

## Критерии Знака «Сельское хозяйство в гармонии с Природой»

### Обязательные

1. Отказ от использования синтетических минеральных удобрений. Допускаются к использованию природные минеральные удобрения: доломит, мел, силвинит.
2. Отказ от использования химически синтезированных пестицидов. Допускается использование препаратов, изготовленных из растений.
3. Отказ от использования синтетических гормонов и регуляторов роста. Допускается использование биодинамических препаратов.
4. Отказ от использования генетически модифицированных организмов (ГМО).
5. Удобрение и восстановление плодородия почвы осуществляется путем использования органических удобрений (навоз, компост, пожнивные остатки), севооборота (доля бобовых не менее 25%), зеленых удобрений (сидераты). Для компоста нельзя использовать органические материалы, содержащие остатки синтетических моющих средств, тяжелые металлы.
6. Сорняки контролируются при помощи прополки, мульчирования, севооборота и т.п. Нельзя использовать гербициды.
7. В хозяйстве приток продуктов и энергии извне минимален, его функционирование максимально приближено к замкнутому циклу.
8. Нет следов эрозии почвы.
9. Нет оголенных участков почвы (большую часть года земля покрыта растительностью).
10. Для животных созданы комфортные условия в соответствии с их биологическими особенностями, обязательное наличие подстилки, достаточная площадь (в помещении и для выгула).
11. Отказ от выжигания пожнивных отходов, стерни, сухой травы.

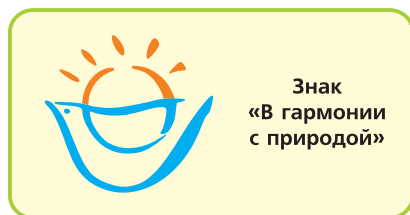
### Желательные

1. Использование местных, традиционных систем ведения сельского хозяйства.
2. Использование местных сортов, а также семян и посадочного материала, произведенных в данной местности (максимально близко к хозяйству).
3. В хозяйстве есть участки земли, не вовлеченные в сельскохозяйственное производство (участки дикой природы без вмешательства человека). Это необходимо для поддержания биоразнообразия, так как является местом обитания благоприятных для сельского хозяйства животных.
4. Использование щадящих способов обработки почвы (безотвальная вспашка, обработка почвы без вспашки и др.).
5. В хозяйстве содержат не более 1 головы крупного рогатого скота на 1,4 гектара.
6. При содержании животных не используются антибиотики для профилактики.
7. Безопасное хранение навоза (в специальных местах, хранилищах, но не на поле/огороде/саду).
8. Уменьшение потребления невозобновляемых ресурсов. Использование местных возобновляемых источников энергии.
9. Биологическая защита растений от болезней и вредителей, основа которой - профилактика, а не лечение.
10. Для кормления животных не используют готовые корма (комбикорма). Исключение - органические готовые корма. Разрешены некоторые добавки - кальций, магний, витамины (не химически синтезированные).



# ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ:

КАК ПРОДАТЬ  
И ГДЕ КУПИТЬ  
В БЕЛАРУСИ



Производство экологических, или органических, продуктов успешно развивается во всем мире, несмотря на кризис. Экологические фермеры получают финансовую поддержку, им доступна сертификация. Потребители могут купить такие продукты в специализированных магазинах, обычных супермаркетах, на рынках.

В Беларуси органическое сельское хозяйство делает только первые шаги. Но есть уже сертифицированные фермеры, многие производители работают по экологическим технологиям. Главная проблема фермеров - где продать экологические продукты. Главный вопрос потребителей – где купить такие продукты? Пока не существует цепочка производитель - посредник - потребитель. В этой брошюре мы расскажем о возможности прямых продаж экологических продуктов. Такую систему называют по-разному: прямой маркетинг, абонентские ящики, фермерские корзины. Она существует в самых разных странах - и богатых, и развивающихся. Мы надеемся, что прямые цепочки производитель - потребитель будут развиваться и в нашей стране.

