

# ЭКОЛОГИЯ

## Органическая экономика

### агропром

Во всем мире растет потребление экопродуктов. Энтузиазм отечественных фермеров сдерживают отсутствие законодательной базы, системы сертификации, а также низкий уровень культуры россиян в вопросах экологии и здоровья.

### Продукты с репутацией

Развитие органического земледелия в странах Евросоюза было обусловлено экономическими и политическими факторами. С 1940-х годов в мире начали стремительно развиваться технологии интенсификации сельского хозяйства, то есть, по сути, шло превращение его в промышленное производство. Чтобы увеличить производительность, активно применялись химические удобрения, антибиотики, гормоны роста и т. д. Все это происходило на фоне многомиллионных дотаций сельхозпроизводителям, что привело к перепроизводству сельхозпродукции в странах ЕС. Однако в дело вмешалась ВТО, которая начала способствовать развитию фермерства и конкуренции частного с крупными агропромышленными комплексами.

В 1972 году была создана Международная федерация движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM), поставившая своей целью распространение информации и внедрение органического сельского хозяйства во всех странах мира. Уже в 1990-е годы зеленая философия приобрела мировой масштаб, охрана окружающей среды и забота о здоровье своих граждан стали приоритетными направлениями госполитики многих стран. Возникла отрасль экономики, ориентированная на экологически чистые товары и экологические услуги. До 70% населения экономически развитых стран готовы платить за качество и экологическую безопасность.

Первыми в списке приоритетных товаров потребления у поклонников всего органического значатся экопродукты, при производстве которых были соблюдены все экологические стандарты. Экопродукты не должны содержать искусственных красителей, консервантов и усилителей вкуса, пищевых добавок, нитратов и пестицидов, генно модифицированных компонентов и гормонов роста, они должны быть упакованы в нетоксичную упаковку. К экопродуктам относятся не только овощи, фрукты и злаки, выращенные без применения химикатов, но также мясо и молоко, произведенные при условии, что животных не кормили антибиотиками и гормонами. Сегодня в мире существуют три основные системы стандартов органической продукции — EU Regulation, Codex Alimentarius Guidelines for Organically Produced Food, IFOAM Basic Standards, на основе которых выдается сертификат, присваивающий тем или иным продуктам статус органических.

### Как вы трактор называете

Россия пока отстает от стран ЕС по объемам производства и продаж экопродуктов. По данным IFOAM, объем российского рынка экопродуктов составляет \$60–80 млн, то есть примерно 0,1% от всех продуктов питания. «В основном это импорт, а главным поставщиком является Германия», — говорит Александр Коновалов, основатель объединения «Экокластер», владелец экофермы «Коновалово». «В нашем случае не спрос рождает предложение, а отсутствие предложения. Много видели магазинов с органикой? — рассуждает Андрей Казюнич, владелец и генеральный директор компании «Тульская нива», —



Сельскохозяйственные продукты могут быть или доступными, или «органическими» — компромисса пока нет. ФОТО ДМИТРИЯ АЗАРОВА

Специализированных в Москве — один. При этом производство рентабельно, потребитель готов. Причина в том, что кто-то должен стать локомотивом предложения».

Однако потенциальные локомотивы — производители и ритейлеры — не демонстрируют энтузиазма. Ведущий менеджер по развитию частной марки сети супермаркетов «Азбука вкуса» Юрий Зубов говорит, что «российской экопродукции, официально сертифицированной, аккредитованными компаниями, пока настолько мало, что какие-либо оценки давать преждевременно».

По словам производителей, дестор в России не существует ни органического сельского хозяйства, ни органических продуктов, поэтому их «не видит» ни министерства, ни ведомств. Нет даже единой терминологии. Сейчас работают только СанПиНы и множество систем добровольной сертификации экологически безопасных продуктов, но требования и критерии у них абсолютно разные.

Получается, что отрасль регулируется только самими участниками рынка. Например, объединение «Экокластер» занимается лоббированием интересов, решением общих задач, среди которых есть и создание единой системы сертификации. Но большинство экоферм пока не видят никакого смысла в добровольной сертификации продукции, так как нет ни одной адекватной, авторитетной и узнаваемой системы, а главное — отсутствие их на государственном уровне.

