

**REPUBLIKA HRVATSKA**

**ISTARSKA ŽUPANIJA**

**Upravni odjel za poljoprivredu, šumarstvo,  
lovstvo, ribarstvo i vodoprivredu**

Tel: 052/ 452-473, Fax: 052/452-474

E-mail: poljoprivreda@istra-istria.hr

PAZIN, Šet. pazinske gimnazije br. 1

KLASA: 320-01/10-01/05

UR.BROJ:2163/1-03/1-10-07

Pazin, 16. prosinca 2010.

**ISTARSKA ŽUPANIJA  
ŽUPAN**

**g. Ivan Jakovčić**

**PREDMET: Prijedlog Zaključka o prihvaćanju završnog Izvješća  
projekta: "Razvoj nove robne marke Istarski mladi krumpir"  
Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč**

Poštovani,

U prilogu dopisa dostavljamo Vam navedeni Predmet s molbom da istoga uvrstite u dnevni red Kolegija radi rasprave i prihvaćanja.

S poštovanjem,

Pročelnik Upravnog odjela

Milan Antolović

Na temelju članka 48. Zakona o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi (NN 33/01, 60/01, 129/05, 109/07 i 125/08) i članka 65. Statuta Istarske županije („Službene novine Istarske županije“ br. 10/09) te Izmjene i dopune Proračuna Istarske županije za 2010. godinu, Klasa: 400-08/10-01/02, Urbroj: 2163/1-01/4-10-8 od 04.10.2010. godine, razmatrajući Završno izvješće Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč, o projektu Razvoj nove robne marke "Istarski mladi krumpir" od 08.11. 2010. godine, Župan Istarske županije dana 21. prosinca 2010. godine, donosi

**Z A K L J U Č A K**  
**o prihvaćanju završnog Izvješća projekta: "Razvoj nove robne marke Istarski mladi krumpir" Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč**

1. Prihvaća se Završno izvješće Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč, C. Huguesa 8, OIB: 03850982961, o projektu: Razvoj nove robne marke "ISTARSKI MLADI KRUMPIR".
2. U cilju realizacije Ugovorom preuzete obveze o sufinanciranju Projekta iz točke 1. ovog Zaključka, Institutu za poljoprivredu i turizam Poreč odobrava se namjenska financijska isplata od 52. 500,00 kuna, na žiro-račun broj: 2360000-1101437581 kod Zagrebačke banke s pozivom na broj: 22-14/07.
3. Zadužuje se Upravni odjel za financije i proračun Istarske županije da sredstva iz točke 2. ovog Zaključka isplati na teret Razdjela 7, Upravnog odjela za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo, ribarstvo i vodoprivredu Istarske županije, Pozicija 338, Skupina 38, Podskupina 381, Odjeljak 3811. "Tekuće donacije za zaštitu tipičnih autohtonih proizvoda".
4. Rok za realizaciju ovog Zaključka je 8 dana od njegovog usvajanja, a Ugovor o sufinanciranju projekta marketinške pripreme poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Klasa: 321-01/07-01/3, Urbroj: 2163/1-02/1-07-1, od 11. 09. 2007. godine, sastavni je dio ovog Zaključka.

Klasa: 402-01/10-01/05  
Urbroj: 2163/1-01/8-10-2  
Pula, 21. prosinca 2010.

**REPUBLIKA HRVATSKA**  
**ISTARSKA ŽUPANIJA**

**Župan**  
**Ivan Jakovčić**

*Dostaviti:*

1. *Institut za poljoprivredu i turizam Poreč,*  
*C. Huguesa 8, Poreč,,*
2. *UO za proračun i financije IŽ,*
3. *UO za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo,*  
*ribarstvo i vodoprivredu IŽ,*
4. *Pismohrana, ovdje*

## OBRAZLOŽENJE

### I. PRAVNI TEMELJ

Pravni temelj za donošenje ovog akta sadržan je u članku 48. Zakona o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi (NN 33/01, 60/01, 129/05, 109/07 i 125/08) te Proračunu Istarske županije za 2010. godinu, (Službene novine Istarske županije, br 21/09).

### II. OSNOVNA PITANJA KOJA SE RJEŠAVAJU OVIM AKTOM I POSLJEDICE KOJE ĆE NASTUPITI NJEGOVI DONOŠENJEM

Institut za poljoprivredu i turizam Poreč prijavio je projekt: Razvoj nove robne marke: "Istarski mladi krumpir" na natječaj Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja u okviru Marketinške pripreme poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koji je prihvaćen i realiziran temeljem Ugovora br. 22-14/07, u trajanju od 24. mjeseca. Navedenim ugovorom je Ministarstvo predmetni Projekt sufinanciralo sa 70% ili 175.000,00 kuna, a Istarska županija sa 30% ili 75.000,00 kuna temeljem Ugovora od 11.09.2007. godine. Cilj projekta bio je standardizacija proizvodnje (utvrđivanje najpovoljnije tehnologije, područja proizvodnje, pakiranje i dizajn proizvoda) i razviti prepoznatljivu marku proizvoda za tržište s težištem izrade Specifikacije za zaštitu geografskog podrijetla "Istarskog mladog krumpira".

Projekt je uspješno realiziran u fazama u trajanju od 24. mjeseca koji je prezentiran Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja i prihvaćen u obliku Završnog izvješća.

Slijedom navedenog predlaže se Županu Istarske županije da se prihvati predloženi Zaključak kojim se Institutu odobrava namjenska financijska potpora i time stvori pretpostavke za daljnji rad na projektu zaštite i marketinške promocije Istarskog mladog krumpira.

### III. FINACIJSKA SREDSTVA POTREBNA ZA PROVEDBU OVOG AKTA

Sredstva za realizaciju ovog Projekta osigurana su u Proračunu Istarske županije za 2010. godinu, R-7 Upravnog odjela za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo, ribarstvo i vodoprivredu, na poziciji 338. "Tekuće donacije za zaštitu tipičnih autohtonih proizvoda."

### TEKST NACRTA AKTA

Prijedlog Zaključka s obrazloženjem sastavni su dio ovog Akta.

Pročelnik Upravnog odjela  
Milan Antolović

Dr. sc. Dean Ban  
INSTITUT ZA POLJOPRIVREDU I TURIZAM  
C. Huguesa 8  
52 440 POREČ  
Poreč, 8.11.2010.

08-12-25/10
320-9/10-91/05
320-10-06

REPUBLIKA HRVATSKA  
POGLAVARSTVO ISTARSKE  
ŽUPANIJE  
Upravni odjel za poljoprivredu,  
šumarstvo, lovstvo, ribarstvo i  
vodoprivredu  
n/r Milan Antolović, dipl. inž.  
Šetalište Pazinske gimnazije 1  
52 000 Pazin

Predmet: Brošura "Razvoj nove robne marke istarski mladi krumpir" i  
zahtjev za plaćanjem zadnje rate sufinanciranja

Poštovani,

Temeljem završetka istraživačkog dijela projekta te predaje, obrane, i  
prihvaćanju završnog izvješća 25.2.2010. godine u MPRRR prilažem tiskanu  
brošuru o radu na projektu "Razvoj nove robne marke istarski mladi  
krumpir" za cijelo razdoblje trajanja projekta (17.12.2007. - 17.12.2009.).  
Projekt je bio prijavljen u okviru marketinške pripreme poljoprivredno-  
prehrambenih proizvoda pri Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog  
razvoja, a koji je sufinancira Istarska županija.

Ovom se prilikom zahvaljujem Istarskoj županiji na financijskoj i svekolikoj  
potpori oko realizacije ovog projekta u nadi za daljnjom uspješnom  
suradnjom. Ujedno bi ovom prilikom zamolio, obzirom da se približava kraj  
proračunske godine, da se uplati preostali ostatak sredstava (52 500 kn) na  
račun Instituta za poljoprivredu i turizam, a koji smo definirali Ugovorom.

Ističem da su ta sredstva namijenjena za realizaciju projekta i da su  
ukalkulirana u troškove provedbe projekta. Iz razloga što još nismo dobili ta  
sredstva ostalo je nepodmirenih troškova prema više pravnih i fizičkih osoba  
koji su učestvovali u realizaciji projekta. Stoga molim da se ona uplate u što  
kraćem roku kako bi podmirili dugovanja.

Srdačan pozdrav,

Voditelj projekta:



Dr. sc. Dean Ban

Prilozi:

- 1) 10 primjerka brošure istarski mladi krumpir „ISKRO“
- 2) Kopija Ugovora o sufinanciranju

ISTARSKA ŽUPANIJA, Flanatička 29, Pula, koju zastupa župan Ivan Jakovčić, (u nastavku: Istarska županija)

i  
INSTITUT ZA POLJOPRIVREDU I TURIZAM, K. Huguesa 8, Poreč, kojeg zastupa  
ravnatelj dr. sc. Đordano Peršurić, (u nastavku: Institut), zaključuju slijedeći

#### UGOVOR

#### o sufinanciranju projekta marketinške pripreme poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

##### Članak 1.

Cilj sklapanja ovog Ugovora je stručno-znanstvena suradnja ugovornih strana. Istarska županija se obvezuje sufinancirati projekt marketinške pripreme pod nazivom »Razvoj nove robne marke 'Istarski mladi krumpir'« (u daljnjem tekstu: Projekt).

Voditelj Projekta je dr. sc. Dean Ban. Institucija voditelja Projekta je Institut Poreč.

##### Članak 2.

Istarska županija će Projekt iz članka 1. ovog Ugovora sufinancirati s iznosom od ukupno 75.000 kuna.

Istarska županija se obvezuje da će ukupni iznos sufinanciranja naveden u prethodnom stavku uplaćivati na žiro-račun Instituta slijedećom dinamikom:

- 30% najkasnije u roku 30 dana od dana potpisivanja Ugovora o izradi Projekta između Instituta i Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva (u nastavku: MPŠiVG),
- 70% najkasnije 8 dana nakon predaje završnog izvješća Projekta MPŠiVG.

##### Članak 3.

~~Ugovor za realizaciju projekta je u potpunosti potpisan i ovaj Ugovor o izradi Projekta sklopljenog~~

##### Članak 4.

Institut Poreč se obvezuje, po realizaciji Projekta iz članka 1. ovog Ugovora, dostaviti Istarskoj županiji rezultate istraživanja i završno izvješće Projekta.

##### Članak 5.

Svi eventualno nastali sporovi iz ovog Ugovora rješavat će se sporazumno, a ukoliko to ne bude moguće, sporove će rješavati nadležni sud u Poreču.

##### Članak 6.

Ovaj Ugovor sačinjen je u četiri (4) jednaka primjerka, od kojih svakoj ugovornoj strani pripadaju po dva (2) primjerka.

Poreč, 13.09. 2007. godine

Ur. broj: 495-0147/01-09-07

ZA INSTITUT  
Ravnatelj

dr. sc. Đordano Peršurić



Pula, 11.09. 2007. godine

Klasa: 321-01/07-01/3

Ur. broj: 2163/11-02/1-07-1

ZA ISTARSKU ŽUPANIJU  
Župan

Ivan Jakovčić

Na temelju Odluke o financijskom planu raspodjele sredstava namijenjenih za provedbu programa "Marketinška priprema poljoprivredno-prehrambenih proizvoda" (Klasa: 320-01/07-01/93, Urbroj: 525-12-07-1, od 13.12.2007. godine) **Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva**, Ulica grada Vukovara 78, 10000 Zagreb (u daljnjem tekstu: **Ministarstvo**) zastupano po ministru poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva Petru Čobankoviću,

**Institut za poljoprivredu i turizam, Karla Huguesa 8, 52440 Poreč** (u daljnjem tekstu: **Nositelj projekta**) zastupan po ravnatelju dr. sc. Đordano Peršurić, sklapaju

**UGOVOR br. 22 - 14/07**

o radu na projektu

**RAZVOJ NOVE ROBNE MARKE „ISTARSKI MLADI KRUMPIR“**

(u daljnjem tekstu: **Projekt**)

**Opće odredbe**

**Članak 1.**

Ovim Ugovorom stranke utvrđuju:

- predmet Ugovora
- ciljevi i sadržaj projekta
- obveze i prava ugovornih strana
- trajanje projekta
- praćenje i izvješćivanje
- financiranje projekta
- zaštita intelektualnog vlasništva
- način rješavanja mogućih sporova

**Predmet Ugovora**

**Članak 2.**

Ovim Ugovorom uređuju se međusobni odnosi, obveze i prava između **Ministarstva**, te **Nositelja projekta**.

**Ciljevi i sadržaj Projekta**

**Članak 3.**

Ciljevi Projekta, plan provedbenih aktivnosti, te suradnici koji će raditi na Projektu definirani su u Prijavi Projekta, koji su sastavni dio ovoga Ugovora.

