

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО

С 1 июля 2012 г. на европейскую биопroduкцию будет наноситься единая обязательная экомаркировка. Это логотип в виде листка, составленного из белых звездочек на зеленом фоне, указывающийся на упаковке. Каковы перспективы органик-продукции и биомаркировки на отечественном рынке, в условиях вступления России в ВТО, мы спросили у директора Экологического союза Ольги Клепиковой.



– Ольга Евгеньевна, выпускают ли на сегодняшний день биопродукты в России и что можно считать биопродуктом?

– Биопродукты, или органик-, эко-продукты, как принято называть их в других странах, безусловно, есть и в России. Более того, все больше производителей интересует эта ниша на рынке. У российского органик-сегмента есть большой потенциал. Проблема в другом – недостаточно условий для активного развития отечественных органик-производителей: отсутствует система государственного регулирования и поддержки.

На сегодняшний день на государственном уровне нет законодательной базы по органическому сельскому хозяйству и производству органической продукции. Законодательно требования к этой продукции закреплены только в СанПиН 2.3.2.2354-08 от 21 апреля 2008 г., подписанных Г. Г. Онищенко. Согласно этим санитарным правилам производитель может указать, что пищевой продукт является органическим, если он производится из сырья, полученного без применения пестицидов и других средств защиты растений, химических удобрений, стимуляторов роста и откорма животных, гормональных и ветеринарных препаратов, ГМО, не

обработанного с помощью ионизирующего излучения.

Указанные критерии соответствуют международным требованиям производства органического продукта (или органик-продукта). Вместе с тем, законодательно, по-прежнему, не отражены вопросы процедуры сертификации органик-продукции. В то время как за рубежом деятельность сертифицирующих агентств жестко контролируется, а сертификация осуществляется независимой третьей стороной. Отсутствие национальной пищевой биомаркировки негативно сказывается и на потребителях. Зачастую неподтвержденные заявления «био», «эко» или «органик», указывающиеся на упаковке некоторых производителей, вводят людей в заблуждение. Это подрывает доверие покупателей как к биомаркировке, так и к самому понятию органиче-



Логотип для маркировки биопroduкции в ЕС

ской продукции. В других странах этот вопрос строго регламентирован. К примеру, в Европе – Директивой Европейского Союза EU 834/07, в Америке – национальной органической программой USDA/NOP, в Японии – японскими стандартами для сельского хозяйства – JAS. Европейский стандарт известен в России более других. Мы надеемся, что вступление России в ВТО станет стимулом для работы над раскрытием потенциала отечественного органик-рынка, его развитием на государственном уровне.

– Возможно ли получить биомаркировку в Экологическом союзе?

– Да. Экологический союз давно работает с органическими стандартами. Наши эксперты, аккредитованы итальянским органом по сертификации ICEA. Мы проводим сертификацию в соответствии с европейским, американским, японским стандартами. Хорошо знаем географию органик-производителей и трудности, с которыми они сталкиваются при переходе на биопroduкцию. Сейчас Экологический союз разрабатывает органические стандарты в рамках системы сертификации «Листок жизни» максимально приближенные к европейским. Разрабатываются практиче-

ские рекомендации для сельхозпроизводителей о том, как производить органическую продукцию.

– Каким критериям должны соответствовать био-продукты по европейскому стандарту EU 834/07?

– При выращивании органического растительного сырья полностью запрещены химические удобрения, стимуляторы роста, средства борьбы с вредителями, использование генетически модифицированного посевного материала. В органическом животноводстве запрещены гормональные средства и антибиотики, корма животного происхождения. При переработке исключено использование синтетических консервантов, усилителей вкуса, красителей, ароматизаторов, ГМО, рафинированных компонентов. Органические продукты не содержат остатков химических веществ, встречающихся в продуктах, произведенных обычным способом.

Главное отличие органических продуктов от продуктов, произведенных традиционным способом, – это наличие у них контроля, биомаркировки об отсутствии химических веществ на любом этапе производства. Как мы говорим: «От зернышка до прилавка», то есть на всем жизненном цикле продукта.

На упаковке органического продукта указывается название и адрес лица или фирмы, которая несет правовую ответственность за производство или переработку продукта, все компоненты добавок и вспомогательных веществ переработки, все сырье продукта, состоящего из многих ингредиентов, в последовательности их весовой доли, какое сырье сертифицировано как органика, а какое нет. А также знак сертифицирующей организации, номер сертификата и органическая маркировка.

– Что требуется от производителя, который заинтересован работать на органик-рынке и претендовать на экспорт своей продукции за рубеж?

– Согласно европейскому стандарту существует целый ряд требований. Прежде чем стать биохозяйством, сельхозпроизводитель в течение

2 лет проходит конверсионный период. Этот период предполагает ведение хозяйства уже органическим способом, согласно всем требованиям стандарта, но статус органик-продукции присваивается только по истечению указанного срока. Органические посевы, пастбища и прочие сельскохозяйственные земли должны быть строго изолированы от земель, которые обрабатываются традиционными методами. Семенной материал органического хозяйства должен быть адаптирован к местным условиям, не содержать ГМО. Плодородие почвы необходимо поддерживать с помощью эффективного севооборота и натуральных удобрений растительного или животного происхождения, минеральные удобрения запрещены. Запрещены все химические средства борьбы с вредителями. При сборе урожая и уходе за растениями, применяемые механические способы, должны быть максимально бережными, также желательно использовать ручной труд. Для борьбы с вредителями применяют физические барьеры, ловушки, специальный температурный режим или естественных врагов, например, сов для защиты от мышей. Дикорастущие травы или мед собирают в местах, максимально удаленных от источников загрязнения. Объем сбора не должен превышать уровень естественного восстановления экосистемы и влиять на возможность ее использования в дальнейшем.

При разведении животных фермеры заботятся о реализации особенностей поведения каждого вида. Стадных животных не содержат по отдельности. Каждой особи обеспечивают возможность свободного движения, защиту от непогоды, достаточное количество свежего корма и воды. Животные пасутся на органических сертифицированных пастбищах. Кормят скот только органическим кормом без синтетических добавок, гормонов роста, консервантов и ГМО. Лечат и перевозят животных так, чтобы исключить излишний стресс.

– Существуют ли особые требования к переработке и хранению био-продуктов?



Краснодарский край, Крымский район, ИП Пироженко К.В., Сертификация по Европейскому био-стандарту EU 834/07

– При переработке органического сырья основная задача – сохранение максимума питательных веществ. Поэтому главную роль играют механические, биологические и физические методы переработки. Запрещается использование химических методов обработки сырья, радиационное облучение, использование ГМО. Ведется тщательный контроль за качеством и чистотой исходного сырья и оборудования. Используются только натуральные консерванты. Упаковка должна обеспечивать сохранение свойств конкретного продукта.

– Каковы перспективы российского органик-рынка в условиях вступления в ВТО?

– На наш взгляд, у российского органик-рынка есть существенное потенциальное преимущество перед западом. Наша совместная задача – сделать его реальным. В нашей стране в силу исторических обстоятельств около 40 % территорий не затронуто человеком, выведено из оборотов. К примеру, Сибирь, Алтай. Это готовые площади для органик-продукции. У нас есть хорошая возможность в условиях ВТО появиться на международном рынке. Поэтому нам необходимо развивать сертификационные системы. Необходима мощная информационно-просветительская работа на международном уровне. Органик-продукция может стать брендом страны, но над этим надо серьезно работать, обеспечить доверие западных рынков к нашей органик-продукции. 💧

Интервью подготовила
Юлия Симакова