

Информационный бюллетень: органическое сельское хозяйство в Центральной и Восточной Европе

№ 31

ДЕКАБРЬ 2012 ГОДА

Уважаемые читатели,

Нам предстоит принять важное решение о том, в каком направлении развиваться нашей системе продовольственного обеспечения в будущем. Сегодня климатические изменения уже не предмет научных споров, а действительность. Продолжительная засуха в США этим летом, и октябрьские проливные дожди в Аргентине негативно сказались на урожае злаковых культур и соевых бобов в этом году, что привело к росту цен на зерно на мировом рынке до 60 % и голоду в районе Сахель в Африке. Эти события послужили очередным тревожным сигналом к тому, что мы не должны использовать зерно для производства топлива в то время, когда наиболее бедная часть населения земли не в состоянии купить себе продукты питания.

Президент группы IFOAM EU, Кристофер Стоупс, сказал: «Взаимозависимость природных ресурсов и сельского хозяйства выступает гарантом долгосрочной продовольственной безопасности. Это подчёркивает важность борьбы с основными экологическими проблемами для пищевого производства в Евросоюзе. Органические хозяйства могут предложить решения проблем, связанных с климатическими изменениями, рациональным расходом водных ресурсов и защитой почвы, за счёт систематического подхода к эффективному использованию ресурсов и предотвращению изменений климата.»

Некоторые представители нашей цивилизации загрязняют окружающую среду больше, некоторые – меньше, но все мы, граждане мира, несём ответственность за сложившуюся ситуацию. И каждый может хотя бы немного сократить эффекты влияния загрязнений и климатических изменений на окружающую среду. Переход к более ресурсосберегающим формам сельского хозяйства – один из ключевых факторов. Давайте вместе скажем миру, что мы – за зелёное будущее! Давайте объясним своим семьям, друзьям, коллегам и партнёрам, почему нужно поддерживать органическое движение! Вместе мы можем этого добиться!

Приятного чтения!

Уважаемые читатели, сторонники, коллеги и партнёры, мы желаем вам счастливо встретить Рождество и успешно начать Новый 2013 Год!

Гатис Цаицс и Бернард Янсен, ЭкоКоннект. Перевод с английского языка: Мария Николаева, редактора и корректора: Ирина Гросс

* * * * *

Содержание:

1. Единая сельскохозяйственная политика Европейского союза на 2014 – 2020 годы: поиск устойчивого сельского хозяйства?
2. Региональность как аргумент в пользу покупки товара? Дискуссия идет по всей Европе
3. Органическое содержание кур-несушек
4. Органическое производство и рыночная деятельность стран Балтики
5. Органическое зерно из Литвы на экспорт в Северную и Западную Европу
6. Тягловые животные: старомодно или очень актуально?
7. Органическая сертификация: новая общеевропейская платформа
8. Органик Маркетинг Форум в 2013 году с новой концепцией налаживания деловых связей и расширенной выставкой
9. Новые книги по теме «Органическое сельское хозяйство»
10. Запланированные мероприятия

EkoConnect

Международный центр
органического
сельского хозяйства
Центральной и
Восточной Европы

Phone: +49 351-20 66 172

Fax: +49 351-20 66 174

info@ekoconnect.org

www.ekoconnect.org



**EKOconnect**
Organic Agriculture Moving East

Register until February 28, 2013 to get
EARLY BIRD DISCOUNT

**Organic
Marketing
Forum**

European East-West Organic
Trade Exhibition and Networking Conference
June 17 - 19, 2013 in Warsaw

www.organic-marketing-forum.org

1. Единая сельскохозяйственная политика Европейского союза на 2014 – 2020 годы: поиск устойчивого сельского хозяйства?

В эти дни, когда эта статья переводится, чтобы дойти до читателя на десяти языках, Европейский Союз решает вопрос о будущем сельского хозяйства в Европе. «Нужны радикальные изменения в продуктах питания и сельском хозяйстве. Существует много проблем, например: загрязнение окружающей среды, эрозия плодородной почвы, исчезновение видов, загрязнение воды и животных, содержащиеся в плохих условиях», – этими словами Кристофер Стоупс, президент IFOAM EU Group, прокомментировал актуальную дискуссию о сельскохозяйственной политике Евросоюза на ближайшие годы. На миллионах гектар пахотных земель в Европе снизилась плодородность почвы. Отсюда и возник один из срочнейших вопросов, как можно сохранить плодородность почвы, на который реформа должна найти ответ. В предложении закреплены три приоритета, названные единой сельскохозяйственной политикой Евросоюза (ЕСХП) 2014 – 2020: конкурентноспособное производство продуктов питания, постоянное пользование ресурсами и смягчение изменения климата посредством продвижения зеленого хозяйства и сбалансированное территориальное развитие. Согласно предложению ЕСХП Европейской комиссии, основополагающие платежные средства сложного выражения должны быть согласованы так, чтобы государства, которые в данный момент в среднем по Евросоюзу получают менее 90 %, постепенно сократили разрыв на треть в течение определенного времени. Это бы означало, что фермеры в новых государствах-членах Евросоюза (например, Прибалтика, Чехия, Словакия, Венгрия, Словения, Румыния, Болгария), которые в среднем по Евросоюзу получают менее чем 90% по прямым платежам, получали бы далее значительно меньше, чем в странах Евросоюза. Некоторые правительства государств средней и западной Европы предложили равномерное распределение основных платежей.

Что мог бы означать план по органическому сельскому хозяйству? Взносы для органического сельского хозяйства оставались бы согласно Пилару II такими, какие они есть. Биокрестьяне получали бы точно так же так называемый «Зелёный компонент» в объёме 30% от всех прямых платежей Пилара I. Обычные фермеры были бы обязаны выполнять определённые критерии, как разнообразие выращиваемых плодов (фермер должен был бы выращивать по меньшей мере четыре вида плодов и доля для каждого вида плодов на общей площади должна была бы выполнять минимальные требования), держание одновременного пастбища и по меньшей мере 7% фермерской земли, которая должна быть посвящена особым главным экологическим задачам (например, края полей, кустарники, деревья, залежное поле, ландшафтная работа, биотопы, буферная полоса, лесистая площадь), чтобы получить эти платежи. Экологические производители автоматически повышали бы свою квалификацию для этой «Зелёной прибавки» без дальнейшего налога, тогда они очевидно имеют определённую пользу для окружающей среды. Во время дискуссии были голоса, которые требовали, чтобы все обычные фермеры выполняли бы критерии «зеленого компонента» для получения основных платежей. Биокрестьяне получали бы отличительную черту одного положения как часть развития сельской программы, что лучше, чем один из многих агропланов окружающей среды.

