



Обзор СМИ 21.11.2018 – 27.11.2018 (органика)

Оглавление

Россия	3
Более 160 млн евро составляет потребление органической продукции в России (22.11.2018 г., TheDairyNews)	3
Знак органической продукции появится в России к сентябрю 2019 года и с 2020 года компании смогут наносить его на упаковки своих продуктов (26.11.2018 г., РБК ТВ)	4
Самое дорогое для органического производителя – его торговая марка! (25.11.2018 г., AGROXXI)	5
Российская «органика»: мало произвести, надо переработать и продать! (26.11.2018 г., Вокруг Москвы)	11
ЕАЭС	14
Органическое сельское хозяйство лечит даже почву (20.11.2018 г., Беларусь Сегодня)..	14
Добровольная сертификация и новые требования к производству: как будут развивать органическое земледелие (21.11.2018 г., Белта)	15
Курсы по органическому земледелию планируют организовать в Полесском госуниверситете Регионы (26.11.2018 г., БЕЛТА)	17
В мире	18
Рынок экологически чистых вин быстро растет (23.11.2018 г., Вести.Экономика)	18
Почему в Азербайджане так мало органических продуктов? (22.11.2018 г., ohi.az)	19
Украина планирует масштабное представительство на "Биофах 2019" (27.11.2018 г., Пропозиція)	20
Президент НААН рассказал, в чем видит перспективы аграрной науки (26.11.2018 г., Пропозиція)	21
Новости партнеров	21
Более 100 участников из 12 стран мира приедут на Международную конференцию «Qazaq Organic Food» в Астану (20.11.2018 г., Аграрный сектор)	21
Международный тренинг с участием европейских экспертов по выращиванию органической ягоды (Organic Business School)	22
Международная конференция «Зеленое сельское хозяйство для устойчивого моря - GRASS 2018»	22

Приложение	23
Почему IT-шники и юристы начали заниматься органической ягодой и как им обезопасить себя от убытков (Интернет-газета Экономика)	23
Исследование GfK: тренды ЗОЖ в России и их влияние на покупательское поведение (26.11.2018 г., adindex.ru)	26
Давайте познакомимся	27
Органическое молоко от компании ЭтноПродукт (goodwine.ua).....	27
«История в Богимово»: бренд сохраняет наследие (22.11.2018 г., Вестник агропромышленного комплекса)	28
Новое в библиотеке.....	29
Журнал «Контроль качества продукции»	29
Фестиваль зеленого документального кино ECOCUP	30

Архив Обзоров СМИ находится: <https://cloud.mail.ru/public/FHmz/K1nyUhpT7>

Россия

Более 160 млн евро составляет потребление органической продукции в России (22.11.2018 г., TheDairyNews)



В последние годы спрос на натуральные продукты в нашей стране растет, несмотря на их более высокую цену. В настоящее время в России потребляют органическую продукцию на сумму 160 миллионов евро, при этом 70% потребления приходится на Москву и Московскую область. По оценкам зарубежных экспертов, к 2025 году Москва будет потреблять органическую продукцию на сумму 1,5 миллиарда евро, из которых около 15%, или порядка 225 миллионов евро, будет приходиться на молочную продукцию. Востребованность органической продукции в регионе открывает широкие возможности для органических сельхозпроизводителей.

«Наши производители готовы к новым требованиям и любым вызовам времени. Ключевой аспект в вопросе развития органического сельского хозяйства — это цена. При отсутствии удобрений, средств защиты растений урожайность и другие производственные показатели сильно падают, поэтому продукт получается дороже. Если потребитель готов платить больше, региональные аграрии этот спрос удовлетворят. Мы положительно оцениваем тот факт, что появляются требования относительно производства экологической продукции. Как только у нас появятся законодательные нормативы, этот рынок сразу же станет прозрачнее», — считает министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Андрей Разин.

Помимо высокого спроса, Москва обладает еще одним преимуществом в сфере развития органического сельского хозяйства. Производители из других субъектов РФ привозят на территорию Москвы свою органическую продукцию, часто — непереработанную. Так в окрестностях Москвы появляются хабы органической продукции. При этом магазины хотят получать уже готовые товары. Поэтому на территории в радиусе 20 км от Москвы можно развивать перерабатывающие производства на сырье, привезенном из других регионов.



Экологическая ситуация в мегаполисе — не помеха развитию органического сельского хозяйства в Московской области.

«Хотел бы отметить, что исторически именно в Московской области начало зарождаться органическое молочное животноводство России. В 2006 году была создана корпорация «Органик», запустившая на территории Шатурского, Рузского и Волоколамского районов сельхозпредприятие, которое с 2010 года начало производить первые органические молочные продукты под маркой "Это Лето"», — рассказал директор Национального органического союза и спикер Молочного форума Олег Мироненко. По его словам, хотя не все районы Подмосковья пригодны для органического сельского хозяйства, территории в радиусе от 60 до 110 км от Москвы вполне подходят для этого.

«Более того, на этих землях существует целый ряд уже сертифицированных под органику земель, которые сегодня не используются», — добавил Мироненко.

Для развития органического сельхозпроизводства, в том числе в молочной отрасли, необходима поддержка государства. Основную роль в этом должны играть региональные власти. Многие регионы уже готовы к этому. Меры поддержки производителей органики важно ввести и в Московской области.

Заместитель Председателя Правительства Московской области Денис Буцаев отмечает: «Важность развития органического сельского хозяйства нельзя недооценивать, основываясь на мировой тенденции стабильного роста спроса и ограниченности предложения. На V Международном агропромышленном молочном форуме в этом году предстоит обсудить темы устойчивого развития органического производства в России и выход на внешние рынки. Учитывая непростую систему сертификации, важно поддержать отрасль и убедить производителей в рентабельности перехода к органике».

Органическое сельское хозяйство станет новой темой в повестке V Международного агропромышленного молочного форума. Ее рассмотрят во второй день работы в формате экспертного клуба, среди участников будут представители компаний, которые уже реализуют органическую продукцию по высоким органическим стандартам.

<http://www.dairynews.ru/news/moskovskaya-oblast-blagopriyatnyy-region-dlya-razv.html>

Знак органической продукции появится в России к сентябрю 2019 года и с 2020 года компании смогут наносить его на упаковки своих продуктов (26.11.2018 г., РБК ТВ)



Знак органической продукции появится в России к сентябрю 2019-го года и с 2020-го года компании смогут наносить его на упаковки своих продуктов, сообщили в Национальном органическом союзе.

Производители органики должны пройти сертификацию. Пока документ выдает лишь одна компания, отмечают в Союзе. Еще две-три будут аккредитованы в ближайшее время.

Закон об органической продукции требует ее соответствия национальным стандартам, они станут обязательными с 20-го года, когда закон вступит в силу. Сейчас российские стандарты отвечают европейским на 70 процентов. Доля России на мировом рынке органических продуктов - 0,2 процента, но в будущем, считают в кабмине, может составить до 25 процентов. Специалисты уверены, Россия сможет выйти на рынки Европы и Китая.

Олег Мироненко (Исполнительный директор национального органического союза): Вопрос, который сейчас находится на рассмотрении, что за собой что все-таки потащит? Экспорт потащит внутренний рынок, или внутренний рынок с его разработкой, с его проработкой вопроса связанных с переработкой позволят нам научиться по-другому продавать органику в том числе. Это вопрос достаточно важный, потому что от этого будет зависеть и где ляжет основная маржа. Продавая неконечный продукт, мы практически оставим всю маржу от продажи органического продукта на территории тех стран, которые будут его перерабатывать и продавать.

По оценке Минсельхоза, по всей России можно ввести в оборот более 10 миллионов гектаров земли. Большая их часть пригодна для органического земледелия.

Видеозапись сюжета доступна на YouTube Национального органического союза по ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=7djmQNwAFhg&t=3s>

Самое дорогое для органического производителя – его торговая марка! (25.11.2018 г., AGROXXI)

АВТОР: Анна Медведева



В рамках международной выставки «ЭкоГородЭкспо Осень 2018» прошла конференция «Эко био органик продукция в ритейле: путь к потребителю». Представители сектора органики, производители и ритейлеры, обсудили перспективы развития производства и продаж органики в России

В рамках 9-й международной выставки «ЭкоГородЭкспо Осень 2018» 23 ноября 2018 года прошла 5-я практическая конференция «Эко био органик продукция в ритейле: путь к потребителю».

В последнее время отмечается повышенный интерес потребителя к экологически чистой и органической продукции, и торговые сети стараются уделять этому внимание. Ритейл выделяет полки под органические товары. Этой теме была посвящена конференция: производители и ритейлеры обсудили насущные вопросы развития отрасли в данном направлении.

Модератор секции Лидия Макшейн, основатель проекта «Серегина.ру», бренд-менеджер торговой сети «Азбука Вкуса», эксперт рынка продуктов ЗОЖ, поприветствовала участников дискуссии и выразила надежду, что удастся вынести что-то полезное по итогам встречи.

Олег Мироненко, исполнительный директор Национального Органического Союза, уделит внимание законодательным моментам. Он напомнил, что в августе 2018 года президентом России был подписан закон об органике: «Это вызвало ажиотаж на рынке, ряд регионов начал быстро принимать свои программы по поддержке бизнеса, выделил деньги, когда закон еще не вступил в силу. Количество производителей, прошедших сертификацию и ушедших на конверсию, превышает данные по предыдущим годам. Мы уже перешли цифру 90, это показатель того, что закон уже подходит к реальной ситуации».



Олег Мироненко подметил, что и ритейл в сфере органики развивается, например, сеть «Органик Маркет» за этот год открыл 7 магазинов, интенсивно идет обсуждение развития продаж органик-продукции с «Азбукой вкуса», сетью «Гипер-Глобус».

