

HBR-R.RU

Harvard Business Review

РОССИЯ



ОКТАБРЬ 2013

40 Феномен

Продукты для богатых?
Владимир Рувинский

91 Разговор с ученым

Михаил Давыдов:
Откуда берется рак
Анна Натитник

97 Практикум

Как избавиться
от надоевших дел
Джулиан Биркиншоу, Джордан Коэн

Сексизм на работе

Новые проявления
гендерной дискриминации



4 606895 000345

13010

16+

ПРОДУКТЫ ДЛЯ БОГАТЫХ?

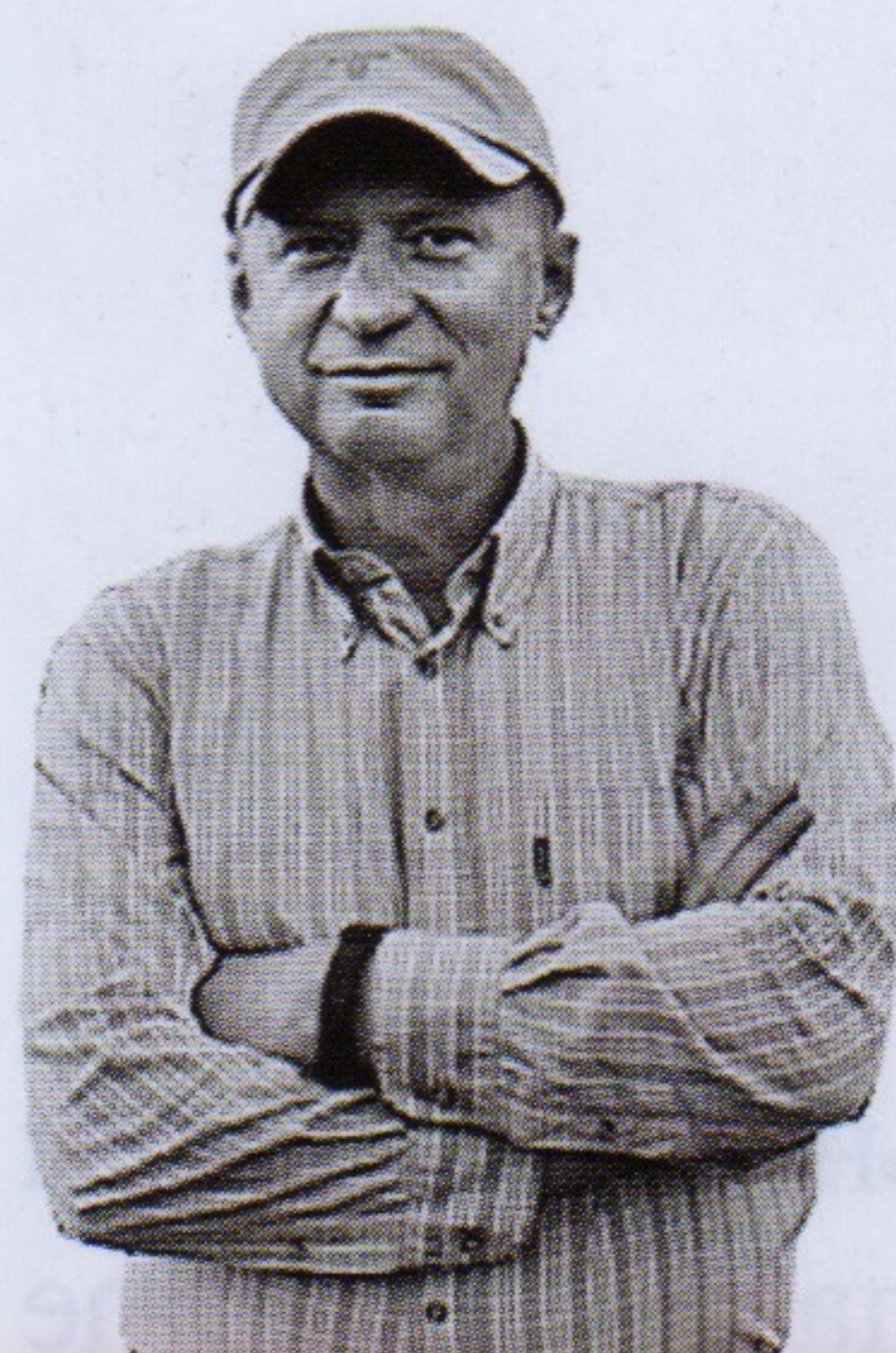
СПРОС НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ ПРОДУКТЫ В РОССИИ РАСТЕТ, ОДНАКО ЧТО ЭТО ТАКОЕ И ЕСТЬ ЛИ ОТ НИХ ПОЛЬЗА, РОССИЯНЕ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СЕБЕ СМУТНО.