## Каким образом попадают продукты на стол большинства горожан?

### Обычная цепочка "продавец - покупатель" (с посредниками)



**3.** И еще один вариант - познакомьтесь с фермером (владельцем приусадебного участка, хутора) и посмотрите сами или расспросите, как он выращивает растения, как относится к животным. Система, основанная на доверии так же надежна, как и сертификация, которую контролируют специалисты.

**Какую бы систему распределения не выбрали белорусские производители экологических и натуральных продуктов, главное, что выращенный продукт дойдет до своего покупателя, а фермер из обезличенного производителя станет мастером земледелия, которого будут узнавать на улице, рекомендовать родственникам, друзьям и знакомым. Сегодня, пока нет государственного закона об органическом продукте и нет государственной гарантии качества экологической продукции, ниша экологических сельскохозяйственных продуктов ждет своих мастеров земледелия. Абоненты-покупатели обязательно найдутся – это вопрос доверия и умения организовать приемлемый для всех вариант цепочки фермер – потребитель.**

#### Полезные ссылки

<http://vkusnaya-eda.livejournal.com>  
<http://www.extension.org/pages/18381/direct-marketing-channels-strategy-for-organic-products>  
<http://www.extension.org/pages/18379/direct-marketing-of-organic-food-with-value-added-products>  
<http://www.organicfooddirectory.com.au/general-issues/community-food-systems/farmers-and-direct-marketing.html>  
<http://www.choicesmagazine.org/2006-4/produce/2006-4-06.htm>  
<http://www.facebook.com/EcoFoodMoscow>  
<http://ecousadba.ru/>  
<http://citylavka.ru/category/fermerskie-korziny/>  
<http://spbferma.ru/>  
<http://vk.groupon.ru/moscow/sferm2>

Благодарим Нону и Кристофа Арндт за помощь  
Благодарим Коалицию Чистая Балтика за поддержку

*Coalition Clean Baltic*

**2.** Общественное объединение «**Экодом**» ежегодно проводит конкурс «В гармонии с природой». Критерии конкурса основаны на принципах органического сельского хозяйства. Фермеры и владельцы приусадебных хозяйств, которые соответствуют критериям, получают диплом и право пользоваться знаком.



### Прямые продажи (без посредников)



Такой путь обычно продлевает продукт от производителя в нашу потребительскую корзину. Хорошо это или плохо?

**Производителю** - хорошо, потому что забирают все оптом, не нужно хранить, перерабатывать и упаковывать; - плохо, потому что посредник платит ему меньше в этом случае.

**Потребителю** - хорошо, потому что выбор продуктов в супер-, гипер- и других маркетах и дискаунтерах достаточно широкий, и на пути от производителя к месту продажи качество продукта, наверное, кто-то контролирует; - плохо, потому что приходится платить всем участникам процесса доставки, и плохо, что продавец, как последнее звено, не отвечает за качество продукта.

**Продукту** - хуже всех. За долгий путь он, чтобы не состариться и не потерять вида, подвергается хитроумным манипуляциям. А на прилавках - такая жесткая конкуренция. Чем качественнее продукт, тем он должен быть дороже, а чем дороже, тем большим запасом хранения должен обладать, тем больше приходится добавлять в него консервантов, кондиционеров и т. д. и тем менее ценным продукт становится - не замыкается цепочка качества.



Есть ряд продуктов в нашем рационе, которым абсолютно незачем проходить весь этот длинный и недешевый путь. Они растут в пригородных зонах - не далее 10 - 50 км - и вполне могли бы оказаться на нашем столе еще не просохшими от росы.

### Прямые продажи. Как это работает?

Недостатки существующей системы доставки продуктов питания побудили искать альтернативные пути. В европейских странах уже несколько десятков лет работают такие системы прямых продаж: абонентские ящики, потребительские общества, продажи в хозяйствах, «зеленые фургоны» и т. д. В Англии, например, работают целые локальные сети, объединяющие потребителей и производителей. В различных условиях используются разные схемы, но суть их одна - максимально сократить цепь доставки и обходиться без посредников.

