



Органічний дух «БіоФах 2014»

На міжнародній органічній виставці «БіоФах» у Нюрнберзі вперше був представлений окремий павільйон для українських виробників.

МАРІЯ МИХНО

У німецькому Нюрнберзі щороку проходить найбільша міжнародна виставка органічних продуктів «БіоФах» (BioFach). Цього року вона припала на 12–15 лютого і стала ювілейною – 25-ю за ліком. Відвідання виставки для органічних виробників з усього світу – справа честі, а можливість експонуватися – неоціненний плюс для бізнесу. Особливість цього річного «БіоФаху» в тому, що тут уперше організували окремий павільйон для українських виробників та переробників. Ініціаторами виступили швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» разом з українськими виробниками органічної продукції.

В українському павільйоні були представлені дев'ять компаній, з них троє виробників сільгоспкультур:

- «Чистий продукт – С», Донецщина (вирушення баштанних, часнику, насіння часнику, насіння соняшнику, насіння гарбуза).
- «Галекс-Агро», Житомирщина (вирушення зернових і технічних культур: пшениці спельти, пшениці, ячменю, жита, кукурудзи, гречки, проса, вівса, сої).
- «Фітосвіт Лтд», Вінниччина (вирушення лікарських трав, сої, гірчиці, льону олійного).

Ще п'ятеро експонентів презентували органічну переробку. Це двоє виробників круп: «Фірма Діамант Лтд» з Полтавщини та «Агрофірма «Поле» з Черкащини, двоє виробників олії: «Фірма Каспер» та «Ель Дорадо Ойлс», а також постачальник заморожених органічних дикоросів

(ягід) компанія «Рівнехолод». Свій стенд в українському павільйоні мала компанія «Органік стандарт», перший український міжнародно акредитований сертифікаційних орган, який здійснює сертифікацію органічного виробництва в Україні.

Цікавість до українського стенду була справді великою. Не останню роль в цьому зіграли драматичні події в нашій державі. Відвідувачі з усього світу чітко ідентифікували власників жовто-блакитних стрічок, цікавилися новинами, але в основному казали про бізнес і домовлялися про співпрацю. Переговорна зона українського стенда не лишалася порожньою ні на хвилину. Тут також можна було зустрітися з багатьма учасниками українського органічного сектора, які вирішили експонуватися окремо чи прибули на виставку як відвідувачі.

Статистика

Якщо говорити про світову статистику розвитку органічного виробництва, то вона стабільно зростає, хоча про надшвидкі темпи не йдеться. За три роки (2009–2012) кількість органічних фермерів у світі зросла на 100 тис., з 1,8 до 1,9 млн, а площа сертифікованих земель – із 37 до 37,5 млн га.

Органічний ринок світу

- 1,9 млн сертифікованих органічних виробників у 164 країнах
- 37,5 млн га сертифікованих земель сільгосппризначення
- 63,8 млрд доларів США — обсяг загальносвітового органічного сільськогосподарського харчового ринку у 2012 році

Перше місце за обсягом ринку у світовому органічному секторі посідають США (22,6 млрд євро), далі йдуть Німеччина (7 млрд євро) і Франція (4 млрд євро). Країни з найвищим рівнем витрат на органічну продукцію з розрахунку на душу населення: Швейцарія (189 євро) і Данія (159 євро).

Приблизно 80% з 1,9 млн сертифікованих органічних виробників зосереджені в країнах, що розвиваються. Як і в попередні роки, найбільша кількість органічних виробників працювала в Індії (600 тис.), Уганді (189 тис.), Мексиці (169 тис.) і Танзанії (148 тис.), значна їх кількість зосереджена в Європі: Італія — 43 тис., Іспанія — 30 тис., Польща — майже 26 тис.

16 сертифікаційних органів, які діють в Україні, надали інформацію про сертифіковані ними 208 операторів ринку органічних продуктів, з них 127 органічних виробників (джерело інформації — «Органік бізнес довідник України 2014»). Висновки робіть самі.

