

## Натуральная прибыль

11 ЯНВАРЯ 2016 15:33



Рынок органической продукции в России только начинает развиваться, ниша более чем свободна.

Сказывается низкая информированность потребителей о ее особенностях, завышенные цены и до недавнего времени непонятная ситуация с сертификацией продуктов с приставкой «эко». Огромный рынок сбыта регионов СЗФО и возможности сельского хозяйства могут стать толчком для развития производства эко продукции на Северо-Западе.

### **Что такое «эко» и с чем его едят**

Начнем с того, что четкое понятие «эко», «био» и «органической» продукции в России до недавнего времени нигде не было закреплено. Согласно европейским и американским стандартам органического сельского хозяйства, надпись “organic” (“bio” или “eco”) показывает, что не менее 95% содержимого по весу (за вычетом веса соли и воды) является органическим. Надпись “made with organic” означает, что не менее 70% содержимого является органическим продуктом. Согласно исследованию консалтинговой компании «Дворникова и партнеры», понятие органическое по разным оценкам образуют следующие факторы: исключение использования удобрений, пестицидов, ветеринарных препаратов для животных и пищевых добавок, которые могут иметь неблагоприятное влияние на здоровье, продукты должны быть выращены в экологически благополучной местности, где

Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г. на расстоянии 500 километров вокруг нет ни одного химического или другого вредного, с точки зрения охраны окружающей среды, производства.

Российский законодатель термин «эко» и «органик» определил недавно, в правительство был внесен законопроект «О производстве органической продукции», у которого уже появился прочный фундамент, без которого принятие закона было бы формальным. В июне в России утвержден первый ГОСТ по органической продукции.

Пока что в магазинах продаются совершенно обычные товары с консервантами и добавками, с приписанным на упаковке красивым словом «органическое», что повышает их стоимость на 20-200%, стоит отметить, что в розничной торговле Западной Европы этот разрыв только 10-20%. «После публикации открытого письма фермеров для Министра сельского хозяйства РФ, началась разработка законопроекта, техрегламента и национального стандарта для органических продуктов. Новый закон даст четкие правовые рамки и избавит потребителей от недобросовестных производителей» - считает Александр Коновалов основатель, владелец и руководитель агротуристического комплекса «Экоферма Коновалово», генеральный директор профессионального объединения «Экокластер» и сбытовой сети фрешмаркетов «Экоферма».

Из за сложившейся неопределенности, пока вместо довольных и здоровых покупателей эко продукции на выходе мы получаем обманутых потребителей, которые купив говядину по 800 руб. за кг, совершенно справедливо не понимают, чем же она отличается от купленной в соседнем супермаркете. Рынок разделился на два типа производителей. «Первый сектор состоит из добросовестных производителей, которые ориентируются на разбирающихся в эко-продукции потребителей - в основном это иностранная сертифицированная органическая продукция, но есть и отечественная, получившая европейские и американские сертификаты качества. Есть также российские сертифицирующие организации, которые разработали собственные программы сертификации на основе международных стандартов. Это московский «Эко-контроль» (программа «Чистые Росы») и петербургский «Экологический союз» (программа «Листок жизни»). Второй сектор составляют производители, ориентирующиеся на потребителей, которые не разбираются в сертификации эко-продукции. Такие производители регистрируют какой-то собственный зеленый знак, что не имеет ничего общего с настоящей сертификацией. Есть те, кто просто рисует на своей продукции подделку под какой-то европейский знак. Многие производители продуктов питания пользуются тем, что в сознании большинства покупателей слова фермерский и органический являются синонимами» - анализирует Дарья Кутмина, специалист информационно-аналитического отдела консалтинговой группы "Беспалов и партнеры".



Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г. Сертификация нужна производителям, которые рассматривают возможность реализации продукции в сегменте премиум, хотят расширить сбыт за счет специализированных экоориентированных торговых сетей и просто заинтересованы в независимом подтверждении качества, вызывающего доверие у потребителя. Процедура сертификации включает в себя лабораторные испытания продукции, аудит документации и очную инспекцию производства. Что касается стоимости, здесь все зависит от сферы сертификации и ее характерных особенностей (растениеводство – от площади полей, животноводство – от разнообразия животных и поголовья, переработка – от количества и сложности рецептур продукции). В среднем за возможность продвижения и доверие покупателей придется заплатить от 70 000 до 200 000 рублей.

Пока что в России производителей немного, производителей, желающих получить сертификат еще меньше, поэтому настоящая эко продукция – продукция имеющая официальный европейский, американский или иной государственный сертификат в основном только импортная.

### **Есть куда расти**

А зря, ниша более чем прибыльная для российских производителей. На долю СЗФО приходится не менее 30% потребления экопродуктов в России, что является высоким показателем, по мнению Евгении Пармухиной, специалиста исследовательской компании Research.Techart.

По оценкам Екатерины Дворниковой, основателя экспертной консалтинговой компании "Дворникова и партнеры", рост мирового рынка органических продуктов питания опережает рост рынка неорганических «массовых» продуктов более чем в 2 раза. Наиболее быстрорастущими сегментами рынка экологически чистых продуктов являются «овощи и фрукты», «молоко и молочные продукты», при этом сегменты «мясо, птица», «хлебобулочные изделия» и «напитки» растут более быстрыми темпами, но по объему отстают от лидеров.

