast pridelkov, kar zmanjšuje potrebe po uporabi kemičnih sredstev za rast, večja ekonomska učinkovitost in enostavnost gojenja gensko spremenjenih živil, ki sta posledici prej naštetih argumentov, ter višji življenjski standard pridelovalcev kot posledica večje ekonomske učinkovitosti.

Nekateri argumenti zagovornikov genske tehnologije, kot na primer zmanjšana potreba po uporabi pesticidov in drugih kemičnih sredstev, ki prispeva k varovanju okolja in zdravja ljudi, so podobni argumentom zagovornikov ekološke pridelave, čeprav so neodvisne raziskave že pokazale, da lahko uporaba gensko spremenjenih semen na dolgi rok povzroči celo potrebo po najmočnejših, okolju in zdravju najbolj škodljivih pesticidih. Vendar kmetovalci v želji po hitrem in večjem zaslužku ugotovitve teh raziskav mnogokrat namerno ali nenamerno spregledajo in se raje kot za zahtevnejšo ekološko pridelavo odločijo za pridelavo gensko spremenjenih živil.

Argumenti zagovornikov uporabe genske tehnologije v kmetijstvu pa niso zanimivi le za pridelovalce. Z obljubami večje pridelave hrane lahko hitro pritegnejo tudi načrtovalce kmetijskih politik, ki se bodo morali po napovedih nekaterih študij (med drugim tudi študije, ki jo je izvedla OECD in je omenjena na začetku tega poglavja) v naslednjih desetletjih soočiti s povečanimi potrebami po hrani.

Cilja doseči razglasitev območij brez gensko spremenjenih organizmov, ki bo v prihodnosti le ena izmed nalog združenj ekoloških kmetov, ne bo enostavno doseči, saj zaenkrat obstaja malo znanstvenih dokazov, ki bi jih zagovorniki ekološkega kmetovanja lahko uporabili kot argumente proti uporabi genske tehnologije v kmetijstvu, poleg tega pa biotehnološko-farmaceutske organizacije, ki spodbujajo gojenje gensko spremenjenih živil, predstavljajo pri načrtovalcih kmetijskih politik zelo močan lobij, kar se kaže v naklonjenosti ameriške kmetijske politike genskemu inženiringu in sicer previdni, vendar do genskega inženiringa ne dovolj restriktivni kmetijski politike Evropske unije (na to, kot v tem besedilu že omenjeno, opozarjajo tudi predstavniki skupine IFOAM-a Evropske unije). Mnogi znanstveniki sicer opozarjajo na dolgoročne negativne učinke uporabe genske tehnologije v kmetijstvu, malo pa je raziskav (med njimi na primer raziskave njujorške univerze, venezuelskega inštituta za znanost in nemškega Max-Planckovega inštituta), ki dejansko dokazujejo negativne učinke gojenja gensko spremenjenih živil na okolje. (Organic trade association, 2001)

Verjetno najmočnejši argument za omejitev uporabe gensko spremenjenih organizmov v kmetijstvu predstavljajo ugotovitve neodvisnih raziskovalcev o ekonomski neučinkovitosti pridelave gensko spremenjenih živil v Združenih državah Amerike in pojavu plevela, odpornega na večino pesticidov, razen na najmočnejše – ki so okolju najbolj škodljivi. V prid zagotavljanju območij za razvoj trajnostnega kmetovanja pa kažejo tudi podatki o pridelavi živil po trajnostnih kmetijskih metodah. Ta je v državah v razvoju precej večja od pridelave

živil s konvencionalnim kmetovanjem, v razvitih državah pa približno enaka. (Ho in Ching, 2003)

Navedena dejstva so v Evropi že vzbudila odpor potrošnikov proti gensko spremenjenim živilom (glej Commission of the European Communities, 2004), ki bo prav gotovo koristil združenjem ekoloških kmetov pri zavzemanju za razglasitev območij brez gensko spremenjenih organizmov. Prav gotovo bo nasprotovanje potrošnikov uporabi genske tehnologije v kmetijstvu pomemben argument, ki ga bodo združenja lahko uporabila v lobiranju pri načrtovalcih kmetijskih politik.

Zaradi interesov različnih javnosti, ki v kapitalistični družbi ogrožajo osnovno idejo ekološkega kmetovanja, bo vloga združenj ekoloških kmetov v Evropski uniji in tudi drugje po svetu v prihodnosti verjetno še pomembnejša kot do sedaj. Če so bile do sedaj njihove glavne aktivnosti usmerjene predvsem k vzpostavitvi trgov ekoloških živil in podobno kot pri trgih ekoloških živil k širitvi ekološke pridelave in povpraševanja potrošnikov po njej, bo moralo biti delovanje združenj ekoloških kmetov v prihodnosti prav zaradi potrebe po ohranjanju osnovne ideje ekološkega kmetovanja bolj usmerjeno v komunikacijo z različnimi deležniki - tistimi, ki bodo kakorkoli vplivali (negativno ali pozitivno) na prihodnji razvoj in stanje ekološkega kmetovanja ali bi nanj lahko vplivali.

Za doseg ciljev (Kinze, 2000: 12), kot so doseganje javne podpore ekološkemu kmetovanju, vplivanje na zakonodajo in zbiranje finančnih sredstev, bodo morala združenja v svoje komunikacijske načrte poleg ekoloških kmetov vključiti tudi:

1. vladne institucije in institucije Evropske unije. Pri njih bodo morala združenja aktivno lobirati za sprejem regulativ in programov, namenjenih spodbujanju ekološkemu kmetovanju, in proti regulativam ali programom, ki bi lahko škodili ekološkemu kmetovanju. Pri vladnih institucijah si bodo morala združenja prizadevati za finančna sredstva za lastno delovanje, pri čemer bo komunikacija brez dvoma odigrala pomembno vlogo.

2. Mediji. Ti bodo imeli tudi v prihodnosti pomembno vlogo pri oblikovanju mnenj različnih deležnikov o ekološkem kmetovanju in funkciji združenj ekoloških kmetov. Zato bodo morala združenja z njimi vzpostaviti redno komunikacijo in jim posredovati pomembne aktualne podatke o ekološkem kmetovanju in z njim povezanimi temami.

3. Raziskovalne institucije. Rezultati analiz in raziskav so ponavadi za medije dovolj zanimivi za objavo. Teh je bilo do sedaj o ekološkem kmetovanju malo in spodbujanje raziskav o

ekološkem kmetovanju ter odnosu različnih javnosti do njega bo ena izmed prihodnjih nalog združenj ekoloških kmetov. Da jo bodo lahko uspešno opravljali, bodo morali vzpostaviti učinkovite dvostranske odnose z raziskovalnimi institucijami.

4. Potrošniki. K njim so združenja takoj za člani že do sedaj usmerjala največ komunikacijskih aktivnosti. Kot že omenjeno, pa bo morala biti prihodnja komunikacija združenj s potrošniki še bolj osredotočena na poudarjanje osnovne ideje ekološkega kmetovanja.

5. Lokalne skupnosti. OECD kot enega izmed prihodnjih izzivov za zagotovitev zadostnih količin hrane s trajnostno kmetijsko pridelavo navaja ohranjanje kmetijskih površin, »za katere se bodo vse pogostejše borili tudi načrtovalci stanovanjskih in industrijskih gradenj ter prometne infrastrukture« (OECD, 2001: 8). Zato bo vloga združenj ekoloških kmetov v prihodnosti tesno povezana tudi z odnosi z lokalnimi skupnostmi, ki načrtujejo in odločajo o pozidavi zemljiških površin. Poleg zagotavljanja zadostnih in primernih kmetijskih površin lahko združenja s sodelovanjem z lokalnimi skupnostmi pomembno vplivajo tudi na širjenje zavesti o prednostih ekološkega kmetovanja med potrošniki.

6. Nenazadnje bodo pomembni deležniki združenj ekoloških kmetov v prihodnosti tudi donatorji in sponzorji, saj bodo združenja za svoje delo prav gotovo potrebovala finančno pomoč.

Z večino naštetih deležnikov so združenja ekoloških kmetov komunicirala že do sedaj, v prihodnosti pa bodo morala komunikacijo z njimi še okrepiti. Nič manj pomembni kot dosedANJI deležniki pa ne bodo v prihodnosti niti tisti deležniki, ki do sedaj niso posegali v potek in načrtovanje širitve ekološke pridelave ali kako drugače vplivali nanjo, vendar se lahko z različnimi interesi v širitev vmešajo v prihodnosti. Zato bodo morala združenja v prihodnosti za zaznavanje pomembnih deležnikov in vzpostavljanje ter ohranjanje odnosov z njimi nujno slediti okolju, v katerem delujejo, ga opazovati, se proaktivno odzivati nanj in ga sooblikovati. Le tako delovanje jim bo omogočilo lasten obstoj in doseganje zastavljenih ciljev.