Третина світового органічного земельного банку розміщена в Океанії (32%), ще третина — у Європі (30%), трохи менші площі в Латинській Америці (18%). Країною з найбільшим органічним земельним банком є Австралія: понад 12 млн га, при цьому 97% цих земель використовують як випаси. Аргентина має 3,6 млн га, Сполучені Штати Америки 2,2 млн, Китай — 1,9 млн. Загалом у 10 країнах понад 10% сільськогосподарських земель є органічними.

На шляху у Європу

На відміну від європейців і мешканців багатьох інших країн світу, українці лише звикають до сертифікованих органічних товарів. Завдяки старанням компанії «Етнопродукт» кияни можуть без проблем купувати в супермаркетах органічне молоко. Своє місце на полицях українських магазинів завоювали органічні бакалійні вироби ТМ «Жменька» та «Екород»: крупи та борошно. Однак про розмаїття органічних товарів не йдеться, а споживачі



в регіонах про них узагалі нічого не знають (продовжуючи їх плутати з продуктами присадибного господарства). Певні зрушення є: останнім часом в Україні почали виробляти багато асортиментних позицій (органічні ковбаси, сметану, йогурти, яйця тощо), однак обсяги їх виробництва та географія продажу обмежені кількома магазинами Києва.

Інша справа — магазини Нюрнберга, де навіть у звичайних неспеціалізованих маркетах можна придбати цілий набір органічних товарів: від консервованих овочевих салатів до йогуртів. Смак — відмінний.

На самому «БіоФаху» з представлених органічних харчів можна було укомплектувати продуктовий кошик споживача з будь-якої країни світу: тут були і банани, і апельсини, пиво з ковбасками й хрустким хлібом, кава, вегетаріанські сосиски, італійська паста і японські суші. Кафе також пропонувало органічне меню. Наїстися можна було, навіть просто гуляючи виставкою, бо майже на кожному стенді чимось пригощали.

До речі, всі товари, що демонструються на виставці «БіоФах», мають відповідати Постанові Європейського Союзу №834/2007 щодо органічного виробництва, тому шансів зустріти тут «псевдо-органічного виробника» чи фальсифікат немає. Організатори виставки контролюють сертифікати на всю продукцію, виставлену на стендах. За представлення неорганічної продукції експоненти мають сплатити штраф у розмірі 1000 євро. Таких підходів до організації виставок варто було б повчитися вітчизняним спеціалістам.

Міжнародна підтримка

Допомагає розвиватися органічному сектору нашої країни швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні», що впроваджується Дослідним інститутом органічного сільськогосподарства (FiBL) та фінансується Швейцарською Конфедерацією. Саме цей проект став одним з ініціаторів відкриття окремого павільйону України на виставці «БіоФах».

Проект має кілька конкретних цілей в Україні:

- збільшити експорт органічних зернових, олійних і бобових культур від малих та середніх підприємств України.
- розширити асортиментну лінійку органічної молочної продукції для українських споживачів.
- підвищити рівень професіоналізму в органічному секторі.



Павільйон України на виставці «БіоФах»



Сирна експозиція



Дегустація органічного хліба

- сприяти діалогу між державою і органічним сектором.
- популяризувати органічну ідею серед виробників та споживачів.
- сприяти розвитку торгової марки для харчових продуктів із Карпат.

Наталія Прокопчук, менеджер проекту «Розвиток органічного ринку в Україні»: «Ми однаково активно працюємо і на розвиток внутрішнього органічного ринку в Україні, і на розвиток експортного потенціалу галузі. Це виправдано, адже експортна компонента може надати змогу виробникам інвестувати у внутрішній ринок. Поясню на прикладі одного з лідерів органічного виробництва Укра-



Наталія Прокопчук

їни «Галекс-Агро»: продаж за кордон органічних зернових культур допомагає цій компанії реінвестувати у розвиток молочного напрямку, що постачає продукти на внутрішній ринок.