**Nositelj Projekta** obavezan je pridržavati se plana provedbenih aktivnosti.

**Obveze i prava ugovornih strana**

**Članak 4.**

**Nositelj projekta** obvezuje se pridržavati plana provedbenih aktivnosti s namjerom ostvarenja ciljeva utvrđenih u prihvaćenoj ponudi Projekta, te je suglasan s visinom novčane potpore određene člankom 9. ovog Ugovora. Ukoliko se tijekom rada na Projektu uvidi nemogućnost pridržavanja plana provedbenih aktivnosti te se pokaže da ciljevi neće moći biti ostvareni, **Nositelj projekta** obavezan je o tome obavijestiti **Povjerenstvo za provedbu «Programa marketinške pripreme poljoprivredno-prehrambenih proizvoda»** pri **Ministarstvu** (u daljnjem tekstu: **Povjerenstvo**) u roku od 15 dana od dana uočavanja problema.

Povjerenstvo će u slučaju iz stavka 2. ovoga članka donijeti odluku o mogućem nastavku Projekta u promijenjenim okolnostima te o tome pismeno obavijestiti Nositelja projekta.

#### Trajanje Projekta

##### Članak 5.

Projekt započinje danom potpisivanja Ugovora.

Ugovor se zaključuje na vrijeme od 24 mjeseci, s tim da se u posebnim okolnostima, a temeljem odluke Povjerenstva, trajanje Ugovora može produžiti za najviše šest mjeseci.

#### Praćenje i izvješćivanje

##### Članak 6.

Nositelj projekta obavezan je podnijeti Povjerenstvu završno izvješće o radu na Projektu, koje uključuje prikaz utroška sredstava na Projektu potkrijepljen odgovarajućim financijskim ispravama.

Završno izvješće iz stavka 1. ovoga članka mora se dostaviti Povjerenstvu u roku od 14 dana od završetka rada na Projektu.

Nositelj projekta obavezan je prezentirati Ministarstvu rezultate Projekta u roku od 60 dana od dana završetka rada na Projektu.

Nositelj projekta obavezan je po završetku Projekta u roku 60 dana od dana pozitivne ocjene Projekta od strane Povjerenstva Ministarstvu dostaviti tiskano cjelovito izvješće o provedbi i rezultatima na Projektu u obliku publikacije.

##### Članak 7.

Povjerenstvo vrši povremenu kontrolu rada na Projektu izlaskom na teren i uvidom u dokumentaciju Nositelja projekta iz članka 6. ovoga Ugovora, bez prethodne najave.

Nositelj projekta obavezan je članovima Povjerenstva omogućiti uvid u tijek rada na Projektu i uvid u dokumentaciju.

U slučaju uočenih neispravnosti u radu na Projektu, Povjerenstvo upućuje pismenim putem na ispravljanje istih u roku od 15 dana.

Ukoliko se uočeni nedostaci ne isprave, Povjerenstvo može raskinuti Ugovor i zatražiti povrat cjelokupnih ugovorenih sredstava.

##### Članak 8.

Ministarstvo će izravno pratiti rad na Projektu i putem Povjerenstva, te izvijestiti Nositelja projekta o promijenjenim okolnostima koje bi mogle utjecati na ostvarenje Projekta.

#### Financiranje Projekta

##### Članak 9.

Ministarstvo osigurava ukupno 175.000,00 kuna za realizaciju Projekta, kako je navedeno u Odluci ministra poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva (Klasa: 320-01/06-01/106 Urbroj: 525-12-06-1 od 8. svibnja 2006.).

Povjerenstvo donosi ocjenu o radu na Projektu na temelju izvješća iz članka 6. i povremene kontrole rada iz članka 7. ovoga Ugovora.

Novčani iznos iz stavka 1. ovog članka doznačavat će se na žiro račun Nositelja projekta po sljedećoj dinamici:

- a) 35% - 61.250,00 kuna po potpisivanju Ugovora odnosno po početku provedbe Projekta,
- b) 10% - 17.500,00 kuna nakon šest mjeseci provođenja Projekta, po primitku polugodišnjeg izvješća o radu na Projektu i temeljem pozitivnih ocjena Povjerenstva,

- c) 10% - 17.500,00 kuna nakon dvanaest mjeseci provođenja Projekta, po primitku polugodišnjeg izvješća o radu na Projektu i temeljem pozitivnih ocjena Povjerenstva,
- d) 25% - 43.750,00 kuna nakon osamnaest mjeseci provođenja Projekta, po primitku trećeg polugodišnjeg izvješća o radu na Projektu i temeljem pozitivne ocjene Povjerenstva,
- e) 20% - 35.000,00 kuna po pozitivno ocijenjenom završnom Izvješću o rezultatima Projekta i obavljenoj prezentaciji iz članka 6.

Članak 10.

Nositelja projekta dužan je osigurati zasebnu financijsku dokumentaciju za Projekt u koju Ministarstvo ima pravo uvida po vlastitoj procjeni.

**Zaštita intelektualnog vlasništva**

Članak 11.

Nad rezultatima istraživanja provedenog ovim Ugovorom, Nositelj projekta ne smije provesti postupak zaštite intelektualnog vlasništva (patenti, autorsko pravo, oplemenjivačko pravo itd.) budući da je isključivi vlasnik svih mogućih prava proizašlih iz zaštite intelektualnog vlasništva Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva.

Sufinanciranje ovog projekta osigurano je iz Državnog proračuna Republike Hrvatske, što znači da će rezultati istraživanja biti dostupni hrvatskim poljoprivrednim proizvođačima bez novčane naknade.

**Način rješavanja mogućih sporova**

Članak 12.

Ovaj Ugovor sastavljen je u četiri jednaka primjerka, od kojih Ministarstvo zadržava dva, a dva nositelj projekta.

Članak 13.

Ugovorne strane moguće će sporove proizašle iz ovoga Ugovora nastojati riješiti sporazumno, u protivnom ugovora se nadležnost suda u Zagrebu.

Članak 14.

Ovaj Ugovor stupa na snagu danom potpisa.

Članak 15.

U znak prihvatanja prava i obveza iz ovog Ugovora, ugovorne strane ga vlastoručno potpisuju.

Klasa: 402-01/07-01/2931

Ur.broj: 525-12-07-2

U Zagrebu, 14. 12. 2007.

Za Nositelja Projekta


Za Ministarstvo poljoprivrede,  
šumarstva i vodnoga gospodarstva




**ZAVRŠNO FINACIJSKO IZVJEŠĆE PROJEKTA Razvoj nove robne marke „Istarski mladi krumpir“**

<b>FINACIJSKO IZVJEŠĆE PROJEKTA Razvoj nove robne marke „Istarski mladi krumpir“ za izvještajno razdoblje od 17.12.2007. do 17.06.2008. godine</b>						
<b>redni broj</b>	<b>vrsta troška</b>	<b>datum troška</b>	<b>iznos troška (kuna)</b>	<b>naziv dokumenta na koji se veže trošak</b>	<b>broj dokumenta na koji se veže trošak</b>	<b>opis uz što je trošak vezan*</b>
1.	Materijalni troškovi ustanove voditelja projekta	Po dospijeću	6.125,00	Po ugovoru	Ugovor br. 22-14/07	Institucija za materijalne troškove uzima 10 % od isplaćenog iznosa
2.	Sjeme krumpira, mineralno gnojivo, lutrasil , zaštitna sredstva	7.2.2008.	13.224,00	Račun od Den-sab d.o.o., Pula	Rn 69	Trošak je vezan na repromaterijal koji je nužan za postavljanje i provedbu pokusa
3.	Trošak boravka i puta vezano za provedbu ankete – Anita Silvana Ilak Peršurić	20-22.2.2008	1.975,00	Putni nalog br. 26/08	Blg. 11.04.2008.	Trošak je vezan za provođenje ankete sa veletrgovcima na terenu
4.	Leđna prskalica + herbicid + bužir	18.3.2008.	573,50	Račun br. 137- od Den-sab d.o.o., Pula	Blg. 25.03.2008.	Leđna prskalica koja je potrebna za aplikaciju zaštitnih sredstava na pokusima te herbicid za uništavanje korova okolo pokusa
5.	Palica za prskalicu + koljeno	18.3.2008.	42,80	Račun br. 138- od Den-sab d.o.o., Pula	Blg. 25.03.2008.	Dodatak na prskalici za aplikaciju zaštitnih sredstava
6.	Vage PCE-PCS30 i PCE-LSM200	25.3.2008.	8.985,30	Račun od Probus-konzalting – inženjering grupa d.o.o. Sisak	Ponuda po kojoj je izvršeno plaćanje P102 900	Vage za precizno mjerenje parametara pokusa (masa nadzemnog i podzemnog djela krumpira)

redni broj	vrsta troška	datum troška	iznos troška (kuna)	naziv dokumenta na koji se veže trošak	broj dokumenta na koji se veže trošak	opis uz što je trošak vezan*
7.	Digitalni refraktometar PAL 3	25.3.2008.	8.174,00	Račun za predujam od Jobst d.o.o. Strmec Samoborski	Račun za predujam br. 17	Instrument nužan za određivanje suhe tvari na krumpiru
8.	Trošak boravka i puta pri sadnji krumpira u Splitu i Opuzenu- Dean Ban	3-7.3.2008.	3.303,00	Putni nalog br. 33/08	Blg. 11.04.2008.	Trošak je vezan za boravak i put voditelja projekta pri sadnji krumpira u Splitu i Opuzenu
9.	Lokalna vožnja privatnim automobilom – Žigante Boris	Svibanj 2008.	450,00	Interni putni nalog za lokalnu vožnju	Blg. 19.05.2008.	Vožnja osobnim automobilom na lokacije pokusa za potrebe tehničara
10.	Trošak boravka i puta pri odvozu biljnog materijala u Split te analiza istog- Dean Ban	28.4.- 4.5.2008.	2954,00	Putni nalog br. 73/08	Izvod 86	Trošak je vezan za boravak i put voditelja projekta pri dovozu biljnog materijala iz Pule i uzimanju biljnog materijala u Splitu i analizi istih
11.	Trošak puta u Italiju regije Veneto – Dean Ban	17.4.2008.	507,50	Putni nalog br. 61/08	Izvod 86	Trošak je vezan uz boravak voditelja projekta u regiji Veneto gdje je posjetio nekoliko gospodarstava koja imaju brendirane i certificirane proizvode te se upoznao sa njihovim iskustvima
12.	Vreće PVC za uzimanje uzoraka	31.5.2008.	35,97	Račun Tommy d.o.o. Trogir	Rn 12015177	PVC vreće nužne za uzimanje uzoraka krumpira
13.	Fizikalno kemijska analiza tla	30.5.2008.	5.770,60	Račun od Instituta za jadranske	Račun 000104	Analize nužne da se utvrde fizikalno kemijska svojstva tla na

				kulture i melioraciju krša iz Splita		kojima su postavljeni pokusi
14.	Trošak boravka i puta pri berbi i vađenju krumpira u Opuzenu i Splitu te analiza istog, kao i učestvovanje na kongresu-Dean Ban	23.5-1.6.2008.	3.914,00	Putni nalog 93/08	Blg. 06.06.2008.	Trošak je vezan za boravak i put voditelja projekta pri berbi i vađenju mladog krumpira te analizi biljnog materijala i učestvovanje na kongresu u Splitu i Opuzenu
15.	Trošak puta kolega iz Slovenije za odvoz gomolja krumpira na kemijsku analizu u Ljubljani – Dragan Žnidarčič	2.6.2008.	1.000,00	Putni nalog 101/08	Blg. 06.06.2008.	Trošak vezan za odvoz gomolja krumpira na kemijsku analizu u Ljubljani
16.	Memory stick transcend 16 GB	05.06.2008.	599,40	Račun od Istranet – Poreč	Rn 477	Nužan za kompjutersku pohranu i prijenos podataka
17.	Trošak puta i boravka u Zagrebu – Anita Silvana Ilak Peršurić	20.05.2008.-21.05.2008.	1.958,00	Putni nalog 94/08	Izvod 102	Provođenje anketa