Последние годы в России растет спрос на натуральные продукты питания. По данным апрельского опроса 2012 года Profi Online Research, 75% респондентов стали меньше употреблять консервов, а 64% — замороженных продуктов и полуфабрикатов. Под напором цивилизации люди тянутся к природе и тоскуют о натуральном. Теперь в моде все естественное, «экологически чистое» — одежда, мебель, стройматериалы, еда. Обеспеченные горожане обзаводятся дачами или покупают дома в деревне. Вслед за Западом и у нас появляется интерес к «чистоте» того, что мы едим. Однако что такое органические продукты, понять в отечественных реалиях не просто: закон безмолвствует, а участники рынка никак не придут к единому мнению. Этим пользуются продавцы: в магазинах появились продукты с маркировкой «органик», «эко», «био», «фермерские продукты», но их качество зачастую не соответствует заявленному или откровенно вводит покупателей в заблуждение. Кроме того, на тему экологически чистых продуктов сложено немало мифов. Мы попытались отделить правду от вымысла и разобраться, как обстоят дела на рынке экопродуктов в России.

Рост продаж

Одним из первых в России завел экоферму Александр Бродовский, владелец сети магазинов женской одежды WoolStreet. Прожив 16 лет в Германии, он проникся идеями «зеленых», а к 45 годам на него, как он говорит, накатили думы о непреходящих ценностях. В 2005 году он купил большой участок земли в живописном поселке Льва Толстого — это в 320 км от Москвы, в Тульской области. В заброшенной деревне с покосившимися домами тогда жил только один человек — русский офицер на пенсии родом из Киргизии, встретивший Бродовского в штыки. Вскоре он стал первым работником фермы, обустроившейся по заветам австрийца Зеппа Хольцера, идеолога модного ныне учения о пермакультуре — естественном сельском хозяйстве, которым поначалу увлекся Бродовский. Он мечтал об усадьбе, в которой постоянно жили бы работники — и потому была бы даже школа для их детей. К устройству экофермы Бродовский подошел основательно: планировать усадьбу ему помогал немецкий архитектор Эрвин Вахтер, а советы по хозяйству давал бывший «мясной барон» Карл Людвиг Швайсфурт, один из пионеров экодвижения. Но на российской почве европейские идеи о натуральном хозяйстве приживались трудно: надежных работников не было, концепцию Хольцера реализовать оказалось непросто. «Мне все это стоило очень дорого, семью чуть не разорил.



АЛЕКСАНДР БРОДОВСКИЙ

«В ЭТОМ ЕСТЬ ЭЛЕМЕНТ АЛЬТЕРНАТИВНОСТИ, ПРОТЕСТА, ДЕНДИЗМА, СНОБИЗМА В ХОРОШЕМ СМЫСЛЕ, ПРОТИВОСТОЯНИЯ СИСТЕМЕ НАШЕЙ, ОСОБОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ».

Если бы знал, сколько денег уйдет на ферму, сказал бы: до свидания, занялся бы чем-нибудь другим», — вспоминает Бродовский.

Сейчас его животноводческая ферма «Горчиная поляна» — известный бренд у ценителей экологически чистых продуктов, особенно мясных и колбасных. В хозяйстве 900 га земли (около 20% арендованной, остальная — собственная), 800 свиней и 140 коров, 35 коз, завезенных из Австрии и Германии, свой небольшой цех разделки и переработки. Сначала были частные покупатели, а примерно год назад продукты фермы появились на прилавках «Глобуса Гурмэ», и с этого лета их берут «Зеленый Перекресток» и рестораны Jamie's Italian. «В 2013 году ферма впервые стала безубыточной, — радуется Бродовский. — Зарплаты, горючее, запчасти — все уже окупается». Сейчас хозяйство продает товаров на 25 млн рублей в год. Есть еще задел роста на 40% — за счет грамотной организации труда, поясняет предприниматель. Благо на ферме теперь работают профессионалы, в том числе из недавно разорившихся районных хозяйств.

Сам Бродовский в «Горчиной поляне» бывает редко — занят основным бизнесом. И хотя на безоблачное будущее своей фермы он не рассчитывает, надеяться, что продажи ее продукции будут увеличиваться, есть все основания. Об этом свидетельствуют данные других приверженцев естественного земледелия и животноводства. «В целом, у нас каждый год продажи растут примерно на 10—12%», — говорит Александр Коновалов, владелец экофермы «Коновалово». Экохозяйство у него в основном молочное, намного меньше — 27 га, 15 коров и бычков — и ближе к Москве: всего в 120 км по Новорижскому шоссе. Это обстоятельство благоприятно сказалось на доходах. Четыре года назад Коновалов вложил в ферму 32 млн рублей и уже вернул 80% затрат. «Рентабельность нашего бизнеса — 35%, — рассказывает предприниматель. — Точки самоокупаемости мы достигли через полгода после запуска экофермы».

У Коновалова другая модель бизнеса: помимо своего сырья и переработки, его ферма обзавелась магазинчиками «Эколавка» (сейчас их три, два — по франшизе) и отказалась работать с сетевыми ритейлерами. «Во-первых, они переклеивают дату выпуска продукции. Во-вторых, у них невыгодные условия оплаты. В-третьих, им нужны стабильные поставки, а этого мы

гарантировать не можем: жирность молока, скажем, его удои или вкус могут быть разные», — поясняет Коновалов. К тому же его продуктами заинтересовался хипстерский фермерский кооператив LavkaLavka. В магазинах Коновалова 30% продукции — мясо, молоко, полуфабрикаты — со своей фермы, остальное — рыба, бакалея, чай, кофе — чужой экоассортимент. До экофермы Коновалов занимался БАДами и оздоровительной косметикой, фермерским же производством увлекся после рождения внуки. Поездив по Европе, он решил создать хозяйство полного цикла, включая агротуристический бизнес. «Иначе нельзя — вдруг год неурожайный, молока не дали животные. А так несколько источников дохода. Главное, у нас все под контролем, от поля до прилавка», — рассуждает он. Его моделью интересуются многие: за франшизой к нему фермеры приезжают из разных регионов.