Как особенное средство против больших сельско-хозяйственных предприятий ограничивает общая агрополитика Европейской комиссии поддержку, которую может получить каждый отдельный двор от основного плана погашения на 300000 евро в год. Основные платежи, которые превышают 150000 евро в год, сократились бы при помощи определенных предписаний. Таким образом, было бы больше поддержки для сельского развития и маленьких инициатив. Основные выплаты составляли бы примерно 50% от основных платежей от Пилара I. Как сказано, составлял бы «Зеленый компонент» 30%, на оставшиеся 20% каждое государство решало, были бы это маленькие дворы, молодые фермеры, области со сложными условиями для сельского хозяйства или другие цели.

С самого начала переговоры о будущем единой сельскохозяйственной политики (ЕСП) должны были преобразить европейскую окружающую среду, сельские общины, и обеспечить долгосрочную безопасность поставок пищи. Тем не менее долгие обсуждения в Европарламенте не вылились в преимущества для органического сельского хозяйства. Во время финансового кризиса актуальны дебаты о сокращении бюджета ЕС. 14 ноября президентом Совета Европы Германом Ван Ромпуи было опубликовано компромиссное предложение, направленное на снижение оптовой отпускной цены «Зелёным Компонентом», входящим в ЕСП, а также сокращение бюджета развития сельского хозяйства на 9,3%. Сильный фонд развития сельских территорий играет решающую роль по отношению к основным социально-экономическим и экологическим приоритетам ЕС и должен являться жертвой жестких сокращений бюджета. Главы государств и правительств ЕС встретились 22-24 ноября на бюджетном саммите ЕС в Брюсселе, чтобы принять решение о бюджете ЕС на 2014-2020 годы. Тем не менее переговоры потерпели

неудачу, и компромисс не был найден. Мартин Хойслинг, представитель партии зелёных в европарламенте, заявил: «Партия зелёных будет продолжать сотрудничать с теми как внутри, так и за пределами европейских национальных учреждений, кто выступает за более экологичное и устойчивое ведение сельского хозяйства и за более справедливое распределение бюджетных средств. Сейчас мы работаем над поправками, которые ставят своей целью направить ЕСП в сторону как можно более экологичного и справедливого ведения сельского хозяйства в Европе».

Изабель Отисье, президент департамента сельского хозяйства Франции: «Во время следующего раунда переговоров главы государств и правительств должны удостовериться, что фермеры будут получать субсидии только в случае, если они соблюдают действующие экологические нормы. До сих пор все аргументы, имеющиеся на столе переговоров, были слабы. Недопустимо, чтобы в нынешние времена экономии продолжила действовать существующая практика выдачи карт-бланша тем, кто практикует опасные сельскохозяйственные методы».

Хотя средства для следующего периода ЕСП ещё не найдены, похоже уже сделана первая пара шагов в сторону более долговечного сельского хозяйства. За последними новостями и решениями можно следить на [сайте WWF](#). Другие ресурсы, использованные для этой статьи, на которых также можно найти дополнительную информацию – [IFOAM группа ЕС](#), [Центр Органических Исследований](#), [статья «Озеленение ЕСП»](#), [публикация «Правда о ЕСП»](#) и [публикации в Википедии](#).

Автор: Гатис Цаицс, Экоконнект.

Перевод с немецкого языка: Юлия Пащенко, корректура и редакция: Ирина Гросс

* * * * *

2. Региональность как аргумент в пользу покупки товара? Дискуссия идет по всей Европе

Местные (или региональные) товары становятся популярными во многих странах. Так в отделе свежих товаров покупатель ожидает увидеть молоко, мясо, овощи, фрукты и т. д., которые выросли или были произведены поблизости. Такой тренд открывают для себя не только производители органических продуктов.

Неоднозначность термина «региональный» – как его понимают потребители

Термины «регион» или «региональный» не имеют однозначного определения и, по сравнению с юридически защищенным «указанием происхождения товара», не упоминаются в текстах законов. Подразумевается ли под «регионом» географически или исторически сформировавшаяся общность, или же его можно определить через такие культурные факторы как язык? Понимает ли потребитель в качестве «регионального» что-то, связанное с определенным регионом или, проще, то, что находится в территориальной (и культурной) близости от изготовителя?



Био-маркет в г. Еленя-Гура (Jelenia Góra)

Исследование, проведенное Германским аграрным обществом (ГАО), показало, что 86 % опрошенных имеют представление о «региональном», и практически все связывают с этим определение «продукты из региона». Тем не менее, половина опрошенных уверены, что «региональность» подразумевает местность рядом с их городом, для другой половины это означает их федеральную землю/ область. Некоторые из опрошенных были даже готовы платить до 15 % больше за товары из их региона, по мнению других цены на такие товары не должны быть выше обычных.

Региональность для потребителей связана с необходимостью знать о происхождении товара и доверять его производителям и качеству. Более того, уменьшенные расстояния доставки воспринимаются как экологичные, что в реальности, однако, во многом зависит от таких критериев как энергопотребление на производстве, хранение и логистика, и, в конечном счёте, от используемого потребителями вида транспорта и места покупок (центральный супермаркет или фермерский двор).

Для 96 % немецких торговых компаний тема «региональности» имеет также очень большое значение. Супермаркеты хотят как можно более широко трактовать региональность, чтобы не быть вынужденными заниматься только небольшими партиями товаров и терять прибыль из-за

возможных перебоев с поставками. В настоящее время каждый супермаркет (а также некоторые производители) определяет для себя региональность так, как считает нужным.

Примеры: под брендом дискаунтера Лидл (Lidl) «Отменный кусочек родины» (Ein gutes Stück Heimat) предлагаются продукты со всей Германии, что не делает их в прямом смысле региональными.