Про динаміку внутрішнього органічного ринку красномовно говорять цифри. Фактично швейцарсько-український органічний SECO-FiBL проект почав працювати з 2008 року. Цього ж року був відкритий перший український спеціалізований магазин органічної продукції «Натур Бутік», в якому з українських органічних товарів можна було придбати лише гречку ТМ «Жменька», пластівці ТМ «Геркулес» та нефасовані овочі від ФОП Мельник В. В. Тепер до органічного кошика в спеціалізованих магазинах і не тільки можна покласти десятки товарів від українських виробників: кілька видів круп, олію, борошно, ковбаси, яйця і – що дуже важливо – молочні продукти. Ми сподіваємося, що географія органічного споживання та виробництва будуть розширюватися, обсяги та ділова активність збільшуватимуться, українські органічні сільгоспвиробники успішно реалізуватимуть свій часто згадуваний експортний потенціал, а разом з тим розширюватиметься асортиментна лінійка органічних виробів для українських споживачів. Для цього ми працюємо разом з усіма учасниками органічного сектора».

Під час виставки ми змогли поспілкуватися з кількома представниками українського органічного сектора, далі пропонуємо вашій увазі кілька коротких інтерв'ю.

«БіоФак 2014» у фактах та цифрах

- 2235 компаній-експонентів зі 134 країн світу
- 42 000 м² виставкової площі
- 42 000 відвідувачів-спеціалістів
- Топ-5 країн-відвідувачів: Німеччина, Австрія, Італія, Франція та Нідерланди
- 1200 представників світових ЗМІ
- Країною року стали Нідерланди, представляючи на виставці 85 експонентів



Органічні ковбаски

pavlo.korotych@agpmedia.com.ua

Органічна соя для Європи

«Соевий вік» має два виробничі кластери в Україні. У Кіровоградській області, звідки починалася компанія, сертифікували 1700 га і господарюють лише за органічними принципами. Ще 1000 га пайової землі обробляють за традиційними технологіями в Київській області. Власний селекційний майданчик мають у Чехії. Власник господарства – Руслан Моніч.

? Що ви пропонували на виставці як український виробник?

– Органічну товарну сою та – в перспективі – продукти її переробки. Раніше ми вже займалися переробкою сої на олію, однак через нерентабельність чотири роки тому цей напрям закрили, а обладнання продали. Тепер хочемо знову відкрити невеликий завод у Кіровограді. Урожай, який не зможемо продати на насіння, будемо пускати на переробку: в Європі багато підприємств готові купувати органічну соєву олію та макуху. Таким чином зможемо на кожній тонні продукції додатково заробляти до 100 євро – не багато, але перспективно. Розраховуємо, що наш завод перероблятиме 12 т сої на добу. Інвестиції в таку переробку становлять в середньому від 50 до 70 тисяч євро.

? Чи не буде проблем з транспортуванням готової продукції?

– Європейці самі прийдуть і заберуть, бо такий товар їм потрібен. Ми маємо великий досвід експортних поставок органічної сої, тож я перекоаний, що питань не буде. Наші основні покупці – Італія та Німеччина. Купують і на фураж, і на продовольчі цілі. Чехи недавно закупили в нас партію органічної сої для виготовлення з соєвого молока сиру тофу.

? Які основні нюанси вирощування органічної сої?

– Головна проблема – в зміні клімату. Опадів стало чи не вдвічі менше. Коли я починав займатися землеробством, у Кіровоградській області ми отримували 400–450 мм опадів. На сьогодні 350 мм – найбільше, на що можна сподіватися. До того ж тривалість бездошових періодів збільшилася. Особливо небезпечні такі періоди на початку вегетації сої, коли треба проводити боротьбу з бур'янами, адже за органічними технологіями ми можемо робити це лише механічним способом. Німцям чи голланд-

цям простіше: пройшов дощик, вони заборонували. А в нас дощів місяцями не буває, як працювати на такому полі?

Щоб уникнути таких негараздів, ми використовуємо ультраранні сорти. Сіємо наприкінці червня – на початку липня, після перших хвиль проростання бур'янів. Оскільки такі сорти мають дуже короткий вегетаційний період, зерно встигає вчасно дозріти.