С 1 января 2020 года закон вступает в силу, напомнил эксперт, и есть время для подготовки. «Закон отсылочный. Он достаточно нетрадиционен для России, но традиционен для Европы. Закон отсылает к национальным стандартам, которым должна соответствовать органическая продукция. Вы должны пройти сертификацию. Во всем мире все, что касается органики, регулируется на уровне стандартов, - пояснил Олег Мироненко. – В законе закреплено только одно название – «органический». Понятия «эко» и «био» закон не регулирует, это отсроченная ситуация. Когда мы пойдем на взаимопризнание с Европой и миром, мы оговорим эти понятия как эквивалент, но сегодня, чтобы не путать потребителя, в законе закреплено только название «органический» на русском языке. С момента, когда закон вступает в силу, все национальные стандарты становятся обязательными».

В сентябре вице-премьер Гордеев подписал план-график о введении в действие отдельных моментов по реализации закона. «До этого на рынке происходила вакханалия, появлялось множество писем, где говорилось – вот этому что-то поручается, этому что-то

поручается. Сейчас в плане четко обозначено, кто за какие направления отвечает, - заметил Олег Мироненко.

– В ближайшее время в положение о Минсельхозе будет введено направление «органическое сельское хозяйство», и Минсельхоз будет отвечать за его развитие. Ведомство обязано будет выпустить приказ, чтобы назначить ответственного за это направление. До конца декабря, мы надеемся, такой приказ появится. Второе – вопрос реестра. В плане обозначено, кто будет отвечать за реестр».

С 1 ноября, напомнил также Олег Мироненко, отменен стандарт о производстве и маркировке органической продукции от 2015 года. «Было два стандарта, национальный и межгосударственный, которые входили в противоречие между собой. Часто от производителей можно было слышать – а по какому стандарту надо сертифицироваться. Теперь стандарт 2015 года отменен. Сегодня действует три стандарта по органике. Первый вводит понятие терминологии и определения, его изменений не планируется. Третий стандарт – я перескочу – это правила сертификации. И главный стандарт, который влияет на нас всех, - это межгосударственный стандарт производства и маркировки органической продукции, он действует не только в России. Он был принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации СНГ, поэтому любая из стран СНГ может его использовать в качестве национального. Сейчас он рассматривается как межгосударственный стандарт для стран ЕАЭС. Из стран ЕАЭС к стандарту уже присоединились также Кыргызстан и Россия, из стран СНГ - Таджикистан. По предварительной информации Белоруссия приняла решение о присоединении к этому стандарту. Окончательно это будет решено до конца декабря. Вопрос присоединения Казахстана находится на обсуждении. Осталось договориться о единой системе сертификации».

Также Олег Мироненко напомнил, что в закон последним этапом были включены дикороссы. Но нет национального стандарта по дикороссам. Есть решение в 2019 году решить этот вопрос.

Сейчас идет работа по признанию межгосударственного стандарта международным сообществом в рамках взаимодействия с IFOAM International. Прошло уже два этапа согласования, рассказал Олег Мироненко, и уже есть понимание, что нужно менять, а это важно знать производителям, которые будут проходить сертификацию. Изменения будут внесены к ноябрю 2019 года и надо это учитывать. Будет расширен глоссарий - дополнено понятие «ГМО» и «наноматериалы», появятся новые разделы, например, очистка и дезинфекция, убой и так далее. Будет введен запрет на использование наноматериалов в упаковке органической продукции. Все изменения будут опубликованы до принятия, чтобы производители успели подстроиться.

Новый закон об органике может и отрицательно сказаться на развитии органики, замечает Олег Мироненко, если не изменить нынешние требования проверяющих органов, которые направлены на регулирование производства при классическом сельском хозяйстве. Поэтому две недели назад, рассказал эксперт, было согласовано решение о создании межведомственной комиссии, которая должна решить эти вопросы. С большинством ведомств договоренности о работе в комиссии есть - в нее войдут Минсельхоз, Росстандарт, Росаккредитация, Роспотребнадзор, Россельхознадзор.

Олег Мироненко напомнил, что сегодня только одна компания-сертификатор уже аккредитована Росаккредитацией, и есть надежда, что еще две-три будут аккредитованы в ближайшее время. К сентябрю 2019 года появится знак органической продукции, и на упаковке в 2020 году сертифицированные компании смогут его размещать.

Сергей Коршунов, председатель правления Союза органического земледелия, заметил, что большая часть производителей сертифицированы по зарубежным стандартам и ориентированы на экспорт.

В России же основные потребители органики – это города-миллионники, а из аудитории – это молодые мамы, сторонники ЗОЖ, которые покупают органику, следуя тренду поддерживать экологию и здоровый образ жизни. А основной внутренний рынок органики 160 млн долларов – это поставки органики из-за рубежа, российской продукции, готовой к продаже, почти нет. «Из 90 производителей реально работает половина, а из этой половины почти все работают на экспорт», - заметил Сергей Коршунов. Эксперт считает, что доверие потребителя российскому органическому продукту пока равняется нулю, доверяют больше импортным продуктам, надо это доверие развивать. При этом переход маленьких производителей в органику для них может стать способом выжить.



«Региональные сети конкурируют с федеральными, не хотят иметь на своих полках тот ассортимент, что уже есть на полках федеральных сетей, это путь к уходу с рынка, конкурировать с крупнейшими сетями с аналогичной продукцией невозможно, - заметил **Сергей Кузнецов, директор Союза Независимых Сетей России.**

– Региональные сети всегда работали с местными небольшими производителями». Региональный покупатель более близок к покупке продукции с натуральным вкусом, он к этому привык, считает эксперт. Стандартный ассортимент в регионе не срабатывает, и нужны пути взаимодействия с локальными производителями. «С этой точки зрения органическая продукция более понятна, генетически, что ли, региональному покупателю. Обратите внимание на локальные рынки», - говорит Сергей Кузнецов.



К сожалению, развитие продаж органики ограничивают доходы населения, заметил Сергей Кузнецов: «Растут отдельные участники рынка, в целом рынок не растет. Идет борьба за перераспределение рынка. А главный аргумент - это цена. Это сказывается и на рынке органической продукции, который только формируется».

Павел Абрамов, основатель производственного предприятия «Чёрный хлеб», поделился своим практическим опытом взаимодействия с торговыми сетями. Надо, в частности, учитывать объем самой торговой сети, ведь производителю надо обеспечить наличие своего товара во всех магазинах сети. Эксперт также рассказал, что к оформлению упаковки есть свои требования (наличие штрих-кода, раскладка товара в паллеты), также в стоимость продукции нужно будет заложить процент возврата, разработать логистику. У региональных сетей требования менее жесткие, чем у крупных федеральных. Также, заметил Павел Абрамов, можно вести прямые продажи сетям или через дистрибьютера. «Ввести новый ассортимент сложная задача, но более сложная задача – подписать договор с сетью», - рассказал эксперт. Компания «Черный хлеб» искала в свое время дистрибьютера, но не нашла, и решила напрямую развивать продажи в сети – такого опыта не было, он нарабатывался по ходу работы. Сейчас компания сотрудничает с компаниями «Мираторг», «ГиперГлобус», «Карусель» и некоторыми другими сетями. «Чтобы работать с дистрибьютером, нужна грамотная ценовая политика», - замечает также Павел Абрамов: дистрибьютер должен зарабатывать, и они хотят обычно минимум 30 процентов, и нужна дельта в цене продукции для сети напрямую и для дистрибьютера. «Нам дистрибьютеры нужны, потому что коммуникации с сетями напрямую сложны», - рассказал Павел Абрамов.



Для торговой сети все исчисляется рублями, которые они заработают на вашей продукции, и уже после этого они думают о политике ввода в продажи органики, подчеркнул эксперт. А для производителя самое важное – его имя. «У производителя самое дорогое – это его торговая марка. Приняв решение о продаже в сети продукции по СТМ, вы вскоре придете к тому, что все сети будут требовать от вас того же», - заметил Павел Абрамов.

Лидия Макшейн, бренд-менеджер торговой сети «Азбука Вкуса», рассказала о работе сетей со здоровым питанием. С 2005 года Лидия Макшейн занимается в компании направлением ЗОЖ, и органика является частью этого направления. «Есть направления, которые в тренде – веганство, продукты с пониженным содержанием сахара, безглютеновая диета и так далее, - заметила эксперт. – Если вы играете на рынке «органик», учитывайте тренды здорового питания, тогда покупатель будет выбирать вас». Важно также «вкусно упаковать» продукт, а значит, нужны расходы на маркетинг, это надо учитывать.



«Часто потребитель реагирует на значки – если на упаковке много значков, то хорошо, «надо брать». Органический сертификат в этом смысле важен», - заметила Лидия Макшейн, подчеркнув, что «Азбука вкуса» старается образовывать покупателя, объяснять ему, почему хорош органический продукт, даже если он дороже, и почему его надо покупать.

Эксперт рассказала также, что «Азбука вкуса» работает с фермерами: «Это не «органик», но один шаг до этого. С фермерами работает лаборатория с высокими требованиями по качеству. Это наш вклад в образовательную работу: фермера надо подтянуть по нашим стандартам, чтобы его продукция соответствовала нашим требованиям». Чтобы органический рынок заработал активнее, считает Лидия Макшейн, надо «подогревать атмосферу» благодаря информационной работе: ««Потребитель готов купить, производитель готов произвести, продавец готов продать» - эта связка должна работать».

«Я тот человек, который каждый день отвечает на звонки и письма. Все эти запросы примерно об одном и том же. Количество запросов растет, в 2017 году запросов выросло на 51 процент. Большинство запросов связаны с пищевой продукцией», - рассказала **Алеся Орлова, руководитель направления по работе с клиентами НП «Экологический союз»**. 25 процентов запросов – это работа с потребителями, этические аспекты, работа с их заинтересованностью. Есть вопросы также, связанные с выходом на экспорт, с сертификацией, с развитием. «Чаще всего просят «Нам нужен экобиоорганиксертификат», выясняется, что человек имеет в виду что угодно, - рассказала Алеся Орлова. – Это говорит о том, что рынок еще в зачаточном состоянии. Информации мало, в то же время, когда специалист в нее погружается, он тонет в своих вопросах».