7. PRIMER SLOVENIJE

V Sloveniji približno polovico ozemlja porašča gozd, prek 70 odstotkov kmetijskih površin pa sodi med težko obdelovalna področja. Zato se država uvršča med tiste z relativno slabimi naravnimi pogoji za široko kmetijsko pridelavo. Temu primerni so statistični podatki o stanju slovenskega kmetijstva, ki kažejo, da ima to v primerjavi z drugimi državami srednje in vzhodne Evrope relativno majhno makroekonomsko vrednost. S kmetijstvom se ukvarja le 6 odstotkov prebivalstva Slovenije, delež, ki ga ti s svojo dejavnostjo prispevajo v bruto družbeni proizvod, pa je le 4-odstoten. Slovenija je zato neto uvoznica hrane in kmetijskih pridelkov. (Slabe, 2002)

Kljub zgornjim podatkom predstavlja Slovenija po besedah J. Fefferja (2004), avtorja članka o ekološkem kmetovanju v Sloveniji, objavljenega v reviji ameriškega Inštituta za prehranske in razvojne politike, pomembno področje za razvoj kmetijstva Evropske unije. Zaradi naravnih značilnosti in relativno ohranjenega okolja je namreč zelo primerna za ekološko pridelavo. (Feffer, 2004)

S slednjo se v zadnjem času ukvarja vse več slovenskih pridelovalcev. Delež njihovih obdelovalnih površin med vsemi kmetijskimi površinami je po podatkih Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije leta 2002 znašal 3,38 odstotka⁴, kar je nekoliko nad povprečjem Evropske unije (3,23 odstotka). Po podatkih raziskovalne organizacije FiBL⁵ je delež kmetijskih površin z ekološko pridelavo med letoma 1999 in 2000 narasel kar za 200 odstotkov. (Bavec in drugi, 2002: 18 in FiBL, 2002)

Tako kot v večini držav so se tudi v Sloveniji razvoju ekološkega kmetijstva najprej začeli posvečati ekološko osveščeni posamezniki. Za začetnike ekološke pridelave v Sloveniji štejemo skupino mladih iz Prekmurja, ki so se začeli ukvarjati s to okolju neškodljivo pridelavo hrane v 80. letih dvajsetega stoletja. Prvi ekološki kmetje so potrebna znanja o svoji dejavnosti na začetku pridobivali v drugih evropskih državah, v devetdesetih letih pa so že imeli možnost poslušati predavanja o ekološkem kmetovanju tudi v Sloveniji.

⁴ Raziskovalni inštitut SOEL je v letošnjem poročilu o stanju ekološkega kmetovanja v svetu objavil podatek, da je delež ekoloških površin med vsemi obdelovalnimi površinami v Sloveniji 1,91 %. (Willer, Yussefi, 2004: 16)

⁵ Po podatkih te organizacije naj bi bil delež ekoloških površin med vsemi kmetijskimi površinami leta 2002 v Sloveniji 0,7-odstoten. (FiBL, 2002)

Leta 1992 je nastalo prvo združenje ekoloških kmetov, društvo Ajda, ki je začelo izdajati setvene koledarje in druga izobraževalna gradiva. Društvo Ajda se je zavzemalo za uveljavitev biodinamičnega kmetijstva⁶ in leta 1995 pri nas prvič organiziralo postopek za vključitev v kontrolo biodinamičnega načina kmetovanja. S tem je kmetom, ki pridelujejo hrano po biodinamični metodi, ponudilo možnost za uporabo blagovne znamke biodinamično pridelanih živil Demeter. (Bavec in drugi, 2002: 16)

Ob koncu 90-ih let so se slovensko ekološko kmetijstvo in z njim povezana izobraževanja širila. Kmetje so ustanavljali nova združenja za ekološko kmetovanje, se povezovali s tujimi organizacijami ekoloških kmetov in s strokovnimi institucijami, leta 1999 pa z željo in načrti, da bi naredili svoja ekološka živila bolj prepoznavna, ustanovili Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije, ki je leta 2000 registrirala kolektivno blagovno znamko Biodar, prvo slovensko znamko za živila iz nadzorovane ekološke pridelave. Zveza, ki od leta 2003 deluje pod skrajšanim imenom Zveza Biodar Slovenija, in njeni člani (regionalna združenja) predstavljajo danes ključnega spodbujevalca ekološkega kmetovanja pri nas. (Bavec in drugi, 2002: 17)

Slovenski trg ekoloških živil se je začel razvijati konec leta 1998, ko je, ob že obstoječem povpraševanju po ekoloških živilih, Zveza združenj ekoloških kmetov Osrednje Slovenije prvič predstavila certificirane ekološke pridelke slovenskih pridelovalcev na sejmu Narava - zdravje v Ljubljani. Danes predstavljajo najpomembnejše prodajne kanale ekoloških živil neposredna prodaja, ekološke tržnice in specializirane trgovine z zdravo prehrano, vedno več ekoloških izdelkov pa je mogoče najti tudi na policah supermarketov. Ponudba ekoloških živil je zaradi razgibane kmetijske pridelave dokaj raznolika, vendar količinsko omejena. Kljub temu se po ugotovitvah Oddelka za kontrolo ekološkega kmetovanja pri Kmetijskem zavodu v Mariboru iz leta 2003 v tržnih verigah še vedno proda 2/3 ekoloških pridelkov in drugih ekoloških proizvodov kot konvencionalno pridelanih. (Jurše Rogelj, 2003: 20)

Zgornji podatki, ki predstavljajo kriterije večine raziskav o stanju in razvoju ekološkega kmetijstva v posameznih državah (npr. OMIARD-ova raziskava ter Gronefeld-Hammova raziskava), uvrščajo Slovenijo med tiste države, kjer se je trg ekoloških živil začel šele razvijati in predstavlja manj kot 0,3 odstotka celotnega trga živil. Za slovenski trg ekoloških

⁶ Biodinamično kmetijstvo je oblika ekološkega kmetovanja, pri katerem rast in razvoj rastlin ter živali temeljita na spoznavanju, preučevanju in rabi snovi ter energij zemlje in vesolja. (Kocjan Ačko, 2002: 18)

živil je značilno pomanjkanje povezovanja med političnimi odločevalci, kmeti, tržniki in znanstveniki, omejuje pa ga tudi pomanjkanje virov razvojnega kapitala.

7. 1 SPODBUDE SLOVENSKEMU EKOLOŠKEMU KMETOVANJU

Razvoj ekološkega kmetovanja poteka v Sloveniji podobno kot v drugih državah Evropske unije. Na njegov dosednji razvoj je vplivalo več akterjev.

7. 1. 1 VLOGA SLOVENSKE VLADE

V Evropski uniji so pomembno vlogo pri spodbujanju ekološkega kmetovanja poleg samih ekoloških pridelovalcev in še nekaterih drugih spodbudnikov ekološkega kmetovanja odigrale politične institucije, ki pa so se v večini držav začele bolj obširno ukvarjati z ekološko pridelavo šele, ko se je začel razvijati trg ekoloških živil. V Sloveniji je bilo podobno. Vlada oziroma njena ministrstva so se začela ukvarjati z obravnavanjem ekološkega kmetijstva sredi 90. let dvajsetega stoletja. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano je leta 1997 pripravilo smernice za ekološko kmetovanje, ki so izšle kot Priporočila za ekološko kmetovanje v Sloveniji. Na osnovi zakonodaje Evropske unije je aprila 2001 izšel še Pravilnik o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil. Leta 1999 je Ministrstvo uvedlo podporo kmetijam, ki so se z ekološko pridelavo ukvarjale že eno leto in so zaradi znižanja intenzivnosti pridelave lahko utrpeli izpad dohodka. Od leta 2001 pa Slovenski kmetijsko okoljski program (SKOP) določa, da dobijo kmetije podporo že v prvem letu preusmerjanja, in sicer za »dodatno delo, ki je potrebno zaradi zahtevnejšega kmetovanja z namenom varovanja okolja« (SKOP, 2001: 19). (Bavec in drugi 2002: 16 in SKOP, 2001: 19)

SKOP je program neposrednih plačil na enoto kmetijskega zemljišča, s katerimi naj bi dosegli cilj vzdrževati kmetovanje in popularizirati tako kmetijsko pridelavo, ki » ... zagotavlja sonaravno rabo naravnih virov, ohranja biotsko pestrost rastlinskih in živalskih vrst ter varuje naravno in kmetijsko krajino ob sočasnem trajnostnem razvoju podeželja« (SKOP, 2001: 3). Ukrepi, s katerimi naj bi zastavljeni cilj dosegli in za katere je v programu predvidena finančna podpora, so razdeljeni v tri skupine: v prvi so ukrepi za zmanjševanje negativnih vplivov kmetijstva na okolje, v drugi ukrepi za ohranjanje naravnih danosti, biotske pestrosti, rodovitnosti tal in tradicionalne kulturne krajine, v tretji skupini pa so ukrepi za varovanje

zavarovanih območij. Ekološko kmetovanje predstavlja v programu enega izmed ukrepov iz prve skupine. (SKOP, 2001)

