

Oznaczenia „produkt polski” może używać zagraniczna firma

18 września 2022

Pewien internauta opowiadał kiedyś, jak w zakładzie pracy w azjatyckim kraju zauważył, że obcokrajowcy noszą odzież patriotyczną z symbolami Polski. Zdziwił się wielce, zapytał więc o to. Okazało się, że niedaleko produkowano takie ubrania.



Jak pisze Mateusz Perowicz na stronie Klubu Jagiellońskiego: „Oznaczenia »produkt polski« może używać każda firma, nawet zagraniczna. To wprowadza w błąd konsumentów chcących kupować polskie produkty”. Perowicz zwraca uwagę, że biało-czerwona flaga na opakowaniu produktu nie zawsze odzwierciedla narodowość kapitału i producenta. Kupując go, możemy tak naprawdę wspierać obce firmy.

Istnieją różne inicjatywy mające na celu propagowanie tzw. patriotyzmu konsumenckiego, jak np. „Dzień polskiej żywności”. Przedsięwzięcia tego typu promują rodzime artykuły spożywcze i ich wytwórców.

Chęć kupowania rzeczy wyprodukowanych w ojczyźnie jest duża wśród Polaków, co pokazują sondaże. „Badania przeprowadzono na zlecenie firmy Barbora i według przedstawionych wyników aż 83% Polaków zwraca uwagę, czy wybierane przez nich artykuły spożywcze są polskie”.

Perowicz pisze, że częstość występowania polskich flag na produktach jest odpowiedzią ze strony firm na zapotrzebowanie konsumentów. Aczkolwiek takie flagi mogą być po prostu chwytem marketingowym. Osoba niezaznajomiona z tematem może odnieść mylne wrażenie, iż promująca reprezentację Polski w piłce nożnej sieć sklepów Biedronka jest rodzimą, a nie portugalską,

firmą, jak jest w rzeczywistości.

Autor artykułu powołał się na dane z aplikacji Pola i podzielił produkty z polskimi flagami na trzy kategorie. Pierwszą nazwał „kupczeniem barw narodowych”: „Chodzi tutaj o sytuacje, gdy producent stosuje zupełnie niezrozumiałe oznaczenia i pozoruje znacznie większy związek swoich produktów z Polską, niż jest [to] w rzeczywistości”. Drugą kategorię określił mianem „Polishwashing”. Chodzi o zaznaczenie na produkcie konkretnego związku z Polską. Przykładem może być napis “Wyprodukowano w Polsce. Z polskiego mleka” na opakowaniu twarogu francuskiej firmy Président. W końcu trzecia i ostatnia kategoria to „biało-czerwony mieszmasz”.

Perowicz ma na myśli produkty polskich producentów, na których podkreślone jest ich pochodzenie, ale brak jednolitego oznaczenia. „Polski producent musztardy nakleja na etykiecie biało-czerwony prostokąt, a jego zagraniczna konkurencja biało-czerwone serduszko. W efekcie dla konsumenta nie ma zauważalnej różnicy między rodzinną polską firmą a zagranicznym koncernem, który przez 20 lat działalności w Polsce nie zapłacił ani złotówki podatku”.

Autor podał też przykład napisu “Produkt Polski” na torebce cukru z Lidl’a. Okazuje się, że jest to zgodne z prawem stanowionym. „Administracja publiczna nie jest w stanie odpowiedzieć na ten problem zgodnie z oczekiwaniami Polaków, ponieważ według prawa Unii Europejskiej nie możemy wartościować firm ze względu na pochodzenie kapitału. Wszelkie tego typu inicjatywy w innych krajach UE zostały zablokowane przez Komisję Europejską”.

Gdyby na opakowaniu każdego produktu widniała flaga jego producenta, bardzo możliwe, iż odnotowano by w Polsce spadek popytu na produkty niemieckich firm. To z kolei nie byłoby raczej na rękę Unii Europejskiej.

Autorstwo: Michał Waligóra

Na podstawie: Klub Jagielloński, Twitter

Źródło: MediaNarodowe.com