«И органическая, и экологическая сертификация – не конкуренты, а партнеры», - считает Алеся Орлова. – Миссия маркировки в том, чтобы снизить нагрузку на окружающую среду. Мы рекомендуем производителям обратить внимание на обе системы. Отличие в акцентах. Органика – это производство без нарушения экосистемы. А эко – это подтверждение безопасности продукции для природы и человека. Какая маркировка лучше, о чем нас часто спрашивают. Это как сравнивать два стола – круглый и квадратный. Форма разная, а функция маркировок одинаковая – они минимизируют воздействие человека на окружающую среду. Производитель должен ответить себе на вопрос, для чего ему нужен этот сертификат. Если это внешний рынок и пищевая продукция

– это только международный органик. Если предприятие рассчитано на внутренний рынок, то работают все сертификаты. Тут надо учесть, что гринвошинг может быть и со стороны производителя, бывает, что документы выдают за 30 тысяч рублей за две недели. Экологическая сертификация более быстрая, но это не значит, что она менее качественная».

Оксана Бондаренкова, руководитель отдела продаж торговой сети «Гипер Глобус», рассказала о том, как в сети появился раздел «Эко.Био.Веган»: «Мы пришли к этому в 2012 году, посещая конкурентов в Европе, мы заметили активное развитие продаж экопродуктов. Мы поняли, что нам нужно начать развитие этого в своих магазинах». Сначала удалось собрать около 125 артикулов. Эксперимент просуществовал недолго, продажи были неактивные. Через год эту полку сеть расформировала, временно оставив эту идею. Потом появились специализированные магазины, а также рестораны и кафе, направленные на такую продукцию, подобные товары появились в сетях-конкурентах. «И мы снова вернулись к этому, решили собрать ассортимент и провести эксперимент в Красногорске. Наши успехи нас удивили, отдача и отклик покупателей был очень положительный. Мы получили большое количество отзывов покупателей, которые выбирают осознанный образ жизни, о том, что им интересна эта продукция», - рассказала Оксана Бондаренкова. И сеть начала развивать работу с подобной продукцией.



Светлана Павленко, руководитель отдела закупок отдела «Эко.Био.Веган» торговой сети «Гипер Глобус», рассказала о критериях отбора продукции в отдел. Это 1300 артикулов сухих продуктов, 80 артикулов фермерской молочной продукции, более 100 артикулов – продукция для веганов. И в ассортименте всего гипермаркета есть органические продукты, в том числе в разделах косметики, бытовой химии, детского питания. «Пока мы доверяем зарубежным маркировкам, но надеемся, что на российском рынке все нормализуется», - заметила Светлана Павленко.

На вопрос участников дискуссии, не будет ли путаться покупатель, видя на одной полке и эко, и био, и органическую продукцию, Оксана Бондаренкова заметила, что вся информация будет отражаться в том числе и на ценниках, чтобы покупатель легко ориентировался. Но возможно, для органической продукции сеть выделит и отдельную полку: «Если у нас будет появляться больше сертифицированных органических продуктов, я это не исключаю, мы гибко работаем. Но сейчас нет достаточного ассортимента для этого». Оксана Бондаренко выразила благодарность представителю бренда «Угличе Поле»: эта органическая продукция продается в сети «Гипер Глобус».

Эколог Юлия Ермолаева, научный сотрудник Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН Казанского Федерального Университета, рассказала о глобальных и российских трендах в экопотреблении. Центр провел социологическое исследование-опрос аудитории в Москве и Казани, в частности, представителей науки, НКО, государственного сектора, управленцев и так далее. Важно повышение грамотности населения и понижения социального неравенства, развитие новых пространств, так появятся устойчивые сети потребителей и производителей продовольствия. А информационные технологии (умный дом, в частности) помогут развивать и свои домашние хозяйства.



Эксперты, поучаствовавшие в опросе, предложили различать качество и безопасность продукции. От экопродуктов покупатель ожидает большей свежести и более интересный вкус. Биопродукт и фермерский продукт обесценивается и у производителей, и у

потребителей, показывают результаты опроса, и важным моментом становится маркировка и сертификат продукта.

Анна Ольговская, директор по маркетингу органического бренда «Углече Поле», со своей стороны, рассказала о том, что органический сертификат подтверждает качество продукта для потребителя. «Натурально полученный продукт» не дает гарантии, он может быть позже подвергнут какой-то обработке, экопродукт экологически чистый, но с точки зрения органики этого недостаточно. Что касается биопродукта, то для России слово «био» ничего не значит законодательно, если это зарубежный биопродукт, то этому можно доверять. «Фермерский продукт» - мой нелюбимый термин, он вообще ничего не означает, - рассказала Анна Ольговская. – Органика же будет защищена законом об органике, и уже есть ГОСТы, по которым можно сертифицировать продукцию. Сертификат дает гарантию качества продукта, там прописано все от семян до упаковки. Это гарантированное отсутствие пестицидов, антибиотиков и прочих веществ, которых мы боимся, это содержание животных в комфортных условиях».



Анна Ольговская рассказала, что органическая продукция «Углече Поле» сертифицируется по российскому ГОСТу. «Евролист не имеет законодательного признания в России, единственное, что получает производитель, используя евролист, - это повышенное доверие потребителя», - напомнила Анна Ольговская. Российский ГОСТ написан на русском языке и понятен каждому потребителю. Минус российского ГОСТа – он пока новый, и для производителя это пока препятствие для построения доверия потребителя. Но российская сертификация более доступна для производителей, работающих на российском рынке. «Сейчас надо проявить свою позицию и сказать - мы российские производители, и в наших руках сделать этот ГОСТ действительно действующим, честным, и чтобы к нему было доверие. Это наша миссия. Давайте развивать наше законодательство, оно хорошее и качественное», - резюмировала Анна Ольговская.



https://www.agroxxi.ru/stati/samoe-dorogoe-dlja-organicheskogo-proizvoditelja-ego-torgovaja-marka.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

Российская «органика»: мало произвести, надо переработать и продать! (26.11.2018 г., Вокруг Москвы)

БЕСЕДОВАЛА: Елена Пустыгина



Анатолий Накаряков – исполнительный директор компании "Савинская Нива".

Анатолий, Вы давно занимаетесь органическим сельским хозяйством (и животноводством, и растениеводством), насколько эти отрасли сельского хозяйства России готовы к вступлению в силу закона об "органике"?

В целом, предприятия сельхозотрасли не совсем готовы к вступлению в силу закона. Есть отдельные хозяйства, которые производят органическую продукцию, большая часть занимается этим из «идейных» соображений, и небольшая часть рассматривает органическое сельское хозяйство как бизнес. Эта категория предпринимателей в основном делает ставку на экспортный потенциал органического сельского хозяйства. Об этом, применительно к "органике", говорят и руководители сельскохозяйственной отрасли страны. Для меня и моих единомышленников важно, чтобы прежде всего, развивался российский рынок производства, переработки и потребления органических продуктов.

Что значит Ваша фраза о том, что кто-то занялся «органикой» по идейным соображениям?

Это люди, которые пришли в отрасль не за большими деньгами, сейчас в сфере органического сельского хозяйства заработать большие деньги сложно, если мы не говорим об экспорте. Многие пришли в эту сферу потому, что начали болеть сами или их дети. Чаще всего это новые компании, а не те, которые перешли с привычных интенсивных методов ведения хозяйства на органические.

Чем, прежде всего, отличается органическое сельское хозяйство от привычного?

Прежде всего, другим отношением к почвам. Оно заключается в отказе от использования химии в качестве удобрений. Забота о чистоте и плодородии почвы выходит на первый план. Это основа эффективного органического производства. Такое отношение к почвам позволяет уменьшить влияние погодных факторов и недостатка питательных веществ. В ухоженной почве микроорганизмы начинают сами производить достаточное для выращивания культур количество полезных веществ.

Это сложно реализовать в российских условиях?

Нет, эти основы заложены классиками российского земледелия – почвоведомы – практиками: Костычевым, Докучаевым, Тимирязевым, Прянишниковым, Вильямсом. Западные эксперты и исследователи говорят нам, что в российском почвоведении много ученых, чьи разработки можно брать на вооружение. Сейчас в мире органического земледелия популярны идеи по повышению плодородия почв российского ученого Ивана Овсинского, который работал на рубеже 19-20 веков и показывал фантастические результаты. И сегодня многие используют его опыт!

Вы занимаетесь и органическим животноводством, и органическим растениеводством? Какая отрасль быстрее адаптируется к требованиям закона об органике?

Сегодня в России больше растениеводческих хозяйств, и очень мало животноводческих органических хозяйств, поскольку это более трудоемкое занятие: необходимо обеспечить органический корм, лечить животных без применения антибиотиков, и отдача не такая быстрая, как в обычном секторе. Я знаю 3 хозяйства, которые занимаются производством органических молочных продуктов, и одно мясное, кроме нашего, есть одно птицеводческое хозяйство на юге страны. Есть компания «Агриволга», она выпускает органические молочные и мясные продукты под маркой «Угличе поле» и открыла свои магазины в Москве.

Получается, что к началу 2020 года фактически органического мяса и молока на нашем рынке будет мизер, а что можно ожидать от растениеводства?

Здесь ситуация лучше. Но есть один важный момент: мало вырастить органическое зерно, важно, чтобы оно было переработано, как органическое! Поэтому компании часто самой приходится решать проблему переработки и упаковки своей органической продукции. Переработчики сельхозпродукции сегодня пока не видят перспектив перехода на переработку органики. Есть возможность параллельно перерабатывать органическое и неорганическое сырье, но здесь руководство предприятия должно захотеть пойти на такой эксперимент. Для переработки органического сырья нужно очистить производственную линию, отдельно упаковать готовую продукцию и т.д., и это ведет к дополнительным сложностям и затратам. Крупные переработчики на такие шаги не идут! Им не выгодно, а малых производств просто нет, или им материально сложно перестроиться на переработку органического сырья. И я не уверен, что даже к 2023 и даже 2025 году выстроится надежная цепочка из производителей и переработчиков органической продукции. Такая же ситуация и с производством органических овощей. Плюс к названным проблемам, есть еще проблема отсутствия специалистов по производству органической продукции. Сегодня в "органику" приходят агрономы со старой школой, которым пришлось изменить свое "мировоззрение", принять как данность, что с вредителями можно бороться без химии, удобрять почву тоже, не используя химические препараты. В органическом овощеводстве требуется более высокая квалификация, более тщательный подход к выбору сорта, нужно знать препараты для борьбы с вредителями, которые можно использовать. У нашего предприятия был опыт выращивания органических овощей, отрасль непростая, но я бы взялся за нее!