Зміни клімату стосуються не лише України. Якби 10 років тому мені хтось сказав, що в Литві вирощуватимуть сою, я б цій людині розсміявся в очі. А зараз литовці збирають по 30 ц/га, бо хоча ґрунти в них бідніші, опадів мають більше.

? «Соевий вік» передусім відомий як насіннева компанія. Скільки маєте зареєстрованих сортів?

– В Україні за час своєї роботи ми створили 10 сортів сої, з них 8 вже занесені до Державного реєстру сортів рослин, ще два проходять реєстрацію. Як органічні вирощуємо лише два сорти: Аннушка та Білявка.

? Чи продаєте насіння сої в Європі?

– На жаль, сорти, зареєстровані в Україні, продавати в Європі ми не можемо, оскільки Україна не входить до складу Організації економічного співробітництва і розвитку по схемах польової апробації сої. Щоб мати збут за кордоном, окремі сорти почали реєструвати в Чехії, Польщі, Німеччині, Угорщині. До Європейського реєстру вже внесений наш сорт Аннушка, проходять експертизу сорти Мавка й Атланта. Звісно, ми сподіваємося, що в перспективі перепони для продажу українського насіння європейським країнам будуть зняті.

? Які напрями селекції найбільш актуальні на сьогодні?

– Головний напрям – підвищення білковості. Це універсальний критерій, важливий і для продовольчих, і для фуражних сортів. Другий за важливістю напрям – концентрація основної маси врожаю на верхній частині стебла, оскільки в Європі на полях багато камінців, які не дають змоги робити зрізання жаткою комбайна на низькому рівні.

Взагалі, створення сорту – дуже складна й тривала процедура. У цілому від схрещування до появи нового сорту, тобто стабільної лінії, проходить 7–12 років.



Руслан Моніч

? Чому частину селекційних полів вирішили розміщувати в Чехії?

– В Україні останнім часом безконтрольно вирощують багато генномодифікованої сої. Це велика небезпека для нашого селекційного матеріалу. Фактично, на батьківщині ми не можемо вести чисту селекцію. Тому в Європі утримуємо селекційний підрозділ та частину первинного насінництва. До речі, в питаннях селекції ми не співпрацюємо з жодною українською науковою установою. Селекція – це приватний капітал у генетичному матеріалі. Ми витрачаємо на це гроші й хочемо гарантій захисту своїх інтелектуальних прав.

? Чи не розглядали перспективу повністю перенести виробництво в ЄС?

– Ні. Поки можливо, будемо працювати в Україні, у нас тут добра команда. Моє завдання – шукати нові ринки збуту, щоб виробництво розвивалося.

? Не плануєте сертифікувати для органічного виробництва київський кластер?

– Не плануємо, оскільки там піски, без мінеральних добрив отримати добрий врожай дуже складно. І хоча опадів більше, ніж у центральній частині, волога не тримається в ґрунті.

Нас мало, але ми найкращі



Андрій Олефіренко

ТОВ «Органік оригінал» було засноване 2011 року. Спеціалізується на виробництві лінійки органічних круп, борошна, соняшникової олії та меду під торговою маркою «Екород». Виробничі потужності розташовані під м. Вишгородом Київської області. Директор — Андрій Олефіренко.

— Займатися органічною переробкою я вирішив, коли сам спробував український органічний яблучний сік. Зі справжнім смаком, як із дитинства. Оскільки їсти більшість продуктів із супермаркету часом шкідливо для здоров'я, хотілося запропонувати споживачам альтернативу. Продукти бакалійного ряду для більшості людей є основою харчування, тому зосередилися на них.

Обсяги виробництва наразі невеликі. Скажімо, наша лінія з виробництва олії може виробляти до 25 т продукції на місяць. Постачальниками сировини є виключно фермерські господарства з європейським органічним сертифікатом — така вимога щодо виробництва органічних харчів. Для нас оптимально, щоб плече доставки не перевищувало 200 км.

❓ Чи відрізняються вимоги до органічної сировини?