Россия отстает в сфере производства экопродукции и экоуслуг от развитых стран на 15-20 лет, а объем отечественного рынка органических продуктов, по данным IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), составляет всего \$ 60-80 млн, или около 0,1% всех продуктов питания. Вместе с тем, в России наблюдается устойчивая тенденция роста объема продаж органических продуктов питания. Так, за 5 лет он вырос более чем в 1,5 раза – с 30 млн евро в 2007 году до 50 млн евро в 2011-м. Объем российского рынка сертифицированных экопродуктов по итогам 2013 года составил 160 млн долларов США (0,15% от всех продуктов питания), об этом свидетельствуют данные отчета сельскохозяйственного представительства США в России FAS USDA, более 90% из данного объема – импорт. Приведенные показатели ярко свидетельствуют-

Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г.  
потенциал российского рынка чрезвычайно высок. Так почему на этом рынке не заработать отечественному производителю?

«Правительством поставлена задача развивать мелкое и среднее предпринимательство. Так вот, органическое сельское хозяйство как раз служит этой задаче, это прекрасная потенциальная ниша для наших фермеров, в которой они могут выделить свою продукцию от массовой и быть наиболее конкурентоспособными. В странах ЕС в среднем в производстве органической продукции занято 10-15% фермеров, соответственно в России их число может составить более 30 000, тогда как сейчас оно не превышает 100. Органическое сельское хозяйство может развиваться в неблагоприятных агроклиматических регионах РФ при условиях благоприятной экологии. ООН проведены исследования, согласно которым продуктивность малых форм хозяйствования при переходе на технологии органического сельского хозяйства повышалась на 116%, а доходы возрастали в 2-3 раза»- констатирует Яков Любовецкий.

Если говорить о регионе Северо-Запада, по оценкам Марины Полтавцевой, эксперта НП «Экологический союз», разработавшего систему сертификации «Листок жизни», чаще всего за сертификацией обращаются производители овощей. «Практика показывает, что в наших климатических условиях есть возможность выращивать целый перечень культур без применения пестицидов и агрессивных агротехнологий, окупив при этом затраты (картофель, капуста, некоторые овощи, в меньшей степени зерновые).

Огромным преимуществом рынка является верность потребителей продукции, вопреки кризису. Питающийся правильно человек, вопреки всем проблемам в экономике, не будет возвращаться к обычным продуктам. «Есть шансы удержать клиентов, потеряв часть выручки только из-за снижения среднего чека, считает Дарья Кутмина, - несмотря на проблемы, как правового, так и экономического характера, у рынка есть перспективы, поскольку аудитория людей, преданных эко-продукции, в России есть, и в будущем она будет расти, так как сейчас онлайн и офлайн магазины сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге, продавцам лучше рассмотреть возможности развития в других крупных регионах, изучив локальный спрос и местных поставщиков».

Пока же, поставщиков и производителей в регионе крайне мало. «Мы так и не смогли найти в России экомолоко. Приходится активно искать, но все больше появляется животноводов, которые стремятся производить качественный и здоровый продукт. И это здорово! Надеюсь, что так же будет расширяться и овощеводство» - рассказывает Наталья Бойцова, представитель компании BioShops.ru, занимающейся продажей экологически чистых продуктов и товаров.

**Спрос есть**

Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г. Отсутствие нормальных «правил игры» для производителей эко продукции, внимания государства к этому сектору, и соответственно, мер поддержки и субсидий для фермеров, тормозило развитие рынка в России. По данным НИИ питания РАМН, от 30-50% всех заболеваний в России связаны с нарушениями питания, что приносит государству ежегодный экономический ущерб до 13 трлн. рублей. Направить бюджетные средства в развитие органического земледелия в стране будет на порядок дешевле. Например, в США и в странах Европейского союза принимаются программы развития экологических хозяйств, а во многих университетах и колледжах появляются программы подготовки сертифицированных эко-фермеров.

Можно сделать ремарку о том, что спрос рождает предложение, но в этом вопросе тоже есть подводные камни. «Основная проблема для эко рынка – низкий уровень информированности людей, отсутствие грамотности, понимания что это и зачем нужно. Когда достаточно много людей поймут что им важна и нужна настоящая качественная органическая продукция – вырастет и рынок и законы появятся. Перспективы роста конечно есть, но пока настоящая органическая продукция недешева, массовым этот сегмент не станет»- считает Наталия Волкова, руководитель компании «Organica», занимающейся продажей органической продукции.