Неплохо идут дела и у «зеленых» ритейлеров. Первым специализированным магазином на этом рынке был «Био-Маркет» корпорации «Органик», основанной в 2006 году Николаем Цветковым, главой банка «Уралсиб». «Ежегодный прирост объема продаж «Био-Маркета» достигает 10—15%», — говорит бренд-менеджер «Органики» Мария Сигаева. Около 70% товаров компании импортные, остальное — свои, они производятся под маркой «Это Лето» в экохозяйстве «Спартак», первом в России сертифицированном по европейским стандартам органики. «Бизнес становится самоокупаемым. Скоро, мы надеемся, он станет и прибыльным и мы начнем возвращать инвестиции», — поясняет Сигаева, не уточняя размера вложений. «Азбука Вкуса», импортирующая биопродукты с середины 2000-х, тоже отмечает увеличение их продаж: например, по молоку — на 35% ежегодно в денежном выражении, говорит исполнительный директор компании Сергей Коршунов.

Согласно данным исследовательской компании Euromonitor International, рынок продукции, продающейся в России с пометкой «эко», сейчас стабильно растет: в 2012 году его объем достигал \$147,7 млн, в 2013-м прогнозируется \$157,3 млн. Подсчеты эти приблизительные, поскольку официально в России экопродуктов нет, так как нет соответствующего определения в законе. То есть нет системы национальной сертификации и учета. И это, по мнению и фермеров, и продавцов, сейчас одна из главных проблем рынка

молока, «зеленые», — продуктами сельского хозяйства. Коновалова — рыба, отимент. БАДаамиским же я внуки. озяйство ический урожай- несколько контро- он. Его аншизой регионов. ритейле- магазином порации колаем «Ежегод- Маркета» енеджер ь товаров вои, они в эконо- тифици- органики. коро, мы начнем Сигаева, а Вкуса», ередины продаж: дно в де- тельный й компа- одукции, », сейчас достигал 57,3 млн. сколько т, так как аконе. То фикации в, и про- ем рынка

экологических, или, как еще их называют, органических, биологических продуктов в России.

«Био» по-русски

Россияне критически относятся к продуктам с ГМО, консервантами, изготовленными из сырья, которое выращивалось с применением химических удобрений. При этом у нас не принято интересоваться, соблюдают ли производители нормы допустимой концентрации вредных веществ, вредны ли ГМО в принципе. Не последнюю роль здесь сыграли СМИ, прежде всего телевидение, на котором то и дело появляются разоблачительные материалы о продуктах питания. «Уровень потребления у нас формируется от противного. Всех запугали, что везде химия, везде консерванты, ГМО, вот и появляется спрос на биопродукты», — считает Дмитрий Потапенко, управляющий партнер компании Management Development Group (розничные сети «ГастрономчикЪ» и «Продэко»).

Производители и продавцы, стараясь удовлетворить спрос, не отказывают себе в удовольствии поиграть на слабостях покупателей. Поэтому на прилавках можно увидеть подсолнечное масло «без холестерина», хотя в растительном масле его нет по определению. Бывают упаковки соли «без ГМО», хотя какие гены в минерале? «У нас биопродукты — муть, которой пользуются изготовители и продавцы для повышения продаж. На многих продуктах, например, пишут «био», хотя к биопродукции они не имеют никакого отношения», — говорит Потапенко. Сергей Каршунов из «Азбуки Вкуса» соглашается и приводит в пример йогурты: «Сегодня любой производитель может сказать, что у него продукт «био». Это сбивает людей с толку, ведь тот же йогурт с пометкой «био», продающийся в обычном супермаркете за 100 рублей, — совсем не то же самое, что швейцарский био-йогурт, который в «Азбуке» стоит 200. Первый, по сути, никакой не «био», просто в смесь добавлены живые культуры, а вот второй изготовлен по всем правилам органического производства и сертифицирован в Швейцарии. Это два разных продукта.

Что же такое органический продукт питания? В общих чертах это товар, произведенный из «зеленого» сырья — выращенного без пестицидов, химических и синтетических кормовых добавок, регуляторов роста, антибиотиков и достижений генной инженерии, в который,

У НАС НЕ ПРИНЯТО ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ, СОБЛЮДАЮТ ЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НОРМЫ ДОПУСТИМОЙ КОНЦЕНТРАЦИИ ВРЕДНЫХ ВЕЩЕСТВ, ВРЕДНЫ ЛИ ГМО В ПРИНЦИПЕ.