### Дорогое «био»

Цены на российский биопродукцию, как правило, выше, чем на аналогичные товары, не являющиеся «экологичны-

ми». Это, как уверяют фермеры, общемировая практика. В органическом сельском хозяйстве, в отличие от промышленного, урожайность и производительность в два-три раза ниже за счет того, что не используются технологии интенсификации и увеличения производства. При хранении и переработке органических продуктов не добавляются усилители вкуса, консерванты, эмульгаторы, стабилизаторы. Все это снижает сроки хранения и усложняет логистику. Кроме того, в экологическом сельском хозяйстве вся цепочка используемых технологий, весь жизненный цикл от поля до прилавка должен быть сертифицирован. «В такой ситуации экопроизводителям ничего не остается, как повышать цены на продукты», — говорит Александр Коновалов. Кроме того, для реализации экопродукции требуется своя собственная система сбыта, отличающаяся от сложившейся системы продаж с длинной цепочкой посредников. Срок хранения большинства натуральных экопродуктов не превышает 36–48 часов. Процесс производства и переработки экопродуктов долгий, сложный, требующий больше ручного труда. На выходе такое количество дороже обычных. Но если в Европе в среднем наценка на экопродукты составляет 10–30%, то в России — 50–100%.

В ЕС основными каналами сбыта экопродукции являются розничные сети. На втором месте по объему продаж — специализированные магазины, на третьем — поставка от производителей напрямую покупателям. В России экопродукты только начали приживаться в супермаркетах. Максимум, что могут позволить себе сети, — стелд или выкладка с пометкой «органик» или «био» на полках с обычной продукцией. Гораздо увереннее чувствуют себя небольшие компании, поставляющие продукты от мелких

### ОТ СОХИ

Органическое земледелие (organic farming) исключает применение агрохимикатов (минеральных удобрений, пестицидов, гербицидов), а также методов генной инженерии органических продуктов не используются пищевые добавки, синтетические жиры, химические средства, увеличивающие сроки хранения. Упаковываются органические продукты в экологически безопасные материалы. В сертифицированном органическом сельском хозяйстве полностью отслеживается весь цикл продукта: от земли до покупателя. Для увеличения урожайности, обеспечения культурных растений элементами минерального питания, борьбы с вредителями и сорняками применяются эффект севооборотов, органические удобрения (навоз, компосты, пожнивные остатки, сидераты и др.), различные методики обработки почвы и т. п.

### ЗЕЛЕНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

За период 2000–2010 годов мировой рынок экопродуктов вырос более чем в три раза — с \$18 млрд в 2000 году до \$60 млрд в 2010 году. По данным International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), рост рынка экопродуктов в 2011 году составил около 20%, в то время как рост европейского потребительского рынка в целом в последнее десятилетие не превышал 3% ежегодно. Согласно прогнозам, к 2020 году его оборот может достичь \$200–250 млрд. Лидерами среди регионов-производителей экопродукции являются Европа и Северная Америка. Среди крупнейших потребителей такие страны, как США, Германия, Великобритания и Франция. По данным IFOAM, органическое сельское хозяйство активно развивается в 160 странах, около 40 млн га органических сельхозугодий находятся в ведении 1,6 млн фермеров. Доля сельхозугодий площадью в Европе составляет 7,39 млн га, в том числе 3 млн — биопашни и 3,2 млн — биопастбища. Самое большое количество экоплощадей насчитывается в Италии (1,15 млн га), за ней следуют Испания (1 млн) и Германия (0,87 млн).

фермеров непосредственно заказчику или в свой маленький магазин. Так, например, кооператив Lavkalavka, начинавший с развоза экопродуктов разных фермерских хозяйств и экопроизводителей по адресам покупателей, теперь снабжает магазины и рестораны. Экоферма «Горчиная поляна» владельца магазина женской одежды WoolStreet Александра Бродовского продвигает экотуризм, свое хозяйство, сбыт продукции через интернет. Пожалуй, самым крупным производителем сертифицированных по стандартам ЕС экопродуктов можно назвать корпорацию «Органик» бизнесмена Николая Цветкова. Продукция пока сбывается в собственной сети из двух торговых точек «Био-Маркетов». Таких примеров немало, но это лишь отдельные проекты, больше похожие на клуб единомышленников, чем на отрасль. Как уверяют злопыхатели, органик-продукты — забава для креативного класса, жаждущего вести квазиевропейский образ жизни. Сами производители экопродуктов продают свою продукцию в узком сегменте, а для большинства покупателей очень важны готовые комплексные решения, подтвержденные качеством и узнаваемым брендом. А всего этого у большинства отечественных экопродуктов пока не наблюдается.