Pogoji za uveljavljanje pravice do neposrednega plačila za ekološko kmetovanje so upoštevanje Pravilnika o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil, uporaba kmetijskih zemljišč, ki naj bi jim pripadalo neposredno plačilo in pridobitev pozitivnega poročila oziroma certifikata kontrolne organizacije o opravljenem nadzoru. Kot pooblaščenega izvajalca kontrole ekološkega kmetijstva v Sloveniji je Ministrstvo za kmetijstvo gozdarstvo in prehrano leta 2001 imenovalo Oddelek za kontrolo ekološkega kmetijstva pri Kmetijsko gozdarskem zavodu Maribor. (SKOP, 2001: 19)

SKOP namenja posebno pozornost tudi promociji in izobraževanju kmetov in uslužbencev državne uprave ter javnih zavodov. Z njima naj bi dosegli boljše razumevanje odnosa med kmetijstvom in okoljem, prispevali k raznolikosti, konkurenčnosti in promociji kmetijskih gospodarstev ter omogočili uspešnejše izvajanje ukrepov kmetijsko-okoljskega programa. Zastavljene cilje naj bi dosegli z naslednjimi aktivnostmi: posredovanjem znanja na delovnem mestu, kratkimi tečaji izven delovnega mesta, pridobivanjem praktičnih izkušenj, organizacijo delavnic in predavanj, obiski demonstracijskih kmetij in sejmov, svetovanjem, izdajo publikacij in izobraževanjem za potrebe lokalnih skupnosti. Sodelovanje v izobraževalnih programih je za upravičence, ki so vključeni v kmetijsko-okoljski program, obvezno. (SKOP, 2001: 32)

Namen promocijskih in izobraževalnih aktivnosti, ki jih predvideva SKOP, je tudi predstavitev kmetijsko okoljskega programa širši javnosti, s ciljem ozvesti jo o pomembnosti trajnostnega ohranjanja in razvoja kmetijstva na podeželju. V ta namen SKOP predvideva izdajo posebnih tematskih publikacij, oblikovanje spletnih strani z vsebino o kmetijsko-okoljskem programu in informiranje javnosti prek drugih medijev (televizije, radija, plakatov, zloženkov, na posebnih dogodkih, kot so sejmi in javne predstavitve). Poleg ukrepov, predvidenih v SKOP, pa so na Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano s ciljem promocije ekoloških živil izdelali tudi logotip za slovenske ekološke pridelke in izdelke, ki sodi med znake za pridelke in izdelke višje kakovosti. (SKOP, 2001: 33 in Bavec in drugi, 2002: 18)

SKOP je pripravljen po zgledu podobnih dokumentov v Evropski uniji in predstavlja prehodno stopnjo v sprejemanju regulativ, ki urejajo skupno kmetijsko politiko Evropske unije. Njegova priprava je bila nujna za pridobitev pozitivnega mnenja o slovenski kmetijski politiki med pogajanci Slovenije za članstvo v Evropski uniji. Za Slovenijo pa bo v naslednjih letih bolj pomembno kot sama priprava programa njegovo izvajanje in doseganje zastavljenih ciljev. Za vrednotenje slednjega so v programu za vsak predvideni ukrep določili kontrolne in dolgoročne indikatorje. Za ekološko kmetovanje so ti: a) kontrolni: evidenca o ekološkem kmetovanju (število kmetij, velikost kmetijskih površin, število živali), obseg površin pod različnimi kulturami, evidentirana raba gnojil in fitofarmacevtskih sredstev ter število pridobljenih certifikatov in b) dolgoročni: povečanje števila ekoloških kmetij, izboljšana kakovost pridelane hrane in zagotavljanje potencialnega zdravja potrošnikov, izboljšanje lastnosti tal ter manj ostankov kmetijskih pripravkov v tleh. Vrednosti navedenih indikatorjev bodo snovalcem slovenskega kmetijskega programa, kot so zapisali v dokumentu, služile za načrtovanje morebitnih sprememb ali dopolnitev programa. (SKOP, 2001: 19)

Spremembe oziroma dopolnitve pa je težko načrtovati brez predhodno zastavljenih konkretnih ciljev glede posameznih kmetijskih praks in razvojnih strategij le-teh. Slovenska vlada za ekološko kmetijstvo zaenkrat še ni določila ne prvih ne drugih. Prvi korak k strategiji ekološkega kmetijstva v Sloveniji je naredila januarja 2003, ko je Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano oblikovalo strokovno skupino za slovenski akcijski načrt za ekološko kmetijstvo. Vendar dokler strategija ne bo sprejeta in se ne bo začela tudi izvajati s konkretnimi praktičnimi projekti, v Sloveniji še ne bomo mogli govoriti o aktivnem spodbujanju razvoja ekološkega kmetovanja s strani političnih odločevalcev.

Poleg dejstva, da Slovenija še nima vladne strategije razvoja ekološkega kmetovanja, dosedanje dokaj pasivno vlogo slovenske vlade pri spodbujanju ekološkega kmetovanja dokazujejo tudi odgovori na vprašanja, ki sem jih zastavila ekološkim kmetom na ljubljanski ekološki tržnici⁷ o njihovem odnosu do vladne politike in Zveze Biodar. Vsi kmetje (od 11 razdeljenih vprašalnikov, mi je izpolnjene vrnilo 9 kmetovalcev) so na vprašanje, kaj menijo o

⁷ Ljubljanska ekološka tržnica, ki deluje dva dni v tednu, predstavlja najširšo, za mnoge vrste pridelkov pa tudi edino ponudbo ekološkega sadja in zelenjave v Ljubljani in njeni okolici. Tržnica pomeni pomemben mehanizem za vzpostavljanje odnosov med pridelovalci in potrošniki ekoloških živil, zato kmetje, ki prodajajo na njej, sodijo med najpomembnejše spodbudnike ekološkega kmetovanja pri nas.

vladnem spodbujanju ekološkega kmetovanja v Sloveniji, odgovorili, da ga vlada premalo spodbuja, po mnenju enega kmeta pa ga celo sploh ne spodbuja. Ekoloških kmetov niso navdušile niti vladne subvencije, ki pri nobenem od vprašanih niso bile povod za ukvarjanje z ekološko pridelavo hrane. Večina vprašanih pa je na lestvici institucij, ki po njihovem mnenju lahko najbolj vplivajo na širitev ekološkega kmetovanja pri nas, vlado uvrstila zelo visoko.

Ekološki kmetje, ki so izpolnili vprašalnik, so torej mnenja, da bi vlada za razvoj ekološkega kmetovanja pri nas lahko storila bistveno več, kot je do sedaj. Njihova predstavnica, strokovna tajnica Zveze Biodar, A. Slabe, opozarja predvsem na neprimerno spodbujanje integriranega kmetovanja⁸, ki po njenem mnenju ne sodi med prakse trajnostne kmetijske pridelave, med katere ga uvrščajo slovenski vladni dokumenti in programi.

V povezavi z integrirano pridelavo predstavniki Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije opozarjajo tudi na neustrezen logotip, ki ga je slovenska vlada razvila za ekološka živila in se od logotipa za označevanje živil iz integrirane pridelave razlikuje le po majhnem napisu in v barvni različici v odtenku zelene barve⁹. Odpor pridelovalcev do vladinega znaka dokazuje število vlog, ki jih je vlada izdala za njegovo podelitev. Od uvedbe leta 2001 je v dveh letih izdala le dve. (Slabe, 2003 in Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 2003)

7. 1. 2 VLOGA ZVEZE ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE

Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije spodbuja razvoj ekološkega kmetovanja pri nas precej intenzivneje kot vladne institucije. Zveza je krovna organizacija slovenskih ekoloških kmetov. Je nevladna organizacija, ustanovljena leta 1999. Ustanovilo jo je 5 združenj za ekološko kmetovanje z namenom lažjega uveljavljanja skupnih interesov ekoloških kmetov na nacionalni ravni. Regionalna združenja, ki so člani Zveze, skupaj štejejo prek 200 ekoloških kmetov in kmetic iz vse Slovenije, kar je 75 odstotkov vseh slovenskih kmetij v nadzoru za ekološko pridelavo. Vsak član (združenje) ima v upravnem odboru Zveze 2 predstavnika. Upravni odbor se sestaja v povprečju dvakrat na tri mesece; 1-krat letno se sestane skupščina, ki sprejme program dela. (Slabe, 2003)

Glavni cilji Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije so:

⁸ Ta oblika kmetovanja sodi med konvencionalne kmetovalske prakse, ki pa jih z različnimi metodami – na primer z gojenjem odpornejših vrst, izogibanjem rabi kemičnih sredstev in s kolobarjenjem – prilagaja cilju varovanja okolja. Za integrirano pridelavo ne obstajajo pisni standardi.