**FINANCIJSKO IZVJEŠĆE PROJEKTA Razvoj nove robne marke „Istarski mladi krumpir“ za izvještajno razdoblje od 17.06.2008. do 17.12.2008. godine**

redni broj	vrsta troška	datum troška	iznos troška (kuna)	naziv dokumenta na koji se veže trošak	broj dokumenta na koji se veže trošak	opis uz što je trošak vezan*
1.	Isplata honorara – Ban Dean	31.7.2008.	5.500,00	Autorski honorar 221 Ban Dean	Obrada 144	Vođenje projekta, organizacija i provedba poljskih pokusa organizacija i provedba anketa i degustacija te organizacija laboratorijskih analiza
2.	Isplata honorara – Oplanić Milan	31.7.2008	3.500,00	Autorski honorar 108 Oplanić Milan	Obrada 144	Sastavljanje i provedba anketa, te provedba poljskih pokusa
3.	Isplata honorara – Goreta Smiljana	31.7.2008	3.000,00	Autorski honorar 287 Goreta Smiljana	Obrada 144	Organizacija i provedba poljskih pokusa organizacija i provedba anketa, te laboratorijskih analiza
4.	Isplata honorara – Ilak Peršurić Anita Silvana	31.7.2008	2.500,00	Autorski honorar 1284 Ilak Peršurić Silvana Anita	Obrada 144	Sastavljanje i provedba anketa, te provedba poljskih pokusa
5.	Isplata honorara – Velenik Robert	31.7.2008	2.500,00	Autorski honorar 219 Velenik Robert	Obrada 144	Sastavljanje i provedba anketa, te provedba degustacije
6.	Isplata honorara – Dumičić Gvozden	31.7.2008	2.500,00	Autorski honorar 288 Dumičić Gvozden	Obrada 144	Provedba poljskih pokusa i laboratorijskih analiza
7.	Isplata honorara – Cossetto Melinda	31.7.2008	1.500,00	Autorski honorar 136 Cossetto Melinda	Obrada 144	Organizacija i provedba degustacije
8.	Isplata honorara – Težak Ana	31.7.2008	1.000,00	Autorski honorar 1279 Težak Ana	Obrada 144	Sastavljanje i provedba anketa

9.	Isplata ugovora o djelu – Poropat Stanislav	18.12.2008.	500,00	Ugovor o djelu 1275 Poropat Stanislav	Obrada 138	Provedba degustacije
10.	Isplata ugovora o djelu – Olić Milan	18.12.2008	500,00	Ugovor o djelu 1276 Olić Milan	Obrada 138	Provedba degustacije
11.	Honorari đaci – Rabar Silvija Pasuli Aleksandra Urih Robert Čelić Ivana Tadić Alen Obradović Marko	29.7.2008.	1042,38	Račun br. 85-2008	Ufa. 505	Priprema krumpira za degustaciju
12.	Lokalna vožnja – Lindi Dario	18.7.2008.	500,00	Obrazac za obračun loko vožnje Dario Lindi za lipanj 2008.	Izvod 129	Trošak prijevoza na pokusna polja
13.	Lokalna vožnja – Žigante Boris	9.10.2008.	500,00	Obrazac za obračun loko vožnje Boris Žigante za lipanj 2008.	Bl. – T – 130	Trošak prijevoza na pokusna polja
14.	Lokalna vožnja – Ban Dean	3.12.2008.	1812,00	Obrazac za obračun loko vožnje Dean Ban za 2008.	Izvod 220	Trošak prijevoza na pokusna polja
15.	Lokalna vožnja – Ban Dean	3.12.2008.	404,00	Obrazac za obračun loko vožnje Dean Ban za 2008.	Izvod 220	Trošak prijevoza na pokusna polja
16.	Materijalni troškovi ustanove voditelja projekta	Po dospijeću	1.750,00	Po ugovoru	Ugovor br. 22-14/07	Institucija za materijalne troškove uzima 10 % od isplaćenog iznosa

**FINANCIJSKO IZVJEŠĆE PROJEKTA Razvoj nove robne marke „Istarski mladi krumpir“ za izvještajno razdoblje od 17.12.2008. do 17.06.2009. godine**

redni broj	vrsta troška	datum troška	iznos troška (kuna)	naziv dokumenta na koji se veže trošak	broj dokumenta na koji se veže trošak	opis uz što je trošak vezan*
1.	Isplata ugovora o djelu – Cimerman Vanja	26.2.2009.	5.184,08	Ugovor o djelu student servisa br. 47873/2008 – Cimerman Vanja	Račun broj 3113734357	Provedba anketa kod potrošača, veletrgovaca i trgovina na malo
2.	Plavi dizel	23.2.2009.	376,50	Račun broj 1012188 od Ina d.d.	Blg. 18.3.2009.	Gorivo za traktore korištene u obradi pokusnih polja
3.	Motorno ulje	24.2.2009.	74,00	Račun od Plinara „Baderna“	Blg. 18.3.2009.	Mazivo za traktore korištene u obradi pokusnih polja
4.	Toneri – boje za printer	24.3.2009.	888,00	Račun od Obrta za računalne djelatnosti „IstraNet“	Račun broj 200	Dio troška (880,00 kn) od ukupno 1.354,20 kn za toner printera u boji koji se koristi za printanje anketa i logotipa
5.	Sjeme krumpira, lutrasil, mineralno gnojivo, zaštitna sredstva	24.3.2009.	14.095,68	Račun od Den-sab d.o.o., Pula	Račun broj 62	Trošak je vezan za repromaterijal koji je nužan za postavljanje i provedbu pokusa
6.	Isplata ugovora o djelu – Silić Vedran	10.4.2009.	883,65	Ugovor o djelu student servisa br. 1642/09 – Silić Vedran	Račun broj 1691/09	Poljski radovi prilikom postavljanja pokusa
7.	Materijalni troškovi ustanove voditelja projekta	4.5.2009.	1.750,00	Po ugovoru	Ugovor br. 22-14/07	Institucija za materijalne troškove uzima 10 % od isplaćenog iznosa
8.	Isplata ugovora o	8.5.2009.	759,94	Ugovor o djelu	Račun broj	Provedba anketa kod potrošača

	djelu – Pavičić Ana			student servisa br. 554120 – Pavičić Ana	54298	
9.	Isplata ugovora o djelu – Tomić Marina	8.5.2009.	1.413,84	Ugovor o djelu student servisa br. 674087 – Tomić Marina	Račun broj 54597	Provedba anketa kod potrošača
10.	Preša za krumpir	23.5.2009.	41,99	Račun od Billa d.o.o. br. 0302-20090523-01-6587	Blg. 29.5.2009.	Alat se koristi za gnječenje krumpira prilikom mjerenje suhe tvari
11.	Isplata ugovora o djelu – Vukelja Suzana	3.6.2009.	765,83	Ugovor o djelu student servisa br. 775630 – Vukelja Suzana	Račun broj 68781	Provedba anketa kod potrošača

**FINANCIJSKO IZVJEŠĆE PROJEKTA Razvoj nove robne marke „Istarski mladi krumpir“ za izvještajno razdoblje od 17.06.2009. do 17.12.2009. godine**

redni broj	vrsta troška	datum troška	iznos troška (kuna)	naziv dokumenta na koji se veže trošak	broj dokumenta na koji se veže trošak	opis uz što je trošak vezan*
1.	Isplata honorara – Juraković Linda	14.7.2009.	2.000,00	Autorski honorar 308 Juraković Linda	Obrada 154	Kreacija i prezentacija logotipa
2.	Isplata honorara – Kovačić Živka	14.7.2009.	700,00	Autorski honorar 115 Kovačić Živka	Obrada 154	Izrada logotipa u kompjutorskom programu
3.	Vezivo PVC i ručna prskalice 1,5 l	17.7.2009.	191,49	Račun od Agro Žatika d.o.o.	Račun br. 394	PVC vezivo poslužilo je za označavanje parcela na pokusnim poljima, a prskalice za tretiranje sjemenskog krumpira
4.	Trošak boravka i puta pri odvozu biljnog materijala u Split te analiza istog- Dean Ban	20.6.-28.6.2009.	4.379,00	Putni nalog br. 87/09	Izvod 129	Trošak je vezan za boravak i put voditelja projekta pri dovozu biljnog materijala iz Pule i uzimanju biljnog materijala u Opuzenu i Splitu te analizi istih u Splitu i pregledu polja u Opuzenu i Splitu
5.	Lokalna vožnja – Ban Dean	23.7.2009.	2.126,00	Obrazac za obračun loko vožnje Ban Dean za 2008.	Izvod 129	Trošak prijevoza na pokusna polja Siječanj – svibanj 2009.
6.	Lokalna vožnja – Ban Dean	23.7.2009.	1.108,00	Obrazac za obračun loko vožnje Ban Dean za 2008.	Izvod 129	Trošak prijevoza na pokusna polja Lipanj 2009.



7.	Isplata ugovora o djelu – Silić Vedran	4.9.2009.	2.212,00	Ugovor o djelu student servisa br. 6298/09 – Silić Vedran	Račun broj 4821/09	Rad na poljskim pokusima tijekom sezone
8.	Isplata Ugovora od djelu – Gugić Josip	29.9.2009.	1.900,00	Autorski honorar 1289 Gugić Josip	Obrada 168	Provedba anketa na području dalmacija
9.	Toner HP	24.11.2009.	418,00	Račun od Obrta za računalne djelatnosti „IstraNet“	Račun br. 931	Toner crno bijeli za printer za printanje raznih materijala
10.	Lokalna vožnja – Ban Dean	5.12.2009.	464,00	Obrazac za obračun loko vožnje Ban Dean za 2009.	Izvod 214	Odlazak u Buzet radi dogovora oko izrade ambalaže i tiskanja logotipa
11.	Trošak za prijavu registracije žiga	16.12.2009.	600,00	Obrazac prijave za registraciju žiga	Izvod 216	Trošak za prijavu registracije žiga pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo
12.	Materijalni troškovi ustanove voditelja projekta	Po dospijeću	4.375,00	Po ugovoru	Ugovor br. 22-14/07	Institucija za materijalne troškove uzima 10 % od isplaćenog iznosa
13.	Kemijske analize plodova krumpira – Institut za jadranske kulture	23.12.2009.	14.169,60	Račun Instituta za jadranske kulture i melioraciju krša	Račun br. 000199	Troškovi kemijskih analiza mineralnog i organskog djela krumpira

\* trošak opisati na način da je vidljivo kako je on nastao u svrhu realizacije projekta.

Šef računovodstva:

Voditelj projekta:

---



---







*Razvoj nove robne marke  
"ISTARSKI MLADI KRUMPIR"*

# ZAVRŠNO IZVJEŠĆE

Oblik ove naslovne stranice koristiti se za završna izvješća koja se odnose na projekte «MARKETINŠKA PRIPREMA POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA».

Naziv projekta: **RAZVOJ NOVE ROBNE MARKE "ISTARSKI MLADI KRUMPIR"**

Vremenski period  
obuhvaćen izvješćem: **24. mjeseca, od 17.12.2007. do 17.12.2009.**

Broj ugovora: **22 – 14/07.**

Datum početka projekta: **17.12.2007.**

Voditelj projekta: **Dr. sc. Dean Ban**

Podnositelj projekta: **Institut za poljoprivredu i turizam,  
Karla Huguesa 8, 52 440 Poreč**

Financiranje projekta:

- **Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja Republike Hrvatske**
- **Istarska županija (Upravni odjel za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo, ribarstvo i vodoprivredu)**

\_\_\_\_\_  
(datum)

\_\_\_\_\_  
(potpis glavnog istraživača)

## ZAVRŠNO IZVJEŠĆE

### 1. OPIS PROJEKTA

Krumpir je po svojoj zastupljenosti u prehrani ljudi drugi po važnosti izvor energije, iza žitarica. Izvršnih je prehrambenih osobina, ne sadrži masti, bogat je vitaminima i mineralima. Mladi krumpir, koji se stavlja u promet kao nova proizvodnja do najkasnije 1. kolovoza, posebna je kategorija krumpira te se razlikuje od fiziološki starog krumpira koji u promet dolazi nakon 1. kolovoza. Proizvodnja mladog krumpira na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima značajnije povećava dohodak u odnosu na proizvodnju fiziološki starog krumpira. Pedoklimatski uvjeti Istre omogućuju znatno raniju tehnološku zrelost i plasman mladog krumpira nego u drugim krajevima Hrvatske. Kupci-potrošači, kao i trgovci prepoznaju kvalitetu mladog krumpira uzgojenog u Istri, na osnovu kojeg je stekao dugogodišnji ugled te ga kupuju radije nego mladi krumpir iz drugih, po površinama i količinama krumpira, poznatijih krajeva Hrvatske. Razlog tome je specifično podneblje uzgoja krumpira u Istri, kojeg karakterizira uzgoj na crvenici (karakteristična fizikalno-kemijska svojstva u odnosu na druge tipove tla) uz stanovite prednosti koje daje mediteranska klima (obilje svjetlosti i sunca tijekom proljeća i početkom ljeta). Upravo ove pedoklimatske osobitosti rezultiraju posebnim okusom, aromom i konzistencijom krumpira prepoznatljivom za ovo područje.