Выходит, что к началу 2020 года российской органической продукции на полках будет мало, но ведь спрос на нее есть! Может быть, высокая цена станет стимулом развития органического производства?

Я не сторонник заоблачных цен на "органику", я не считаю, что это должна быть продукция премиум класса. Максимум, она должна быть дороже на 50%! Тогда спрос будет стимулировать рост производителей органической продукции. Надеюсь, через 5-7 лет органический сектор в России окрепнет, и его продукция будет «по карману» основной массе покупателей.



Сегодня складывается такое впечатление, что чиновники из госструктур, которые имеют прямое отношение к реализации закона, мало разбираются в проблемах органического сельского хозяйства?

Не секрет, что многие были против принятия закона об органической продукции, потому что не было и до сих пор у многих людей в руководстве отрасли нет понимания, зачем нужен закон и органическая продукция. Европа прошла этот путь: в Германии инициатором принятия законодательства об "органике" были фермеры. Они начали производить, затем объединяться в союзы и инициировать принятие закона. У нас пока движение «снизу» небольшое, получается, что закон навязывается «сверху», что встречает

сопротивление и непонимание в тех же чиновничьих кабинетах. Думаю, время "органики" все равно наступит!

Как говорят эксперты, принятие закона должно простимулировать рост органического сектора, а что еще нужно для этого сделать?

Продукция должна продаваться! Фермеру, который производит "органику", сложно самому это делать. Ритейлу, как показывает мой опыт, эта продукция не очень интересна. Единственный магазин, где я видел органические полки, это Ашан, в нем представлена в основном зарубежная органическая продукция, в «Азбуке вкуса» я таких полок не заметил. Много фермерских продуктов, но это не всегда органические продукты. В Москве работает магазин органической продукции «Биоистория». Есть попытки сети «Гипер Глобус» формировать такие полки. Есть попытки небольших интернет-магазинов торговать продукцией здорового питания – и это все! Может быть в крупных городах России есть также магазины органической продукции, лавки, о которых мне неизвестно. Не хочу обижать владельцев.

Другими словами, спрос все же не настолько велик, чтобы ритейл и производители перешли на торговлю и производство органики?

Да, пока это так!

Анатолий, а как Ваша компания выживает на рынке? Как решали все проблемы, как искали поставщиков?

А мы продолжаем искать поставщиков, переработчиков, потребителей, собираемся запускать проект по производству органического молока, нам до сих пор нужны контакты и партнерство с ритейлом! У нас тоже проблемы есть, и работы много!

Остался год до вступления в силу базовых положений закона, что в масштабе государства надо сделать, и как Вы готовите к этому свою компанию?

Я считаю, нужен закон, который обяжет снабжать детские учреждения продуктами, выращенными в органических хозяйствах. И пока на высоком уровне это не обсуждается!

А это реально сделать?

Если воля государства будет, вполне реально. Нужна будет поддержка таких хозяйств, разумно создать систему переработки органического сырья для детского питания. Это самое первое и самое реальное! Органические продукты нужны самым незащищенным, с этого можно начать, и это простимулирует развитие органического производства в стране.

Второе, нужно утвердить единую государственную маркировку для органической продукции, показать ее населению, организовать ее рекламную кампанию, чтобы люди узнавали этот знак и понимали, что он указывает на органический продукт.

Большая проблема с профессиональной экспертной поддержкой: в стране нет системы на уровне региональных минсельхозов, которая владела бы информацией об органических методах сельского хозяйства. Захочет фермер производить "органику", в минсельхозе региона ему никто помочь не может, нет там нужных специалистов!

Что касается нашей компании, то к началу работы закона об "органике" мы организуем поставки нашей органически произведенной гречки и овса переработчику, который начнет выпускать органическую гречневую крупу, хлопья из овсянки и много других наименований! Здесь возникает широкое поле для творчества: можно делать комбинации с дикоросами – грибами, ягодами, и в результате на рынке появится новая интересная органическая продукция!

<http://aroundmos.ru/society/socialnoe/616>

Органическое сельское хозяйство лечит даже почву (20.11.2018 г., Беларусь Сегодня)

АВТОР: Германович Ирина Львовна



Зеленая экономика уже давно стала центральной темой в глобальной повестке дня. Беларусь не отстает от мирового тренда: на днях Президент подписал закон, регламентирующий в стране оборот органической продукции.

В Беларуси самая высокая в Европе обеспеченность сельхозземлями — 1,04 гектара на жителя. И более миллиона гектаров — у фермерских хозяйств и частных. Это как раз те земли, на которых может возделываться органическая сельхозпродукция. Уже сегодня зеленым земледелием занимаются почти два десятка производителей, в том числе фермерские хозяйства. Сертифицировано 2742 гектара по заготовке дикоросов, и, как результат, 6 крупных экспортеров продают на зарубежные рынки березовый сок, лесные ягоды и грибы. Стоит ли говорить, с каким нетерпением фермеры ожидали принятия Закона «О производстве и обращении органической продукции».

Что самое важное в документе? Дано конкретное определение органическому продукту. Надо понимать, например, биокефир — это продукт, который содержит бактерии и не является органическим. Надписи на этикетках «био» и «эко» — это только реклама. Многие из нас полагают, будто на рынке у бабушек можно купить настоящую экологически чистую продукцию. Не факт: средства химизации или лечения домашних животных применяются и на личных подворьях.

Так вот, закон во всей этой путанице ставит точку. Органическая продукция — это «продукты растительного, животного и микробиологического происхождения, предназначенные для употребления человеком в пищу или использования в качестве корма для животных, продовольственное сырье, предназначенное для производства пищевых продуктов, семена, полученные в результате производства органической продукции». И, конечно же, без сертификации продукт не может называться таковым.

В законе определены требования по всей цепочке производства и обращения: органическая продукция должна быть отделена от неорганической на всех этапах ее производства. Есть нюанс: одновременно производить органическую и обычную продукцию можно, но при условии, что эти виды не должны смешиваться. Не вызывает сомнений и полный запрет на использование химически синтезированных веществ.

Интересно, что закон разрешает добровольную сертификацию органической продукции и процессов ее производства на соответствие госстандартам Беларуси. Если сертификат уже есть, хозяйство просто включается в реестр производителей органической продукции, который будет размещен на официальном сайте Госкомитета по стандартизации. Производители такой продукции получают право наносить на упаковку знак «Органический продукт».

Так ли важно развитие органического производства для нашей страны? Профессор Гродненского государственного аграрного университета, доктор сельхознаук Александр Аутко главным считает здоровье людей и обеспечение населения качественными продуктами питания:

— Не менее важно и снижение негативного воздействия химически синтезированных средств на окружающую среду, сохранение земли как нашего главного ресурса. Ведь в отличие от интенсивного сельского хозяйства органическое благоприятно

влияет на почву. И в конце концов оно способно «вылечивать» даже считавшиеся непригодными земли.

В Минсельхозпродe также не раз отмечали: органическое производство очень важно для развития малого и среднего предпринимательства. Это серьезный бизнес, экспортный потенциал которого огромен. И действительно, все больше людей озабочены здоровым образом жизни и полноценным питанием. Поэтому наши фермеры и руководители хозяйств, производящих такую продукцию, связывают свои надежды с развитием экспорта.

А тенденции европейского рынка этому явно благоприятствуют. Например, в 2016 году в странах ЕС выделили около 11,9 миллиона гектаров на органическое производство. Это почти 6,7 процента от общей площади сельхозкультур. Естественно, такие продукты намного дороже обычных. По данным Минсельхозпрода, в Европе литр обычного молока можно купить в среднем за 2, а органического – за 3,48 евро. Два килограмма обычного картофеля обойдутся в 3,38 евро, а выращенного без химии – в 12,3. С каждым годом растет спрос и на экологически чистые зеленые культуры, зерно.

Сможет ли наш сельхозбизнес занять новую нишу на международном рынке, где конкуренция достаточно высока? Много будет зависеть от позиции государства, отмечают наши ученые-аграрии. Александр Аутко: «Отечественные агрономы справедливо считают, что поскольку органическое производство сопряжено с рисками неурожаев, уменьшения объемов продукции, то, естественно, государство должно помочь фермерам и поддержать их. Если субсидий не будет, произведенная фермерами органическая продукция будет слишком дорога, что нехорошо уже само по себе».

Сможем ли поддержать фермеров не только законом, но и рублем, — пока неизвестно. Да, во всем мире органический продукт ценится и имеет высокую стоимость. Но надо понимать, что это ограниченное количество продукта. Нам, чтобы накормить народ, надо производить 8—10 миллионов тонн хлеба. Земледелие у нас должно быть в своей основе экологически интенсивным: не нарушая природу, но обеспечивая качество и безопасность нашей продукции.

<https://www.sb.by/articles/organicheskoe-selskoe-khozyaystvo-lechit-dazhe-pochvu.html>

Добровольная сертификация и новые требования к производству: как будут развивать органическое земледелие (21.11.2018 г., Белта)

АВТОР: Валерия Гаврилова



В Беларуси принят закон о производстве и обращении органической продукции. При этом способе сельхозпроизводства не используются химические препараты, гормоны роста, антибиотики и методы генной инженерии.

Результат достигается за счет агротехнических приемов, предупреждения возникновения болезней и распространения вредителей механическими и биологическими методами. О предусмотренных законом новациях и развитии органического земледелия в Беларуси в интервью корреспонденту БЕЛТА рассказал заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия Беларуси Владимир Гракун.