**Сообщество потребителей.** Такая схема продаж, как правило, инициируется потребителями. Например: сотрудники какой-нибудь фирмы, или члены организации принимают решение совместно приобретать определенный ассортимент продуктов. Они находят производителя (фермера, группу мелких землевладельцев, хутор или деревню) и заключают договор. Предметом договора становятся: ассортимент продуктов, гарантия их качества, стоимость, условия доставки (периодичность, время, место).

Наиболее значимы при покупке органических продуктов хорошая репутация производителя и наличие знака органической продукции. Для трети респондентов важен внешний вид продукта. Наименее важно удобство приобретения товара.

### Как определить, действительно ли продукт является экологическим

В нашей стране отсутствует система сертификации экологических (органических) продуктов. Как потребителю найти «своего» фермера?

**1.** В нашей стране появились фермеры, которые сертифицированы согласно нормам органического сельского хозяйства Европейского Союза. Покупатель может посмотреть сертификат, и сертифицированная продукция маркируется знаком ЕС.

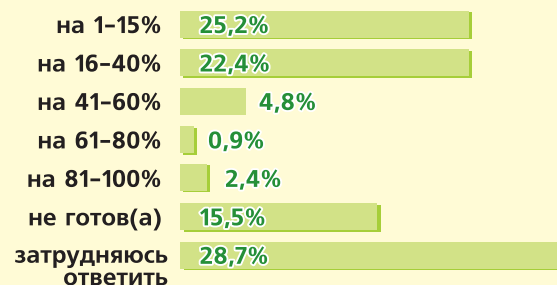


Сертификат, выданный белорусскому фермеру аккредитованной украинской организацией «Органик Стандарт», работающей по стандартам ЕС



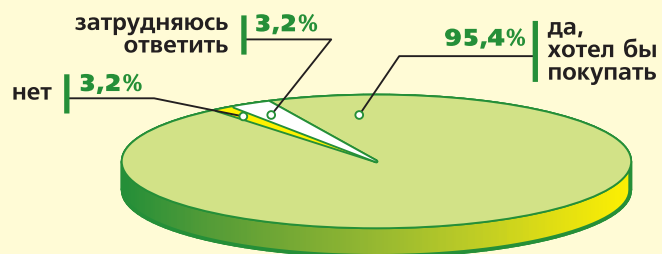
Знак «Органическое сельское хозяйство» Европейского союза

**Готовы ли вы платить за органические продукты больше, чем за обычные? Если да, то на сколько?**



Покупательская способность белорусов не очень высокая, однако, более половины наших респондентов (55,8%) готовы платить за органические продукты больше, чем за обычные. Мы предполагали, что с ростом доходов растет желание покупать органические продукты. Действительно, среди респондентов с доходом, превышающим средний на 20%, доля согласных платить больше выше на 7 - 15% по сравнению с менее обеспеченными группами; если доход превышает средний на 50%, уже 73,6% настроены покупать органические продукты дороже.

**Хотели бы вы покупать органические (экологические) продукты питания?**



Примером может служить маленький потребительский кооператив в Дрездене (Германия). Кооператив состоит из 14 человек. Один из них - хранитель традиций и координатор (негласный лидер). 8 лет назад люди собрались вместе, чтобы удобнее и дешевле обеспечивать себя органической продукцией. Взнос 4 евро в месяц, дети бесплатно. Арендуют 1 комнату площадью около 10 кв. м, которая оборудована столами, полками, весами и холодильником. Заказ продуктов по Интернет. Поставщики привозят продукты сами, 2 человека по очереди по четвергам фасуют их согласно заказам. Потом члены кооператива приходят и забирают продукты. У всех свои ключи, ящики стоят на полках, они подписаны, часть продуктов - в холодильнике. Это не бизнес. Цены ниже, чем в магазине, так как нет наценки (все делают сами).

Такую систему мы можем организовать у нас практически сегодня. У нас для этого есть почти все.