Slika 1. Istarski mladi krumpir uzgojen na crvenici

Mladi istarski krumpir poljoprivredni je proizvod koji se prodaje na tržištima diljem Hrvatske kao masovni proizvod. Takav je krumpir bez određenih standarda kvalitete, prepoznatljive ambalaže, znaka i stoga bez garancije kupcima da je krumpir uzgojen na istarskoj crvenici. Nadalje, mladi istarski krumpir, kao masovni proizvod no bez prepoznatljive oznake, uz sva svoja pozitivna svojstva uvjetovana klimom i tlom, na tržištu ne može postići veću cijenu u odnosu na mladi krumpir iz ostalih krajeva. Razlog tome je što se imenom istarskog krumpira često služe neovlašteni preprodavači što istarskim proizvođačima pričinjava izravnu materijalnu štetu te srozava stečeni dugogodišnji ugled proizvoda. Kupci su spremni platiti višu cijenu za proizvode koji nose prepoznatljivu oznaku, jer prepoznaju njihovu kvalitetu. Razvoj robne marke istarskog mladog krumpira u prvom redu donio bi mnogostruku korist proizvođačima i s druge bi strane zajamčio stanovitu sigurnost i kvalitetu proizvoda potrošačima. Stoga nam je cilj u projektu, po uzoru na svjetski poznate robne marke krumpira (npr. patatine novelle di Sicilia), za lokalno istarsko područje izvršiti analizu preferencija

potrošača prema određenim sortama mladog krumpira (degustacije), standardizirati parametre kvalitete senzorskim i kemijskim analizama u znanstvenoj instituciji, čime bi se potkrijepila teza različitosti istarskog krumpira u odnosu na krumpir iz drugih područja Hrvatske. Na osnovu ovih predradnji izradio bi se logotip i dizajnirala prepoznatljiva ambalaža konkretnog proizvoda –istarskog mladog krumpira u cilju stjecanja prepoznatljive robne marke. S obzirom da se ovaj projekt provodi u suradnji s Zadrugom „Agro - Istra“ značajnu korist od njega imali bi svi članovi i kooperanti koje okuplja Zadruga jer bi se njihov krumpir prodavao pod jedinstvenom robnom markom prepoznatljivom svakom potrošaču što bi u konačnici vjerojatno polučilo i veći financijski dobitak. Za Institut, ovaj bi projekt značio doprinos razvoju prepoznatljivog tržnog proizvoda u cilju standardizacije i podizanja kvalitete poljoprivrednih proizvoda na tržištu u Hrvatskoj.

## 2. PROVEDBENE AKTIVNOSTI

### a) planirane

#### I. I. FAZA (01.01.-01.03.2008.):

- Pregled potencijalnih parcela za uzgoj mladog krumpira, uzimanje uzoraka tla i njihova fizikalno-kemijska analiza.
- Standardizacija tehnoloških postupaka proizvodnje i edukacija poljoprivrednika o tehnološkim postupcima.
- Priprema zemljišta za postavljanje pokusnih polja, nabavka repromaterijala i sadnja krumpira.
- Izrada i provođenje ankete za istraživanje tržišta (proizvođači, potrošači, trgovci na malo, veletrgovci).

#### II. FAZA (01.03.-31.12.2008.):

- Suradnja s poljoprivrednicima u primjeni tehnoloških postupaka.
- Uzimanje uzoraka mladog krumpira.
- Utvrđivanje parametara kvalitete i različitosti istarskog mladog krumpira u odnosu na druge krumpire na tržištu (senzorska i kemijska analiza krumpira).
- Priprema krumpira za tržište.
- Degustacije krumpira.
- Obrada podataka sakupljenih anketama.

#### III. FAZA (01.01.-01.09.2009.):

- Suradnja s poljoprivrednicima u primjeni tehnoloških postupaka.
- Uzimanje uzoraka mladog krumpira.
- Utvrđivanje parametara kvalitete i različitosti istarskog mladog krumpira u odnosu na druge krumpire na tržištu i usporedba vrijednosti s parametrima iz prve godine (senzorska i kemijska analiza krumpira).
- Analiza tržišta i obrada podataka.

#### IV. FAZA (01.09.-31.12.2009.):

- Standardizacija pakiranja i izrada logotipa Istarski mladi krumpir.
- Izrada i tiskanje završnog izvješća u obliku knjižice.
- Edukacija članova Zadruga o mogućnosti izrade specifikacije na osnovu utvrđenih i standardiziranih parametara tehnologije proizvodnje i kvalitete Istarskog mladog krumpira s ciljem podnošenja Zahtjeva Ministarstvu, za dodjelu oznake zemljopisnog podrijetla.

## b) odrađene

### I. FAZA (01.01.-01.03.2008):

- ✓ Izvršen je odabir parcela i gospodarstva na kojima će se postaviti pokusna polja. Pokusna polja su utvrđena u Umagu (obiteljsko gospodarstvo Matijašić Maria), Poreču (obiteljsko gospodarstvo Peršurić Maria), Rovinju (obiteljsko gospodarstvo Dubravac Damira), Puli (obiteljsko gospodarstvo Jurković Petra), Splitu (Institut za jadranske kulture i melioraciju krša) i Opuzenu (obiteljsko gospodarstvo Odak Maria). Ujedno je provedeno kopanje pedološkog profila u Puli, uzimanje uzoraka tla na svim spomenutim lokacijama i njihova fizikalno-kemijska analiza (Institut za jadranske kulture i melioraciju krša).
- ✓ Osmišljeni su i izrađeni anketni upitnici za proizvođače mladog krumpira, članove Zadruga, o uvriježenoj tehnologiji proizvodnje. Provedena je anketa te su utvrđene one agrotehničke operacije koje primjenjuje većina proizvođača te koje će se uzeti u obzir pri definiranju standardnih tehnoloških postupaka proizvodnje mladog krumpira. Redovno su posjećivani proizvođači mladog krumpira, članovi Zadruga te su savjetovani u cilju provođenja utvrđenih standardiziranih postupaka i dobivanja ujednačene kvalitete krumpira.
- ✓ Prema planu provedena je osnovna i dopunska obrada tla, gnojidba, nabavka repromaterijala i sadnja pokusnih polja na spomenutim lokacijama tijekom veljače. Na svim lokacijama postavljeni su trofaktorijalni pokusi. Prvi i glavni faktor obuhvaćao je četiri sorte krumpira iz skupine ranih sorata (Adora, Berber, Jaerla, Red scarlett). Drugi podfaktor, prekrivanje usjeva, imao je dvije razine: tretman prekrivanja agrotekstilom (Lutrasil 16 g/m<sup>2</sup>) i tretman neprekrivanja krumpira. Treći je faktor ili podpodfaktor bio rok berbe u dvije razine: 60 dana nakon nicanja te 70 dana nakon nicanja krumpira.
- ✓ Provedeno je osmišljavanje i izrađeni su anketni upitnici te se započelo sa provođenjem ankete za istraživanje tržišta (potrošači, trgovci na malo i veletrgovci-otkupni subjekti).

### II. FAZA (01.03.-31.12.2008.):

- ✓ Tijekom vegetacije, sve su pokusne površine, na svim lokacijama kao i proizvodne površine proizvođača krumpira redovito bile obilježene, pri čemu su svakom poljoprivredniku osobno date smjernice za standardizirani uzgoj krumpira. Mediji su redovno pratili provedbu pokusa.
- ✓ Berba krumpira i uzimanje uzoraka provela se krajem svibnja i početkom lipnja ovisno o lokaciji i roku berbe. Tijekom berbe utvrđene su osnovne komponente prinosa za svaki promatrani faktor te uzeti uzorci sa lokacija u Puli i Splitu za senzorsku analizu-degustaciju i kemijsku analizu (I rok vađenja gomolja). Uzorci su uzeti po faktorima istraživanja. Berba je provedena na svim lokacijama 60 i 70 dana nakon nicanja ispod agrotekstila, te je datum berbe ovisio o nicanju krumpira na svakoj pojedinoj lokaciji.
- ✓ Kemijska analiza obuhvaćala je analizu organskog dijela (škrob, glukoza, fruktoza, saharoza, C vitamin i suha tvar) koja je obavljena na Biotehničkom fakultetu u Ljubljani i mineralnog djela krumpira (N P, K, Ca, Mg, Fe,) koja je obavljena na Institutu za jadranske kulture i melioraciju krša u Splitu. Tom je prilikom uspoređena kvaliteta mladog krumpira koji dolazi iz Istre na crvenici u odnosu na krumpir iz Dalmacije.



- ✓ U više navrata obavljeno je dogovaranje i usuglašavanje preliminarnog pakiranja krumpira na osnovu preference proizvođača, potrošača i trgovaca s obzirom na veličinu i vrstu pakiranja mladog krumpira za tržište.
- ✓ Degustacija krumpira iz prvog roka berbe, provedena je u srednjoj turističkoj školi „Antun Štifanić“ 3.6.2008. godine te je popraćena medijskim priložima u novinama i na televiziji. Na degustaciji su ocjenjivana senzorska svojstva (opći izgled, boja, kvaliteta mirisa, intenzitet mirisa, trajnost mirisa, opći okus, hrskavost, sadržaj ulja, struktura, opći utisak).
- ✓ Djelomična obrada prikupljenih anketa u ovoj fazi je izvršena prema statistički i ekonomski prihvaćenim metodama

### III. FAZA (01.01.-01.09.2009.):

- ✓ Kao i u prvoj godini trajanja projekta u cilju potvrde rezultata iz prethodne godine, ponovljeni su svi pokusi na svim lokacijama na istim gospodarstvima, osim u Poreču gdje je pokus ove godine postavljen na Institutu za poljoprivredu i turizam, te Puli na obiteljskom gospodarstvu Zohil Emiliana. Osim toga ove se godine berba planirala umjesto 60 i 70 dana nakon nicanja obaviti ranije 50 i 60 dana od nicanja. Tijekom provedbe pokusa poljoprivrednici Zadruga „Agro-Istra“ više su puta dolazili na pokusna polja pri čemu su objašnjavani određeni tehnološki postupci na pokusnom polju. Tijekom vegetacije redovno su se pratila pokusna polja na svim lokacijama. Istraživanja na pokusnim poljima više su puta medijski, na televiziji i novinama bili popraćeni. Tijekom vegetacije redovno su se obilazile i komercijalne površine proizvođača mladog krumpira kojima su dane smjernice u potrebnom trenutku.
- ✓ Kao i u prvoj godini uzorci krumpira za određivanje komponenata prinosa uzeti su u dva roka a uzorci za kemijsku analizu i degustaciju uzeti su u drugom roku berbe na lokacijama u Puli i Splitu.
- ✓ Kemijska analiza i degustacija (17.6.2009.) provedena je po istim metodama i istim ustanovama kao i prethodne godine. Rezultati su tada obrađeni i uspoređeni sa prethodnom godinom.
- ✓ Tijekom ove faze nastavljena je provedba anketa u cilju analize tržišta kao i njihova obrada.
- ✓ Tijekom proljeća ovog izvještajnog razdoblja iako je bio planiran u sljedećoj fazi provedeno je niz internih predstavljanja različitih prijedloga loga i imena za istarski mladi krumpir na Institutu za poljoprivredu i turizam u Poreču djelatnicima Instituta i članovima Zadruga „Agro-Istra“. Na osnovu toga kreiran je prototip logotipa i dano ime „ISKRO“ istarskom mladom krumpiru kao i ambalaža, kako bi se potrošači čim prije upoznali sa ovim znakom. Veći dio proizvodnje mladog krumpira od strane zadruga „Agro –Istra“ u takvoj ambalaži je plasirana na tržište, što su prepoznali i potrošači jer je prema riječima voditelja Zadruga, potražnja za tim krumpirom te godine značajno porasla.

### IV. FAZA (01.09.-31.12.2009.):

- ✓ U ovoj fazi nastavljen je razvoj logotipa te se uvažene usmene primjedbe potrošača koji su se upoznali sa prototipom loga i pakiranja u prethodnoj vegetacijskoj sezoni. Uz minimalne korekcije isključivo boje znaka definiran je konačan izgled loga koji je konačno i prijavljen za zaštitu Državnom Zavodu za zaštitu intelektualnog vlasništva.
- ✓ Izrađeno je završno izvješće te se pripremaju materijali za tiskanje knjižice sa rezultatima istraživanja.
- ✓ Provodilo se niz razgovora sa članovima Zadruga o mogućnosti izrade specifikacije na osnovu utvrđenih i standardiziranih parametara tehnologije proizvodnje i kvalitete

istarskog mladog krumpira s ciljem podnošenja Zahtjeva za dodjelu oznake proizvoda zaštićenog zemljopisnog podrijetla.