1. spodbujanje ekološkega kmetovanja v Sloveniji,
 2. podpora članom Zveze pri preskrbi prebivalstva z ekološko pridelanimi živili in
 3. zagotavljanje trajnega varovanja okolja.
- (Slabe, 2003)

Strategija Zveze, ki naj bi pripeljala do zastavljenih ciljev, vključuje spremljanje mednarodnih standardov za ekološko kmetovanje IFOAM in razvijanje slovenskih standardov v skladu z mednarodnimi določili, koordinacijo dela članov, promocijo kolektivne blagovne znamke Biodar¹⁰ in informiranje kmetov ter širše javnosti. (Slabe, 2003)

Odkar so razvili blagovno znamko Biodar, je večina aktivnosti Zveze usmerjenih v trženje in promocijo te blagovne znamke. Izdelke z oznako Biodar (do sedaj si jo je prislužilo okrog 140 slovenskih kmetij, ki pridelujejo in predelujejo pridelke po standardih Zveze) je trenutno mogoče kupiti na treh slovenskih ekoloških tržnicah – v Ljubljani, Mariboru in Naklem – od leta 2003 pa je mogoče določene najti tudi na policah nekaterih trgovin s prehrano. Za promocijo kolektivne znamke ima Zveza razvito strategijo, ki temelji na ponudbi in povpraševanju. Dokler bo slednje presegalo količino pridelanega, ne načrtujejo obsežnejših komunikacijskih aktivnosti. (Slabe, 2003)

Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije pridobiva finančna sredstva za svoje delovanje iz dveh virov: prek razpisov ministrstev in od članarin, ki jih združenjem članom Zveze plačujejo ekološki kmetje. Ministrstvo za kmetijstvo je v okviru razpisa za znake višje kakovosti financiralo uvedbo blagovne znamke Biodar, vsako leto pa prispeva tudi določen delež iz razpisanega proračuna za sofinanciranje strokovnega dela društev. Po Statutu Zvezi pripada 1/3 vsake plačane članarine, ki jo pridelovalci plačujejo regionalnim združenjem, katerih člani so. V letu 2003 so Zvezo finančno podprli tudi Ministrstvo za okolje, prostor in energijo, s sofinanciranjem revije Biodar, Urad vlade za informiranje in Mestna občina Ljubljana. (Slabe, 2003)

Kljub naštetim podporam skupna finančna sredstva, ki jih letno prejme Zveza, ne zadoščajo za izvajanje vseh zadolžitev, ki si jih ob sledenju ciljev zastavljajo predstavniki Zveze, dve

⁹ Logotipa v črno-beli različici sta objavljena v prilogi.

zaposleni in strokovni sodelavci Zveze. Članarina združenj za ekološko kmetovanje je v letu 2003 znašala 5000 slovenskih tolarjev, odstotek, ki ga je od članarin prejela Zveza pa je zadoščal za tisk ene številke revije Biodar, ki izhaja štirikrat na leto. Tudi sredstva, ki jih Zveza dobi od vlade za strokovno delo, so majhna, saj razpis ni razdeljen na specializirana področja, tako da se njegova sredstva delijo najrazličnejšim slovenskim društvom. (Slabe, 2003)

7. 1. 3 ODNOSI Z JAVNOSTMI V ZVEZI ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE

Zaradi pomanjkanja finančnih sredstev Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije nima zaposlenih posameznikov, ki bi opravljali strogo specializirane funkcije. Vlogo predstavnika za odnose z javnostmi največkrat prevzema strokovna tajnica Zveze, ki je sicer zaposlena na Inštitutu za trajnostni razvoj, organizaciji, ki sodeluje z Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije pri spodbujanju ekološkega kmetovanja.

Čeprav Zveza nima ločene strategije odnosov z javnostmi (del je zajet v strategiji promocije slovenskih ekoloških živil in znamke Biodar), lahko pri pregledu aktivnosti, ki jih izvajajo predstavniki Zveze, ugotovimo, da gre pri večjem delu le-teh za komunikacijo z različnimi javnostmi. Tako na primer za medije pripravljajo članke o ekološkem kmetovanju, pristojnim vladnim institucijam pa predstavljajo svoj pogled na razvoj ekološkega kmetovanja pri nas. V Centru Evropa v Ljubljani so medijem in širši javnosti že večkrat predstavili svoje mnenje o možnostih in priložnostih slovenskega kmetijstva v Evropski uniji. Marca leta 2002 so na tiskovni konferenci pozvali vlado k pripravi obsežnejšega in strateško bolj naravnaneega kmetijsko okoljskega programa ter programa ustreznih strukturnih ukrepov za razvoj ekološkega kmetijstva. Na isti tiskovni konferenci so vlado pozvali tudi k večjemu upoštevanju »skupnih interesov slovenske javnosti na tem področju« (Biodar, 2002: 26). Zveza je o svojem mnenju in pozivih pripravila tudi sporočilo za javnost. (Biodar, 2002: 26)

Za komunikacijo z ekološkimi kmeti Zveza Biodar uporablja različna komunikacijska orodja. Eno izmed njih je revija za varstvo okolja in kmetijstvo Biodar, ki jo štirikrat na leto prejmejo vsi člani posameznih regionalnih združenj. V reviji so objavljeni članki o pridelavi in trženju

¹⁰ Biodar je leta 2000 registrirana blagovna znamka za slovenska ekološka živila, ki jo člani združenj, vključenih v Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije, dobijo brezplačno, uporabljajo pa jo lahko tudi predelovalci ekoloških živil.

ekoloških živil, dejavnosti posameznih slovenskih regionalnih združenj in delu Zveze Biodar; v vsaki reviji je predstavljena ena slovenska ekološka kmetija in objavljena ekoborza, prek katere lahko ekološki kmetje povprašujejo po ekoloških pridelkih, živini oziroma po čemerkoli, kar potrebujejo za ekološko kmetovanje ali pa navedeno prodajajo. Poleg revije regionalna združenja svojim članom redno pošiljajo tudi krajše biltene z obvestili o dogodkih, izobraževalnih seminarjih, izletih in drugih aktualnih informacijah o ekološki pridelavi in delu združenja. Organizacija izobraževalnih seminarjev in izletov za člane regionalnih združenj za ekološko pridelavo predstavlja eno izmed pomembnejših funkcij Zveze Biodar in posameznih regionalnih združenj pri spodbujanju razvoja ekološkega kmetijstva.

Predstavniki Zveze se redno udeležujejo srečanj in konferenc združenja IFOAM, kjer izmenjujejo izkušnje in znanja s tujimi ekološkimi združenji. Sodelovali so na posvetih Evropske unije pred oblikovanjem akcijskega načrta za ekološko kmetovanje, sodelujejo pa tudi z drugimi okoljskimi organizacijami v Sloveniji in tujini. (glej npr. Biodar, 2003: 5)

Inštitut za trajnostni razvoj v letu 2004 izvaja dva projekta, vezana na evropski in nacionalni akcijski načrt za ekološko kmetovanje. V okviru prvega projekta z naslovom »Nadaljnji razvoj politike ekološkega kmetijstva v Evropski uniji, s posebnim poudarkom na širitvi EU« so pripravili delavnico za soustvarjalce kmetijske in drugih razvojnih politik. Delavnice so se udeležili predstavniki Ministrstva za zdravje in Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Fakultete za kmetijstvo, Zveze Biodar, ekološkega društva Deteljica, nevladne okoljske organizacije Umanotera, Poslovne skupine Mercator, Kmetijsko-gozdarske zbornice in Zveze potrošnikov Slovenije. Rezultat delavnice je predlog vrste ukrepov za skladen razvoj ekokmetijstva, ki so ga poslali na Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano kot prispevek k pripravi slovenskega akcijskega načrta za ekološko kmetijstvo. (Slabe, 2004: 5-6)

Drugi letošnji projekt Inštituta za trajnostni razvoj ima naslov »Prispevek slovenskih nevladnih organizacij k Akcijskima načrtoma za ekološko kmetijstvo v Sloveniji in Evropski uniji« in tudi v okviru tega projekta je Inštitut pripravil več delavnic, med katerimi je na prvo povabil predstavnike nevladnih organizacij, na naslednje pa tudi ekološke kmete. Del tega projekta bo tudi komunikacijska kampanja, načrtovana za začetek leta 2005, ki bo namenjena obveščanju slovenske širše in politične javnosti o ekološkem kmetijstvu in njegovem pomenu za Slovenijo. (Slabe, 2004: 5-6)

Cilj omenjenih projektov Inštituta za trajnostni razvoj in Zveze Biodar je dvojen: pripraviti želijo mnenja in predloge, ki bodo koristili Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano pri pripravi nacionalnega akcijskega načrta za ekološko kmetovanje in hkrati izdelati lasten, nevladen akcijski načrt s konkretnimi predlogi aktivnosti nevladnih organizacij za spodbujanje ekološkega kmetovanja. (Slabe, 2004: 5-6)