К местным торговым маркам, которые точнее указывают происхождение, относится, например, продуктовая сеть Фенеберг (Feneberg) в Германии. Под их маркой «Отсюда» (von hier) предлагаются продукты, которые были выращены или произведены в радиусе 100 км от Кемптена, не затрагивая, однако, границ Австрии.

Магазины-участники так называемого продуктового кооператива «Общество потребителей» в Дрездене закупают товары у производителей или переработчиков, которые находятся в радиусе 150 км от Дрездена, вне зависимости от государственных границ. Такие продукты имеют указание на адрес изготовителя в виде своего собственного регионального лейбла.

В Германии по инициативе министра продовольствия и сельского хозяйства Ильзе Айгнер было учреждено некоммерческое объединение «Региональное Окно е.Ф.» (Regionalfenster e.V.) при поддержке различных ассоциаций и магазинов розничной торговли, торгующих как обычными, так и органическими продуктами. С 2013 года, используя единые, проверенные географические указания на место происхождения, «Окно региона» планирует в первых пяти тестовых регионах предоставлять потребителям достоверную и открытую информацию, помогающую при выборе продукта.

Другие страны в этом вопросе уже продвинулись дальше и приняли надрегионально действующие директивы. Так в Чехии были созданы местные торговые марки, объединённые и сертифицируемые под одной крышей. Всего было организовано 22 региона – территория одного из них частично находится в Словакии – которые согласно собственной системе оценок устанавливают региональность продукта. Система построена на основе данных о степени обработки, месте происхождения сырья и традиционности. www.regional-products.eu

В Латвии марка качества «Зеленая ложка» (www.karotite.lv) гарантирует для территории всего государства, что минимум 75 % сырья, использованного для производства товара, происходит из той же страны или региона. Кроме того, такие продукты не должны содержать ГМО и искусственных красителей.

Остается надеяться, что тренд по унификации критериев «региональности» не будет задерживаться в границах отдельных стран. Также остается открытым вопрос о выборе потребителей между «органическими или региональными» или же «органическими и региональными» продуктами. В этом случае у производителей органических продуктов есть возможность совместить понятия региональности и их био-ценности и, таким образом, найти для себя новых покупателей.

Авторы: Инка Заксе (Inka Sachse) и Михаэль Ауст (Michael Aust), ЭкоКоннект (EkoConnect). Перевод с немецкого языка: Анастасия Куприна, редакция: Евгения Лисовская.

* * * * *

3. Органическое содержание кур-несушек

Наиболее важной причиной выбора потребителем органических продуктов питания является содержание животных в условиях, соответствующих их биологическим особенностям (опрос «Экобарометр – 2012»). Но в тоже время из-за сообщений СМИ о плохих условиях органического содержания кур-несушек возникла неуверенность относительно реальных преимуществ их органического содержания по сравнению с общепринятым методом содержания кур. Поэтому ниже будут представлены требования постановлений ЕС к органическому содержанию кур-несушек по сравнению с общепринятым методом содержания кур. Некоторые ассоциации органического фермерства в своих требованиях по-прежнему выходят за рамки этих положений.

По сравнению с общепринятым методом содержания кур их количество на один курятник составляет максимум 3 000. Поголовье птицы на один гектар сельскохозяйственной полезной площади также ограничено до 230 кур-несушек. На одном м² площади курятника разрешается держать только 6 кур, благодаря чему у каждой птицы есть не менее 1 600 см² свободной площади, что в два раза больше, чем при общепринятом методе содержания кур в клетках небольшими группами. По меньшей мере одну третью часть площади курятника должен занимать вольер с твёрдым покрытием и застланный соломой. Гнездо одной курицы должно занимать минимум 120 см² площади, для каждой птицы должен быть также предназначен насест длиной в

18 см. Достаточно большая часть курятника должна использоваться в качестве помётной ямы. Особо важным при органическом содержании кур-несушек является выгул. Все птицы должны иметь к нему свободный доступ, и на каждую должно приходиться 4 м². Кроме того, на более чем 50 % площади выгула должен быть растительный покров (постановление (ЕС), №. 889/2008) (VO (EG) Nr. 889/2008).

Результатом этих постановлений стало содержание кур в курятнике с зелёным выгулом как минимальным требованием при органическом содержании кур-несушек. Эту систему содержания птицы часто можно реализовать в уже имеющихся строениях. В качестве дополнения этой системы также возможно предложение крытого помещения вне утепленного курятника. Таким «зимним курятником» куры могут пользоваться каждый день, независимо от погоды. Благодаря небольшому укрытию или деревьям и кустарникам на площадке для выгула, которая обеспечивает курам защиту от хищных птиц, можно добиться того, чтобы птица пользовалась всей площадкой для выгула, а не находилась преимущественно вблизи курятника.

Среди курятников различают курятники с содержанием кур в вольерах и курятники с напольным содержанием кур. Существенной особенностью содержания птицы в вольерах – это использование трёхуровневого пространства. Куры могут подниматься на более высокие насесты и различные уровни блоков вольера.



Фото: АО Globogal, система органического содержания птицы

Такие системы содержания птицы в вольерах предлагаются разными производителями с различными особенностями. При более высоких блоках вольера (см. фото) пространство под вольером может быть использовано как площадка для выгула, по которой куры могут беспрепятственно переходить с одной стороны курятника на другую. Уборка помёта осуществляется в этих курятниках чаще всего с помощью ленточных транспортеров, т. е. помёт не складывают в курятнике.

Напольное содержание птицы представляет собой простое решение для небольших курятников и помещений, переделанных в курятник. Что касается этой системы содержания кур, то здесь курятник делится на расположенную посередине помётную яму, которая покрыта решётками и планками, причём планки одновременно выполняют функцию насестов, и на помещение для выгула, которое также должно занимать по меньшей мере 1/3 площади курятника. Гнёзда приклеплены на небольшой высоте к стенам. Если поголовье кур небольшое, то при такой системе содержания зимой может возникнуть потребность в дополнительном отоплении.



Фото: курятник Iris Weiland e.K.