Одной из основных причин отставания в развитии органического сельского хозяйства эксперты и участники рынка называют низкий уровень культуры населения и отсутствие пропаганды здорового питания. Это приводит к полному непонятию в глазах потенциальных потребителей. «У нас нет законов, стандартов, системы контроля качества, нет даже единой общепринятой терминологии в органическом сельском хозяйстве. Это позволяет недобросовестным производителям писать на этикетках «био», «органик», «экологически безопасный» и т. д. без всякого на то основания», — говорит господин Коновалов. — Это вводит потребителей в заблуждение. Проблема слабого просвещения людей в вопросах здорового питания на государственном уровне очень серьезна.

«Безусловно, недостаточная информированность потребителя тоже сказывается», — соглашается господин Зубов. — Плюс осторожность, сформированная маркетинговыми ходами многих производителей, маркирующих свою продукцию многочисленными «био-» и «эко-» этикетками. С другой стороны, такая активность производителей и есть некий показатель потребительского тренда. Здесь скорее сказывается невозможность в настоящее время сформировать достаточно широкое ассортиментное предложение по спектру биопродукции. Согласитесь, есть органическую курицу с гарниром из ГМО-картошки и зеленого горошка — это компромиссное решение».

Ольга Николаева

## Дело — дрова

### энергетика

Пеллеты — спрессованные в гранулы отходы деревообработки — недавно появившийся вид топлива. Их производство освоили несколько российских предприятий. На сегодня пеллеты — единственный вид принципиально нового возобновляемого топлива, экспортируемого из России. Правда, на внутреннем рынке высокого спроса на него пока нет.

Пеллеты стали самым распространенным в Европе видом биотоплива. Его используют для обогрева жилья и общественных помещений. «В нашей стране уже сейчас 80% теплоснабжения базируется на возобновляемых энергоресурсах», — рассказал «Б-Экологии» Матти Лехтипуу из финской Poyry Management Consulting.

В России же доля биотоплива в малой энергетике, по данным Минэнерго РФ, составляет всего 0,3%. Поставщики систем обогрева индивидуального жилья признают, что покупатели консервативны и, выбирая твердотопливные котлы, отдадут предпочтение моделям, использующим дрова или уголь.

Любопытная деталь: в России больше всего пеллет продается в магазинах зоотоваров: из древесных гранул делают наполнители туалетов для животных.

«На пеллетах в России работают преимущественно частные котельные и небольшое число коммунальных служб в лесных регионах», — говорит начальник отдела модернизации и технологического развития ТЭКа, департамента энергоэффективности, модернизации и развития ТЭК Минэнерго Николай Свиридов.

Вместе с тем это топливо очень перспективно: при сжигании гранул количество выделяемого углекислого газа не превышает объемов выбросов, которые образовались бы в результате естественного разложения древесины. Кроме того, энергоэффективность 1 кг пеллет соответствует 0,5 л жидкого дизельного топлива. Тонна древесных гранул выделяет при сжигании 5 тыс. кВт тепловой энергии.



Древесные пеллеты, пожалуй, единственное альтернативное топливо, которое производится в России и успешно экспортируется. ФОТО НИКИТЫ ИВАНЧЕНЬЕВА

К 2025 году ЕС планирует увеличить долю биотоплива в своем энергобалансе почти в три раза, до 15%. Экономисты считают, что европейский тренд затронет и Россию.

Патрик Виллемс, руководитель программы ИС по возобновляемым источникам энергии в России, говорит, что «объема выпускаемых в стране пеллет достаточно для удовлетворения почти 15% общего потребления».

Дмитрий Логинов, специалист Европейского банка реконструкции и развития, считает, что в среднесрочной перспективе производство пеллет в России может вырасти с нынешних 2 млн тонн в год до 3 млн тонн.