Pomemben del aktivnosti Zveze za spodbujanje ekološkega kmetijstva predstavlja tudi komunikacija s širšo javnostjo. V ta namen se Zveza vsako leto predstavlja na ljubljanskem sejmu Narava-zdravje in sodeluje pri organizaciji ekopraznika in dnevvov odprtih vrat na ekoloških kmetijah. Prvi ekopraznik je leta 2002 na ljubljanski ekotržnici organiziralo Združenje ekoloških kmetov osrednje Slovenije skupaj z Inštitutom za trajnostni razvoj in ob podpori Mestne občine Ljubljana. Glavni namen dogodka, na katerega so kot govorca povabili tudi ministra za okolje in prostor in ministra za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, je bil predstavitev slovenskega ekološkega kmetijstva. V letih 2003 in 2004 je pri organizaciji ekopraznika sodelovala tudi Zveza Biodar. Ekopraznik in dan odprtih vrat sta vzbudila precejšen odziv kmetov, potrošnikov in medijev. Leta 2003 je organiziralo dan odprtih vrat 45 ekoloških kmetij, ki jih je na ta dan obiskalo tudi do 100 obiskovalcev. (Biodar, 2002: 5)

7. 1. 4. REZULTATI DELOVANJA ZVEZE ZDRUŽENJ EKOLOŠKIH KMETOV SLOVENIJE

Glede na nekatere že omenjene pozitivne odzive različnih javnosti na aktivnosti Zveze Biodar in če kot kriterija uspešnosti upoštevamo rast števila ekoloških kmetij od leta 1997, ko so izvedli prvi nadzor, do danes ter povpraševanje po ekoloških živilih, lahko rečemo, da Zveza uspešno izpolnjuje zastavljene cilje. Število slovenskih ekoloških kmetij je namreč v šestih letih naraslo iz 40 na prek 1400 - v tej številki so vštete tudi kmetije v preusmerjanju (Izgoršek 2003: 2), povpraševanje po ekoloških pridelkih pa tudi ob naraščanju števila ekoloških kmetij presega ponudbo.

S spodbujanjem razvoja ekoloških kmetij Zveza posredno uresničuje tudi svoj cilj trajnega varovanja okolja, saj se s širjenjem ekoloških pridelovalnih površin zmanjšuje delež kmetijskih področij, na katerih kmetje uporabljajo kemična sredstva, ki škodujejo okolju. Predavanja o ekološkem kmetovanju in izobraževalne ekskurzije, ki jih za člane svojih združenj organizira Zveza, so vedno dobro obiskani. Z njimi Zveza kmete seznaja z novostmi v ekološkem kmetijstvu.

Leta 2003 se je Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije tudi formalno povezala s sorodnimi zvezami iz sosednjih držav. Predstavniki Zveze so podpisali Listino o sodelovanju z ekološkimi združenji Bio Ernte Austria s Koroške in Štajerske, Aprobio iz Furlanije Julijske Krajine ter Aveprobi iz Veneta. Podpisniki listine so se zavezali, da se bodo zavzemali za ustanovitev ekoregije Alpe Jadran kot regije brez gojenja gensko spremenjenih pridelkov, v kateri bodo načrtno spodbujali »vsestranski razvoj ekološkega kmetijstva, zelenega turizma in varstva narave« (Biodar, 2003: 7).

Uresničevanje ciljev Zveze pozitivno vpliva tudi na odnos ekoloških kmetov, članov posameznih regionalnih združenj, do Zveze. Tega sem preverila, kot sem že omenila, z vprašalnikom, ki sem ga razdelila prodajalcem ekoloških živil na ljubljanski tržnici¹¹. Vprašani so podobno kot vladi tudi Zvezi pripisali možnost vpliva na širitev ekološkega kmetovanja. Vsi, ki so izpolnili vprašalnik, so mnenja, da z Zvezo dobro sodelujejo; več kot polovici Zveza predstavlja najpomembnejši vir informacij o ekološkem kmetovanju - pri istem vprašanju je odgovor »v slovenskih tiskanih medijih« izbral le en izpolnjevalec vprašalnika. Na vprašanje, ali bi bili pripravljeni Zvezi plačevati višjo članarino, je večina vprašanih odgovorila pritrdilno, vendar pod pogojem, da bi od države dobili višje subvencije. Nekateri so pripravljeni plačevati višjo članarino, tudi če bi Zveza to namenila oglaševanju ekoloških pridelkov in blagovne znamke Biodar. Sicer imajo ekološki kmetje, ki so člani regionalnih združenj Zveze, o trenutni članarini, ki znaša letno 5000 slovenskih tolarjev, deljeno mnenje.

Razvijanje odnosov z ekološkimi kmeti sodi med ključne naloge Zveze in iz odgovorov na vprašanja v vprašalniku lahko sklepamo, da Zveza Biodar vsaj tržno usmerjenim kmetom predstavlja pomembno podporno institucijo.

Poleg odnosov s kmeti je za spodbujanje ekološkega kmetovanja pomemben tudi odnos Zveze z vlado in njenimi institucijami. Ta se je začel trdneje vzpostavljati šele, ko je Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano z oblikovanjem strokovne skupine začelo po zgledu evropskega akcijskega načrta pripravljati slovenski akcijski načrt za ekološko kmetijstvo. Takrat je svoje mnenje o evropskem načrtu Ministrstvu posredovala tudi Zveza. Ta si je sicer

¹¹ Celoten vprašalnik je objavljen v prilogi.

že pred tem dalj časa prizadeva za oblikovanje strategije ekološkega kmetovanja pri nas in zanjo vladnim predstavnikom predložila tudi več svojih predlogov, vendar se pristojna ministrstva niso odzvala nanje. (Slabe, 2003)

Slabo sodelovanje vlade in Zveze Biodar v preteklih letih se je pokazalo, tudi ko je Zveza vladi predlagala sprejetje med ekološkimi kmeti in slovenskimi kupci ekoloških živil že uveljavljene in priznane blagovne znamke Biodar za nacionalno oznako ekoloških živil¹². Vlada je njen predlog zavrnila in za ekološka živila, kot že omenjeno, raje uvedla nov znak. Sprejeti znak, ki sodi v skupino znakov za živila visoke kakovosti, je po mnenju Zveze Biodar nerazpoznaven in neprimeren, saj je preveč podoben znaku za živila iz integrirane pridelave.

Integrirana pridelava predstavlja enega izmed največjih nestrinjanj med vlado in Zvezo Biodar, kar dokazuje komentar predsednika Zveze v uvodniku ene izmed revij Biodar, v katerem predsednik poleg vladnih spodbud integrirani pridelavi kritizira tudi poročanje medijev o tem načinu kmetovanja. Opozarja na pogosto zavajajočo uporabo pridevnikov trajnostno, sonaravno, življenju in naravi prijazno kmetovanje ob integriranem kmetijstvu. Zaradi dopuščanja uporabe določenih umetnih gnojil in škropiv pri integrirani pridelavi omenjeni pridevniki za to vrsto kmetovanja niso primerni. Po njegovem mnenju je edina prava oblika trajnostnega, naravi in človeku prijaznega kmetovanja ekološko kmetijstvo. Vendar se, kot ugotavlja avtor članka, pridevnik eko pri omenjanju trajnostnega kmetovanja v Sloveniji uporablja občutno premalokrat. (Fras, 2004: 3)

7. 2 VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI PRI NADALJNJI ŠIRITVI EKOLOŠKEGA KMETOVANJA V SLOVENIJI

Slovenska nevladna okoljska organizacija Umanotera je leta 2003 pripravila Ogledalo vladi, v katerem je ocenila aktivnosti vlade za zagotavljanje trajnostnega razvoja med letoma 2000 in 2002. Poročilo vključuje med drugim tudi oceno aktivnosti, ki naj bi vodile k vladnemu cilju ohranitve kmetijstva in podeželja ter zagotovitve zadostnih dohodkov kmetov – ta cilj

¹² Že uveljavljeno zasebno blagovno znamko in logotip ekoloških živil je za nacionalno oznako sprejela Švica in se s tem izognila stroškom za uveljavljanje znaka na trgu in zmedo, ki bi lahko nastala na tako majhnem trgu zaradi različnih oznak. (Der Grijp in Den Hond, 1999: 53)

naj bi dosegli »z usmeritvijo v pri- in predelavo živil visoke kakovosti z okolju prijazno pridelavo« (Umanotera, 2003: 29).