Ещё одну возможность органического содержания кур-несушек предоставляют передвижные курятники. Это мобильные курятники, которые можно просто переносить от одной площадки для выгула к следующей. Такие курятники предлагаются для поголовья различных размеров – как с помётными ямами, так и с вольерами. Благодаря регулярному переносу каждая новая стая кур может получать площадку для выгула в хорошем санитарном состоянии, а травяной покров успевает восстановиться или же его досевают. Кроме того, с помощью мобильных курятников можно произвести впечатление на клиентов, установив их вдоль дороги и обозначив табличками.

Источники: Oekolandbau.de, www.huehnermobil.de, инструкции КОМИССИИ о порядке исполнения постановления (ЕС), нр. 889/2008, приложение III к постановлению ЕС по органическому содержанию птицы (EGOekoVOAnhang3), [Bioland](http://Bioland.de), www.mobilstall.de, [Naturland](http://Naturland.de), «Экобарометр – 2012»

Автор: Андреа Мюле, ЭкоКоннект.

Перевод с немецкого языка: Сюзанне Больд; корректура, редактура: Ирина Гросс

* * * * *

4. Органическое производство и рыночная деятельность стран Балтики

Несмотря на схожие политические ситуации, историю и прочие факторы, органическое производство, торговля и рынок в трёх странах Балтики развиваются несколько по-разному.

Доля полностью органических хозяйств в Литве составляет 5% от общего количества сельскохозяйственных предприятий, в Латвии - 9,2%, а в Эстонии - 12,8% (2010), что в 2011 году равнялось 99 410 га в Литве, 130 059 га в Латвии и 101 906 га в Эстонии соответственно. 2/3 органической территории Эстонии составляют пастбища, тогда как в Латвии на пастбища приходится лишь

40%, а в Литве - 21%. 75% органической территории Литвы - пахотные земли, 90% которых используется для выращивания злаковых и зернобобовых культур. И, напротив, в Латвии и Эстонии более 60% пахотных земель используются для зелёного корма. Основная причина заключается в определённых различиях в климате и типе почвы трёх стран. Ещё один фактор - разница в субсидиях Евросоюза для органических пашен с целью культивации злаковых: эстонские фермеры получают 119 евро/га, латвийские - 109 евро/га, но литовские фермеры - 215 евро/га.

В органическом производстве и переработке мяса (главным образом, говядины и баранины) Эстония на несколько шагов впереди своих соседей, за последние годы появился даже экспорт продукции. Латвия может гордиться своей органической компанией по производству крахмала «Aloja Starkelsen» и собственной органической косметической отрасли во главе с компанией «Madara Cosmetics». По сравнению со своими северными соседями Литва лидирует в производстве и экспорте органических злаковых и бобовых культур (по разным источникам до 35 000 тонн экспорта в год). В Литве работает несколько торговых компаний, которые скупают органическое зерно у фермеров для дальнейшего экспорта, преимущественно в Германию и страны Скандинавии. За последние несколько лет компании по торговле зерном в Эстонии и Латвии начали покупать органическое зерно у различных фермеров, с целью экспорта. Конкуренция между разными международными покупателями быстро стала очень жёсткой, более того: большая часть зерна используется в качестве корма на органических животных фермах обеих стран. Некоторые из наиболее крупных органических зерновых ферм Балтики напрямую занимаются экспортом, чаще всего в Германию.

По сравнению с южными соседями в Эстонии больше органических магазинов и органических товаров в супермаркетах, возможно, одна из причин в том, что за последние 20 лет экономика страны продвинулась на несколько шагов вперёд. На данный момент спрос на органическую продукцию в Эстонии превышает предложение. Эстонский сельскохозяйственный кооператив «Eesti Mahe», который с 2003 года занимался торговлей органическим мясом, теперь предлагает широкий ряд эстонских органических продуктов (в примере в супермаркетах «RIMI»), которые пользуются спросом среди покупателей. Сеть супермаркетов «Maxima» в Литве тоже располагает значительным ассортиментом литовской органической продукции и торговых марок. Это исключительный случай даже в сравнении с предложениями западноевропейских супермаркетов. «RIMI» и «Maxima» также продают множество продуктов местного производства в своих филиалах в Латвии. Во всех трёх странах супермаркеты - главные торговые точки по продаже органических продуктов (до 50% рыночной доли), тем не менее, важную роль играют также органические магазины, магазины с преимущественно органическими товарами, *здоровые магазины*, сельскохозяйственные рынки, аптеки и интернет. Среднестатистический житель Литвы или Латвии тратит чуть больше 2 евро в год на органические продукты питания, в Эстонии этот показатель составляет от 3 до 5 евро (по разными источникам).



Nations Online Project
www.nationsonline.org

Несмотря на производство огромного количества органического сырья, более 80% некоторой продукции (молочная продукция, овощи, мясо и зерно в случае с Эстонией и Латвией) продаётся на обычных условиях или в качестве корма для животных. С другой стороны, продукты органического производства импортируются по высокой стоимости из западной Европы. Основная причина заключается в нехватке развития органического производства - схожая ситуация наблюдается и в других странах восточной Европы. В соответствии с органическими нормами и жёсткой интерпретацией европейских санитарных норм со стороны местных властей для организации органического производства требуются серьёзные финансовые и временные вложения. Сертифицированная органическая продукция - слишком сложная задача для традиционных процессоров (требуется время и ресурсы для разделения органической и обычной продукции, регулярные планы по очистке и т.д.), машины предназначены для обработки большого количества продукции и им необходимо работать на полную мощность, чтобы окупать

себя. Более того, существует недостаток местных органических поставщиков, которые смогли бы гарантировать долгосрочные стабильные поставки и качество, таким образом, сырьё часто приходится закупать в других странах. Органические пищевые добавки (т.е. приправы) часто невозможно купить у местных поставщиков, в результате чего приходится закупать небольшие количества по высокой цене. Всё это приводит к повышению стоимости конечного продукта на рынке с высоким уровнем конкуренции между импортированными органическими марками и традиционной изготовленной местной продукцией. Часто покупатели не готовы платить разницу в цене за органические продукты, потому что их уровень дохода этого не позволяет. Ещё одна проблема - это отсутствие информации для потребителей о том, в чём разница между органической и «нату-

ральной», «здоровой» или даже «купленной на ферме» продукцией. Органическое производство основано, главным образом, на мелких предприятиях, однако за последние несколько лет количество таких производителей возросло на 50%. Количество производителей в Латвии сейчас насчитывает 129, тогда как в Эстонии этот показатель равнялся 55 (2011), а в Литве - 70 (2010).