Как рассказал глава Рослесхоза Валерий Рошупкин, пеллетное топливо мало востребовано на внутреннем рынке, зато пользуется большим спросом в других странах с суровыми зимами. «Российский бизнес обратил внимание на возможность строительства новых заводов по производству пеллет», — говорит господин Рошупкин. — У нас проекты в Архангельской, Калужской, Тверской и Ленинградской областях, в Красноярском крае и Карелии. Стоимость строительства завода колеблется от \$2 млн до \$10 млн. При поставках на экспорт он окупается в течение двух лет».

Дмитрий Логинов из Европейского банка реконструкции и развития уверяет: потенциал внутреннего рынка отстает по потенциалу от экспортных рынков. «Как следствие, почти все пеллетные проекты ориентированы на экспорт, особенно с учетом того, что потребление пеллет в Западной Европе субсидируется государством. Если смотреть на доходность данного бизнеса, то пеллетное производство как таковое является в России низкомаржинальным бизнесом», — констатирует господин Логинов.

Тем не менее в стране открываются все новые производства пеллет, ориентированные на экспорт продукции.

В 2008 году холдинг «Русский лесной альянс» создал дочернее предприятие «Биогран» и наладил производство пеллет под Петрозаводском, закупив поддержанное финское оборудование. В первый год работы объем производства не превысил 20 тонн пеллет, но к концу 2011 года он был увеличен почти в десять раз. При отпускной цене 5,5 тыс. рублей за тонну продукции в прошлом году предприятие получило прибыль в 1 млн рублей. Первоначальные вложения пока не окупились, но число потребителей продукции «Биограна», по словам коммерческого директора холдинга Дмитрия Кустова, непрерывно растет, хотя 75% продукции по-прежнему экспортируется.

Анна Героева

— Национальная компания умеет не только добывать, но и сохранять.

Для компании «ЛУКОЙЛ» сохранение окружающей среды — одна из важнейших задач. При разработке шельфовых месторождений используется технология «нулевого сброса». «ЛУКОЙЛ» — первая нефтяная компания в России, которая перешла на выпуск топлива, соответствующего европейскому экологическому стандарту Евро-5, доступному на автозаправочных станциях «ЛУКОЙЛ». Компания постоянно разрабатывает и внедряет новые ресурсосберегающие и энергоэффективные технологии.

Наша страна — наша ответственность

ЛУКОЙЛ

### прямая речь

### Вы как природу бережете?

Геннадий Шмаль, президент Союза нефтегазопромышленников России:

— Без специальных программ и мероприятий по экологии нефтегазовый сек-

тор нигде в мире существовать не сможет. В России нефтегазовые компании сейчас заняты снижением сжигания газа при добыче. Это наносит большой ущерб экологии. С 1 января вступило в силу постановление правительства, обязывающее нас сжигать не более 5% от добываемого газа. Все компании разрабатывали мероприятия, позволяющие постепенно дойти до этой цифры. Также мы постепенно решаем вопросы, связанные с переработкой отходов. Не секрет, что за годы работ нефтеперерабатывающей промышленности накопилось огромное количество отходов. Разом мы переработать их не сможем. Поэтому все крупные нефтяные компании разра-

ботали свои программы, тратят огромные средства для решения этого вопроса. Полностью проблемы экологии мы еще не решили, но мы на верном пути.

Юрий Кобаладзе, член совета по внешней и оборонной политике, советник председателя правления X5 Retail Group:

— Лично я когда иду выбрасывать мусор, то по дороге собираю бутылки и прочий мусор, раскиданный соседями. Не считаю для себя зазорным убраться за кем-то. Вообще, меня ничего так не раздражает, как жирные морды, выкидывающие из машин окурки или шкурки от бананов. Иногда я подезжаю к их машине, на-

чинаю гудеть, крутить пальцем у виска. Но понимаю: эти люди подчас даже не осознают, что они не так сделали, в чем причина моего раздражения. Но я уверен: пока мы не научимся не гадить там, где живем, у нас не будет ни чистоты, ни экологии, ни уюта. И я ратую за то, чтобы в нашей стране ввели такие же огромные штрафы за брошенный окурок, как в Сингапуре. Там власти, введя астрономические суммы штрафов, быстро отучили свой народ гадить. А у нас даже убирать за своими питомцами никак не научат. Весной в парках и на улице идешь как по общественному туалету. И толку от того, что ставят урны с пакетиками и совочками — все равно не убирают!