Prvi kazalnik, s katerim so ocenjevali vladne aktivnosti, je bil »Zmanjšanje vnosa nitratov v tla in vode« (Umanotera, 2003: 30). Ugotovili so, da Slovenija še nima izdelanega akcijskega načrta za izvajanje Nitratne direktive, ki ga od držav članic zahteva Evropska unija, nadzor nad izvajanjem Uredbe o vnosu nevarnih snovi in rastlinskih hranil v tla pa je izredno pomanjkljiv. (Umanotera, 2003: 30)

Pri kazalniku »Delež kmetij/površin v nadzoru ekološkega kmetijstva (vključeno preusmerjanje)« (Umanotera, 2003: 30) si je vlada prislužila nekoliko boljšo oceno zaradi povečevanja deleža ekološkega kmetijstva v Sloveniji. Vendar so ocenjevalci zapisali, da je ta delež glede na možnosti in potrebe še razmeroma nizek, cilji Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, povezani z ekološko pridelavo, pa v primerjavi z drugimi evropskimi državami preskromni. Verjetno vlada med drugim tudi zaradi preskromnih ciljev še ni pripravila strategije razvoja ekološkega kmetijstva, s čimer si je prislužila dodatno kritiko Umanoterinih ocenjevalcev. (glej Umanotera, 2003: 30)

Končno oceno vladnih aktivnosti za spodbujanje trajnostnega kmetijstva so po omembi nekaterih pozitivnih trendov (npr. izvajanja SKOP in porasta ekološkega kmetovanja) Umanoterini ocenjevalci zaključili s stavki:

»Skrbi nas lahko tudi to, da nimamo strategije razvoja ekološkega kmetijstva in da so na tem področju cilji resornega ministrstva nizki (deklarativni). To kaže, da je še vedno navzoče podcenjevanje pomena te kmetijske usmeritve za državo, ne glede na to, da je slovenskim kmetijskim politikom ne priporočajo le domače okoljske NVO (nevladne okoljske organizacije op. a.), temveč tudi evropski politiki in strokovnjaki.«
(Umanotera, 2003: 31)

Kljub omenjenim ugotovitvam o odnosu slovenske vlade do ekološkega kmetovanja pri Zvezi združenj ekoloških kmetov ohranjajo visoke cilje glede prihodnjega razvoja slovenskega ekološkega kmetovanja. Strokovna tajnica Zveze je v enem izmed svojih člankov v reviji Biodar (2004) zapisala: »Zato smo na Zvezi sklenili, da si bomo še naprej prizadevali, da bi

v Sloveniji oblikovali strategijo razvoja ekološkega kmetijstva in akcijski načrt za njeno uresničevanje. Na ta način bi morda lahko dosegli tudi cilj, enak nemškemu: 20 % ekokmetij do leta 2010.« (Slabe, 2004: 6)

Doseganje navedenega cilja in splošno spodbujanje slovenskega ekološkega kmetovanja bo v prihodnosti povezano z mnogimi izzivi. Prvi med njimi je, podobno kot v ostalih državah Evropske unije, uporaba genske tehnologije v kmetijstvu, o kateri slovenska vlada pripravlja zakon prav v času nastajanja tega besedila. Naslednji izziv spodbudam slovenskega ekološkega kmetovanja predstavljajo tuji pridelovalci, ki vstopajo na naš trg. Tretji izziv pa je projekt ustanovitve prve bioregije na svetu, ki ga kot zelo pomembnega za Slovenijo omenja celo ameriški analitik Feffer (glej Feffer, 2004).

Vloga Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije pri soočanju z navedenimi izzivi bo podobna vlogi drugih, tujih združenj ekoloških kmetov. Tudi Zveza bo morala v prihodnosti usmerjati še več komunikacijskih aktivnosti svojim deležnikom. Med temi bodo prav gotovo najpomembnejši ekološki kmetje, slovenska vlada, potrošniki, lokalna skupnost ter sponzorji in donatorji, ki bodo Zvezi zagotavljali finančna sredstva za komuniciranje z ostalimi deležniki. Tudi Zveza Biodar se bo morala v prihodnosti proaktivno odzivati na svoje okolje in ga sooblikovati. Le tako bo lahko dosegla zastavljene cilje, za katere lahko rečemo, da so glede na trenutne razmere ekološkega kmetovanja v Sloveniji precej visoki.

8. ZAKLJUČEK

Evropa, in znotraj nje predvsem Evropska unija, je dosegla stopnjo razvoja, na kateri predstavlja skrb za okolje pomemben element pri vse več razvojnih raziskavah in aktivnostih, mnogokrat pa je celo glavni razlog za spremembe. Razvila so se številna gibanja, katerih glavni cilj je izboljšanje in varovanje okolja, v državah z okoljsko močno osveščeno splošno javnostjo pa je predstavljanje in poudarjanje skrbi za okolje postalo tudi učinkovito komunikacijsko sredstvo gospodarskih in negospodarskih organizacij.

V svoji diplomski nalogi sem se ukvarjala s spremembami, ki so se v preteklih letih zaradi širitve zavesti o varovanju okolja v Evropi zgodile na področju kmetijstva. Ugotavljala sem, kakšno vlogo so imeli odnosi ključnih akterjev s svojimi deležniki pri širitvi ekološkega kmetovanja, in na osnovi ugotovitev predvidela, kakšno vlogo bodo imeli odnosi z javnostmi pri spodbujanju ekološkega kmetovanja v prihodnosti.

Splošna okoljska zavest v posameznih državah Evropske unije je vplivala na dosedanje spodbude ekološkemu kmetovanju in na njegov razvoj. Pri spodbudah in vplivu na razvoj so imeli največjo vlogo okoljske organizacije, združenja ekoloških kmetov, vladne institucije in trgovci. Našteti akterji so spodbujali ekološko kmetovanje na različne načine – s posredovanjem informacij o negativnih posledicah intenzivnega kmetijstva za okolje, s finančno pomočjo za preusmeritev v ekološko pridelavo, z določitvijo pravil ekološke pridelave in uvedbo nadzora nad njihovim izvajanjem ter s predstavljanjem pozitivnih učinkov ekološkega kmetovanja in lastnosti ekoloških živil. Med aktivnostmi akterjev je komunikacija s pomembnimi deležniki sodila med ključne za uspeh spodbud ekološkemu kmetovanju in za njegovo trenutno stanje.

V državah, kjer je ekološko kmetovanje že doseglo zrelo fazo razvoja ali se ji približuje, se je izkazalo, da bodo za nadaljnjo širitev ekološkega kmetovanja in njegov razvoj ob hkratnem zagotavljanju ohranjanja njegove osnovne ideje potrebne družbene spremembe razumevanja okolja, hrane in prehranjevanja ter odnosa do njih. Ob pojavu prvih umetnih snovi za uporabo v kmetijstvu so bili pridelovalci hrane navdušeni – razumljivo, saj so z manj truda in v hitrejšem času lahko pridelali več. Danes mnogi evropski pridelovalci živil že razmišljajo drugače – pri pridelavi upoštevajo skrb za okolje in zdravje ljudi in dolgoročnost kmetovanja. Njihovo delo ima za prihodnji družbeni razvoj visoko vrednost in kot takega ga bo treba v

prihodnosti predstaviti tudi drugim pridelovalcem in potrošnikom, da bodo ti v odnosu do okolja in prehrane postavili kakovost pred količino.

Spodbujanje sprememb v odnosu do okolja in hrane ter prehranskih navad bo prav gotovo tudi ena izmed pomembnejših nalog spodbujevalcev ekološkega kmetovanja v državah, kjer se ekološko kmetijstvo šele razvija (med te sodi tudi Slovenija). Da bi potrebni cilj na dolgi rok lahko uresničili, pa se bodo morali najprej soočiti z nalogami, kot so:

1. vzpostavitev zavedanja o koristnosti ekološkega kmetovanja v splošni javnosti in spodbujanje nakupa ekoloških živil med potrošniki,
2. spodbujanje obstoječih ekoloških kmetov k nadaljevanju z ekološko pridelavo, k njeni širitvi in razvoju,
3. priprava strategij za nadaljnjo širitev in razvoj ekološkega kmetovanja,
4. vzpostavitev zavedanja o neprimernosti uporabe genske tehnologije v kmetijstvu v strokovnih javnostih in splošni javnosti ter
5. aktivno sodelovanje pri določanju območij brez gensko spremenjenih organizmov.

Glede na dosednji razvoj ekološkega kmetovanja v Evropski uniji in glede na aktualne trende v kmetijstvu (spodbujanje trajnostne kmetijske pridelave z izogibanjem nenaravnim in okolju škodljivim oblikam kmetovanja na eni strani in kmetijske pridelave z uporabo genske tehnologije na drugi) trdim, da bodo komunikacija in odnosi z vpletenimi javnostmi pomembni tudi za nadaljnjo širitev in razvoj ekološkega kmetovanja – tako v Evropski uniji kot drugje po svetu.

9. LITERATURA IN VIRI

LITERATURA

Allen, Patricia in Kovach, Martin (2000): »The capital composition of organic: The potential of markets in fulfilling the promise of organic agriculture«. Agriculture and Human values. Kluwer Academic Publishers, The Netherlands, 17, str. 221-232.

Bavec, Martina; Golež, Martina; Repič, Polonca; Poštrak, Nevenka (2002): »Ekološko kmetijstvo ob vstopu Slovenije v Evropsko Unijo«. Biodar, 2, 3, str. 16-21.