- Владимир Владимирович, насколько развито в Беларуси органическое земледелие на данный момент?

- В нашей стране органическое сельское хозяйство находится на начальном этапе своего развития. Быстро и эффективно перейти к этому способу сельхозпроизводства невозможно, поэтому переход должен быть постепенным. Необходимо дать возможность

не только крупным организациям, но и малому бизнесу (фермерам) попытаться освоить эту нишу на рынке.

В Беларуси производством органической сельскохозяйственной продукции занимаются более 20 организаций, включая фермерские и личные подсобные хозяйства, сельскохозяйственные и другие организации Брестской, Витебской, Гродненской, Минской и Могилевской областей. В Беларуси зарегистрированы 7 организаций, которые аккредитованы в Евросоюзе по выдаче сертификатов на производство органической продукции. Около 1,5 тыс. га сельскохозяйственных земель страны сертифицировано этими организациями.

В последние годы органическое сельское хозяйство в Беларуси развивается в нескольких направлениях: создание законодательной и производственной базы, информирование и обучение специалистов, проведение научных исследований. Разработки включают вопросы растениеводства, животноводства, продуктов переработки, производства микробиологических препаратов, специализированной техники, изучение общих экономических вопросов и т.д. В дальнейшем планируется продолжить изучение международного опыта по развитию органического сельского хозяйства, научные исследования, работу по созданию национального законодательства и формированию гармонизированной нормативной правовой базы, соответствующей общепринятым международным нормам.

- Много ли стран развивают производство органической продукции? Использовался ли международный опыт при подготовке законодательной базы в этой сфере в Беларуси?

- Международная федерация органического сельскохозяйственного движения (IFOAM) включает около 760 организаций и объединений более чем из 100 стран. Площадь земель, сертифицированных для производства органической продукции, увеличилась за последние 10 лет с 30 млн га до 58 млн га. Объем реализации органической продукции на мировом рынке вырос в 2,3 раза - до \$90 млрд. Особенностью данного сегмента рынка является его стабильно высокий рост - от 10% до 20% в год. Согласно экспертным оценкам, к 2020 году международный оборот органической продукции увеличится до \$130 млрд. Одновременно ведется активная разработка и совершенствование нормативного правового регулирования органического производства.

При подготовке проекта закона "О производстве и обращении органической продукции" изучался международный опыт стран ближнего и дальнего зарубежья и учтены особенности развития нашей страны. Законопроект разрабатывался при непосредственном участии специалистов Минсельхозпрода, НАН Беларуси, Госстандарта, Минздрава и других министерств, и ведомств. Закон направлен на развитие производства органической продукции в Беларуси и обеспечение ею населения, снижение негативного воздействия химически синтезированных средств на окружающую среду и здоровье людей, развитие малого и среднего предпринимательства, наращивание экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции.

Законодательство в этой сфере призвано развивать добросовестное производство и торговлю органической продукцией, в том числе защитить права потребителей от подделок. Иногда на полках магазинов можно увидеть товар с маркировкой "био", "эко" и другой при отсутствии соответствующего сертификата. Такого быть не должно.

- Какие требования к производству и обращению органической продукции предусмотрены законом?

- В соответствии с законом юридические и физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, вправе самостоятельно определять направление производства: производить органическую продукцию или продукцию, не являющуюся органической, или вести параллельное производство.

В законе определены госорганы, осуществляющие государственное регулирование в области производства и обращения органической продукции, их полномочия.

Установлены требования к процессам ее производства и обращению, а также условия, которые нужно соблюдать при параллельном производстве продукции (нельзя допускать контакт, смешивание органической продукции с продукцией, не являющейся органической). Иные требования к процессам производства органической продукции будут устанавливаться техническими нормативными правовыми актами, международными договорами Беларуси, а также международными правовыми актами ЕАЭС. Финансирование производства и обращения органической продукции будет вестись за счет средств производителей, республиканского, местных бюджетов по госпрограммам, а также других источников, не запрещенных законодательством.

- Как будет проводиться сертификация органической продукции?

- Законом вводится добровольная сертификация органической продукции и процессов ее производства на соответствие госстандартам Беларуси и техническим кодексам установившейся практики. Порядок такой сертификации определяется законодательством. При наличии сертификата юридические и физические лица будут включаться в реестр производителей органической продукции. Его разместят на сайте Государственного комитета по стандартизации. Кроме того, сертифицированные производители получают право наносить знак "Органический продукт" на потребительскую или транспортную упаковку. Этот знак может использоваться уже после того, как закон официально вступит в силу, то есть через год.

Для общественных организаций (объединений), ассоциаций и союзов производителей органической продукции предусматривается право устанавливать дополнительные требования к уже имеющимся в государственных стандартах и технических кодексах установившейся практики, а также к использованию знака "Органический продукт". Принятие закона будет способствовать росту спроса на отечественную органическую продукцию и дальнейшему развитию этого рынка в Беларуси.

<https://www.belta.by/economics/view/dobrovolnaja-sertifikatsija-i-novye-trebovanija-k-proizvodstvu-kak-budut-razvivat-organicheskoe-326428-2018/>

Курсы по органическому земледелию планируют организовать в Полесском госуниверситете Регионы (26.11.2018 г., БЕЛТА)



В Полесском государственном университете планируется организовать образовательные курсы для производителей органической продукции, сообщила корреспонденту БЕЛТА профессор кафедры экономики и бизнеса ПолесГУ Людмила Совик.

В университете прошел заключительный трансграничный семинар по вопросам организации производства и сбыта органических ягод в белорусско-украинском приграничье.

Мероприятие проводилось в рамках проекта международной технической помощи ЕС "Формирование предпринимательской среды для производства органических ягод в трансграничных районах Украины и Беларуси". Партнером ПолесГУ выступает Национальный университет водного хозяйства и природопользования из Ровно.

Проект завершается в январе 2019 года. До этого времени на базе региональных консультационно-образовательных центров при вузах будут проходить тренинги по органическому производству с выдачей сертификатов. "По условиям гранта у проекта должна быть жизнь и после его завершения. Останутся региональные образовательные центры в Пинске и Ровно. Они оснащены компьютерами, многофункциональной техникой и продолжают работу. Будем организовывать курсы в центрах для повышения квалификации

сельскохозяйственных работников, фермеров, поддерживать наши образовательные ресурсы на сайтах", - сказала Людмила Совик.

"В органическом производстве столько нюансов, что ни в одной книжке этого не пропишешь. Нужна теснейшая связь с практикующими фермерами. Думаю, мы сделаем курсы повышения квалификации на базе Полесского университета, где будет и теоретическая, и практическая части. Будем пытаться в нашем районе или, может быть, соседнем Столинском вовлечь фермеров в образовательную деятельность", - уточнила она.

В завершающем трансграничном семинаре приняли участие более 60 человек. Это представители целевых групп (руководители сельхозпредприятий, фермерских хозяйств), Минсельхозпрода, фондов поддержки малого и среднего бизнеса, перерабатывающих предприятий, белорусские трейдеры органических ягод, ученые из Беларуси, Украины, Польши. "Мы создали площадку для деловых, информационных, образовательных контактов, и она работает. Об этом можно сказать с полной уверенностью.

Конечно, предпринимательская среда формируется не в один день. Во всяком случае, основу мы заложили. Есть те, кто уже выразил желание создать или расширить свою органическую плантацию, сертифицировать продукцию", - добавила профессор. По ее мнению, процесс будет стимулировать и принятый недавно в стране закон об органическом производстве. "Обозначены механизмы поддержки органических производителей. Государство показало, что оно заинтересовано и будет работать в этом направлении. Это очень важно, потому что без закона мы бы очень медленно двигались вперед", - резюмировала куратор проекта.

<https://www.belta.by/regions/view/kursy-po-organicheskomu-zemledeliju-planirujut-organizovat-v-polesskom-gosuniversitete-326942-2018/>

В мире

Рынок экологически чистых вин быстро растет (23.11.2018 г., Вести.Экономика)



Рынок экологически чистых вин быстро вырастет в ближайшие пять лет, поскольку потребители все больше предпочитают вина без пестицидов, сообщает в исследовании консалтинговой компании IWSR по винам и спиртным напиткам.

Пока доля экологически чистых вин на рынке остается относительно небольшой во всем мире.

IWSR прогнозирует, что глобальные продажи органического вина превысят 1 млрд бутылок к 2022 г. по сравнению с 676 млн бутылок в прошлом году и 349 млн бутылок, проданных в 2012 г.

Рост будет зависеть от Соединенных Штатов, которые могут обеспечить рост спроса более чем на 14%, далее следуют Южная Африка и Норвегия, которые могут обеспечить рост спроса на 13,5%.

Доля органических вин, производимых на виноградниках, выращиваемых без химических пестицидов или удобрений, на мировом рынке вина в 2018 г. остается относительно низкой: 3,6% по сравнению с 2,4% в 2017 г., отмечает IWSR.

"Существует большой потенциал роста для органического вина", - заявил Reuters Хосе Луис Эрмосо, директор исследования IWSR.

"Это хорошая новость, в то время, когда глобальное потребление вина стагнирует, даже снижается на ключевых рынках, таких как Франция и Испания", - подчеркнул он.

По данным IWSR, почти каждые четыре из пяти бутылок органических вин, проданных в прошлом году, были куплены в Европе, а три лидера рынка - Германия, Франция и Великобритания - заняли 50% рынка.

Во Франции рост продаж органического вина особенно силен, и к 2022 г. его доля рынка достигнет 7,7%. В прошлом месяце поместье Chateau Latour, одно из самых престижных в регионе Бордо, французского миллиардера Франсуа Пино с 1993 г., получило сертификацию органического вина.

Другие производители вина отказались от своих органических проектов из-за растущей критики использования альтернативных пестицидов, таких как медь и сера, разрешенных в соответствии с правилами органического сельского хозяйства. Другая причина отказа - незащищенные пестицидами виноградники были повреждены грибковыми атаками.