Несколько органических производственных секторов уже достаточно высоко развиты во всех трёх странах Балтики, к примеру, производство чая или косметики на основе трав, ароматических и лечебных растений, мёда, молочных продуктов и ягодного сока. Недостаток спроса на местных рынках ведёт к низкому количеству органических мельниц и скотобоен, что снижает дальнейшее развитие обработки зерна и мясной продукции, несмотря на то, что оба этих сектора обладают большим потенциалом.

В настоящий момент мясной скот часто экспортируют живьём. Количество экспортируемого органического скота в год достигает 10 000 голов, в основном это молодые бычки и телки. Молодой скот часто покупается, как и обычный, напрямую от фермеров и экспортируется в южную и западную Европу, а также часто в Турцию, для дальнейшего откармливания. Из-за расходов на корм и недостатка выгодных каналов сбыта для большинства фермеров неприбыльно продолжать самим откармливать животных. Положительный пример справедливых цен и стабильных поставок для поддержки экспорта - аукцион «[Baltic Beef Cattle Auctions](#)» в Нерете, Латвия. Аукционы проводятся один раз в месяц, при этом на каждом продаётся около 300-400 молодых живых бычков и телок (средний вес в 300-400 кг). Около половины из них - органический скот, но продаются они по-прежнему на тех же условиях, что и обычный, поскольку органические покупатели пока что не проявляют никакой заинтересованности.

Ещё один важный вопрос, касающийся сельского хозяйства в целом и органического в частности - некорректно низкие прямые выплаты от Евросоюза фермерам стран Балтики и других стран восточной Европы. Стандартные выплаты фермерам стран Балтики на данный момент в 4-5 раз ниже выплат в некоторых западноевропейских странах, таким образом, фермеры не могут продавать свою продукцию по конкурентным ценам на рынке ЕС. Это важная причина того, что молодой мясной скот продают, вместо того чтобы откармливать дальше.

Дальнейшая роль всех трёх стран касается, по-видимому, экспорта органической продукции и сырья, с последующим ростом внутреннего рынка. Многие заброшенные или малоиспользуемые сельские территории обещают хорошие перспективы для будущего роста органического производства. Регион не столь привлекателен в качестве рынка сбыта для экспортёров, так как общее количество населения во всех трёх странах составляет менее 8 миллионов человек.

Вы можете найти дальнейшую информацию об органических рынках стран Балтики и 11 других стран центральной и восточной Европы (включая основных переработчиков, экспортёров, оптовых и розничных торговцев и других потенциальных деловых партнёров) на нашем сайте: [EkoConnect website](#).

Авторы: Гатис Цауцс и Инка Захсе, ЭкоКоннект; перевод с английского: Мария Николаева

* * * * *

5. Органическое зерно из Литвы на экспорт в Северную и Западную Европу

«Scandagra Lithuania», принадлежащая DLG (Дания) и Lantmannen (Швеция), является самым крупным дилером органического зерна в Прибалтике. Родственная фирма «Farm Plant Eesti» в Эстонии уже начала торговлю органическим зерном, в то время как «Scandagra Latvia» планируют свой выход на биорынок.

На территории, площадь которой составляет около 70 000 га и которая полностью переключена на органическое земледелие, выращивают в Литве зерновые, стручковые культуры, а также и то и другое. Примерно 1 700 фермеров заняты исключительно в зерновом производстве. Scandagra работает в данный момент примерно с 120 фермерами, большинство из которых уже несколько лет является ее партнерами. Фирма экспортирует каждый год 10 - 15.000 т биологически чистого зерна, что соответствует одной трети всего экспортируемого биологически чистого зерна Литвы. Зерно экспортировалось преимущественно в скандинавские страны и в Германию. Органическое зерно составляет примерно 10% от доли экспорта зерновых культур фирмой Sandagra. Далее менеджер по продукции Андриус Гритенас ответит на вопросы о своей фирме и кооперации с фермерами.



ЕкоConnect (ЕС): Расскажите нам, пожалуйста, подробнее о Вашем опыте многолетнего сотрудничества с производителями органического зерна.

A. Gritenas (A.G.): Сотрудничество между двумя сторонами возможно лишь, если они обе извлекают пользу из этого. Фермеры ищут деловых партнеров, которые сильны в финансовом отношении, держат своё слово и предлагают корректные цены. Дилеры ищут фермеров, которые гарантируют высокое качество зерна, располагают зерновыми хранилищами и гибки (возможность поставки нерасфасованного зерна или в мешках). Фермеры должны быть хорошими бизнесменами и понимать, что желая получить хорошую цену, они должны иметь привлекательный продукт. Чтобы обеспечивать высокое качество зерна, важны утановки по сушки и чистке зерна. В Литве не так много мест, где фермеры могут сушить своё органическое зерно и производит его очистку, так как спрос относительно незначителен. Коммерческие предприятия по производству органического зерна большей частью имеют в распоряжении свои собственные хранилища, но зачастую они боятся впускать в них фермеров с незначительной зерновой массой, особенно если они доставляют нерасфасованное зерно. Наличие зерна, содержащего пестициды, была всегда большой темой. С тех пор, как качество и надежность заняли важнее всего, мы стали более тесно сотрудничать с фермерами и регулярно проводим дополнительную проверку нашего зерна, чтобы избежать «неожиданностей».

ЕС: Опишите, пожалуйста, менеджмент всей производственной цепи, начиная от поддержке на поле и закачивая транспортировкой и хранением.

АО: Мы как торговые представители зерновых культур охотно могли бы стать также консультантами для фермеров. Необходимо изменить образ мышления фермеров, ведущих органическое хозяйство. Литовские фермеры зачастую инвестируют свое деньги не в землю или посевное зерно, хотя в этом кроется большой потенциал на пути к улучшению урожая. Примеры показывают, что уже только благодаря выбору другого сорта зерна хозяйства смогли удвоить свои зерновые доходы по сравнению со средним показателем.

