Vreme: 08.07.2026 13:07
Medij: blic.rs
Link: https://www.blic.rs/biznis/vesti/menja-se-pravilo-za-sajder-brisel-uvodi-tri-kategorije-za-pice-od-
Autori: Nada Matić
Teme: Evropska komisija

Naslov: DA LI PIJEMO LAŽNI SAJDER?Drama u EU zbog popularnog letnjeg pića: Omiljen NAPITAK mnogih mogao bi da promeni naziv i ukus

3945

Evropska unija želi da tačno definiše šta je piće od jabuke ili popularni sajder, ali neke zemlje se snažno protive ideji da se samo alkoholna pića napravljena od 100% soka od jabuke ili kruške mogu klasifikovati kao takva. Dok se proizvođači u Francuskoj, Španiji i Ujedinjenom Kraljevstvu drže isključivo ovih originalnih recepata, nordijske zemlje masovno proizvode mnogo širi spektar ukusa i protive se predlogu da se, na primer, jabukovače sa ukusima lubenice, borovnice, manga ili zove u budućnosti nazivaju "pićima na bazi jabuke". Prvobitni predlog Evropske komisije podelio je pića u tri kategorije - oznaka "premijum jabukovača" bila bi rezervisana za pića napravljena od 100% soka od jabuke ili kruške, "jabukovača" za najmanje 50%, a "pića na bazi jabukovače" bila bi ona sa najmanje 20% tog soka. Poslanici Evropskog parlamenta i proizvođači iz nordijskih zemalja pobunili su se protiv takve klasifikacije, verujući da ona favorizuje Francusku i Španiju. Danski poslanik Evropskog parlamenta Asger Kristensen je još u martu pisao Komisiji da bi takav predlog imao štetan uticaj na dugogodišnje nordijske sajdere, uprkos njihovoj dugoj tradiciji i značajnom udelu na evropskom tržištu jabukovača. "Ne postoji presedan za takav standard, nema ekvivalentnih pravila za bezalkoholna pića ili pivo, niti dokaza o potražnji potrošača. Nacrt ne nudi nikakvu korist za potrošače, dodaje regulatorno opterećenje i troškove, suprotan je agendi EU za pojednostavljenje i konkurentnost i devalvirao bi nordijske jabukovače u poređenju sa drugima", naglasio je u martu. "Evropski proizvođači i jedinstveno tržište biće nepotrebno podeljeni po kulturnim i geografskim linijama. Verujemo da bi Komisija trebalo da prestane da razvija ove standarde, koji su očigledno u suprotnosti sa programom EU za pojednostavljenje i konkurentnost", rekao je Kristijan Heningsen, globalni šef za odnose s javnošću danske grupe, za "Fajnenšel tajms". Grupa poslanika Evropskog parlamenta, predvođena Fincem Pekom Toverijem, nazvala je ideju da ljudi ne mogu da razlikuju osvežavajuće jabukovače od tradicionalnih regionalnih proizvoda "potcenjivanjem potrošača". Francuzi i Španci, s druge strane, zahtevaju da se jabukovača definiše prema istoj logici kojom je strogo definisano da je vino isključivo proizvod dobijen fermentacijom grožđa. Njihov stav je da se autentična jabukovača mora dobiti isključivo prirodnom fermentacijom soka od jabuke ili kruške, a ne industrijskim mešanjem koncentrata, vode i šećera, i da kupci imaju pravo da znaju da li kupuju "pravu jabukovaču" ili "alkoholno piće sa ukusom". Prema najnovijem predlogu, do kog je došao "Fajnenšel tajms", Evropska komisija je odgovorila na kritike kompromisnom verzijom dokumenta sa malo drugačijim procentima. Piće napravljeno od 100% soka od jabuke je "klasična jabukovača", "jabukovača" je proizvod koji sadrži najmanje 35% soka od jabuke, dok su pića sa nižim procentom "pića na bazi jabukovače". "Komisija će nastaviti razgovore sa svim državama članicama kako bi dalje istražila opcije koje mogu koristiti sektoru jabukovače u Evropskoj uniji u celini. Rešenje koje mogu podržati sve države članice se i dalje traži", rekao je portparol evropskog izvršnog tela. Još jedna ideja je pomenuta ranije - povezivanje tradicionalnih naziva jabukovače, sajder i Apfelvajna sa pićima proizvedenim u Španiji, Francuskoj, Nemačkoj i Austriji, prateći istu logiku po kojoj je šampanjac isključivo penušavo vino proizvedeno u francuskom regionu Šampanje. Iako novije procene pokazuju dalji rast u sektoru, polazna tačka u zvaničnim analizama često su podaci Euromonitora iz 2019. godine, kada je tržište jabukovače i krušaka u EU vredelo 6,2 milijarde evra. Sektor zapošljava preko 5.000 ljudi, a Evropsko udruženje (AICV) okuplja 180 uglavnom malih proizvođača, sa vidljivim trendom širenja iz

tradicionalne Zapadne Evrope ka novim tržištima kao što su Italija, Grčka i Turska. (Izvor: Fajnenšl tajms)