### 3. CILJ PROJEKTA

#### a) planirani

Osnovni direktan cilj ovog projekta je razviti prepoznatljivu robnu marku za istarski mladi krumpir sa svrhom zaštite proizvođača i potrošača od različitih nelegalnosti koji se pojavljuju na tržištu mladog krumpira u Hrvatskoj. Razvoj ove robne marke poslužio bi Zadruzi „Agro - Istra“ i kao temelj za izradu specifikacije i daljnju zaštitu geografskog podrijetla istarskog mladog krumpira. U okviru osnovnog cilja utvrdila bi se fizikalno kemijska svojstva tla, definirala bi se uzgojna područja, unaprijedila bi se i standardizirala tehnologija proizvodnje, utvrdili bi se parametri kvalitete mladog krumpira, istražile bi se preference tržišta mladog krumpira, i standardiziralo pakovanje i dizajn proizvoda te ponudio logo proizvoda.

Sekundarni cilj projekta je poticanje jačanja interesne skupine povrčara na ekonomskoj osnovi i ulazak novih članova u Zadruge. Na taj način bi se pokušalo animirati poljoprivrednike (članove Zadruga) da povećaju proizvodne površine i količine krumpira za što na tržištu postoji interes. Dobivanjem prepoznatljive robne marke postojale bi realne mogućnosti za dobivanjem veće cijene tog proizvoda na tržištu, obzirom na proizvod više kvalitete. Na taj način i kupcima bi se osigurao proizvod poznate i standardne kvalitete.

#### b) ostvareni

Na osnovu provedenih aktivnosti u smislu ostvarenja osnovnog cilja utvrdio se fizikalno kemijski sastav tla za uzgoj mladog krumpira na osnovu čega su utvrđena područja uzgoja. Na osnovu istraživanja i provedenih anketa utvrdila se i standardizirala tehnologija proizvodnje. Degustacijama i kemijskom analizom utvrđeni su parametri kvalitete istarskog mladog krumpira. Provedenim anketama istražile su se navike i preference potrošača, trgovina na malo i veletrgovaca vezano za konzumaciju i trženje mladog krumpira. Nadalje dizajnirao se logo istarskog mladog krumpira te dizajniralo i standardiziralo pakovanje. Pokrenuta je i zaštita loga pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo RH.

Veći dio proizvodnje mladog krumpira Zadruga „Agro-Istra“ iz sezone 2009. godine plasiran je u novo dizajniranom pakovanju sa logom što je jamčilo stanovitu kvalitetu potrošačima a što su oni i prepoznali. Potvrda ovoga tražit će se u sljedećim sezonama prodaje mladog krumpira.

Nadalje u sezoni 2009. zainteresiralo je i poljoprivrednike koji nisu članovi Zadruga u učlanjenje kako bi mogli proizvoditi krumpir pod tim imenom. Proizvedena količina krumpira u istoj sezoni bila je manja nego što je tržište tražilo a i postignuta je nešto veća cijene u odnosu na krumpir koji nije označen robnom markom kako su istaknuli članovi Zadruga.

### 4. POSTIGNUTI UČINAK

#### 4.1. Područje uzgoja i tlo za uzgoj istarskog mladog krumpira

Provedbom ovog projekta definirano je područje uzgoja istarskog mladog krumpira koje obuhvaća područje uz zapadnu obalu Istre od Umaga na sjeveru do Pule na jugu gdje prevlada kao tip tla crvenica (Terra rossa) sa svim svojim fizikalno- kemijskim svojstvima (tablica 1). Dobiveni podaci kemijskih parametara nešto su veći od uobičajenih vrijednosti koje nalazimo u netakutoj crvenici koja se nalazi pod prirodnom vegetacijom. Razlog tome je što su uzorci

tla uzeti na oranicama koje se redovno obrađuju i gnoje. Sa članovima Zadruga "Agro – Istra" dogovoreno je da će se krumpir uzgajan samo na tom području moći prodavati pod robnom markom „Iskro“. Na taj način uklonit će se nejednaka kvaliteta istarskog mladog krumpira koja se dosad nalazila na tržištu, obzirom da u Istri postoje i drugi tipovi tla na kojima se uzgaja mladi krumpir za tržište.

Tablica 1. Fizikalno kemijski sastav tla na lokacijama na kojima je provedeno istraživanje

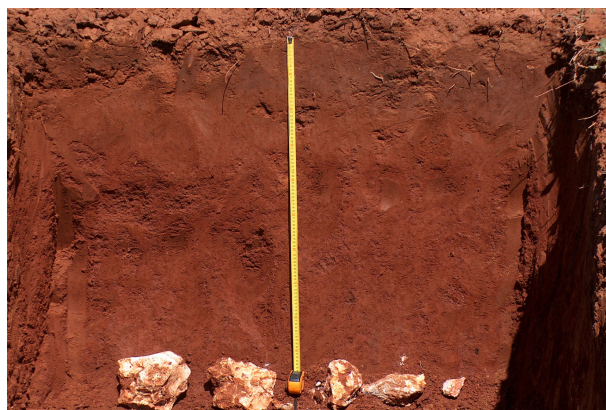
Lokacija	MEHANIČKI SASTAV – maseni udio u %			
	Krupni pijesak 2-0,2 mm	Sitni pijesak 0,2-0,02	Prah 0,02-0,002 mm	Glina <0,0002 mm
Umag	1,6	21,4	28,3	48,7
Poreč	1,2	20,4	31,1	47,3
Rovinj	2,8	31,6	27,1	38,5
Pula	0,7	42,0	26,4	30,9
Split	11,9	16,1	32,6	39,4
Opuzen	5,5	33,8	34,8	25,9

Lokacija	MAKROELEMENTI I OSTALO									
	pH		Humus	Ukupni N, %	P <sub>2</sub> O <sub>5</sub>	K <sub>2</sub> O	Ukupni karbonati, %	Aktivno vapno, %	Vodotopive soli	
	H <sub>2</sub> O	KCl							ukupne	stvarne
Umag	6,8	5,2	2,0	1,0	7,6	26,8	0,8	-	-	-
Poreč	6,8	5,6	2,3	1,1	8,8	21,0	0,4	-	-	-
Rovinj	8,0	7,0	1,2	0,6	52,4	40,3	0,4	-	-	-
Pula	8,2	7,2	1,5	0,7	45,8	16,2	0,4	-	-	-
Split	8,6	7,6	2,1	1,1	6,0	31,8	55,8	20,5	-	-
Opuzen	7,8	7,7	2,6	1,3	32,3	49,3	24,0	6,9	1,7	1,4

Lokacija	MIKROELEMENTI							
	Mg	Mn mg/g	Fe	Cu	Zn	Pb mg/kg	Cd	Cr
Umag	3,4	42,6	42,9	77,3	80,5	44,5	1,1	97,5
Poreč	1,6	1350,0	38,3	35,7	61,7	46,7	1,0	58,3
Rovinj	2,1	699,0	32,6	53,0	67,2	35,0	0,8	49,0
Pula	2,8	727,0	26,1	31,4	61,1	31,8	0,9	35,8
Split	-	-	-	-	-	-	-	-
Opuzen	2,1	818,5	23,2	197,5	86,0	41,0	2,3	24,8



Slika 2. Pedološki profil tipične duboke crvenice u Istri



Slika 3. Polje gdje je osnovni tip tla crvenica

## 4.2. Utvrđivanje osnovnih tehnoloških parametara i standardizacija proizvodnje istarskog mladog krumpira

Provedenom anketom o uobičajenim mjerama njege na gospodarstvima članova Zadruga „Agro-Istra“ i na osnovu istraživanja primjene različitih osnovnih parametara agrotehnike i roka berbe (tablica 2) ujednačena je tehnologija proizvodnje mladog krumpira robne marke „Iskro“.

Tablica 2. Prinos mladog krumpira (kombinirana analiza varijance za sve lokacije, godine, sorte, pokrivanja i interakcija lokacija \* godina)

Tretmani	Tržni gomolji (30-80 mm)				Gomolji >80 mm		Gomolji <30 mm		Bolesni i oštećeni gomolji	
	g/biljci	t/ha	g/biljci	t/ha	g/biljci	t/ha	g/biljci	t/ha	g/biljci	t/ha
Lokacija										
Umag	0,525 b	20,719 b	0,004 d	0,159 d	0,067 b	2,565 b	0,006 ab	0,216 ab		
Poreč	0,427c	11,025 c	0,002 d	0,090 d	0,091 a	2,969 a	0,003 bc	0,083 cd		
Pula	0,668 a	26,570 a	0,009 cd	0,371 cd	0,072 b	2,838 ab	0,004 b	0,163 bc		
Rovinj	0,555b	22,132 b	0,019 c	0,756 c	0,076 b	2,980 a	0,008 a	0,306 a		
Split	0,564 b	20,675 b	0,041 b	1,616 b	0,022 c	0,769 c	0,000 c	0,000 d		
Opuzen	0,508 bc	20,687 b	0,096 a	3,905 a	0,021 c	0,873 c	0,000 c	0,000 d		
Godina										
2008	0,700 a	26,382 a	0,045 a	1,820 a	0,044 b	1,575 b	0,004	0,143		
2009	0,382 b	14,220 b	0,012 b	0,478 b	0,073 a	2,756 a	0,003	0,113		
Sorta										
Adora	0,615 a	23,697 a	0,041 b	1,680 b	0,030 c	1,051 c	0,003 ab	0,134 ab		
Berber	0,602 a	22,387 ab	0,012 c	0,470 c	0,089 a	3,332 a	0,001 b	0,048 b		
Jaerla	0,506 b	19,103 c	0,060 a	2,384 a	0,037 c	1,363 c	0,005 a	0,208 a		
Red Scarlett	0,580 ab	21,686 b	0,017 c	0,688 c	0,050 b	1,905 b	0,004 ab	0,135 ab		
Vivaldi	0,338 c	12,363 d	0,011 c	0,430 c	0,083 a	3,074 a	0,003 ab	0,110 ab		
Pokrivanje										
Lutrasil	0,535	20,584	0,027	1,091	0,055 b	2,069 b	0,004	0,152		
Golo tlo	0,547	20,019	0,030	1,208	0,061 a	2,262 a	0,003	0,104		
Rok berbe										
I rok	0,502 b	18,018 b	0,020 b	0,813 b	0,061	2,215	0,002 b	0,092 b		
II rok	0,580 a	22,584 a	0,037 a	1,486 a	0,056	2,116	0,004 a	0,165 a		
Signifikantnost										
Lokacija (L)	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Godina (G)	***	***	***	***	***	***	***	ns	ns	ns
Sorta	***	**	***	***	***	***	***	*	*	*
Pokrivanje	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns
Rok berbe	**	***	***	***	ns	ns	ns	*	*	*
L*G	***	***	***	***	***	***	***	ns	ns	ns

ns-nije sig., \*<0,05, \*\*<0,01 i \*\*\* <0.001

Uzgoj krumpira obavlja se u plodoredu tako da krumpir ne smije doći na isto polje godinu za godinom. Obavezna mjera kod uzgoja krumpira je oranje na minimalno 25 cm a preporučuje se i dublja obrada osobito na onim parcelama gdje se ne namjerava navodnjavanje. Prije oranja preporučuje se razbacivanje stajskog ili drugog organskog gnojiva obzirom na slabu opskrbljenost crvenice humusom. Mineralna gnojidba se obavezno treba primijeniti ovisno o stanju hraniva u tlu. Prihrana nekim dušičnim gnojivima provodi se samo ako je to potrebno

ovisno o stanju usjeva. Za sadnju se mogu koristiti sve kalibraže sjemenskog krumpira i to tako da se krupnije veće kalibraže režu ali je moguće saditi i rezanu sitniju kalibražu s time da se razmak u redu smanjuje do najmanje 10 cm. Poželjno je prije sadnje krumpir naklijati i tretirati nekim od sredstava dozvoljenim za tretiranje sjemenskog krumpira protiv bolesti i štetnika. Međuredni razmak se kreće od 60 do 70 cm ovisno o sorti i načinu obrade sjemenskog gomolja. Za sadnju se koriste samo najranije sorte koje svoju tehnološku zriobu započinju najkasnije do početka lipnja. Sadnja se provodi tijekom veljače i početkom ožujka. Prekrivanje agrotekstilom se preporučuje samo za usjeve koje se planiraju brati najranije. Na većim površinama moguća je upotreba herbicida. Također se preporučuje 1-2 kultiviranja i jedno nagrtanje krumpira. Zaštita od štetočinja se provodi samo prema potrebi. Kod uzgoja mladog krumpira preporučuje se navodnjavanje. Mladi krumpir „Iskro“ započinje se vaditi krajem svibnja i bere se sukcesivno do potpune fiziološke zrelosti. Berba ne može biti kasnija od 1. kolovoza. U prvim rokovima berba se provodi ručno ili plugom a kasnije kad otvrdne pokožica moguća je berba i vadicama za krumpir. Rok berbe ovisit će o cijeni na tržištu jer se kod ranijeg roka berbe očekuje značajno niži prinos. Tržni gomolji su zdravi i neoštećeni gomolji kalibraže 30-80 mm. Krumpir „Iskro“ pakuje se u ambalažu koja je isključivo označena logom i imenom. Ambalaža je najčešće kartonska i u nju stane 10-25 kg mladog krumpira, sa razvojem robne marke biti će moguća i druga pakiranja (perforirana PVC folija, jutene vreće itd.). Ujedno poljskim istraživanjem (tablica 2) utvrđene su razlike u komponentama prinosa između mladog krumpira uzgajanog u Istri i Dalmaciji.