Положительно то, что наши био-фермеры становятся больше. Для фермеров это ведёт к упрощению процесса инвестирования в зернохранилища и актуальную механизацию возделывания зерновых культур. На сегодняшний день сложно совершать сделки, не имея возможностей хранения: фермеры вынуждены продавать зерно сразу после снятия урожая по низким ценам или перевозить его в далеко расположенные хранилища, владельцами которых являются торговые представители органического зерна. Или еще хуже: они вынуждены продавать своё органическое зерно как обычное. Осмотрительные торговые представители поддерживают фермеров при голосовании между собой, но в те года, когда большинство собранного зерна содержит высокую влажность, даже торговые представители. Это ещё раз является доказательством тому, насколько важно для фермеров иметь своё собственные оборудование по уходу за зерном.

ЕС: Не могли бы Вы сказать несколько слов о будущем сектора по производству органического зерна?

A.G.: Что касается рынка в Литве: с одной стороны, потребление органических продуктов относительно низко, а цены на органические продукты слишком высоки, исходя из уровня доходов местного населения. С другой стороны, Литва была всегда экспортером сельскохозяйственных продуктов и зерна, и мы также являемся страной-экспортёром органических товаров. Разумеется, это непосредственно зависит от Европейского Союза и нашей местной политики, так как органические предприятия едва ли могут продолжать своё существование без дополнительной поддержки. В последние несколько лет цены были стабильны в Центральной Европе и Скандинавии, и разница в цене на органическое зерно и обыкновенное была довольно высока. Так как в добавок к этому рынки разрастаются, то можно предположить, что интерес фермеров инвестировать в возможности хранения, в знания и качество будет расти. На данный момент мы продали большое количество органического зерна по нормальным ценам, но это должно измениться со временем.

Интервью проводил Гатис Цаицс, EкоConnect; отвечал Андриус Гритенас, Scandagra Lithuania. перевод с немецкого языка Лариса Ясинская.

* * * * *

6. Тягловые животные: старомодно или очень актуально?

Трактор часто считается современным оборудованием, отвечающим требованиям сельского хозяйства. Тягловый скот как вид двигателя, наоборот, кажется устаревшим. Не так ли?

Британский исследователь Пол Старки написал в 2010 году для Продовольственной и Сельскохозяйственной Организации ООН (FAO) отчёт о глобальной ситуации с тягловыми животными. Наряду с известными фактами о том, что при использовании тракторов увеличивается применение искусственных удобрений и дизеля, становится также очевидным и важный экономический аспект.

Тракторы редко увеличивают финансовую прибыль предприятия, но, при этом, приводят к росту производительности труда, что ведёт к усиленному вытеснению человеческой рабочей силы. Это создаёт дополнительную нагрузку на города.

Повсюду, где широко применяется тягловый скот, (например, в Восточной Европе), многие сельскохозяйственные предприятия задумываются о замене животных трактором. Согласно отчёту FAO, возможно, более целесообразным экономически было бы сохранение вьючного скота.

Немецкий проект «Гумуссфера» („Humussphäre“) занимается с 2005 года практическими исследованиями использования упряжных лошадей. Результаты показывают, что тягловый скот предлагает актуальные решения для сельского хозяйства будущего.

На основе результатов FAO и положительных собственных исследований сейчас „Humussphäre“ ищет восточноевропейские предприятия любых размеров, которые хотели бы посредством своих производственных данных провести экономическое сравнение между тракторами и вьючными животными.

Более подробную информацию вам охотно предоставит Клаус Штрюбер (Klaus Strüber) из «Гумуссферы»: электронный адрес: info@hof-hollergraben.de или телефон: 0049 4528 764.

Литература: Starkey, P. (2010): Livestock for traction: world trends, key issues and policy implications – Food and Agriculture Organization (FAO) = 42 стр.

Strüber, K. (2011): Humussphäre, проектный доклад № 7 – проектная работа GLP, 57 стр.

Автор: Klaus Strüber, Германия, агроном и руководитель проекта Humussphäre, 20 ноября 2012

Перевод с немецкого языка на русский: Юлия Пащенко, редактора: Евгения Лисовская.

* * * * *

7. Органическая сертификация: новая общеевропейская платформа

Начиная с 29 ноября 2012 г., две платформы по органической сертификации - “**EASY-CERT**” и “**bioC**” - объединены и располагают подробной, достоверной информацией (цифровыми сертификатами, утверждениями ярлыков и т.д.) примерно о 60 000 сертифицированных сельскохозяйственных предприятий, работая с учреждениями и торговыми компаниями в большинстве стран Европы, а также и за её пределами.

Таким образом, “EASY-CERT” и “bioC” выполнили требования Европейского союза и Швейцарии относительно предоставления цифровых сертификатов, которые вступят в силу 1 января 2013 года. Новый расширенный спектр услуг обеспечит повышение стабильности в работе международной системы органической сертификации.

“EASY-CERT” - это платформа для сертификации, которая уже несколько лет разрабатывается двумя сертифицирующими органами: швейцарской компанией “bio.inspecta AG” и австрийской “Austria Bio Garantie”. Компания “bioC” GmbH обладает десятилетним опытом работы с аналогичной платформой в Германии. «Такое сотрудничество между “bioC” и “EASY-CERT” способствует прозрачности и стабильности органического рынка Европы», отмечает Ули Штайнер, генеральный директор “bio.inspecta AG” и основатель “EASY-CERT”.



Другим органам сертификации также предлагается объединить свои базы данных о сертифицируемых ими предприятиях и компаниях, дополняя списки и повышая прозрачность процессов на европейском органическом рынке. «За счёт этого взаимодействия мы создали

фундамент для европейского реестра», подчёркивает генеральный директор “bioC” GmbH Рольф Мэдер.

Дополнительные сведения и представители: Рольф Мэдер (Rolf Mäder), генеральный директор “bioC” GmbH: Rolf.Maeder@bioC.info, Ули Штайнер (Ueli Steiner), представитель “EASY-CERT”, генеральный директор “bio.inspecta AG”, info@easy-cert.com.

Источник статьи: пресс-релиз “EASY-CERT” и “bioC” от 29 ноября 2012

Перевод с английского: Мария Николаева, редакция: Евгения Лисовская.