Эрмосо сказал, что среди европейских производителей существует неопределенность относительно того, следует ли продолжать использовать серу, и добавил, что плесень наносит значительный ущерб урожаю в некоторых регионах.

Перевод виноградников на производство органического вина в основных странах-производителях замедлился в последнее время, и, по оценкам IWSR, в 2022 г. в мире будет 545 тыс. гектаров для на органического вина по сравнению с 408 тыс. гектарами в 2017 г. и 284 тыс. в 2012 г.

<https://www.vestifinance.ru/articles/110685>

Почему в Азербайджане так мало органических продуктов? (22.11.2018 г., oхu.az)



На сегодняшний день государственных проектов по развитию органического сельского хозяйства в Азербайджане нет, но законодательная база в данном направлении имеется.

Как передает Oхu.Az, об этом Media.Az сказал главный специалист департамента экономического анализа аграрно-исследовательского центра при Министерстве сельского

хозяйства Пярвиз Алиев.

«В стране был принят Закон об органическом сельском хозяйстве. Кроме того, имеется два распоряжения Кабинета министров и одно постановление президента, касающиеся развития этого перспективного направления», - сказал П.Алиев.

По его словам, для того чтобы заявить, что продукция является органической, необходимо наличие сертификата.

«Существует три вида сертификатов на органическую сельхозпродукцию. Речь идет о европейском, американском и японском стандартах качества. Данные сертификаты подразумевают очень много различных ограничений, поэтому выращиваемый овощ или фрукт, даже при соблюдении всех необходимых пунктов, далеко не всегда может считаться органическим. К примеру, некоторые пункты этих сертификатов подразумевают, что земля, на которой выращивается органическая агрокультура, не должна содержать даже остатков химических удобрений или пестицидов. Для этого почва, на которой будут выращиваться органические овощи и фрукты, три года должна "отдыхать"».

По словам эксперта, на сегодняшний день наша страна может предложить мировому рынку органической продукции такие продукты, как хурма, орехи, гранаты, розовое масло. Все они выращиваются без использования синтетических удобрений.

Алиев отметил, что Азербайджану было бы гораздо выгоднее самим отправлять на экспорт органическую продукцию, нежели привозить ее в Азербайджан.

«Все дело в цене этой продукции. Органические продукты питания очень дорого стоят. Для примера скажу, что 1 килограмм органических помидоров обойдется примерно в 8-9 евро, то есть в 16-18 манатов. Конечно, позволить себе такие продукты может далеко не каждый. Но, справедливости ради скажу, что в странах Запада, в Японии органические продукты весьма востребованы, особенно в таких городах как Нью-Йорк, Токио, Лондон», - поведал эксперт.

По словам П.Алиева, в Азербайджане есть такие сельхозкультуры, которые если и не на 100%, то на 70-75% могут считаться органическими.

Например, на Абшероне произрастают инжир, оливки, гранаты, виноград - все эти агрокультуры можно назвать органическими, но только отчасти. Дело в том, что необходимо учитывать еще и агроэкологические показатели - сбор продукции, его упаковку, транспортировку, воду, которой поливается растение, степень загрязненности воздуха территории, на которой он произрастает, и т.д.

А для получения сертификата об органической принадлежности агрокультур необходимо приглашать специалистов из сертифицирующих международных структур еще до того, как завязался урожай, с той целью, чтобы они взяли это фермерское хозяйство на учет», - подытожил эксперт.

<https://ru.oxu.az/economy/285265>

Украина планирует масштабное представительство на "Биофах 2019" (27.11.2018 г., Пропозиція)



компании "Органическая Украина".

Необходимо отметить, что с каждым годом увеличивается количество украинских компаний, которые производят украинскую продукцию и участвуют в крупнейшей международной выставке органических продуктов питания "Биофах" в г. Нюрнберг, Германия. В 2017 году на национальном павильоне Украины было представлено 15 таких компаний, в 2018 году - 20, а в 2019 году будет уже 29. Также очень заметно увеличивается площадь национального павильона Украины на этой масштабной выставке.

В 2014 году она составляла - 70 м², а в 2019 году - 130 м². На международной выставке "Биофах 2019" Украинский органический сектор впервые будет представлен официальным видеоматериалом "Organic in Ukraine", который был создан ООО "ПЛАН С" по запросу представителей бизнеса украинского органического сектора и инициирован Министерством аграрной политики и продовольствия Украины. Органические продукты украинского производства становятся более востребованными на иностранных рынках. По информации офиса поддержки реформ при Минагрополитики по состоянию на 31.12.2017 года общий объем экспорта органической продукции составил 260 тыс тонн. А поставляются наши органические товары в Нидерланды, Германию, Великобританию, Италию, Австрию, Польшу, Швейцарию, Бельгию, Чехию, Болгарию, Венгрию, США, Канаду, Австрию и несколько стран Азии.

<https://propozitsiya.com/ukraina-planiruet-masshtabnoe-predstavitelstvo-na-biofah-2019>

Президент НААН рассказал, в чем видит перспективы аграрной науки (26.11.2018 г., Пропозиція)



Будущее агропромышленного комплекса Украины в точном земледелии и производстве эко-продукции. Об этом заявил Президент Национальной академии аграрных наук Ярослав Гадзало, пишет propozitsiya.com со ссылкой на НААН.

По его мнению, перспектива аграрной науки в Украине за органическим производством продукции, развитием фермерства и точным земледелием. Это связано со стремительным развитием IT, космических технологий с возможностями определения качества почв, влагообеспеченности и тому подобное. Сверхважная роль отведена системам орошения для Юга Украины, осушению Полесской зоны и в целом эффективному регулированию водного режима.

Сделать такой сценарий возможным для сельского хозяйства в Украине способна стратегия комплексного развития, предусматривающая севооборот, удобрения, системы защиты и влагообеспеченности, инновационное развитие. Большое значение имеет кадровый потенциал отрасли. Сейчас в структуре НААН работают 1235 молодых ученых, из них 17 - докторов наук, 325 - кандидатов наук, около 500 учатся в докторантуре и аспирантуре. И хотя государственным работодателям сложно конкурировать за кадры с частным бизнесом, интерес молодежи к аграрной науке есть.

«В комплексе это будет соответствующий эффект. Я думаю, что сельское хозяйство в Украине через 100 лет - это, в первую очередь, точное земледелие, экологически чистая продукция с минимальными затратами энергоресурсов и использованием последних достижений науки и техники», - сказал Ярослав Гадзало.

<https://propozitsiya.com/prezident-naan-rasskazal-v-chem-vidit-perspektivy-agrarnoy-nauki>

Новости партнеров

Более 100 участников из 12 стран мира приедут на Международную конференцию «Qazaq Organic Food» в Астану (20.11.2018 г., Аграрный сектор)

АВТОР: Алия Ходжаева



В столице Казахстана 29 ноября в отеле Radisson Hotel Astana (Казахстан) состоится первая Международная конференция «Qazaq Organic Food: новые возможности, новые рынки»

Согласно информации, свое участие в мероприятии подтвердили опытные производители и экспортеры органической продукции из Казахстана и Украины, а также крупные импортеры из Германии (Saatenberg Handels & Consulting GmbH, RC Grain West GmbH), Швейцарии (Granosa), Нидерландов (DF International B.V.), Китая (Yihai Kerry, International Trading Co., Ltd.), Турции (Altat Tarim, Ecogen Denetim Ve Sertifikasyon) и других стран. Ожидается, что на конференцию приедут более 100 участников из 12 стран мира.

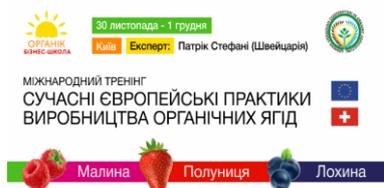
Отмечается, что данное мероприятие призвано содействовать привлечению мировых импортеров органических сельхозкультур к сотрудничеству с казахстанскими производителями и трейдерами, повышению уровня уже имеющегося органического

производства в стране, а также привлечению казахстанских аграриев к органическому земледелию.

Спонсором конференции выступила немецкая компания IMARTI, которая занимается переработкой органической продукции.

<https://agrosektor.kz/agriculture-news/bolee-100-uchastnikov-iz-12-stran-mira-priedut-na-mezhdunarodnuyu-konferenciyu-qazaq-organic-food.html>

Международный тренинг с участием европейских экспертов по выращиванию органической ягоды (Organic Business School)



Дата и место проведения: 30 ноября-1 декабря, г. Киев
Темы:

- Тенденции в области производства
- Технология выращивания
- Экономическое управление органической фермой

ЭКСПЕРТЫ

Патрик Стефани (fibl, Швейцария), консультант по производству органических ягод и фруктов в области устойчивого производства (научно-исследовательский институт органического сельского хозяйства Fibl, Швейцария)

Ганна Луцько - Агротехнолог, агроконсультант

Николай Быков - Консультант по органическому производству

Владимир Силенко - Агроконсультант компании БТУ-Центр

ЧТО ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ ОТ ТРЕНИНГА

Главная ценность - знание нового подхода к производству органических ягод и управлению биологически органических фермой в Европе

- Тенденции и перспективы производства органических ягод
- Практические аспекты, связанные с культивированием технологий;
- Данные об экономике управления экономикой
- Возможность получить данные об опыте работы европейских фермеров

Регистрация: (067) 103 9694, (050) 944 1242, ceo@organicbusiness.com.ua

Более подробная информация доступна на сайте: <http://organicbusiness.com.ua/>

Международная конференция «Зеленое сельское хозяйство для устойчивого моря - GRASS 2018»



ЦЕНТР
ЭКОЛОГИЧЕСКИХ
РЕШЕНИЙ

13-14 декабря 2018 года в Минске (Республика Беларусь) состоится Международная конференция «Зеленое сельское хозяйство для устойчивого моря - GRASS 2018».

Рассматриваемые вопросы конференции: Зеленая и циркулярная экономика; замкнутый цикл питательных веществ; зоны, чувствительные к биогенным веществам; Цели устойчивого развития.