кроме того, не добавляют ароматизаторов и искусственных консервантов. С точки зрения методов производства — это возврат в доиндустриальную эпоху. Продукты, отвечающие этим стандартам, сертифицируют регулирующие организации. Строжайшим образом контролируются все стадии их производства, упаковки и транспортировки. Сертификаты могут выдавать профессиональные союзы фермеров или продавцов, государственные и межгосударственные инстанции (иногда у одного продукта бывает сразу несколько сертификатов). В том же Евросоюзе есть единый сертификат на «эко-» («био-» или «органик-») продукцию, дающий право продавать товар во всех странах альянса. Кроме того, у каждой страны могут быть свои сертификаты: в той же Швейцарии местный биостандарт Bio Suisse гораздо жестче европейского, и его стараются придерживаться местные производители, выдавливая своими гарантирующими высокое качество брендами более дешевые общеевропейские товары.

В России есть добровольная сертификация — как по европейским стандартам, так и по аналогичным, хотя официально не признанным, внутрироссийским. Процедура получения сертификата небыстрая. Например, у пахотной земли должен быть период так называемой конверсии, то есть переходного времени — обычно это два-четыре года, в зависимости от химического состава почвы, — когда она «отдыхает» от искусственных удобрений. Александр Коновалов говорит, что у него конверсия заканчивается в 2014 году и тогда его хозяйство, если все пойдет, как задумано, официально будет полностью соответствовать органическим стандартам. Сертификацию проводит Ecoglobe, международная компания, имеющая аккредитацию в Швейцарии, США, Германии. А пока Коновалов платит €2400 в год за то, что инспекторы Ecoglobe берут анализы, проверяют, дают рекомендации по устройству фермы, чтобы она соответствовала экономам по сельхозпроизводству, животноводству, переработке мяса и молока, уходу за фермой и животными. Стандарты жесткие: например, колорадского жука у Коновалова не травят, а собирают руками. У Бродовского биосертификат официально зарегистрированной государственным Агентством по техническому регулированию и метрологии Системы добровольной сертификации экологического



и биодинамического хозяйствования «БИО», выданный компанией «Эко-Контроль», которую создал агроном и экономист Андрей Ходус. Биосертификация проводится ежегодно: проверяются условия выращивания сельхозкультур и животных на предприятии (поля, сорта, удобрения и средства защиты, химический состав почвы, кормов, анализ продуктов, содержание животных и т.д.). Бывают и внеплановые проверки — если поступили жалобы или возникли подозрения относительно «био» той или иной фермы. Согласно правилам «Эко-Контроля» у Бродовского применяют севооборот, то есть на одном поле чередуют разные культуры, чтобы почва отдыхала и восстанавливалась ее плодородие. «Мы, например, можем сеять пшеницу на то же место только на шестой год, — рассказывает он. — Сначала сеют озимые, они сильно забирают питательные вещества и микроэлементы, потом — яровые, после них — бобовые и другие травы, которые возвращают азот и микроэлементы, рыхлят землю и очищают ее от сорняков». Название его фермы «Горчичная поляна» пошло в том числе и от того, что в севообороте используют горчицу. Из удобрений в хозяйстве только навоз, главное «орудие» в борьбе с сорняками — механическая обработка земли: сорняки уничтожают, не пользуясь плугом. Так обрабатывали землю в XVIII веке. Коровы и свиньи до последнего времени свободно паслись в условиях, максимально приближенных к естественным: ели траву, рыхлили почву и удобряли землю. «Следил за ними электронный пастух, но жизнь вносила коррективы: то электричество отключат, то электрик напьется, то зимой датчик заметет», — вспоминает Бродовский.

Соответствие сертификату не отменяет и не заменяет требований государственного ветеринарного и санитарного контроля. Поэтому сейчас свободный выгул животных временно приостановлен. «Прокуратура и Роспотребнадзор с нас глаз не сводят — из-за вспышки африканской чумы, дошедшей до Тульской области», — говорит Бродовский. Хотя поблизости других хозяйств нет, ферме запретили свободный выгул свиней. Бродовский приспособил под свинарник гостиницу, которую строили с расчетом на агротуризм. «У меня там печки изразцовые из Ферапонтова монастыря, их делала заслуженный художник России, крыша — из красноярской лиственницы. От пустующего недостроя несло



ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПРОДАВЦЫ, СТАРАЯСЬ УДОВЛЕТВОРИТЬ СПРОС, НЕ ОТКАЗЫВАЮТ СЕБЕ В УДОВОЛЬСТВИИ ПОИГРАТЬ НА СЛАБОСТЯХ ЛЮДЕЙ.



маниловщиной», — не жалеет он. Из-за отдаленности и разбитой дороги туристов на ферме бывало немного, а когда грянул кризис 2009 года, остановилось и строительство трех гостиничных корпусов. «И когда прокуратура приехала, дала два месяца на прекращение выгула скота, у меня экотуристами стали свиньи», — смеется он.

Работы на ферме много; нужно делать все быстро. Например, «Горчичная поляна» выпускает колбасу из парного мяса, чем и прославилась. Приготовить ее надо за два часа после забоя животного. «Это средневековая технология, — говорит Бродовский. — Два часа, пока туша не окоченела, мясо обладает естественным связующим свойством и в колбасу не нужно подсыпать наполнители». По обычной технологии в нее для связывания воды и придания товарного вида добавляют фосфаты, генно-модифицированный соевый белок или кожу животных.