* * * * *

8. Органик Маркетинг Форум в 2013 году с новой концепцией налаживания деловых связей и расширенной выставкой

С 17 по 19 июня 2013 года уже в восьмой раз откроет свои двери в Варшаве Органик Маркетинг Форум (ОМФ): крупнейшее отраслевое мероприятие органической отрасли Центральной и Восточной Европы снова соберёт предпринимателей и специалистов этой сферы из примерно 30 европейских стран. На расширенной выставке органической продукции и во время новых сессий для налаживания деловых связей в столице Польши встретятся производители продуктов питания, продавцы, импортёры и фермеры и обсудят текущие стратегии и тенденции на рынке органических продуктов.

В настоящее время прочно утвердившийся в европейском календаре мероприятий на эко-рынке Органик Маркетинг Форум представит в 2013 году множество нововведений: кроме проверенной временем специализированной выставки органических продуктов питания и натуральных продуктов, для посетителей будут организованы «столы для деловых переговоров» по различным видам продукции. Посетители и экспоненты смогут провести собственные «блиц-презентации» и воспользоваться короткими консультациями экспертов. Впервые на Органик Маркетинг Форуме состоятся сеансы «Быстрый контакт», благодаря которым посетители смогут наладить больше деловых контактов. Новшеством для предприятий розничной торговли станут специальные семинары, которые они смогут посетить с целью увеличения сбыта. Не менее важным является тот факт, что были изменены цены, чтобы привлечь больше посетителей и экспонентов. В 2013 году ожидается участие фермеров, импортёров, продавцов, предприятий розничной торговли продуктов питания и других экспертов органической отрасли из более 30 стран.



Важнейшей частью программы мероприятия станет конференция, которая будет проходить на английском, немецком, польском и русском языках с синхронным переводом. Под девизом «Всё о встрече с нужными людьми» главной задачей конференции в 2013 году является рассмотрение вопросов налаживания деловых связей и сотрудничества.

Развитие и укрепление сотрудничества как в самих странах, так и между ними организаторы видят важной задачей всего мероприятия: «Растущая часть европейского рынка органических продуктов расположена на Востоке. Органик Маркетинг Форум в 2013 году снова соберёт вместе участников органического рынка с западных и восточных стран и для многих послужит началом создания новых партнёрств и проектов», – заявил Бернхард Янсен, директор ЭкоКоннект (EcoConnect) – Международного центра органического сельского хозяйства Центральной и Восточной Европы и главного организатора ОМФ. При этом я особенно рад успешному сотрудничеству с выставкой [«БиоФах»](#) (BioFach) в Нюрнберге и [Польская Ассоциация Производителей «Польская экология»](#) (Polska Ekologia), которая поможет нам привлечь внимание к ОМФ еще большего количества компаний», – продолжил Янсен.

Помимо выставки «БиоФах» (BioFach), международной выставки органических продуктов, партнёрами Форума выступают Польская Ассоциация Производителей «Польская экология» (Polska Ekologia), Ассоциация Органического Фермерства [«Эколанд»](#) (Ekoland), [Польская Консультационная Служба](#) (CDR) и [Ассоциация Органической Розничной Торговли](#) (ORA). Форум пройдёт при поддержке [Международной Федерации Движения в Органическом Земледелии](#) (IFOAM EU Group) и [Министерства сельского хозяйства Польши](#).

Получить дополнительную информацию, а также зарегистрироваться можно на сайте www.organic-marketing-forum.org. Срок регистрации со скидкой – до 28.02.2013.

Авторы: Гатис Цаиц и Бернхард Янсен, ЭкоКоннект; перевод с немецкого языка: Ирина Гросс

9. Новые книги по теме «Органическое сельское хозяйство»

Недавно вышедшие в свет книги на русском и английском языках, посвященные органическому сельскому хозяйству, несут важные знания для Восточной части Европы.

1. «Органическое сельское хозяйство» (в английском варианте – “Organic agriculture”), 2010, 396 страниц

Авторы: Борживой Шарапатка, Иржи Урбан и коллеги

Язык: русский и английский

Содержание: Настоящая книга направлена на практику и содержит большое количество информации о растениеводстве, почве, питании растений и процессе их удобрения, а также о посеве культурных растений, борьбе с сорняками, местах для пастбища, посадке фруктов и овощей, виноградарстве и приготовлении вина и о животноводстве. В нескольких главах описывается история развития органического сельского хозяйства и в связи с этим сложившаяся на настоящий момент ситуация в Европе, также отводится внимание законам, правилам и влиянию на экологическую составляющую. Книга основана на данных чешского Министерства сельского хозяйства, Министерства окружающей среды и данных, полученных в организации PRO-BIO.

Где купить: Информацию можно найти на веб-сайте издателя – Биоинститута: www.bioinstitut.cz в рубрике «Публикации» (Publikace)

2. «Экологическая маркировка», 2012, 128 страницы

Автор: Елена Смирнова

Язык: русский

Содержание: В первом российском экоиздательстве «Зеленая книга» вышла книга Елены Смирновой «Экологическая маркировка». Она описывает разные виды экомаркировки – продуктов питания, текстиля, косметики, товаров из древесины, зеленое строительство, а также раскрывает особенности добровольной экологической сертификации.

Где купить: Вы можете заказать книгу онлайн на сайте издательства www.zelenayakniga.ru.

3. Перевод книги с немецкого на русский язык „Vollwerternahrung” (в русском варианте «Полноценное питание»)

Авторы: Карл фон Кёрбер, Томас Мэннле, Клаус Ляйтцманн, перевод с немецкого на русский выполнил А. Урзуленко

Язык: русский

Содержание: в книге даются советы по правильному питанию и как каждый человек может оставаться здоровым, выбирая органические продукты. Кроме того, объясняется, какую ответственность мы несем при выборе продуктов питания как перед нашим организмом, так и перед окружающей средой.

Где купить: более точную информацию можно получить, связавшись с переводчиком А. Урзуленко по эл. почте: ursulenko@mail.ru)

4. *Сельское хозяйство продуктов высокой экологической ценности. 35 европейских стран – опыт и перспективы развития* (в английском варианте: “High Nature Value Farming in Europe. 35 European countries – experiences and perspectives”), 2012, 544 страницы

Авторы: Р. Опперман, Г. Бофой, Гвин Джонс (издатель.) Все статьи написаны разными авторами. Со списком авторов Вы можете ознакомиться [здесь](#).