Center, Allen H. in Jackson, Patrick (2002): Public relations practices. Managerial Case Studies and Problems. Prentice Hall, New Jersey.

Der Grijp, N.M. van in Den Hond, F. (1999): Green supply chain initiatives in the European food and retailing industry. Institute for Environmental Studies, The Netherlands.

Feffer, John (2004): »The Organic Alternative: Slovenia, the European Union, and the Debate over Sustainable Agriculture«. Backgrounder, 10, 3, str. 1-4.

Fras, Boris (2004): »Uvodnik«. Biodar, 4, 2, str. 3.

Gronefeld, Friederike in Hamm, Ulrich (2002): »Wie die Öko-Märkte in Europa ausweiten?«. Ökologie & Landbau, 125, str. 117-122.

Grunig, James E. in Hunt, Todd (1995): Tehnike odnosov z javnostmi. Državna založba Slovenije, Ljubljana.

Heath, Robert L. (2001): Handbook of public relations. Sage Publications, Thousand Oaks.

Izgoršek, Urša (2003): »Za kupce izdelki, za dvomljivce informacije«. Nedelo, 36, str. 2.

Jurše Rogelj, Helena (2003): »Ocena vplivov kmetijske in prehranske politike na zdravje prebivalcev v Republiki Sloveniji po vstopu v EU«. Biodar, 3, 4, str. 20.

Kinze, Ruth Ellen, MA (2000): Using public relations strategies to promote your nonprofit organization. The Haworth Press, New York.

Kitchen, Philip J. in Papasolomou Ioanna C. (1997): »Marketing public relations: conceptual legitimacy or window dressing«. Marketing Intelligence and planning, 15, 2, str. 71-84.

Lampkin, Nicolas, Foster, Carolyn, Padel Susanne in Midmore, Peter (1999): The Policy and Regulatory Environment for Organic Farming in Europe v Organic Farming in Europe: Economics and Policy, 1.

Slabe, Anamarija (2004): »Aksijski načrti za ekološko kmetijstvo – poročilo in napoved dogodkov«. Biodar, 4, 2, str. 5-6.

Verčič, Dejan in Ruler, Bettke van (2002): Refleksivni komunikacijski menedžment. Teorija in praksa, 39, 5, str. 739-754.

Verčič, Dejan, Ruler, Betteke van, Buetschi, Gerhard in Flodin, Bertil (2001): »On the definition of public relations: a European view«. Public Relations Review, 27, str. 373-387.

Wilcox, Dennis L., Ault, Phillip H. in Agee, Warren K. (2000): Essentials of Public Relations. Longman, New York.

Willer, Helga in Yussefi, Minou (2004): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2004. Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) and Stiftung Oekologie & Landbau (SOEL).

(2003) »Evropski akcijski načrt za ekološko kmetijstvo«. Biodar, 3, 4, str. 5.

(2003) »Listina o sodelovanju«. Biodar, 3, 2, str. 7.

(2003) Ogledalo vladi 2000 - 2002 (ur. Marjana Dremelj). Umanotera, Slovenska fundacija za trajnostni razvoj, ustanova.

(2002) »Uspešen Dan odprtih vrat na ekoloških kmetijah«. Biodar, 3, 4, str. 5.

(2002) »Za boljšo perspektivo slovenskega kmetijstva v Evropsku Uniji (sporočilo za javnost)«. Biodar, 2, 1, str. 26.

INTERNETNI VIRI

Geier, Bernward (2002): A Short Overview and facts on worldwide Organic Agriculture. IFOAM, www.ifoam.org.

Ho, Mae-Wan in Ching, Lim Li (2003): »The Case for GM-Free Sustainable World«. Independent Science Panel. Institute for Science in Society, London, <http://www.indsp.org/ISPreportSummary.php>.

Padel, Susanne, Seymour, Catherine in Foster, Carolyn (2003): Report of all three rounds of the Delphi Inquiry on the European Market for Organic Food. Organic Marketing Initiatives and Rural Development, <http://www.irs.aber.ac.uk/omiard/reports/index.html>.

Slabe, Anamarija (2002): Organic Farming in Slovenia. Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) and Stiftung Oekologie & Landbau (SOEL), http://www.organic-europe.net/country_reports/slovenia/default.asp.

Spickard, Jim (2001): Outline of Marx's »The fetishism of commodities«, http://newton.uor.edu/FacultyFolder/Spickard/SocialTheory/commodity_fetishism.htm.

(2004) BioInfo, <http://www.bioinfo.at>

(2004) Communication from the Commission to the Council and the European Parliament. European Action Plan for Organic Food and Farming. Commission of the European Communities, http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/plan/index_en.htm.

(2004) FAO, <http://www.fao.org/organicag/>

(2004) Organic Farming in the EU: Facts and figures. Commission of the European Communities, http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/index_en.htm.

(2004) »Organic Trade Association Warns of Expansion of Genetically Engineered Crops«. News Release. Organic Trade Association, <http://www.ota.com/news/press/155.html>.

(2004) Response to the European Action Plan for Organic Food and Farming. International Federation of Organic Agriculture Movements – EU Regional Group, <http://www.platformbiologica.nl/organisatie/IFOAM-EUresponseEU-OAPsep04.pdf>.

(2003) Report on the results of the online consultation: Action Plan for organic food and farming., http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/plan/index_en.htm.

(2002) Analysis of the possibility of a European Action Plan for organic food and farming. Commission of the European Communities, http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/plan/index_en.htm.

(2002) Organic Agriculture in Europe. What does the future bring? Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), <http://orgprints.org/00001039/>.

(2002) Organic farming in Europe: Recent Developments and future Prospects. Stiftung Oekologie & Landbau (SOEL) and Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), http://www.ewindows.eu.org/Agriculture/organic/Europe/of_in_europe/index_html.

(2001) »Claims and facts«. Safe food - campagne 2001, <http://www.safe-food.org/-issue/claims.html>.

(2001) Improving the environmental performance of agriculture: policy options and market approaches. OECD, Paris, http://www.oecd.org/topic/0,2686,en_2649_33791_1_1_1_1_37401,00.html.

(1999) Committee on agriculture. Fifteenth session: Organic agriculture. FAO, <http://www.fao.org/docrep/meeting/X0075e.htm>.

(1998) 12 myths about food. Food First/Institute for Food and Development Policy, Oakland, <http://www.foodfirst.org/pubs/backgrdrs/1998/s98v5n3.html>.

DRUGI VIRI

(2003) Slabe, Anamarija: intervju.

(2003) Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano: odgovori na zastavljena vprašanja.

10. PRILOGE

Priloga 1: Zaščitni znaki

Zaščitni znak za označevanje ekoloških kmetijskih pridelkov oz. živil

Ekološki kmetijski pridelek oziroma živilo je pridelan oziroma predelan pretežno po naravnih metodah in postopkih, in sicer:

- z uporabo naravnih metod za zatiranje bolezni in škodljivcev;
- brez uporabe rastnih regulatorjev oziroma hormonov;
- brez uporabe lahkotopnih mineralnih gnojil;
- brez uporabe gensko spremenjenih organizmov ter njihovih produktov;
- brez uporabe ionizirajočega sevanja;
- z rejo, ki ustreza biološkim in etološkim zahtevam;
- z uporabo odpornih, lokalnim razmeram prilagojenih vrst in sort oziroma pasem;
- z uporabo dovoljenih aditivov in postopkov.



Zaščitni znak za označevanje integriranih kmetijskih pridelkov oz. živil

Integriran kmetijski pridelek oziroma živilo je pridelan oziroma predelan po metodah in postopkih integriranega načina kmetijske dejavnosti.

Integriran način kmetijske dejavnosti je uravnotežena uporaba agrotehničnih ukrepov, ob skladnem upoštevanju gospodarskih, ekoloških in toksikoloških dejavnikov. Pri tem imajo pri enakem gospodarskem učinku naravni ukrepi prednost pred fitofarmacevtskimi, veterinarsko-farmacevtskimi in biotehnološkimi ukrepi.



Vir: (2004) Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano,
http://www.gov.si:80/mkgp/slo/doc/zascitni_znaki.doc.

Priloga 2: Odgovori na vprašanja: Ministrstvo za kmetijstvo gozdarstvo in prehrano

REPUBLIKA
SLOVENIJA



MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO,
GOZDARSTVO IN PREHRANO

Dunajska 56, 58, 1000 Ljubljana, Slovenija

telefon: 01 478 90 00

telefaks: 01 478 90 35

Datum: 27. 10. 2003

Številka:

Ga Nina MARTINC
Fakulteta za družbene vede
1000 LJUBLJANA

Spoštovana ga. Martinc!

Zaradi velikega obsega dela, se žal nismo utegnili prej posvetiti zastavljenim vprašanjem za vašo diplomsko nalogo. Ker so nekatera vprašanja zelo splošno postavljena, smo zato odgovarjali bolj na splošno in predvsem usmerjevalno. Upamo, da vam bodo naši odgovori koristili pri vašem nadaljnjem diplomskem delu.