Однако многие ритейлеры не признают российских биосертификатов. «Сейчас у нас 99% того, что можно назвать биопродуктами, это импорт, — говорит Коршунов из «Азбуки Вкуса». — Не потому, что в России их не производят, а потому, что местные биопродукты не имеют такого статуса». Конечно, признает он, некоторые российские поставщики соблюдают все условия, но «формально их продукция никакого отношения к органике не имеет». Бродовский в 2013 году решил получить западные сертификаты, хотя они на €500 дороже, чем у «Эко-Контроля», поскольку ведется много споров о том, у кого настоящая биоферма, а у кого нет: «Новых условий соблюдать мне не придется. Просто я хочу получить этот значок, раз развелось столько шарлатанов». Да, шарлатаны бывают, говорит Ходус. Недавно на Кубани сертифицировали местное овощное хозяйство. Содержание «химии» в почве зашкаливало, но хозяйство всеми правдами и неправдами стремилось получить статус «био». «Эко-Контроль» понял это еще на стадии преаудита, и договор на биосертификацию расторг. Между тем таких «экологических» хозяйств, в том числе самостоятельно декларирующих, что они «экологические», много и их продукция — «натуральная», «фермерская» и т.д. — давно на рынке. Оказалось, что в 1990-е годы, когда есть было нечего, местные фермеры достали со складов запрещенные еще в СССР, но так и не утилизированные удобрения. Потапенко

недоумевают: как вообще можно выращивать «био», когда у тебя рядом колхозное поле с пестицидами и гербицидами?

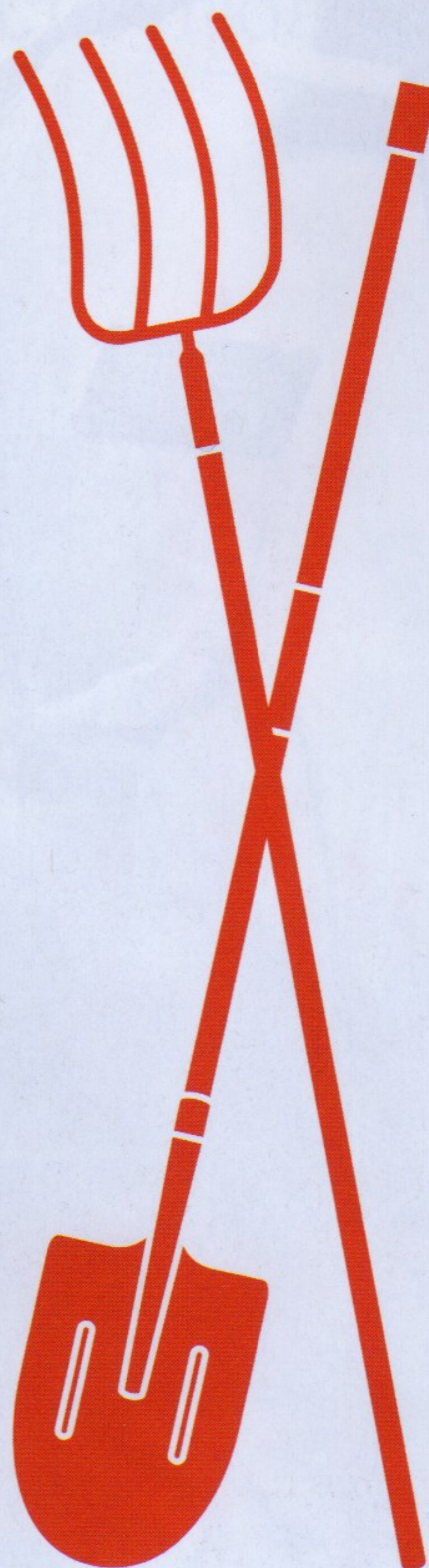
Но дело даже не в том, какими должны быть российские сертификаты. Та же корпорация «Органик» сертифицировала хозяйство «Спартак» у швейцарской компании Bio-inspecta и с успехом продает свою продукцию. Просто перед участниками рынка замаячил большой куш, и за него идет настоящая борьба. Биоотрасль находится сейчас в России на начальной, но необратимой стадии развития: по данным швейцарского Института биологического сельского хозяйства, у нас около 70 настоящих биопредприятий, а объем биорынка достигает примерно \$120 млн. Для сравнения: в Европе этот рынок составляет €20 млрд и занимает 4% продуктового рынка; в США чистая прибыль только одного крупного ритейлера экопродуктов Whole Food выросла на 35,5%, до \$4,6 млрд, в 2011—2012 финансовом году.

В Госдуме сейчас обсуждается законопроект о российском лицензировании биопродуктов, в его разработке участвуют и ритейлеры, но пока стороны не находят общего языка. От того, по каким стандартам будет идти сертификация, зависит, сколько продуктов попадет в этот пока премиальный у нас сегмент. Еще в 2011 году X5 Retail Group, развивающая формат «Зеленого Перекрестка», пыталась в Роспатенте зарегистрировать на себя марку Eco, но получила отказ. Весной 2013 года «Азбука Вкуса», «Органика» и компания «Аривера» объединились в Национальный органический союз, чтобы установить свои правила на рынке. «Будущее органики в России — за местным производителем. Наша основная цель — постепенно заменить на полках магазинов зарубежные биопродукты на отечественные», — говорит Сигаева из «Органики». По словам Коршунова из «Азбуки Вкуса», его компания хочет «кардинально наращивать российское производство органических продуктов» и ведет об этом переговоры с фермерами. Это совершенно нормальная во всем мире практика: экомынок везде рос за счет своих хозяйств. В Европе правительства даже субсидируют крестьян, чтобы они производили органические продукты. В России такого не будет, уверена автор законопроекта о биопродуктах единоросс Надежда Школкина, но даже так этот рынок выглядит заманчивым. «Если примут закон, грамотный,



БОРИС АКИМОВ

«ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ КАК ПРОЕКТ О ВКУСНОЙ ПИЦЕ, А ПОСЛЕ ЗНАКОМСТВА С ФЕРМЕРАМИ КОНЦЕПЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ».