— У першу чергу, органічні виробники мають виконувати усі вимоги, прописані в ДСТУ та ГОСТ. Якщо продукція відповідає цим вимогам і має органічний сертифікат — дуже добре. Однак більшість виробників вважає, що самого лише сертифіката органічності достатньо, щоб

вдало продати товар. Вони часто нехтують якістю, пропонують зерно «як є», з великою кількістю домішок. Справді, виростити якісне органічне зерно складніше, але ж і ціна на нього інша. Крім того, треба враховувати інтереси покупця кінцевого товару: він платить за органічні продукти більше, отже, розраховує на те, що вони будуть не лише кориснішими, а й смачнішими.

❓ Яку премію за органічність можете запропонувати постачальникам?

— Для нас оптимально, щоб ця премія була в межах 30%. Однак постачальників це далеко не завжди влаштовує, хоча вони мають розуміти, що ціна сировини автоматично впливатиме на ціну кінцевого продукту, а нам би не хотілося її підвищувати.

❓ Чи є дефіцитні позиції на ринку органічної сировини?

— Щодо певних культур ми справді маємо дуже обмежене коло постачальників. Один безальтернативний постачальник — це завжди ризик. Скажімо, бракує органічного соняшнику, ячменю, якісної твердої пшениці.

❓ Які продукти є найпопулярнішими у вашій лінійці?

— Найпопулярніші — гречана крупа (і обсмажена, і не обсмажена), соняшникова олія та пшеничне борошно. До речі, минулого року наша органічна соняшникова олія «Екород» була визнана найкращим органічним продуктом Східної Європи. Вона отримала найвищу відзнаку, «Золоту нагороду», на 8-му Органічному маркетинговому форумі, що проходив у Варшаві.

❓ Чи виправдовує ваші сподівання динаміка розвитку органічного ринку в Україні?

— Попит на органічні продукти однозначно зростає. Однак давайте будемо реалістами. Мої відчуття, що наша економіка у затяжній стагнації, фінансовий стан українців не покращується, а то й погіршується. Відповідно, пересічним громадянам складно виділяти більше грошей на якісне харчування, декому просто не до цього. Тож динаміка є, але хотілося б кращого.

ORGANIC MAP OF UKRAINE

Status
31.12.2013

ОРГАНІЧНА КАРТА УКРАЇНИ

Станом на
31.12.2013 р.



Органічна карта України

ГОВОРИТЬ ЕКСПЕРТ

Поле для маневрів

ТОВ «Агрофірма «Поле», яка була створена 2007 року, займається переробкою, торгівлею та експортом сільськогосподарської продукції. В органічному секторі працює з 2009 року. Спеціалізуються на виробництві органічного пшона та макаронної крупки з твердих сортів пшениці. Переробні потужності зосереджено в Черкаській області. **Директор — Іван Томенко.**

— Із нашими постачальниками маємо тривалі ділові відносини. Ба більше, ми перебуваємо в пошуку нових партнерів, які на попереднє замовлення вирощували б для нас сировину. Маємо стовідсоткову гарантію збуту органічного проса, розширюємо обсяги поставок. На цей рік, тобто на весняну посівну 2014-го, нам потрібно розмістити замовлення на 3000 га, щоб отримати не менше ніж 6000 т проса. Для потреб нашої переробки потрібно 600 тонн органічного проса на місяць: це досить значні обсяги для такої культури. Ми навіть готові оплачувати сертифікаційні послуги для виробників власним коштом, щоб вони забезпечували нас сировиною. Три роки тому ми сертифікували три господарства в Одеській області й одне в Запорізькій. Тепер розширюємо географію, розміщуємо замовлення переважно у південних регіонах: Миколаївській, Херсонській областях і Криму.

❓ Однак це ж зона ризикованого землеробства, та й від Черкас не близько.

— Якраз для цього поясу просо є страховою культурою, оскільки воно дуже посухостійке. Тому й виробники там очікує зголошуються включати його до сівозміни, ніж фермери в центральних областях, де переважна більшість робить бізнес на високорентабельних кукурудзі та соняшнику.

❓ Чому в Черкаській області так мало органічних виробників?