**Такая система может перерасти и в нечто более крупное. Часть членов такого кооператива берут на себя функцию посредников (главное, чтобы продукцию закупали прямо у производителей и продавали только розничному потребителю). Организуется что-то похожее на клуб-магазин. Покупать могут только члены клуба. Небольшой членский взнос позволит оплачивать торговые расходы.**

Такой магазин органических продуктов нам представили в Дрездене. Пока ждали руководителя магазина, мы пили кофе в буфете, из которого хорошо видны полки с товарами, и прикидывали, что же здесь можно будет купить, чтобы порадовать минских друзей. Когда мы вошли, я даже успела что-то положить в корзину из винного стеллажа.

Но, оказывается, это только для своих - членов клуба. Это - отличный маркетинговый ход. Вы рядом с системой, но вне ее - и уже чувствуете себя обделенными, и уже понимаете, что этот товар - эксклюзив, который - не для всех. Вот какой ход нужно использовать помимо общеизвестных преимуществ органического продукта. У нас это сразу же сработает как стимул стать членом такого клуба. Клубность магазина позволяет размещать его не в самом людном месте (в Дрездене с улицы он не заметен). Членские взносы дают стабильность работы, есть постоянные ресурсы на самое необходимое, несмотря на колебания объема продаж. Можно отработать свой членский взнос работой в магазине.

Площадь магазина - более 200 кв.м. Ассортимент товаров очень богатый. Много товаров местного производства (со специальной пометкой). Здесь учитывают также принципы здорового питания - среди товаров 6 видов различных семян для проращивания, литература о здоровом питании (рецепты и концепции). Для обратной связи с покупателями есть журнал заявок. В нем размещают заказы на крупные партии товара, а также заказывают товар, которого не оказалось в ассортименте. В магазине организован небольшой уголок для детей с эко-мебелью и эко-игрушками, которые создают атмосферу семейности и экологического уюта. В субботний день было много покупателей, и их тележки были наполнены покупками до верху - видно, что закупают продукты на неделю.

Эта же организация владеет еще 3 магазинами в Дрездене, они доступны всем, но цены выше, чем в «клубном» магазине.

И к фермерам ездили сами, и клиентов обзванивали по телефону.

Все, что мы здесь увидели - это для нас пока картинка из будущего, которая может задать нам вектор развития.

### **Нужны ли белорусским потребителям органические (экологические продукты)**

Для определения потребности в органических продуктах Общественное объединение «Экодом» заказало исследование в Центре системных бизнес-технологий «SATIO». Маркетинговое исследование потребительских предпочтений при покупке органических (экологических) продуктов было проведено в нашей стране впервые.

На вопросы анкеты ответили 1 000 мужчин и женщин от 18 до 60 лет с различным образованием, социальным и семейным положением, уровнем дохода - жители крупных городов (Минск, Брест, Витебск, Гомель, Гродно и Могилев). Опрос проведен 17-30 мая 2008 года. Выборка репрезентативна городскому населению Беларуси в возрасте 18 лет и старше. Респонденты были проинформированы о том, что такое органические продукты перед тем, как отвечать на вопросы.

Главный результат - 95,4% белорусов хотят покупать органические продукты. Большинство (89,4%) из них объясняют свой выбор тем, что органические продукты полезны для здоровья, остальные ответы выбрали только 1-2% респондентов (натуральный вкус, для долголетия, безопасно для организма и др.).



Если такая система хорошо сработала один или два сезона - фермер «сделал себе имя» - можно договариваться о частичной предоплате, что позволило бы фермеру делить риск с потребителем.

Самую масштабную систему абонентских ящиков мы наблюдали в Дрездене - базу абонентских доставок «Франкис». Эту систему организовал посредник. Сегодня - это помещение (склад + система фасовки с удобным эргономичным рабочим местом, укомплектованным компьютеризованной системой обработки заказов). Работают 3 человека, и в пик продаж подрабатывают студенты. Три дня в неделю доставку осуществляет машина с холодильной установкой. Ассортиментный перечень, кроме продуктов, напрямуюкупаемых у местных фермеров, существенно расширен за счет оптовых баз органических продуктов. Места для хранения не много - примерно на недельную доставку. Можно заказать индивидуальный набор или выбрать из нескольких стандартных вариантов (минимальная цена заказа 20 евро). Заказы принимают по Интернет и телефону. Ящик с заказом оставляют у двери, не дожидаясь хозяина, и там же забирают оставленную хозяином тару. Эта деталь существенно оптимизирует весь процесс и делает более прогнозируемым временной регламент. В противном случае, если дожидаться клиента, с каждым поговорить, то вместе с пробками уже получается весьма не предсказуемая по времени ситуация. Цены на продукцию не выше, чем в магазине даже с учетом доставки. Это с учетом того, что теперь фермеры продукцию привозят сами, хотя в начале к ним ездили. Получается, что система работает на разнице оптовых закупочных цен и цен продаж в магазинах. Начинали они с 20 клиентов, рекрутированных на ежегодной ярмарке.