Slika 4. Tretiranje krumpira prije sadnje



Slika 5. Mehanizirana sadnja krumpira u Istri



Slika 6. Prekrivanje krumpira agrotekstilom



Slika 7. Mladi krumpir pred berbu



Slika 8. Iskapanje mladih gomolja plugom



Slika 9. Ručna berba mladog krumpira



Slika 10. Mladi krumpir spreman za sortiranje



Slika 11. Sortiranje mladog krumpira



Slika 12. Istarski mladi krumpir „Iskro“ spreman za tržište

#### 4.3. Kemijska i organoleptička svojstva istarskog mladog krumpira

Mladi krumpir uzgojen u Istri na crvenici ima i svoj specifičan organo-mineralni sastav koji se može vidjeti u tablicama 3 i 4. Krumpir uzgojen Istri ima nešto manji sadržaj suhe tvari i škroba u odnosu na onaj uzgojen u Dalmaciji. Količina organskih spojeva u prvom redu šećera ovise o sorti i pokrivenosti usjeva. Naime pokrivanje usjeva utječe na značajniju akumulaciju takvih spojeva u gomolju krumpira.

Tablica 3. Kemijski sastav mladog krumpira – organski dio (kombinirana analiza varijance za sve lokacije, godine, sorte, pokrivanja i interakcija lokacija \* godina)

Tretman	Glukoza (g/100 g ST)	Fruktoza (g/100 g ST)	Saharoza (g/100 g ST)	C-vitamin (g/100 g)	Suha tvar (%)	Škrob (%)
<i>Lokacija</i>						
Pula	0,901	0,863	5,573 b	7,506	20,575 b	13,435 b
Split	0,912	0,860	5,731 a	7,233	20,969 a	13,804 a
<i>Godina</i>						
2008	0,917	0,822 b	5,192 b	7,450	20,698	13,560
2009	0,896	0,900 a	6,112 a	7,290	20,846	13,679
<i>Sorta</i>						
Adora	0,937	0,836	4,462 c	9,001 a	20,742 b	13,583 b
Berber	0,909	0,853	6,552 a	7,349 b	21,300 a	14,133 a
Jaerla	0,868	0,862	4,932 c	7,531 b	20,646 bc	13,521 bc
Red scarlett	0,938	0,873	6,070 ab	6,183 c	20,250 c	13,108 c
Vivaldi	0,884	0,880	5,645 b	7,828 b	21,042 ab	13,850 ab
<i>Pokrivanje</i>						
Lutrasil	0,938 a	0,883 a	6,326 a	6,623 b	21,233 a	14,035 a
Golo tlo	0,874 b	0,840 b	4,978 b	8,116 a	20,310 b	13,204 b
<i>Signifikantnost</i>						
Lokacija (L)	ns	ns	*	ns	**	**
Godina (G)	ns	***	***	ns	ns	ns
Sorta	ns	ns	***	***	***	***
Pokrivanje	**	*	***	***	***	***
L*G	ns	ns	ns	ns	ns	ns

ns-nije sig., \* $<0,05$ , \*\* $<0,01$  i \*\*\*  $<0,001$

Promatrajući mineralni sastav krumpira uočava se izrazito viši sadržaj željeza mladog krumpira iz Istre nego onog uzgojenog u Dalmaciji. Na sadržaj minerala najviše utječu prilike u godini uzgoja i sorta dok beznačajno utječe pokrivanje agrotekstilom.



Slike 13. i 14. Kemijska analiza mladog krumpira u laboratoriju

Tablica 4. Kemijski sastav mladog krumpira – mineralni dio (kombinirana analiza varijance za sve lokacije, godine, sorte, pokrivanja i interakcija lokacija \* godina)

Tretman	N (g/kg)	P (g/kg)	K (g/kg)	Ca (mg/kg)	Mg (mg/kg)	Fe (mg/kg)
<i>Lokacija</i>						
Pula	1,228 a	2,198 b	17,113	736,09	842,64	113,16 a
Split	1,107 b	2,344 a	16,106	939,37	822,75	34,38 b
<i>Godina</i>						
2008	1,226 a	2,054 b	18,555 a	688,99 b	768,82 b	33,27 b
2009	1,109 b	2,488 a	14,664 b	986,47 a	896,57 a	110,94 a
<i>Sorta</i>						
Adora	1,153 ab	1,608 c	17,162 ab	841,70	814,26 ab	37,06 c
Berber	1,056 b	2,198 b	16,164 b	903,83	866,19 ab	63,42 bc
Jaerla	1,283 a	2,350 ab	16,232 b	975,72	904,35 a	85,89 ab
Red scarlett	1,241 a	2,533 a	18,446 a	678,70	748,35 b	94,33 a
Vivaldi	1,026 b	2,397 ab	14,033 c	825,40	809,52 ab	62,67 bc
<i>Pokrivanje</i>						
Lutrasil	1,189	2,332	17,336 a	885,86	831,77	76,56
Golo tlo	1,146	2,209	15,883 b	789,60	833,62	69,30
<i>Signifikantnost</i>						
Lokacija (L)	ns	**	ns	*	ns	***
Godina (G)	*	***	***	**	***	***
Sorta	*	***	*	ns	**	***
Pokrivanje	ns	ns	*	ns	ns	ns
L*G	*	***	***	ns	ns	***

ns-nije sig., \*<0,05, \*\*<0,01 i \*\*\* <0.001

U tablici 5 prikazane su ocjene mladog krumpira po ocjenjivanim organoleptičkim svojstvima. Lokacija je značajno utjecala na ocjenjivana organoleptička svojstva kao i sorta. Od sorte može se izdvojiti Berber kao najkvalitetnija sorta za proizvodnju mladog krumpira. Pokrivanje agrotekstilom nije utjecalo na promatrana organoleptička svojstva. Utvrđivanjem organo-mineralnog sastava i organoleptičkih svojstava utvrđeni su parametri kvalitete koje će imati mladi krumpir Iskro uzgojen u Istri i koje su njegove specifičnosti u odnosu na onaj uzgojen u Dalmaciji.



Slika 15. Organoleptičko ocjenjivanje mladog krumpira



Tablica 5. Organoleptička svojstva mladog krumpira (kombinirana analiza varijance za sve lokacije, godine, sorte, pokrivanja i interakcija lokacija \* godina)

Tretman	Opći	Boja	Kvaliteta Mirisa	Intenzitet mirisa	Trajnost mirisa	Opći okus	Tvrdoća	Hrskavost	Sadržaj ulja	Struktura	Opći dojam
Lokacija											
Pula	3,54 b	3,55 b	3,27 b	3,20 b	3,11	3,19 b	3,19 b	3,08 b	3,31	3,30 b	5,64 b
Split	3,77 a	3,74	3,46 a	3,35 a	3,22	3,43 a	3,50 a	3,30 a	3,38	3,56 a	6,07 a
Godina											
2008	3,67	3,66	3,46	3,29	3,12 b	3,33	3,33 b	3,16 b	3,33 b	3,44	6,09
2009	3,63	3,63	3,24	3,26	3,22 a	3,28	3,37 a	3,24 a	3,38 a	3,42	5,53
Sorta											
Adora	3,51 bc	3,52 b	3,26 ab	3,18	2,98	3,15 cd	3,33 b	3,10 b	3,29	3,41 ab	5,79 b
Berber	3,79 a	3,82 a	3,44 a	3,27	3,17	3,47 a	3,60 a	3,53 a	3,46	3,60 a	6,21 a
Jaerla	3,70 ab	3,59 b	3,45 a	3,34	3,27	3,26 bc	3,27 b	3,10 b	3,30	3,38 b	5,80 b
Red Scarlett	3,67 ab	3,64 ab	3,38 a	3,28	3,16	3,42 ab	3,32 b	3,10 b	3,35	3,41 ab	6,00 ab
Vivaldi	3,41 c	3,53 b	3,12 b	3,26	3,15	3,03 d	3,00 c	2,93 b	3,24	3,25 b	4,88 c
Pokrivanje											
Lutrasil	3,66	3,65	3,38	3,28	3,20	3,34	3,34	3,21	3,36	3,44	5,93
Golo tlo	3,65	3,64	3,35	3,27	3,13	3,28	3,35	3,17	3,34	3,43	5,78
Signifikantnost											
Lokacija (L)	*	ns	***	*	ns	***	***	**	ns	***	**
Godina (G)	ns	ns	ns	ns	***	ns	**	***	*	ns	ns
Sorta	*	*	*	ns	ns	***	***	***	ns	*	***
Pokrivanje	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns
L*G	*	**	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns

ns-nije sig., \*<0,05, \*\*<0,01 i \*\*\* <0.001

#### 4.4. Istraživanja tržišta za plasman istarskog mladog krumpira

##### a) Anketiranje potrošača

Pri istraživanju ponašanja, stavova i preferencije potrošača mladog krumpira analizom prostorne distribucije ispitanika ustanovljeno je da je istraživanjem obuhvaćeno područje cijele Hrvatske pri čemu najviše ispitanika ima prebivalište u Istri i Primorju (38%) što je opravdano budući da se i najveća količina mladog krumpira iz Istre plasira na tržištu ove regije.

U uzorku je u većoj mjeri bila zastupljena ženska populacija na koje otpada 71% od ukupnog broja ispitanih osoba. S obzirom na obrazovanje, više od polovice ispitanika (55%) ima srednju stručnu spremu, dok 42% uključenih u istraživanje ima visokoškolsku naobrazbu i više. Završenu osnovnu školu ili manje od toga ima svega 3% ispitanika.

Analiza starosne strukture pokazuje da u uzorku prevladava mlada populacija budući da zastupljenost ispitanika mlađih od 35 godina iznosi 43%, dok je starijih od 55 godina 11%. Prosječno kućanstvo čiji je ispitanik član broji 3,82 člana od čega je 1,41 član mlađi od 16 godina. Najveći broj ispitanika (39%) živi u kućanstvima čiji mjesečni dohodak svih članova iznosi između 5.000 i 10.000 kuna. Ukupni dohodak kućanstva između 10.000 i 15.000 kuna ostvaruje 23% ispitanika, dok s manje od 5.000 kn mjesečno raspolaže 19.000 kućanstava.

Velika većina ispitanika (94%) konzumira mladi krumpira pri čemu njih 50% sudjeluje u postupku kupnje, odnosno neposredno donosi odluke vezano uz odabir mladog krumpira na tržištu. Da ne kupuje niti ne konzumira mladi krumpir izjavilo je 5% ispitanika tako da su od njih prikupljeni samo podaci o sociodemografskim obilježjima.

Najveći broj ispitanika kupuje mladi krumpir na zelenoj tržnici (41%) i u trgovačkim centrima (38%). Neposredno od proizvođača kupuje svega 8% njih što je razumljivo ako se ima u vidu njihova dislociranost u odnosu na mjesto proizvodnje i uglavnom se radi o osobama koje su rodbinski povezane sa proizvođačima. Najčešći razlog za kupnju mladog krumpira na tržnici je opća sklonost kupnje poljoprivrednih proizvoda na tom mjestu, kao i viša kvaliteta proizvoda. Nasuprot tome, na kupnju u većim trgovačkim centrima ispitanici se opredjeljuju u prvom redu zbog širine asortimana drugih proizvoda. Da na prodajnom mjestu gdje pretežito kupuju postoji mogućnost biranja između više vrsta mladog krumpira izjavilo je 69% ispitanika. Zanimljivo je navesti da je 10% ispitanika navelo da će mladi krumpir kupiti na svom omiljenom kupovnom mjestu i u slučaju ako nije zadovoljno s njegovim karakteristikama, dok će 19% njih odgoditi kupnju mladog krumpira za neki naredni obilazak tog istog prodajnog mjesta.