а не тот, что сейчас в Думе, в Россию для сертификации допустят международные компании и рынку дадут свободу в рамках закона об органическом земледелии и животноводстве, принятого в 74 странах мира, а не задушат своими непонятными инструкциями, то наша страна лет через 12—15 сможет стать лидером по экопродукции», — уверен фермер Коновалов.

Философия органики

Сейчас продажи биопродуктов осуществляются двумя путями. Первый — это супермаркеты, в которых качество товара покупателю подтверждают сертификатами. Просто бизнес, ничего личного. Второй — это мелкие фермеры, которые делают ставку на личное знакомство с покупателем и на свою репутацию. «Нашего клиента на мякине не проведешь. Ты хоть сто значков вешай, а ему важно, у кого покупать, — уверен Коновалов, развивающий свою розницу через магазины и интернет-сайт. — Он будет верить лишь тогда, когда то, что продекларировано, имеет место быть». Бродовский, отдавший часть продукции в сетевые магазины, говорит, что хочет сохранить клиентскую доставку через сайт: «Идеально было бы оставить себе 20% розничных продаж, хотя это и хлопотно. Нам важно мнение покупателей, а в сетях обратная связь только через товароведа».

В этом — суть отношения фермеров к делу: экопродукты для них не просто бизнес, а нечто большее. Бродовский, например, прямо утверждает, что ферма для него — образ жизни и инвестором себя он не считает. Борис Акимов, основатель LavkaLavka, также говорит о возрождении кулинарных традиций в России и становлении местного фермерства. Крупные продавцы, для которых органические продукты — побочный продукт, упор делают на их чистоту и безопасность. «Для наших покупателей важнее всего здоровые продукты. Если же им нужно что-то большее, мы готовы им это дать», — соглашается Коршунов из «Азбуки». Для мелких фермеров органика — продукт прежде всего идейный. «Все начиналось как проект о вкусной, в первую очередь, пище, а после знакомства с фермерами концепция изменилась, — вспоминает Акимов. — Мы поняли, что еда может быть культурным и социальным феноменом». Для LavkaLavka, подчеркивает он, самое главное, чтобы сельское хозяйство не наносило вреда окружающей среде. Похожую философию исповедуют и в корпорации «Органик».

«Наша цель, — говорит Сигаева, — возродить бережное отношение к здоровью земли и человека ради его физического и духовного развития». В LavkaLavka тоже на дело смотрят широко: «Мы поддерживаем тех, кто восстанавливает региональные сорта или породу, а значит, даем импульсы, туристические и экономические, развитию региона. То есть можно поехать, скажем, в Вологодскую область, где выращивают и готовят что-нибудь этакое, чего больше нигде нет». Все более модная в Европе идеология *slow food* у нас пока не прижилась.

Органическое фермерство, последнее десятилетие набирающее популярность по всему миру, имеет давнюю историю. В Европе оно восходит к 1920 годам. После Первой мировой войны в Германии, пребывавшей в состоянии разрухи и депрессии, крестьяне пытались хоть что-нибудь вырастить без дорогих удобрений, просто чтобы элементарно выжить. И именно в крестьянской среде зародилось первое «зеленое» движение. Разрушенной Второй мировой войной Европе было не до экологии, и в 1950-х годах в той же Германии власти бесплатно раздавали химические удобрения, а тех, кто отказывался их применять, называли ретроградами.

Бум «научного» сельского хозяйства, широко применяющего химические удобрения и пестициды, произошел с легкой руки немецкого химика Юстуса фон Либиха. Во второй половине XIX века он сформулировал один из основополагающих законов экологии, известный как бочка Либиха. Согласно ему продуктивность культурных растений зависит от самого недостаточного в почве питательного вещества (минерального элемента), а потому все, что растениям нужно, — это правильное количество и соотношение фосфора, азота и калия. И кроме традиционного навоза фермеры стали удобрять почву добытыми в шахтах нитратами. А в начале XX века немецкие химики Фриц Габер и Карл Бош разработали процесс синтеза аммиака из водорода и атмосферного азота. Отсюда было рукой подать до коммерческого производства азотных удобрений. Так в сельском хозяйстве произошла технологическая революция.

И, как водится, действие породило противодействие. В 1940 году вышла книга одного из основоположников органического земледелия, британского агронома сэра Альберта Говарда *An Agricultural Testament* («Заповеди сельского

ОРГАНИЧЕСКОЕ ФЕРМЕРСТВО, ПОСЛЕДНЕЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ НАБИРАЮЩЕЕ ПОПУЛЯР- НОСТЬ ПО ВСЕМУ МИРУ, ИМЕЕТ ДАВНЮЮ ИСТОРИЮ. В ЕВРОПЕ ОНО ВОСХОДИТ К 1920 ГОДАМ.