Язык: английский

Содержание: в этой книге дается обзор на сельское хозяйство высокой экологической ценности (так называемый “High nature value”) в 35 европейских странах. Авторы дают характеристики каждой из них и приводят примеры систем сельского и фермерского хозяйства, производства. Книга снабжена большим количеством иллюстраций, графиков и карт.

Где купить: книга доступна на веб-сайте fnpc.org/publications/books.

Перевод с немецкого языка: Анастасия Куприна

10. Запланированные мероприятия

дата	мероприятие	место	тема	веб-страница
15.01.2013	<i>“Действовать экологически”</i>	Нижняя Силезия, Польша	Семинар: Здоровье животных – для консультантов и животноводов	www.ekoconnect.org
23.1.2013 – 24.1.2013	BioVak 2013	Зволле, Нидерланды	Ярмарка полной цепи устойчивого органического сельского хозяйства	www.biovak.nl
13.2.2013 – 16.2.2013	BioFach & Vivanness	Нюрнберг, Германия	Ведущая в мире ярмарка органической продукции	www.biofach.de www.vivanness.de
05.03.2013	<i>“Действовать экологически”</i>	Нижняя Силезия, Польша	Мастерская: бизнес менеджмент и прямой маркетинг	www.ekoconnect.org
07.4.2013 – 08.4.2013	Natural and Organic Products Europe 2013	Лондон, Великобритания	Ярмарка натуральных, органических товаров, а также продуктов здорового образа жизни	www.naturalproducts.co.uk
14.4.2013	BioWest БиоВест	Дюссельдорф, Германия	Ярмарка органической продукции	www.biowest.info
19.4.2013 – 21.4.2013	Biostyl 2013 Биостиль 2013	Прага, Чехия	8-я ярмарка здорового питания и здорового образа жизни	www.biostyl.cz
28.4.2013	BioOst БиоОст	Берлин, Германия	Национальная ярмарка органической продукции	www.bioost.info
16.5.2013 – 19.5.2013	Ecology – Izmir 2013	Измир, Турция	Ведущая ярмарка органической продукции в Турции	www.ekolojiizmir.com
23.5.2013 – 25.5.2013	BioFach China БиоФах Китай	Шанхай, Китай	Международная ярмарка и конференция органической продукции. Ведущая ярмарка органической продукции на азиатском рынке	www.biofach-china.com
24.5.2013 – 26.5.2013	EKOGALA 2013 ЭКОГАЛА 2013	Ржешув, Польша	Ярмарка продуктов питания и изделий органического производства	www.ekogala.eu
8.7.2013 – 10.7.2013	7 th European Organic Congress 7-й Европейский Органический конгресс	Вильнюс, Litauen	8 июля - экскурсии, 9 и 10 июля - конгресс: Обзор Европейского постановления об органическом сельском хозяйстве как возможность для устойчивой совместной сельскохозяйственной политики	www.organic-congress-ifoameu.org
17.6.2013 – 19.6.2013	Органик Маркетинг Форум 2013	Варшава, Польша	Европейская Восточно-Западная органическая выставка и Сетевая конференция. Важнейшая встреча представителей органической отрасли в центральной и восточной Европе	www.organic-marketing-forum.org
27.6.2013 - 30.6.2013	BioFach América Latina / Bio Brazil Fair 2013	Сан Пауло, Бразилия	Международная органическая ярмарка и конференция	www.biofach-americalatina.com

Перевод на русский язык: Инес Лаш, Гамбург, редактора: Евгения Лисовская.

Вам понравился наш бюллетень?

В таком случае мы будем рады, если вы расскажете о нас своим друзьям и коллегам. Если у вас есть комментарии, критические замечания или другие предложения, пожалуйста, свяжитесь с представителями ЭкоКоннект. Для нас очень важны ваши отзывы о темах, а также о качестве статей и переводов.

Если вы хотите получать наш информационный бюллетень непосредственно на вашу электронную почту, отправьте нам короткое сообщение с темой «Subscribe Information Letter» на адрес redaktion@ekoconnect.org. Если вы больше не желаете получать информационный бюллетень, пожалуйста, отправьте нам письмо с темой 'Unsubscribe EkoConnect Information Letter'.

Это информационное письмо является проектом организации ЭкоКоннект. Переводы осуществляются при поддержке наших переводчиков-волонтеров. Если вы заинтересованы в переводческой деятельности, пожалуйста, свяжитесь с нами, мы всегда рады дополнительной поддержке.

С уважением, редакторы бюллетеня

ЭкоКоннект – это общественная некоммерческая организация, основанная в Германии, которая осуществляет и поддерживает обмен информации, научного опыта и знаний в области экологического земледелия. Организация является сетью людей и организаций, занятых в экологическом секторе в Западной и Восточной Европе, с целью встреч и взаимодействия друг с другом.

Нашей основной целью является поддержка частных лиц и мероприятий, направленных на развитие экологического земледелия в странах Центральной и Восточной Европы. ЭкоКоннект также занимается продвижением сельского развития и способствует доступности экологически чистых продуктов и продуктов питания на этих рынках. Для этого ЭкоКоннект исполняет обязанности центрального информационного центра; обеспечивает обмен знаний между частными лицами и организациями, возможности для установления контактов и дальнейшего образования, например, семинары и «полевые» экскурсии; поддерживает внедрение структур экологического земледелия в частных и общественных структурах. ЭкоКоннект и его деятельность находится под контролем Экспертной Комиссии, которая управляет организацией в технических и стратегических вопросах.

Регистрация членства. Среди наших членов эксперты и организации всех частей Европы, обладающие многолетним опытом в области развития структур экологического земледелия, а также те, кто не являются экспертами, но заинтересованы в том, чтобы изучать и развивать идею экологического земледелия. Вы можете поддержать нашу работу, путём содействующего членства или обычного членства. Для этого, пожалуйста, заполните форму заявки на нашем сайте (www.ekoconnect.org). Вы уже являетесь членом? Пожалуйста, пригласите своих коллег, друзей или других заинтересованных лиц присоединиться к ЭкоКоннект.
