

## Державний логотип для маркування органічної продукції – українське стає відомим

Віднині українська органічна продукція має свій власний логотип. Невдовзі наші продукти, виробництво яких повністю відповідає вимогам Закону України про органічне виробництво та обіг органічної продукції, можна буде легко розпізнати за цими кольоровими колами на полицях магазинів, - як в Україні, так і за її межами. Графічний малюнок студентки (нині – вже випускниці) Харківської державної академії дизайну і мистецтв Поліни Макарової, після тривалого процесу офіційних затверджень та узгоджень всіма відповідними державними структурами, називається тепер - Державний логотип для органічної продукції (сировини).

Потреба в наявності офіційного державного логотипу для маркування органічної продукції була визнана як виробниками та продавцями органічної продукції, так і споживачами. Адже за останні роки виробництво органічних продуктів в Україні помітно зросло, нині кількість сертифікованих операторів органічного ринку наближається до 300, а в асортименті органічного кошику більше 100 товарів українського виробництва. Зрозуміло, що сумлінні й відповідальні виробники органічної продукції зацікавлені в тому, щоб їхню продукцію впізнавали покупці, щоб утверджувались авторитет і повага до свідомого національного виробника. В свою чергу, українські споживачі дедалі більше прагнуть харчуватися натуральними, чесно вирощеними та смачними продуктами, довіряти виробнику й маркуванню. Втім, і досі вимогливі споживачі плутаються в численних написах та позначках на етикетках товарів та полицях магазинів, що пропонують «екологічно чисті», «натуральні», «органічні» і тому подібні продукти, - котрі з них справжні? В наших торгівельних мережах можна зустріти сьогодні численні подібні маркування: частина з них свідчить про органічну сертифікацію продуктів різноманітними сертифікаційними органами іноземного походження (їх у нас офіційно працює 16), про відповідність стандартам Євросоюзу (так званий «євролисток»), або ж взагалі ні про що не говорить і застосовується незаконно. Відсутність законного державного маркування не сприяла розвитку органічного бізнесу, натомість псевдоорганіка почувалася комфортно. Нарешті цьому покладено кінець!

Отже, введення в дію офіційного державного логотипу – це крок назустріч як споживачам, так і підприємцям, значний прогрес на шляху вдосконалення нашого органічного ринку та покращення його міжнародного іміджу, а також розвитку нашого агропромислового комплексу взагалі.

Будь-яке маркування має не лише правильно застосовуватися, а ще й бути відомим споживачам. Саме тому восени 2014 року було започатковано широку кампанію зі створення логотипу. *«Український знак органік: терміново розшукується творець!»* - організатори кампанії (Департамент продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України, Громадська спілка «Органічна Україна» та Міжнародна благодійна організація «Інформаційний центр «Зелене досьє») оголосили всеукраїнський конкурс. Ініціативу підтримав швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» (2012-2016), який впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) за фінансової підтримки Швейцарської Конфедерації.

Взяти участь у конкурсі було дуже легко: будь-який громадянин України, якому на той момент виповнилось 18 років, а також юридичні особи надсилали свої малюнки на сторінку в Інтернеті та в соціальній мережі Facebook, а численна аудиторія зацікавлених активно відзначала найкращі з них. Конкурс став справді загальнонаціональним: 173 конкурсні роботи, 76 учасників із 17 міст 11 областей України. Організатори отримали не лише проекти логотипу, а й численні коментарі від небайдужих людей, поради та зауваження, і не тільки від громадян України.

З п'яти проектів, відібраних Інтернет-спільнотою, Комітет з оцінювання (представники органів державної влади та експерти органічного ринку) визначив найкращий – малюнок харківської студентки Поліни Макарової, на якому національні жовтий та блакитний кольори, поєднуючись, утворюють спільний зелений простір зростання.

- Переможниця як автор логотипу для маркування органічних продуктів в Україні назавжди увійде в історію органічного сектору України, про що ми нині й повідомляємо громадськість України і міжнародні організації органічного ринку, - говорить Олена Березовська, голова Громадської

спілки «Органічна Україна». - Приємно, що перемогу отримала молода дівчина. Це свідчить про зацікавленість молодого покоління у розвитку сучасного сільського господарства.

Треба сказати, що українські організатори добре врахували досвід Євросоюзу зі створення «євролистка». Єврокомісія так само, як і ми в Україні, проводила конкурс на кращий проект логотипу. Дискусії та суперечки тривали в Євросоюзі загалом більше року, а в результаті це сприяло і значному зростанню популярності логотипу від самого його заснування, і популяризації продуктів, заради яких він створювався.

- Активна участь та зацікавленість українців, яку ми спостерігали протягом усієї кампанії, свідчить про те, що в нашого державного логотипу дуже вдалий старт, - зауважує Катерина Малькова, координатор проєктів МБО «Інформаційний центр «Зелене досьє». – Завдяки конкурсу створилося коло зацікавлених в українському маркуванні органічної продукції. Це дає підстави сподіватися на високу ефективність застосування логотипу для подальшого зміцнення нашого органічного ринку.

Загальнонаціональна кампанія ще раз довела важливість співпраці усіх учасників органічного сектору: державні структури, громадські організації та приватні підприємства разом здатні захистити справжній органічний продукт та його виробників.

Довідка:

- Конкурс проводився з 25 вересня по 10 жовтня 2014 року Департаментом продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України; виконавцем є Громадська спілка «Органічна Україна» в партнерстві з Міжнародною благодійною організацією «Інформаційний центр «Зелене досьє» за підтримки швейцарсько-українського проєкту «Розвиток органічного ринку в Україні» (2012-2016), який впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) за фінансової підтримки Швейцарської Конфедерації.
- Швейцарське бюро співробітництва в Україні діє від імені трьох державних організацій – Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO), який є частиною Федерального Департаменту Швейцарії з економічних питань, Швейцарської агенції розвитку та співробітництва (SDC) та Відділу безпеки людини (HSD), які входять до складу Федерального департаменту закордонних справ Швейцарії.
- Офіційна сторінка конкурсу - <http://logo.organicinfo.ua>