Najvažniji kriterij prilikom odabira mladog krumpira kupcima predstavlja okus koji je na skali od 1 (uopće nije važno) do 5 (iznimno važno) ocijenjen sa prosječnom ocjenom od 4,24. Kriterij da je krumpir domaće proizvodnje ocijenjen je sa 4,18 iz čega proizlazi da im je on važniji od njegove cijene koja je dobila prosječnu ocjenu 4,03.

Na upit da li u pravilu znaju gdje je proizveden mladi krumpir kojeg kupuju samo je nešto više od polovice (54%) odgovorilo potvrdno te je 96% njih izjavilo da se on proizvodi u našoj zemlji, dok svega 4% njih kupuje mladi krumpir iz uvoza.

Najveći udio ispitanika izjavilo je da mladi krumpir kojeg kupuju potječe iz Dalmacije (31%), a zatim slijedi krumpir iz Like kojeg kupuje 22% ispitanika. Mladi krumpir iz Istre, bez obzira na visoku zastupljenost ispitanika iz ove regije, kupuje svega 10% ispitanika što je pokazatelj nedovoljne prisutnosti mladog krumpira iz Istre. Razlozi mogu biti nedostatna proizvodnja, ali i njegova neprepoznatljivost kao posljedica nepostojanja oznake koja bi ukazivala na njegovo porijeklo.

Kupci odabiru mladi krumpir iz određene regije prvenstveno zbog toga jer su zadovoljni njegovim ukusom (41%), zatim zbog lokalpatriotizma („to je regija u kojoj živim“) (26%) te

zbog zadovoljstva odnosom „kvaliteta-cijena“ (22%). Da je odabir uvjetovan nedostupnošću mladog krumpira iz drugih regija Hrvatske izjavilo je 8% ispitanika.

Od ukupnog broja ispitanika koji konzumiraju mladi krumpir 81% njih je izjavilo da daju prednost i više cijene krumpir iz domaće proizvodnje.

Da je upoznato sa pojmom „robna marka“ i da zna što on podrazumijeva izjavilo je 86% ispitanika ali je tek nešto više od polovine njih (56%) izjavilo da preferira kupovati proizvode poznatih robnih marki.

Osnovni razlog zbog kojega se kupci odlučuju za kupovinu proizvoda poznatih robnih marki je garancija kvalitete (60% ispitanika) s kojom su oni zadovoljni. Zanimljivo je da je 25% njih izjavilo da proizvode poznatih robnih marki kupuju na preporuku drugih ljudi (prijatelja, rodbine) iz čega se može izvući zaključak da oni nemaju vlastito mišljenje o takvim proizvodima već se povode za stavovima drugih ljudi.

Analizom stavova osoba koje ne preferiraju kupnju proizvoda robnih marki ustanovljeno je da 51% njih smatra da robna marka ne garantira kvalitetu proizvoda, dok 27% njih navodi visoku cijenu koja nije u skladu s kvalitetom koju ti proizvodi posjeduju.

Dobiveni rezultati ukazuju da stvaranje robne marke određenog proizvoda ne garantira automatski i njegov uspjeh na tržištu (veću potražnju, više prodajne cijene). Ključni faktor za tržišni uspjeh nekog proizvoda je briga o njegovoj kvaliteti, odnosno definiranje kvalitativnih obilježja proizvoda i uspostava takvog sustava proizvodnje i plasmana kojim će se ona moći kontinuirano pratiti.

Čak 79% ispitanika potvrdno je odgovorilo na pitanje da li smatra potrebnim da se mladi krumpir označava oznakom robne marke i to prvenstveno iz razloga što žele znati gdje je on proizveden.

Da kvaliteta mladog krumpira ovisi o području na kojem je proizveden smatra 39% ispitanika iz toga je vidljivo da kupci oznaku robne marke različito poimaju kod mladog krumpira nego što je to kod drugih proizvoda. Oni kroz robnu marku prvenstveno žele dobiti informaciju gdje je mladi krumpir proizveden jer smatraju da je to važnija informacija za procjenu stvarne kvalitete nego sama tvrdnja proizvođača, kao što je to slučaj kod drugih proizvoda.

Međutim, kod uvođenja robne marke posebnu pažnju treba voditi o prodajnim cijenama budući da najveći udio ispitanika, čak 32% od onih koji su se izjasnili protiv stvaranja robne marke mladog krumpira, opravdavaju takav stav bojazni da će mladi krumpir tada poskupjeti.

Upitani na koji način najčešće konzumiraju mladi krumpir, 30% ispitanika odgovorilo je da ga najčešće priprema pečenog u pećnici, dok 25% ispitanika najčešće ga jede kao pomfrit.

Na skali važnosti najvažnije obilježje u konzumaciji mladog krumpira je okus kojega su ispitanici ocijenili prosječnom ocjenom 4,33. Međutim, 35% ispitanika izjavilo je da inače ne primjećuje razlike u obilježjima okusa, mirisa i konzistencije pojedinih sorti mladog krumpira. Nadalje, vrlo je znakovito da je čak 56% ispitanika koji konzumiraju mladi krumpir iz različitih regija Hrvatske izjavilo da ne primjećuje razlike među krumpirima iz različitih regija. Iz toga se može zaključiti da znatan broj potrošača nije dovoljno upoznat sa organoleptičkim obilježjima mladog krumpira pa je jedan od pozitivnih efekata uvođenje robne marke „Istarski mladi krumpir“ svakako i povećanje opće razine educiranosti potrošača. Potrošači koji primjećuju razliku u kvaliteti mladog krumpira s obzirom na regiju u kojoj je proizveden najbolju ocjenu dali su mladom krumpiru iz Like (ocjena 4,53), zatim slijede mladi krumpir iz Dalmacije (4,25) i iz Istre (4,15).

Ocjenom kvalitete mladog krumpira proizvedenog u različitim regijama Hrvatske, analizirano po pojedinim regijama prebivališta ispitanika, ustanovljeno je da je u svim regijama, osim u Dalmaciji, najbolje ocijenjen mladi krumpir iz Like. Ispitanici iz Dalmacije najbolje su ocijenili mladi krumpir proizveden na području Dalmacije. Kvaliteta mladog krumpira iz Istre najbolje je ocijenjen u regiji Istra i Primorje, ali i u Zagrebu što je pozitivno s aspekta

mogućnosti povećanja njegove postojeće proizvodnje i plasmana na ovo najveće domaće tržište.

#### b) Anketiranje trgovaca na malo

Sve anketirane trgovine na malo u svojoj su ponudi redovno imale mladi krumpir. Trgovci na malo većinom nabavljaju mladi krumpir od veletrgovaca u 40% slučajeva, što su veletrgovci potvrdili. Dio njih nabavlja mladi krumpir i direktno od proizvođača (25,9%). Na ta dva načina nabave se odlučuju zbog povoljnijih cijena, sigurnošću kontinuiteta i količina te zbog kvalitete.

Mogućnost izbora za trgovce na malo je zadovoljavajuća glede sorata i porijekla kod navedenih sustava nabave, a kriteriji za odabir točno određene sorte ovise od regije porijekla, izgleda i cijene. Čak 78,1% trgovaca na malo je zadovoljno izborom glede sorata i regija proizvodnje. Trgovci na malo su od svih kriterija najviše rangirali izgled kao presudan za nabavu mladog krumpira. Pored toga važno je za mladi krumpir da stigne što ranije na tržište i da bude prihvatljiv po cijeni. Trgovci na malo preferiraju mladi krumpir bijelih sorata.

Količina prodanog mladog krumpira u trgovinama na malo kreće se od 300 do 2000 kg godišnje ovisno o trgovini. Polovica prodanog mladog krumpira u anketiranim trgovinama na malo dolazi iz istarske županije, a nekolicina trgovaca ukupnu količinu kupuje u Istri.

Istarski mladi krumpir jasno prepoznaje 10,7 % trgovaca na malo, u istom postotku ga ne prepoznaju, a ostali (oko 80%) nisu u potpunosti sigurni prepoznati istarski mladi krumpir.

#### c) Anketiranje veletrgovaca

Obzirom da veliku ulogu u distribuciji krumpira imaju i veletrgovci napravljena je i anketa sa njima radi istraživanja potencijala prodaje mladog krumpira. Namjera je bila u sustavu Veletržnica Hrvatske dobiti relevantne podatke o postojećoj prodaji mladog krumpira te o potencijalu za prodaju mladog istarskog krumpira. Istražene su veletržnica Zagreb, Rijeka i Split.

Veletrgovci najčešće prodaju mladi krumpir lokalno i regionalno, u tri četvrtine slučajeva.

Kako je zagrebačka veletržnica najveća te ima najveću prodaju procjenjujemo da se i najveća količina robe prodaje na području Zagreba i okolice opskrbljujući malotrgovce, trgovine, ugostiteljske objekte, prodavače zelene tržnice i dr.

Najveći udio veletrgovaca prodaje između 51 i 100 tona mladog krumpira godišnje. Slijede veletrgovci u rangu prodaje 101 do 200 tona i s nešto manjim postotnim udjelom veletrgovci s najmanjom prodajom mladog krumpira 15 do 20 tona. Projekcija svih veletrgovaca pokazuje da bi se moglo prodati oko 2 miliona kg mladog krumpira godišnje.

Najveći udio veletrgovaca kupuju mladi krumpir iz Međimurja zbog blizine tog tržišta (Zagreb), manjih troškovi prijevoza i velike ponude, a time i nešto niže cijene mladog krumpira. Slijedi kupnja istarskog mladog krumpira sa 27% od ukupne kupljene količine.

Pozitivna je situacija da više od dvije trećine mladog krumpira kojeg nabavljaju veletrgovci dolazi iz Hrvatske (72%), a manje od trećine prodaje ide iz uvoza. Dakle veletrgovci svakodnevnom praksom pokazuju da nabavom domaćeg mladog krumpira prepoznaju da hrvatski potrošači traže domaći proizvod.

Iz uvoza mladi krumpir dolazi najviše iz Belgije i Nizozemske, razlog tomu je i praktično pakovanje u najlonskim vrećicama od 3 i 5 kg što je zahvalno za malotrgovce i kupce na zelenoj tržnici. Važan je faktor vrijeme dostave na veletržnicu koja je bila tri tjedna ranija od domaćeg mladog krumpira.

Cijena otkupa mladog krumpira nije se značajno razlikovala po regiji porijekla niti prema proizvođačima odnosno uvoznicima, naime cijena se kretala od 3 do 5 kn i to u svim regijama

(Slavonija, Istra, Međimurje i Dalmacija) osim kod jednog proizvođača u Dalmaciji koji je cijenio 5 do 7 kn svoj krumpir.

U dogovorima s veletrgovcima proizvođači su pristajali najčešće na najnižu cijenu od 3 kn po kilogramu za svoju robu.

Cijena uvoznog krumpira u pravilu je viša u odnosu na domaći. Prema istom rangiranju za 17% je manje veletrgovaca plaćalo najnižu cijenu za mladi krumpir, a dvostruko veći broj veletrgovaca je plaćalo cijenu 3 do 5 kuna za uvozni u odnosu na domaći krumpir.

Sami veletrgovci na tu cijenu su dodavali 2 do 4 kune u daljnjem lancu prema svojim kupcima i na domaći i na uvozni mladi krumpir.

Tri četvrtine veletrgovaca smatra da je za njihovu prodaju najpoželjnija prodaja u pakiranjima od 10 kg. Prema krajnjim kupcima i malotrgovcima ta veličina bi trebala iznositi 3 do 5 kg. Prema vrsti ambalaže najpoželjnija je jutena vrećica odnosno platnene vrećice jer zauzimaju najmanje prostora i jednostavne su za slaganje i preslagivanje u transportu. Najveći udio veletrgovaca (42%) navodi jutu kao najpogodniji materijal. Kartonske kutije poželjne su za veličinu pakiranja od 10 kg radi lakšeg ukrcavanja na palete, a isto vrijedi za drvene sanduke iste kilaže.

Ocjenom stupnjeva slaganja sa pojedinim tvrdnjama nastojali smo utvrditi u kojoj mjeri se veletrgovci slažu sa tvrdnjama koje pozitivno naglašavaju obilježja mladog istarskog krumpira u odnosu na mladi krumpir iz ostalih hrvatskih regija odnosno na uvozni.

U ocjeni konkurentnosti istarskog mladog krumpira zbog blizine proizvođača, a time i manjih troškova transporta, troškova uvoza i drugih troškova, veletrgovci ocjenjuju vrlo pozitivno istarski mladi krumpir, navodeći u dvije trećine da je to velika konkurentna prednost.

Cijena istarskog mladog krumpira nije se pokazala u dovoljnoj mjeri konkurentnom, što se vidi iz navoda tek 13% veletrgovaca koji se potpuno slažu s ovom tvrdnjom. Trećina ih smatra da su cijene istarskog mladog krumpira slične cijeni mladog krumpira iz ostalih regija i iz izvoza (vidi graf 5 i 6) stoga im cijena nije glavna konkurentna prednost.