— Бо абсолютна більшість аграріїв думає про день сьогоднішній: як отримати максимальний прибуток за інтенсивних технологій. Коли в нашій державі скінчиться вакханалія і будуть створені можливості працювати цивілізовано, тоді фермери почнуть думати, як передати землю в спадщину дітям й онукам. І тоді їхнє ставлення до господарювання зміниться.

❓ Чому б вам самим не взятися на аграрне виробництво, щоб забезпечувати себе сировиною?

— Україна — країна монополій в усіх сферах, зокрема й в аграрному секторі. Усім про це

добре відомо. Вибудувати монополію — не наш шлях. Філософія органічного напрямку прямо протилежна монополізації: в усьому світі органічним бізнесом займаються переважно малі виробники, а переробники їх координують, допомагають технікою й технологіями. Ми дотримуємося саме цієї європейської моделі.

❓ Чому вирішили спеціалізуватися на продуктах переробки проса?

— Пшоно у Європі цінують як продукт, що не містить глютен. Про непереносимість глютену у Європі кажуть усе більше, у США алергією на клейковину страждає 6% населення. Ці люди потребують довічного дієтичного харчування, складовою якого є пшоно. Також із проса роблять борошно, яке додають у дієтичні сорти хліба, пластівці тощо. Ми працюємо над розширенням асортименту продукції, зокрема, запускаємо новий проєкт — переробку твердих сортів пшениці на макаронну крупку. Проте інших позицій гарантованого збуту поки не маємо.

❓ Де розміщені виробничі потужності?

— Маємо два виробничі майданчики: у самому місті Черкаси та на його околицях. Одне виробництво працює на виготовлення органічної продукції, друге — на виготовлення конвенційної (неорганічної — прим. Ред.). До того ж у нашому загальному портфелі обсяги переробки екологічно чистої продукції сягають 50%, а в найближчі кілька років ми хотіли б повністю перейти на органічні рейки.

❓ Яка географія ваших поставок?

— Головний покупець продукції з органічного проса — Європейський Союз. В основному це Німеччина, а також Австрія, Голландія, Швейцарія. Два наших головних конкуренти — США та Китай. Однак у нас багато переваг порівняно з ними, головна з них — близькість до Європи. Ми самі пробуємо виходити на заоканські ринки: недавно отримали замовлення з Австралії на перший пробний контейнер продукції.

❓ Яка наразі цінова ситуація на ринку проса?

— Ринок проса нестабільний, оскільки це нішова культура. Кожні 3–5 років трапляються різкі цінові стрибки. Трейдери ставляться до проса як до фуражної культури, тому ціни на нього на світовому ринку не виправдано низькі. Це дає відповідь на запитання, чому так



Іван Томенко

мало господарств беруться за його вирощування. Просо сіють за залишковим принципом. Мало уваги звертають на насінневі матеріал, технології тощо. Як наслідок — відповідна врожайність на рівні 20–25 ц/га, хоча цілком реально отримувати більші показники. Проте треба враховувати, що витрати на вирощування проса є мінімальними порівняно з іншими культурами. Тому мудрі господарі вводять його у сівозміну й отримують гарантовані (нехай і не захмарні) прибутки.

Цього року ситуація нетипова: клієнти готові платити за просо майже удвічі більше (до 3500 грн/т — прим. Ред.), що теж не є нормальним. Незалежно від коливань, ми декларуємо стабільну цінову політику у відносинах із постачальниками. Якщо середня ціна тонни проса становить 250 доларів, тобто на рівні 2000 гривень, ми додаємо до неї надбавку 30–40% за органічність. Іноді надбавка буває навіть більшою — до 70%. Щодо інших культур такі високі надбавки є винятком.

❓ Наскільки високою була зацікавленість відвідувачів до вашого стенда на виставці «БіоФак»?

— Зацікавленість є, адже в усіх на слуху великий потенціал України як аграрної держави. Щоправда, цей потенціал мав би вже давно реалізуватися, але, на жаль, поки що цього не відбулося. Багато іноземців, з якими нам довелося спілкуватися, солідарні з українцями в тому, що систему влади в нашій країні треба змінювати. Усі вже зачекалися цих змін: і в самій Україні, і за її межами.