**«Клубный» магазин потребительского кооператива в Дрездене, Германия. Сейчас в клубе более 2000 человек, а начиналось все 6 лет назад с 3 единомышленников.**

**Продажа в хозяйстве. Такую схему может реализовать фермер, расположенный близко от крупного города и готовый вести поликультурное хозяйство, чтобы максимально широко представить весь перечень местных продуктов.**

Тут уже придется позаботиться о презентабельности. Посетители могут захотеть посмотреть, как живут куры, яйца которых они купят, как выглядят коровы, чье молоко им продадут. Можно прогуляться по саду и огороду. Городские детишки смогут посмотреть детишек домашних животных. Можно предложить посетителям самостоятельно собрать себе фруктов и овощей, особенно, если речь идет о заготовках на зиму. Количество покупателей напрямую будет зависеть от качества продуктов и качества обслуживания.

Фермер не тратится на доставку продуктов в город, но ему необходимо содержать минимальный штат магазина. У нас по такой схеме, вероятно, смогут при желании развиваться хозяйства агротуристического бизнеса. Пример такого хозяйства - ферма недалеко от Дрездена ([www.vorwerkpodemus.de](http://www.vorwerkpodemus.de)). Хозяева - два брата - содержат коров, свиней, кур и выращивают для них корма. У входа стоят 2 теленка - для детей, которые приезжают с родителями в магазин. Для них же во дворе - игрушечные тракторы, на которых можно покататься, и детская площадка. Рядом гуляют 2 лошади. Все сделано для того, чтобы жителям города, приехавшим за продуктами, было приятно провести некоторое время на территории фермы. В магазине цены немного дешевле, чем в городе. Большой ассортимент товаров, особенно - мясных изделий (местных). Можно дегустировать сыры, йогурт и другие продукты. Дополнительные услуги - можно смолотить зерно на месте.



Ферма  
и магазин  
недалеко  
от Дрездена,  
Германия



**Система абонентских ящиков. Хозяйство, или кооператив фермерских хозяйств сотрудничают с сообществом потребителей, объединенных территориально (микрорайон города, кондоминиум, работники одной организации и т. д.). Доставка продуктов осуществляется с оговоренной ранее периодичностью по предварительному заказу. Хозяину приходится самому фасовать заказы и заниматься их доставкой.**

Во время учебного визита в Великобританию нам демонстрировали органическую ферму (12 га) рядом с Донкастером. В хозяйстве работали люди с ограниченными возможностями (синдром Дауна). Они ухаживали за животными, садом и огородом, фасовали заказы. За каждым были закреплены несколько семей, и работники чувствовали себя важными и нужными. Очень трогательным показался случай, когда в одну из корзин вместе с продуктами работник фермы Майк положил букет львиного зева. «Это любимые цветы миссис Кэралайн - у нее сегодня день рождения».

Потребителю такая система очень удобна. Представляете, утром, перед уходом на работу вы получаете корзину свежих продуктов: теплое молоко - детям в кашу, вам в кофе, свежих ягод - к утреннему десерту. Фермера такая система обязывает к строгому временному регламенту доставок, но по сравнению с простаиванием в торговых рядах рынков это хорошая экономия времени. Может сложиться ситуация, когда заказ не удастся сформировать полностью ввиду различных объективных условий. Можно заранее договориться о замене, можно заручиться поддержкой партнеров - мелких землевладельцев. Есть варианты договоренностей, когда потребитель согласен на «сюрприз».