Da je kvaliteta istarskog mladog krumpira jako značajna za veletrgovce pokazuje da njih čak 60% povezuju osobinu kvalitete sa istarskim krumpirom.

Veletrgovci drže da je imidž mladog istarskog krumpira vrlo pozitivno stoga se tri četvrtine ispitanika u potpunosti slaže ili slaže sa ovom tvrdnjom.

Radi procjene buduće prodaje koja je trenutno procijenjena na 2 miliona kilograma godišnje, bilo nam je važno saznati u kojoj mjeri se veletrgovci slažu o dostatnosti potražnje na tržištu. Veletrgovci su u petini slučajeva izjavili potpuno slaganje sa ovom tvrdnjom, a njih dvije petine isto se slaže. Ostali dio veletrgovaca nije bio siguran u procjeni količina za tržište stoga su izrazili neutralan stav. Ako usporedimo ove podatke s podacima o procjeni količina prodaje možemo uspostaviti relativan odnos onih veletrgovaca koji su procijenili najveće količine moguće godišnje prodaje (iznad 200 tona) i pozitivnog stava – dva najviša stupnja slaganja o potražnji.

U konačnici ispitali smo stavove veletrgovaca o značaju robne marke istarskog mladog krumpira koja bi obuhvatila sve pozitivne karakteristike proizvoda za tržište pod prepoznatljivim znakom – logotipom, od jasno deklariranog proizvođača, te standardiziranog po tehnološkoj proceduri proizvodnje. Dvije trećine veletrgovaca izrazilo je visok stupanj slaganja, a samo četvrtina nije se složila s potrebom zaštite porijekla.

U slučaju zaštite robne marke istarskog mladog krumpira najveći udio veletrgovaca (60%) procijenio je povećanje prodaje do 20%, što je u odnosu na postojeću procjenu prodaje 800 000 kg godišnje.

Veletrgovci su izrazili stav da bi dopustili povećanja cijene do 20%, što bi značilo od 75 lipa do kune u odnosu na sadašnju cijenu 3 do pet kuna, što bi ukupno značilo 6 kuna po kilogramu mladog istarskog krumpira sa zaštićenom robnom markom. Oko desetine bi

omogućilo povećanje cijene do trećine i desetina bi omogućila maksimalno povećanje cijene – za više od 50%.

Potencijal za izvoz ocijenjen je nedovoljnim zbog nedovoljnih količina i za domaće tržište i stoga nema garancije za kontinuitet snabdijevanja inozemnog tržišta. Trenutna kao nezaštićen robni proizvod i na domaćem i na stranom tržištu s problematičnom kalibražom i ambalažom ne bi mogao zadovoljiti standarde najbližeg tržišta Eu te bi se izgubio u masi krumpira s drugih tržišta.

#### 4.5. Razvoj ambalaže i logotipa za istarski mladi krumpir

U sklopu projekta na osnovu anketnih istraživanja i u dogovoru sa proizvođačima utvrđena je kartonska kutija koja sadrži cca 15 kg krumpira. Ovakva ambalaža zadovoljava zahtjeve proizvođača, trgovaca i dijelom potrošača. Razvojem robne marke, širenjem proizvodnje i nabavkom linije za punjenje planira se pakiranje i u polietilenske vrećice 2, 5, i 10 kg, te ovisno o zahtjevima dobavljača i u jutene vreće od 10 do 25 kg.



Slike 16 i 17. Izgled prednje i stražnje strane ambalaže za pakiranje mladog krumpira „ISKRO“



Slika 18. Izgled bočne strane ambalaže za pakiranje mladog krumpira „ISKRO“

Paralelno sa razvojem tipa ambalaže razvio se i dizajn ambalaže te prepoznatljiviji logotip sa imenom Iskro. Logotip u sebi sadrži više elemenata koje je objedinio a to su ime krumpira, ime Zadruge, naziv proizvoda te simbole Zadruge, Istre i krumpira. Samo ime Iskro proizašlo

je iz asocijacije na Istru (Is) i Hrvatsku (kro). Logo s imenom prijavljen je Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo s ciljem njegove zaštite.



Slika 19. Javno predstavljanje logotipa istarskog mladog krumpira (pojedini suradnici projekta i članovi Zadruga Agro – Istra)



Slika 20. Konačna verzija loga istarskog mladog krumpira „ISKRO“

Tijekom provedbe projekta konstantno se upoznavala šira javnost sa realizacijom projekta putem televizije i novina, a veliki doprinos promidžbi pridonijeli su i anketari putem anketiranja.

## 5. SUDIONICI PROJEKTA

- Institut za poljoprivredu i turizam u Poreču (nositelj projekta)
- Zadruga „Agro-Istra“ u Puli (inicijator projekta)
- Institut za jadranske kulture i melioraciju krša u Splitu (usluge kemijskih analiza tla i gomolja krumpira – mineralne tvari, usluge provedbe pokusa u Dalmaciji)
- Biotehnički fakultet Sveučilišta u Ljubljani (usluge kemijskih analiza gomolja krumpira – organski spojevi)
- Srednja ugostiteljska škola „Anton Štifanić“ (priprema krumpira i osiguranje prostora za degustaciju)
- Obiteljsko gospodarstvo Matijašić Maria iz Sv. Vida – Umag (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)
- Obiteljsko gospodarstvo Dubravac Damira iz Rovinja (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)

- Obiteljsko gospodarstvo Pršurić Maria iz Ženodrage – Poreč (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)
- Obiteljsko gospodarstvo Jurković Petra iz Pomerana – Pula (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)
- Obiteljsko gospodarstvo Zohil Emilijana iz Pomerana – Pula (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)
- Obiteljsko gospodarstvo Odak Maria iz Opuzena (ustupanje površina za postavljanje pokusa i provedba agrotehničkih mjera)

## **6. KORISNICI PROJEKTA**

- Zadruga "Agro - Istra", odnosno njezini članovi
- Potrošači mladog krumpira
- Trgovci mladog krumpira



**7. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE**

a) Analiza troškova prema planiranom i ostvarenom proračunu iz Obrasca prijave projekta prema slijedećoj tablici:

<b>21. PRORAČUN PROJEKTA (u kunama): 175.000,00</b>			
	<b>1. GODINA</b>	<b>2. GODINA</b>	<b>UKUPNO</b>
<b>PUTNI TROŠKOVI</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	20.000,00	11.000,00	31.000,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>19.277,5</b>	<b>8.077,00</b>	<b>27.354,50</b>
<b>PLAĆE</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	23.000,00	21.800,00	44.800,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>24.042,00</b>	<b>15.819,34</b>	<b>39.861,34</b>
<b>MATERIJALNI TROŠKOVI TVRTKE ILI USTANOVE VODITELJA PROJEKTA</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	8.750,00	8.750,00	17.500,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>7.875,00</b>	<b>6.125,00</b>	<b>14.000,00</b>
<b>TROŠKOVI KUPNJE NOVE OPREME</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	24.700,00	-	24.700,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>17.158,66</b>	<b>-</b>	<b>17.158,66</b>
<b>TROŠKOVI POTROŠNOGA MATERIJALA, UREDSKOG MATERIJALA I SL.</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	17.000,00	10.000,00	27.000,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>14.475,67</b>	<b>16.077,86</b>	<b>30.553,53</b>
<b>TROŠKOVI PREMA UGOVORIMA S DRUGIM ODJELIMA, INSTITUCIJAMA ILI FIZIČKIM OSOBAMA *</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	10.000,00	10.000,00	20.000,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>5.770,60</b>	<b>14.769,60</b>	<b>20.540,20</b>
<b>TROŠKOVI TISKANJA ZAVRŠNOG IZVJEŠĆA U OBLIKU KNJIŽICE</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	-	10 000,00	10.000,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>UKUPNO:</b>			
planirano (iznos naveden u prijavi projekta)	103.450,00	71.550,00	175.000,00
<b>Do sada ostvareno</b>	<b>88.599,43</b>	<b>60.868,80</b>	<b>149.468,23</b>

b) Dostavljena sredstva od strane MPRRR i Istarske županije za realizaciju projekta :

<b>Ukupno odobreno (kuna) od Ministarstva poljoprivrede ribarstva i ruralnog razvoja</b>	<b>175.000,00</b>
<b>Ukupno do sada utrošeno (kuna)</b>	<b>149.468,23 *</b>
<b>1. rata</b> Datum uplate 01.01.2008.	
Iznos (kuna)	61.250,00
<b>2. rata</b> Datum uplate 29.12.2008.	
Iznos (kuna)	17.500,00
<b>3. rata</b> Datum uplate 04.05.2009.	
Iznos (kuna)	17.500,00
<b>4. rata</b> Datum uplate 18.12.2009.	
Iznos (kuna)	43.750,00
<b>5. rata</b> Datum uplate	Nakon obrane završnog izvješća i uplate županije
Iznos (kuna)	
<b>Ukupno odobreno (kuna) od Istarske županije</b>	<b>75.000,00</b>
<b>1. rata</b> Datum uplate 25.2.2008.	22.500,00
<b>2. rata</b> Datum uplate	8 dana nakon prezentacije i predaje završnog izvješća projekta MPRRR
Iznos (kuna)	

\* Ostatak sredstava nakon planiranih uplata planira se utrošiti za tiskanje rezultata u obliku knjižice, plaćanje dugovanja za kemijsku analizu uzoraka (organski sastav krumpira), u potpunosti nabavku planirane opreme, daljnjih novčanih obaveza oko registracija žiga-loga, prezentaciji rezultata projekta, materijalne troškove ustanove voditelja projekta i na honorare suradnika projekta što se nije do sada u potpunosti moglo realizirati zbog nedostatka sredstava koja su se morala čuvati za tekuće poslove kako bi se projekt uspješno priveo kraju.

## 8. POPIS KUPLJENE OPREME

Redni broj	NAZIV OPREME	IZNOS (KUNA)
1.	Vaga PCE-PCS30 s opremom	3.874,72
2.	Vaga PCE-LSM200 s opremom	5.110,58
3.	Digitalni refraktometar PAL 3	8.174,00

## 9. ZAKLJUČCI

- Realizacijom projekta ostvaren je i osnovni cilj projekta stvoriti prepoznatljivu robnu marku istarskog mladog krumpira «ISKRO».
- Utvrđeno je područje uzgoja istarskog mladog krumpira koje obuhvaća zapadni dio Istre od Umaga do Pule gdje susrećemo crvenicu kao tip tla.
- Standardizirala se tehnologija proizvodnje koja se temeljila na dosadašnjoj praksi i rezultatima istraživanja.
- Definirani su osnovni parametri kvalitete istarskog mladog krumpira koji se u dosta svojstava razlikuje od mladog krumpira iz Dalmacije. Na taj način trgovcima i potrošačima ponuđen je proizvod poznate i standardne kvalitete.
- Standardiziralo se pakovanje i dizajn ambalaže za distribuciju krumpira koji će ga činiti prepoznatljivim i različitim od ostalih.
- Razvio se logotip istarskog mladog krumpira koji je specifičan, prepoznatljiv i u sebi sadrži niz elemenat koji asociraju na područje uzgoja.
- Dobiveni rezultati, niz provedenih aktivnosti na terenu te promidžba stvorili su temelj za izradu specifikacije i zaštitu geografskog podrijetla istarskog mladog krumpira što se planira u budućnosti.
- Tijekom provedbe projekta zainteresirao se veći broj poljoprivrednika za komercijalnom proizvodnjom mladog krumpira i učlanjenjem u Zadrugu što dodatno jača proizvođače kao interesnu skupinu.
- Planiraju se povećati površine pod mladim krumpirom među članovima Zadruge obzirom na pojačan interes tržišta.
- Za daljnje približavanje kupcima i trgovcima mladim krumpirom nužno će biti svake godine poraditi dalje na promidžbi pojavljivanjem na različitim sajmovima, na televiziji i novinama te drugim različitim oblicima reklamiranja. Uz sve to neophodno je održavati standardnu kvalitetu proizvoda te pratiti pojavu novih ranih sorata krumpira i uvoditi u proizvodnju samo one koje odskaku po svojim kvalitativnim svojstvima.
- Obzirom na provedene ankete, za održavanje imiđa na tržištu članovi zadruga moraju nabaviti sortirnicu i pakirnicu za mladi krumpir čime će se moći na tržište ponuditi krumpir razne kalibraže u raznim pakovanjima, te opran ili sa ostacima zemlje čime će proširiti sortiment proizvoda i zadovoljiti potrebe različitih zahtjeva potrošača i trgovaca mladim krumpirom.