Большинство россиян уже знают, что из себя представляют продукты питания, которые мы потребляем, слышаны потребители и о гормонах ростах, и о вредности добавок и консервантов. Поэтому потребители готовы покупать более дорогие, но полезные для здоровья продукты, ценность настоящих органических продуктов для организма человека несоизмеримо выше, чем у обычных. Но это как уравнение с двумя неизвестными- насколько дорогие и точно ли полезные будут эти продукты, произведенные в России? И здесь мы вновь приходим к модели спрос рождает предложение. Слишком высокая цена не позволяет потребителям познакомиться с эко-продукцией и создать спрос на российские аналоги. Рассуждая, почему же цена на эко продукцию столь завышена в России, по сравнению с зарубежными аналогами в мире, Наталия Волкова констатирует – причина в том, что настоящая эко продукция в России почти не производится. «Большинство – это импорт. Импорт это зависимость от курса валюты, пошлины, дорогая доставка и все это при небольших объемах. Из-за этого и получаются большие издержки продавцов, а как следствие и не низкие цены».

Эксперты уверены, есть шансы заместить импортную продукцию, научив людей заботиться о своем здоровье. «Сегодня в России товарный дефицит органической продукции» - заявляет Яков Любовецкий, исполнительный директор Союза органического земледелия. В этой ситуации российские фермеры, развивающие производство органической продукции, имеют все шансы получить стабильный рынок сбыта. Рынок эко продукции в принципе наиболее привлекателен для импортозамещения. Покупать российские эко товары будут потребители уже

Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г. знакомые с этим сегментом и готовые перейти на более низкие в сравнении с импортом отечественные продукты, а также новые покупатели, готовые переплачивать разумные деньги и не экономить на здоровье.

Потребителем эко-продукции являются либо молодые семьи с маленькими детьми, люди следящие за своим здоровьем и занимающиеся спортом, аллергики, экологи, сыроеды, вегетарианцы и веганы». Надо понимать, органическая еда это уже давно не роскошь, а средство для здорового образа жизни - лишь 10% потребителей это сегмент Luxury и 5% те, для кого органика – дань моде. Согласно данным компании «Ромир», 58% россиян готовы покупать именно органические продукты питания и платить за них больше. Согласно данным исследования Фонда посткризисный мир, 21% населения России, хорошо знает, что такое органические и экологически чистые продукты и стремится покупать именно такие продукты. Как показывает статистика, если бы стоимость экопродукции была выше обычной на 30%, то более половины населения рассматривали бы ее покупку. Но видимо этого спроса пока недостаточно, чтобы родилось достойное предложение.

### **Где купить «эко»**

Основными каналами реализации органических продуктов являются розничные сети (супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры) – на них приходится 41% продаж. Доля специализированных магазинов составляет 26%, а доля прямых продаж – 13%. По мнению Александра Герасимова, начальника производства Корпорации "Ди энд Ди", было бы целесообразно выделить экопродукты в отдельную группу в торговых залах – на отдельных полках, стеллажах по примеру специализированного диабетического питания.

«Наиболее крупным проектом на рынке является, пожалуй, «ЛавкаЛавка», который занимается как раз фермерской продукцией. «ЛавкаЛавка» - это интернет-магазин, работающий на аудиторию Москвы и Санкт-Петербурга, а также 4 розничных магазина и ресторан в Москве. О росте рынка говорит и появление все большего числа отраслевых объединений: «Союз органического земледелия», «Национальный органический союз» и др.»- отмечает Дарья Кутмина.

Сегодня рынке СЗФО активно развивается экоферма «Алеховщина», подтвердившая соответствие требованиям европейских регламентов ЕС рег. №834/07 и №889/08, производитель принимал активное участие в открытии магазина, где планируется продавать только сертифицированные продукты питания. Среди сетей премиум сегментов, в которых можно встретить продукцию как этого производителя, так и других брендов (отечественных и зарубежных), можно выделить «Лэнд», «Азбуку вкуса», «Глобус Гурмэ», «Гирлянда». Сеть супермаркетов «Азбука вкуса» стала первой отечественной розничной сетью,



Деловое аналитическое издание «Эксперт Северо-Запад» от 11 января 2016 г. которая реализовала модель кооперации с российскими фермерами, готовыми производить органическую фермерскую продукцию для реализации в рознице.

«Из крупных российских компаний, производящих экопродукцию стоит выделить ОАО «Русское молоко», ООО «Эфирмасло», международное объединение «Экокластер», из иностранной продукции на рынке органической продукции более 35% занимает компания NIPP с детским питанием»- считает Яков Любоведский .«Сегодня большинство экоферм и мы в том числе, реализуют свои товары через Интернет-магазины. Наиболее успешные открывают розничные магазины собственной продукции. При этом некоторые из таких хозяйств сами производят товары, перерабатывают их, упаковывают и доставляют покупателям по указанным адресам, но в этом случае себестоимость такой продукции увеличивается»- отмечает Александр Коновалов.

При всей слабой инвестиционной привлекательности и пока высокой рисковости агросектора, органическое земледелие- это почти панацея от всех проблем. Существующий спрос на здоровое питание и общий мировой «эко» тренд пора монетизировать и в России, а успехи Северо-Запада в сельском хозяйстве достойно использовать и на рынке эко-продуктов. Если государство создаст адекватные правовые условия и простимулирует производителей, развитие эко рынка в России станет наилучшим примером импортозамещения.

**Наталья Модель**