хозяйства»). Говард, служивший в 1905—1924 годах британским советником по вопросам сельского хозяйства в Индии, был уверен, что индийское земледелие, основанное на естественном плодородии земли, во многих отношениях превосходит западное. Говард не был идеалистом и верил в методы, которые приносят плоды, но он смотрел далеко вперед. Он видел глубинную взаимосвязь здоровья земли, здоровья того, что на ней выросло, и здоровья тех, кто это потребляет. «Искусственные удобрения неизбежно ведут к искусственному питанию, искусственным животным и в конце концов искусственным мужчинам и женщинам», к болезням и отставанию в развитии, писал он. Применяя синтетические удобрения, можно на время добиться увеличения урожая, но лишит при этом будущие поколения их наследия. Земля, считал Говард, — это достояние нации, и нет другого выбора, как «вернуться к природе» и «защитить землю империи от финансовых спекуляций». В этом, заявлял он, залог превосходства Запада. В 1960-е идеи Говарда в США подхватили хиппи и последователи движения *New Age*. Теперь они звучали так: между фермером и потребителем не должно быть посредников, покупатель должен знать, кто и как произвел продукт. Во главу угла ставились местный производитель, здоровье, непричинение вреда окружающей среде, а также взаимное уважение фермера и покупателя. Девизом движения экофермерства стала социальная справедливость и равенство. В 1980-е идеи экологического хозяйства подняли на щит и в Европе. Германия, с немецкой педантичностью увлекшаяся индустриализацией в сельском хозяйстве, слишком далеко зашла на этом пути. Фермеры били тревогу: на пахотных землях исчезает экологическое разнообразие, без полива и удобрений на них ничего не растет. Тему подхватили «зеленые», нашедшие в ней политическую подпитку своему движению. Европейские правительства, в свою очередь, увидели в экологичном сельском хозяйстве мощный инструмент защиты своих производителей.

В России, считает Бродовский, экофермерства как движения нет: «Это и невозможно — у нас не доверяют друг к другу. Это все пока на уровне моды». Особо он отмечает владельцев LavkaLavka, которые и сделали эту тему «прогрессивной и правильной». Концепция LavkaLavka действительно для России необычна. Проект делает упор на развитие регионального





АЛЕКСАНДР КОНОВАЛОВ

«НАШЕГО КЛИЕНТА НА МЯКИНЕ НЕ ПРОВЕДЕШЬ. ТЫ ХОТЬ СТО ЗНАЧКОВ ВЕШАЙ, А ЕМУ ВАЖНО, У КОГО ПОКУПАТЬ».

фермерства. И деньги для него также привлекаются не традиционным ныне способом — кооперацией. Самим фермерам в кооперативе предлагают все юридические, бухгалтерские и бюрократические вопросы отдать на аутсорсинг, то есть самому кооперативу, чтобы они могли заниматься только самым сельским хозяйством. В кооперативе все держится на доверии, о котором говорит Бродовский: например, 3% прибыли идет в общую кассу, и фермер может занять оттуда на развитие, позже отдав долги продукцией. Такой принцип оправдывает себя: помимо розницы кооператив планирует весной 2014 года открыть в Москве, причем без посредников фермерский рынок на 60—80 торговых мест — с рестораном, фермерскими фудкортами, детской зоной. Схема финансирования — краудфандинг с долей в прибыли. То есть сами фермеры и покупатели скинулись, чтобы стать совладельцами рынка. «Это большая группа людей, и мы все вместе откроем этот рынок», — говорит Акимов.

Цены ценам рознь

Пока российский рынок органических продуктов по сути премиальный, констатирует Коршунов из «Азбуки Вкуса». В среднем биопродукты у нас дороже обычных раза в полтора, считает Мария Сигаева из «Органики», хотя бывает, в три-пять раз. Колбаса от «Горчичной поляны» стоит в «Гробусе Гурмэ» 1640 рублей за килограмм, молоко от Коновалова — 140 рублей за литр. Картофель везде 140—150 рублей за килограмм, курица в LavkaLavka — 640 рублей.

Борис Акимов из LavkaLavka не скрывает: у него наценка 100% от цены фермера, из них 80% съедается расходами. «Наша точка безубыточности — 9—10 млн рублей в месяц. Бывают месяцы, когда получается меньше и мы ничего не зарабатываем, а когда больше, имеем около 10—15% маржинальности», — говорит Акимов. По его словам, если из конечной цены вычтешь 50% (цена фермера) и 15% (маржа), то оставшиеся 35% — это расходы на логистику, упаковочные центры, зарплаты: «Тут в Москве дорого, потому что здесь все дорого. Никто не пойдет продавцом на 10 или 15 тысяч, все хотят 50».

В Европе наценка на биопродукты — 5—40%. «В той же Германии, Нидерландах они продаются в дешевых гипермаркетах. В России их нет по низкой цене, ведь ритейлеры, которые работают

в эконом-нише, не занимаются биопродукцией», — замечает Коршунов. Обычная картошка в Европе может стоить 95 евроцентов, а био — 98. «Именно потому, что таких производителей стало много», — продолжает он. Потапенко, работавший с российскими сельхозпроизводителями, говорит, что сотрудничать с ними было очень непросто: они не могут обеспечить бесперебойные поставки и постоянный ассортимент.