В конференции примут участие представители Хельсинской Комиссии (Хелком), Coalition Clean Baltic, ФАО, МИД Беларуси, МСХП, ПРООН, WWF ВЕР. На конференцию приглашаются депутаты Парламентской комиссии по сельскому хозяйству, представители министерств и ведомств, представители учебных и исследовательских институтов НАН

Беларуси, специалисты сельского хозяйства, заместители председателей райисполкомов по сельскому хозяйству и продовольствию.

В рамках второго дня работы конференции **14 декабря вы можете принять участие в работе 6-й Международной конференции «Органическое сельское хозяйство Беларуси и цели устойчивого развития».**

Организаторы конференции

- Coalition Clean Baltic
- Учреждение «Центр экологических решений»
- Учреждение АгроЭкоКультура

Обсуждаемые темы:

- Роль законодательной базы для развития органического сельского хозяйства в Республике Беларусь и странах Балтийского региона
- Развитие органического рынка Беларуси, предпосылки и тенденции в Беларуси и странах Балтийского региона
- Образование и научные исследования в области устойчивого сельского хозяйства в Беларуси и странах Балтийского региона

Предварительная программа

Место проведения: Минский международный образовательный центр им.Й.Рау по адресу г. Минск, пр. Газеты Правда, 11.

Рабочие языки: английский \ русский (синхронный перевод).

Организаторы обеспечивают питание во время конференции. Компенсация расходов на проживание возможна.

Для того, чтобы стать участником конференции необходимо до 3 декабря 2018 г. зарегистрироваться по ссылке: <https://goo.gl/forms/TEscP536KzCSxpa12>

Контактная и справочная информация: учреждение «Центр экологических решений»: г. Минск, пр. Машерова, 9-1/1, тел.+375173423963, +375296434610, vinograd@tut.by, Поречина Наталья; +375 44 5557687 Любомир Клепач <https://ecoidea.by/ru/afisha/3795>

Приложение

Почему IT-шники и юристы начали заниматься органической ягодой и как им обезопасить себя от убытков (Интернет-газета Экономика)



Производство органической агропродукции приобретает все большую популярность в Украине. Эта популярность уже даже отразилась на законодательном поле — в июле парламент принял соответствующий закон, а президент его подписал. Отныне органика получила четкие критерии принадлежности к этой категории, поэтому требует жесткой сертификации. Вместе с тем, на волне моды на «органичность» появляется много желающих попробовать себя в роли

фермера, в надежде на сверхприбыли.

Николай Быков, консультант по внедрению проектов сертифицированного органического производства, рассказал iAgro, почему в этот бизнес идут люди из других

сфер, сколько может стоить проект по выращиванию органической ягоды, и почему новые инвесторы, экономя на знаниях, рискуют потерять деньги.

Прежде всего следует отметить, что когда говорят об органическом производстве/органической продукции, то каждый может понимать это по-своему: одни имеют в виду отсутствие пашни, другие — использование биопрепаратов, третьи — неиспользование гербицида «Раундап» или неиспользование ГМО-семян.

Но, на самом деле, органическая продукция — это продукция, которая выращена четко согласно регламентов ЕС 834/2007 и 889/2008, а в настоящее время — согласно закону Украины 2496-VIII «Об основных принципах и требованиях к органическому производству, обращению и маркировке органической продукции», который Верховная Рада приняла 10 июля этого года. Это — основные документы, регламентирующие органическое производство и органическую продукцию.

Каждый, кто планирует заниматься органическим производством, должен понимать, что он должен будет придерживаться этих нормативных документов при производстве (выращивании и переработке), а также проходить ежегодную сертификацию (проверку соблюдения этих нормативных актов). И только после того, как сертификационный орган осуществил проверку (сертификацию) и выдал сертификат на продукцию, она может маркироваться как органическая.

Разработка технологий производства и переработки должна опираться на эти требования. То есть, производитель органической продукции должен придерживаться многих правил и стандартов, и нарушение хотя бы одного из них автоматически делает продукцию неорганической (она десертифицируется органом сертификации).

Одно из направлений органического производства — ягодничество.

В настоящее время в Украине этот бизнес растет, поэтому вызывает интерес со стороны инвесторов — даже далеких от аграрного сектора. Последние два года приходится наблюдать устойчивую тенденцию, когда органическим ягодничеством хотят заниматься и вкладывают в это деньги люди, которые заработали их абсолютно в других бизнесах. Сюда приходят IT-шники, юристы, строители, владельцы небольших торговых точек и рабочие.

СМИ пестрят статьями и новостями, как производители неплохо зарабатывают на экспорте органической продукции, и малый и средний бизнес начал активно вкладывать деньги в эту сферу. Главным образом, активность инвесторов «со стороны», которая наблюдается уже два года, вызвана тем, что другие виды бизнеса не дают таких быстрых прибылей, как раньше. Экономика притормозилась, и бизнес начал оглядываться вокруг в поисках более прибыльных сфер. Есть примеры, когда органическим земледелием решил заняться даже владелец транспортной компании, который имел несколько грузовиков, а потом начал выращивать органический фундук, и владелец магазина пиротехники, который устал ждать, пока люди начнут тратить больше денег на фейерверки.

Привлекательность органического земледелия еще и в том, что эта сфера не зависит от политического влияния, не требует серьезных связей, чтобы начать собственное дело, этот бизнес не очень интересен различным контролирующим органам, которые могли бы прийти с проверками. Соответственно — идеален для среднего класса в аграрной сфере. К тому же он — долговечен, его можно оставить детям и внукам, поскольку органические продукты всегда будут пользоваться спросом. Органическое ягодничество не требует слишком больших вложений — в среднем на 1 га нужно инвестировать около 10 тыс. евро, тогда как подавляющее большинство проектов реализуется на 5-10 га.

Но прежде чем вкладывать средства в этот бизнес, следует внимательно изучить требования к органическому производству и затем четко их придерживаться, а еще — разработать технологию выращивания. Только в таком случае стоит делать первые шаги. А начать — с аренды земли. Даже в советские времена для заделки ягодника или сада составлялись проекты, куда обязательно включали технологическую часть и технико-экономическое обоснование.

И хотя органическое ягодничество сегодня динамично развивается, далеко не все проекты оказываются успешными. Поскольку в этом бизнесе свои правила игры, и тот, кто, не зная их, начинает играть свою собственную партию, часто просто теряет деньги. К тому же на рынке очень мало положительного опыта, который можно было бы просто скопировать, чтобы проект был успешным.

Этот бизнес требует много внимания, и те инвесторы, которые ведут сразу несколько бизнесов и воспринимают органическое земледелие как нечто второстепенное, относясь к нему по принципу «я посадил, а дальше надо только ждать, пока вырастет, и можно продавать и подсчитывать прибыли» — очень часто прогорают.

Здесь важно все, начиная от выбора почвы и заканчивая удобрениями. Потому что, если ошибся на старте, весь проект может оказаться пустым. Например, я сталкивался со случаями, когда инвесторы брали в аренду на семь лет землю, которая на самом деле — почти чистый песок, и на этом участке ничего путного вырастить нельзя. Иногда берут в аренду болотистые участки или солончаки. И уже после того, как договор аренды заключен, приглашается консультант по органическому производству, который может только констатировать очевидное — на песчаных почвах можно разве что построить карьер по добыче песка, но никакая органическая ягода здесь никогда не вырастет.

Органическое ягодничество разительно отличается от остальных аграрных проектов: агрономии как таковой здесь очень мало, но много разных вопросов по инфраструктуре — необходимы системы полива, коммуникации, а еще надо наладить охрану, построить перерабатывающие мощности, производство компостов.

И в связи с этим, проектов в органическом ягодничестве, которые оказались успешными и прибыльными, на самом деле очень мало. Кроме тенденции прихода в бизнес инвесторов «со стороны» есть и другая — пока владелец не потеряет первые деньги, он правильно все делать не станет. Поэтому я часто говорю: «Почему бедный? Потому что глупый! А почему глупый? Потому что не учится!». Занимаясь консультированием в сфере органического ягодничества, я заметил такую черту у инвесторов, особенно тех, кто смог заработать «быстрые» деньги — они не привыкли и не хотят учиться, и что самое главное — они не готовы платить за знания, поскольку не считают это чем-то, требующим оплаты.

Есть такой анекдот, когда владелец дорогой машины, которая никак не хотела ехать, пригласил мастера. Тот пришел, осмотрел машину и закрутил только одну гайку, после чего она поехала. За свои услуги он запросил 101 доллар. Когда же владелец спросил: «Почему так дорого, ты же закрутил только одну гайку?», мастер ответил: «За то, что я закрутил гайку, вы платите мне 1 доллар. А вот оставшиеся 100 долларов — за то, что я знаю, какую именно надо закрутить».

Этот же анекдот я наблюдаю в реальной жизни: инвесторы, которые пришли из других, далеких от органического — или даже аграрного — бизнеса сфер, готовы вложить в проект 100 тыс. евро. Но, вместе с тем, они не готовы оплачивать услуги консультирования в размере всего лишь около 1% от стоимости проекта. Хотя именно этот 1%, вложенный в знания и экспертный опыт, являются решающими для того, будет ли эта продукция действительно органической или нет.

Но я бы сказал, что это бизнес — для типичных украинцев, которые отличаются хозяйственностью, любовью к своей работе, уважением к людям и стратегическим мышлением. Это фермеры, которые будут выращивать здоровые и полезные продукты для себя, своих детей и для своих потребителей. Органики всего мира являются фанатами своего дела, поэтому за ними будущее.

<http://economica.com.ua/agro/article/77712500.html>

Исследование GfK: тренды ЗОЖ в России и их влияние на покупательское поведение (26.11.2018 г., adindex.ru)



GfK составила портреты ЗОЖ-покупателей в России и рассказала об их мотивах, привычках и выборе категорий

Во втором полугодии 2018 г. GfK запустила национальное исследование трендов ЗОЖ в России и их влияния на покупательское поведение. Исследование охватило разные аспекты отношения к здоровому образу жизни, в том числе проблемы со здоровьем, привычки питания, физическую активность. На основе полученных данных компания проанализировала влияние ЗОЖ на реальные покупки, а также имидж различных категорий FMCG.