Lepo vas pozdravljamo!

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

VPRAŠANJA IN ODGOVORI

1. Kakšno je stališče vašega ministrstva do razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji?

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (v nadaljevanju: MKGP) podpira razvoj ekološkega kmetijstva predvsem v okviru ukrepov 2. stebra kmetijske politike. Z ustrezno višino podpor na hektar usmerja pridelovalce v tovrstno pridelavo. Razvoj ekološke pridelave in predelave pa povezuje predvsem z osnovnimi strateškimi izhodišči kot so:

- izboljšanje stanja okolja v Sloveniji;
- ohranjanje okolja in biodiverzitete oz. biotske raznovrstnosti v kmetijstvu;
- pridelava proizvodov višjega kakovostnega razreda;
- skrb za pridelavo zdrave hrane;
- zagotavljanje prehranske varnosti potrošnikov tudi s kontrolo ekološke pridelave.

2. Kakšne ugodnosti nudi slovenskemu ekološkemu kmetu vlada RS v primerjavi z ugodnostmi za konvencionalne kmetovalce?

Ekološki kmetje lahko uveljavljajo:

- plačila na hektar za različne kulture v okviru Slovenskega kmetijsko okoljskega programa (SKOP-a);

- višje točkovane vloge pri kandidiranju na javne razpise v naložbe v kmetijska gospodarstva.

Ker je povpraševanje po ekoloških pridelkih oz. živilih na trgu veliko, celo večje od domače pridelave oz. predelave, cene ekoloških pridelkov oziroma živil pa imajo na trgu tudi (ali posledično) znatno višjo ceno, zato ti pridelki in živila predstavljajo dobro priložnost (nišo) na slovenskem trgu.

3. Ali Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano pri pripravi projektov, ki bi lahko vključevali ekološko kmetovanje (npr. projekt Razvoj sadjarstva, zelenjadarstva in vinogradništva v alpskem in predalpskem svetu v 3. tisočletju v državah članicah delovne skupine Alpe – Jadran), sodeluje z Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije ali katero drugo sorodno organizacijo (katero?) in v kakšni meri?

Slovenija je do sedaj aktivno sodelovala v projektih čezmejnega sodelovanja Interreg/ Phare z Avstrijo (Skupni življenski prostor). Nosilec sodelovanja je Kmetijsko gozdarski zavod Maribor, ki se je uspešno vključil tudi v sistem kontrole in svetovanja. Pri tem so sodelovali z avstrijsko Štajersko, preko Agrokontakta pa sodelujejo tudi v posebni ekspertski skupini Ekološko kmetovanje skupaj s predstavniki avstrijske Koroške in Fularnije-Julijske krajine in deželnimi nevladnimi organizacijami in združenji.

MKGP je zagotovilo sredstva za sofinanciranje Phare programov.

Predstavniki slovenskih raziskovalnih in visokošolskih ustanov so vključeni tudi v vsa delovna telesa delovne skupine Alpe – Jadran, vendar pa projekti na tej delovni skupini niso toliko naravnani v konkretno pridelavo ekoloških proizvodov kot je to primer s projekti čezmejnega sodelovanja.

4. Koliko zaščitnih znakov za oznčevanje ekoloških kmetijskih pridelkov je bilo izdanih odkar obstaja zaščitni znak?

V izogib morebitnim nejasnostim, naj poudarimo razliko med blagovnimi znamkami, kot so Biodar, Demeter, Deteljica idr. ter samo eno uradno označbo (logotip) »ekološki«.

Do sta bili, na podlagi prispelih vlog na Urad RS za priznavanje označb kmetijskih pridelkov oziroma živil, zdani dve odločbi o podelitvi zaščitnega znaka "ekološki".

5. Katere komunikacijske kanale (internet, tiskani mediji, sporočila za javnost,...) uporablja vaše ministrstvo za sporočanje ugodnosti, ki jih lahko izkoristijo ekološki kmetovalci?

MKGP:

- sodeluje pri promocijah na sejnih;
- redno organizira delavnice na katerih obvešča Nevladne organizacije o novostih na področju Razvoja podeželja;
- nastopa v medijih z namenom obveščanja kmetovalcev in osveščanja potrošnikov;
- nove predpise daje na spletno stran ministrstva.

pripravlja tiskane publikacije, brošure, zloženke ipd.

Priloga 3: Vprašalnik: ekološki kmetovalci

1. Kdaj ste se začeli ukvarjati z ekološkim kmetovanjem?

- a) Pred manj kot enim letom.
- b) Pred več kot enim in manj kot dvema letoma.
- c) Pred več kot dvema in manj kot tremi leti.
- d) Pred več kot tremi leti.

2. Zakaj ste se na vaši kmetiji začeli ukvarjati s tržno pridelavo ekoloških pridelkov?

(možnih več odgovorov)

- a) Zaradi ekoloških načel smo se iz konvencionalnega kmetijstva preusmerili v ekološko.
- b) Ekološke pridelke, ki smo jih pridelovali za lastno uporabo, smo želeli ponuditi tudi drugim.
- c) Zaradi vladnih spodbud ekološkemu kmetovanju.
- d) Zaradi zaslužka.
- e) Drugo: _____

3. Kje ste dobili največ informacij o ekološkem kmetovanju, ko ste se začeli ukvarjati z njim? (možni do 3 odgovori)

- a) Od kmetov, ki so se že ukvarjali z ekološko pridelavo živil.
- b) Od slovenskih združenj ekoloških kmetov.
- c) Na internetu.
- d) V slovenskih tiskanih medijih.
- e) V tujih tiskanih medijih.
- f) Od predstavnikov Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.
- g) Od predstavnikov Ministrstva za zdravje.
- h) Drugo: _____

4. Kje največ informacij o ekološkem kmetovanju dobivate danes?

(možni do 3 odgovori)

- a) Od drugih ekoloških kmetov.
- b) Od Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije in njenih članov.
- c) Na internetu.
- d) V slovenskih tiskanih medijih.
- e) V tujih tiskanih medijih.
- f) Od predstavnikov Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.
- g) Od predstavnikov Ministrstva za zdravje.
- h) Drugo: _____

5. Na lestvici od 1 do 6, prosim, ocenite, kako dobro ste seznanjeni z ekološkim kmetovanjem in z možnostmi, ki jih ima na voljo slovenski ekološki kmet (npr. subvencioniranje pridelave, trženje, ...). 1 pomeni, da ste z možnostmi ekološkega kmetovanja zelo slabo, 6 pa zelo dobro seznanjeni.

1	2	3	4	5	6
zelo slabo seznanjen/a			zelo dobro seznanjen/a		

6. Kakšno je vaše mnenje o članarini slovenskih regionalnih združenj ekoloških kmetov?

- a) Menim, da je previsoka.
- b) Menim, da je ravno prav visoka.
- c) Menim, da bi bila lahko višja.
- d) Ne vem. / Se ne morem odločiti.

7. Pod kakšnimi pogoji bi bili pripravljeni plačevati višjo članarino?

(možnih več odgovorov)

- a) Če bi jo združenja in Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije namenila oglaševanju ekoloških pridelkov in blagovne znamke Biodar.
- b) Če bi od države dobili višje spodbude za ekološko kmetovanje.
- c) Višjo članarino sem pripravljen/a plačevati takoj.
- d) Višje članarine nisem pripravljen/a plačevati pod nobenim pogojem.
- e) Drugo: _____

8. Kaj menite o vladnem spodbujanju ekološkega kmetovanja v Sloveniji?

- a) Vlada ekološkega kmetovanja v Sloveniji sploh ne spodbuja.
- b) Vlada premalo spodbuja ekološko kmetovanje v Sloveniji.
- c) Z delom vlade na področju ekološkega kmetovanja nisem seznanjen/a.
- d) Vlada zadostno spodbuja ekološko kmetovanje v Sloveniji.
- e) Drugo: _____

9. Na lestvici od 1 do 6, prosim, ocenite vaše sodelovanje z združenjem ekoloških kmetov, katerega član ste, in z Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije. 1 pomeni, da z združenjem in Zvezo zelo slabo sodelujete, 6 da je vaše sodelovanje z njima zelo dobro.

1	2	3	4	5	6
zelo slabo sodelovanje			zelo dobro sodelovanje		

10. Prosim, razvrstite našete institucije in skupine na mesta od 1 do 6 glede na to, kako lahko po vašem mnenju vplivajo na širitev ekološkega kmetovanja v Sloveniji. S številko 1 označite institucijo, ki lahko po vašem mnenju najmanj vpliva na širitev ekološkega kmetovanja v Sloveniji, s 6 pa tisto, ki jo lahko po vašem mnenju najbolj spodbudi.

___ ekološki kmetje sami

___ konvencionalni kmetovalci

___ Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije z združenji ekoloških kmetov

___ slovenska vlada

___ potrošniki

___ mediji