Исследование базируется на интегрированных данных потребительской панели GfK (20 тыс. домохозяйств в городской и сельской России) и опросов потребителей (более 2 тыс. респондентов), проведенных с использованием исследовательского инструмента GfK Why2Buy.

ПОТРЕТЫ ЗОЖ-ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

По данным потребительской панели GfK, 58% покупателей в России говорят, что следуют правилам ЗОЖ при покупке товаров повседневного спроса. Вот только делают это очень по-разному. По своему декларируемому и реальному покупательскому поведению выделяются три портрета ЗОЖ-покупателей. Им свойственны разные мотивы, разные привычки, разный репертуар категорий.

К примеру, есть ЗОЖ-активисты. Это самые продвинутые покупатели. Разбираются в ЗОЖ, ориентированы на себя, готовы тратить время на выбор здоровых продуктов, используют разные каналы торговли для поиска ЗОЖ-продуктов, читают этикетки, готовы платить больше за эко-продукты.

Семейный ЗОЖ: представители этого сегмента придирчиво выбирают продукты для семьи, думают о полезности продуктов, тоже читают этикетки, но ориентированы на качество жизни семьи и семейные ценности. К тому же время от времени дают себе и близким послабление: включают в рацион любимые лакомства. У них есть свои представления о том, какие категории сладостей можно назвать здоровыми.

Большинство покупателей следуют ЗОЖ-тренду, но делают это абсолютно по-разному: разные мотивы, разные привычки, разные продукты



© GfK Rus 10 октября 2018 | Ежегодная конференция GfK Rus

6

А наиболее «населенный» из пяти сегментов — декларируемый ЗОЖ. Покупатели в этом сегменте не очень разбираются в настоящем ЗОЖ и соблюдают его, но зато хорошо «покупают» маркетинговые клеймы / обещания и то, что считается ЗОЖ.

ЗОЖ-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ БРЕНДЫ

В российском ритейл-пространстве активно формируется сегмент магазинов, которые в противоположность конкурентам предлагают фермерские и экологически чистые продукты. Сеть «ВкусВилл» является наиболее ярким представителем этого сегмента.

Кроме этого, есть примеры успешного развития частных марок в сегменте ЗОЖ. Среди них — международный PL Ашан «Auchan Bio», — продукты, прошедшие сертификацию на органическое производство; «Наша ферма» (Азбука Вкуса) — фермерские продукты, произведенные российскими областными хозяйствами; «Globus Vita» (Глобус гипермаркет) — продукты без усилителей вкуса, консервантов, при выращивании овощных и фруктовых культур применяются принципы органического земледелия.

<https://adindex.ru/news/researches/2018/11/26/207013.phtml>

Давайте познакомимся

Органическое молоко от компании ЭтноПродукт (goodwine.ua)



Купить молоко в Киеве, действительно натуральное и высокого качества – это возможно. На полках Good Wine можно найти первое украинское сертифицированное органическое молоко от компании «ЭтноПродукт», соответствующее органическим стандартам ЕС.

Олег Жуковский, основатель компании, перед рождением третьего малыша задумался над тем, что вырастить здорового ребенка будет непросто, если его питание основано на продуктах с полок супермаркетов. По его словам, за последние лет десять качество продуктов питания резко ухудшилось, и в большинстве случаев в магазинах продаются «заменители пищи». Чтобы решить эту проблему для своей семьи и дать возможность другим семьям с детьми заказать фермерское молоко, Олег Жуковский решил создать под Киевом маленькую ферму, где бы не применялись химические удобрения и ядохимикаты.

Органические продукты компании «ЭтноПродукт» являются первыми в Украине продуктами, полученные в соответствии с правилами, которые регламентируют полный отказ от использования химических и синтетических удобрений (пестицидов), искусственных пищевых добавок, регуляторов роста, ГМО в их получении и изготовлении. Молочные фермы по производству органического молока и фермерского масла расположены в с. Ясенивка Черниговской области достаточно далеко от крупных городов и промышленных предприятий.

Практически идеальные природные условия, чистый воздух, свободный выпас животных и собственные органические корма способствуют полноценному росту коров и получению качественного молока, которое обладает повышенным содержанием особо ценных жирных кислот.

На производстве полностью исключено использование ГМО и химических удобрений. Кроме того, для профилактики заболеваемости буренок используются только

натуральные природные средства, а в случае заболевания коров, чего практически не бывает, не используются химические лекарства и антибиотики.

Ежедневный рацион коров состоит из свежих органических кормов: органического фуражного зерна, свежей или сухой травы (в зависимости от времени года), соломы, которые выращиваются по технологиям экологического сельскохозяйственного производства. Здесь не используют гормоны роста, возбудители аппетита и принудительное кормление животных, что, естественно, сказывается на качестве молока. К выращиваемым животным практикуется гуманное отношение.



Полученное молоко сразу же подвергается процессу охлаждения. Это способствует тому, что все ценные и питательные вещества сохраняются на более длительное время. В молоко не добавляются никакие консерванты, подсластители и т.д., и не изменяется молочная жирность, которая зависит исключительно от периода лактации коров и времени года. Все производственные процессы и этапы получения молока регулируются специальными органами (Институт экологического маркетинга (ИМО, Швейцария), которые контролируют состояние почвы, качество кормов, условия содержания и кормления животных, условия хранения, транспортировки и реализации молочной продукции.

Такое производство органического молока – большое достижение для украинского сельского хозяйства. Компания придерживается таких принципов: бережное отношение к природе и животным, соблюдение биологического баланса, получение продукции высокого качества и доступная цена на фермерское молоко.

Ассортимент не ограничивается молоком или фермерским маслом, компания производит и другую органическую продукцию: сырое и пастеризованное молоко, сметану, кефир, нежирный кефир, сливочное фермерское масло, нежирный питьевой йогурт, мед, колбасы, овощи, а также зерновые и бобовые.

<https://goodwine.ua/ru/news/1014-organicheskoe-moloko-ot-kompanii-etnoproduct>

«История в Богимово»: бренд сохраняет наследие (22.11.2018 г., Вестник агропромышленного комплекса)



Молоко, масло, кисломолочные продукты и сыры различных традиций под торговой маркой «История в Богимово» имеют полное право называться органическими по всему миру

Продукция ООО «Экоферма Джерси» и ООО «Богимовские сыроварни», производственный цикл которых — от поля до стола потребителя, сертифицирована по европейским органическим стандартам, успешно находит своего покупателя, что открывает перспективы расширения.

Молоко, масло, кисломолочные продукты и сыры различных традиций под торговой маркой «История в Богимово» имеют полное право называться органическими по всему миру. Производство, расположенное на 1200 га земли в Калужской области, пока

небольшое — здесь построена первая ферма из пяти запланированных, а также цех молочной переработки. Сертификация по европейским регламентам об органическом сельском хозяйстве проходит ежегодно.

«С принципами биопроизводства мы лично знакомимся на фермах Европы — при производстве кормов не используются гербициды, пестициды и минеральные удобрения, лишь продуманный севооборот и вывоз органики на поля, — говорит Антон Гудов, генеральный директор ООО «Экоферма Джерси». — Если говорить о животноводстве — это только беспривязное содержание, вольный выпас, мы не используем гормоны и антибиотики для профилактики».

Органическая продукция оказывается очень востребованной потребителем — у компании активно растет сеть сбыта. Сейчас бренд «История в Богимово» можно встретить в московской и калужской рознице, а вскоре его наверняка можно будет приобрести и в крупных сетях — переговоры уже ведутся. «Спрос, который мы видим, ставит задачу расширения производства, — говорит Эдуард Почивалин, генеральный директор ООО «Богимовские сыроварни». — Сейчас прорабатывается вопрос о финансировании второй из пяти запланированных ферм в нашем кластере. Намереемся увеличить производство в три раза в течение года. Также прорабатываем открытие экспорта в страны Европы — наша продукция там востребована и конкурентоспособна».

<http://vestnikapk.ru/articles/kto-kormit-rossiyu/istoriya-v-bogimovo-brend-sokhranyayet-nasledie/>

Новое в библиотеке



Журнал «Контроль качества продукции»

Выпуск журнала №10, 2018 год

Главная тема номера: Органическая продукция: дорога к рынку

Ссылка для чтения:

<https://cloud.mail.ru/public/HD7t/ivSkaxgtw>

Библиотека находится по адресу: <https://cloud.mail.ru/public/65MT/EJW3hvxKB>

Фестиваль зеленого документального кино ECOCUP



С 27 ноября по 2 декабря в Центре документального кино и на других площадках Москвы пройдёт девятый и самый масштабный за последние 9 лет существования фестиваль документального кино ECOCUP.

«Зеленая ложь», «Голубое сердце», «История одного леопарда», «Желтые сапожки» - поэтичные названия документальных фильмов о прозе жизни на нашей планете.

Что останется после нас? Что стоит за «зелеными» заявлениями крупных компаний? Можно ли так спасти планету, если верить производителям и делать выбор в пользу товаров со значками международной сертификации? Эти и другие вопросы можно будет для себя раскрыть на Международном фестивале зелёного документального кино ECOCUP.

Всего за 6 дней фестиваля покажут более 20 фильмов из 10 стран мира. Все фильмы демонстрируются на языке оригинала с русскими субтитрами, а после показа — дискуссии с участием экспертов и режиссёров.

Фестиваль проходит при поддержке Представительства Европейского Союза в Российской Федерации, Фонда имени Генриха Бёлля и посольства США в России.

Вход на показы фильмов бесплатный, но требуется предварительная регистрация на сайте фестиваля

Расписание фильмов: <http://www.ecocup.ru/movies/>

Более подробная информация доступна на [сайте фестиваля](#), а также на [LookBio](#)