Во многом это, конечно, следствие того, что рынок только развивается и пока большая часть экотоваров поступает из-за рубежа. Продавцы закладывают в цену таможенные расходы, стоимость дополнительной сертификации и доставки — обычно небольшими партиями. Местные же фермеры ссылаются на то, что урожайность и надои при органическом производстве ниже и менее предсказуемы. Надои молока, например, на 30% ниже, чем у «обычных» коров, говорит Сигаева. В Европе эти потери компенсирует государство (от €210 до 900 за га при переходе на экостандарты, от €170 до 720 за га — за их поддержание), у нас — потребители.

Впрочем, цена покупателей не смущает, утверждают и производители, и продавцы. Бродовский говорит, что «Горчичная поляна» повышает в сентябре цены, поскольку не делала этого уже год. Падения спроса он не боится: «Свиная вырезка за 1680 рублей у нас улетает, а самый популярный продукт — холодец по 540 рублей за полукилограммовую упаковку». Кто же покупает это? «Наши клиенты — люди от 30 до 40. У всех появились дети, они пожили за границей, — рассказывает Бродовский. — И, видно, в правильных местах. Точно как я 20 лет назад. Для них важно, чем кормить детей. Как тогда в Германии, так и сейчас у нас, в этом есть элемент, скажем так, альтернативности, протеста, дендизма, снобизма в хорошем смысле, противостояния системе нашей, особого образа жизни». Такие настроения, считает Бродовский, характерны для определенной части населения.

Фермер Коновалов отмечает, что его продукты на 40—70% дороже продающихся в обычных магазинах. И основной мотив покупок — качество: «Мы опрашивали потенциальных покупателей, и больше половины сказали, что готовы переплачивать за гарантированно качественный натуральный продукт».

И Коновалов, и продавцы считают, что экорынок в России ждет рост, как и на Западе. Рано

Ник Лавроуэ (Nick Lovegrove) — почетный директор McKinsey, старший директор Albright Stonebridge Group, старший

Маттью Томас (Matthew Thomas) — бывший сотрудник Morgan Stanley, министерства финансов Канады и McKinsey.

или поздно биопродукты появятся в массовом сегменте. А значит, будут доступнее, что, вроде бы, хорошо. Но возникает вопрос: может ли биопродукт вообще быть массовым, если он по самой идее — плод ручного и малоэффективного, в сравнении с индустриальным сельским хозяйством, труда? «Чтобы получился биопродукт, сырье должно производиться в замкнутой локальной экосистеме. В промышленных масштабах биопродукт гнать не получится», — считает Потапенко. Он рассказывает о знакомом виноделе из Италии, который производит эковино, и таких, как он, изготовителей — 33 на весь мир. Андрей Ходус, впрочем, считает, что наладить массовое производство экопродуктов можно, надо лишь развивать фермерское земледелие. И это сейчас происходит.

Но что приобретает покупатель органических продуктов? Опрошенные посетители «Глобуса Гурмэ» считают, что все «био» полезнее и вкуснее обычных продуктов. И если о вкусах спорить трудно, то особая польза для здоровья вызывает сомнение. Еще в 2009 году сотрудники Агентства по пищевым стандартам Великобритании, а осенью 2012 года ученые Стэнфордского университета разведали экологический миф: биопродукты не намного полезнее обычных фруктов, овощей, мяса, круп, молочных продуктов и яиц. Британцы сравнили результаты 162 научных исследований и выявили, что обычные продукты отличались от экологически чистых только более высокой долей азота и фосфора, что же касается 15 питательных веществ (например, витамина С, А или кальция), то в этом эко- и обычные продукты идентичны. Американцы во главе с доктором Кристал Смит-Спенглер изучили 240 исследований, сравнив анализы людей, питавшихся органическими и обычными продуктами. И хотя в органике доля искусственных пестицидов на 30% была меньше, влияние на здоровье этого фактора не подтвердилось, поскольку нормы их предельно допустимой концентрации были соблюдены. «Между органическими и обычными продуктами для взрослого и здорового человека нет особой разницы», — заявила ВВС Смит-Спенглер. У обоих исследований нашлось немало критиков, поскольку наблюдения за испытуемыми велись не больше двух лет.

Директор НИИ питания РАМН Виктор Тутелян согласен с теми, кто считает, что роль биопродуктов преувеличена. Если продукты отвечают санитарным нормам, то делить их на плохие

и здоровые неверно. «Плохой и нездоровой бывает структура питания и рацион в целом. Отдельно взятый продукт не может быть таким или сляким. Когда вам твердят, что это продукт здорового питания, вас обманывают. Продавцы на этом умело играют», — говорит он. Главный врач клиники «Питание и здоровье» к.м.н. Михаил Зейгарник обращает внимание, что в исследованиях для сравнения брались обычные западные продукты, а не российские, проблема которых — в нарушении регламентов производства, транспортировки и хранения. «Сегодня в Европе традиционное земледелие, применяющее искусственные удобрения, пестициды и гербициды, так строго регламентировано, что, вероятно, значимого различия между био- и традиционными продуктами найти довольно трудно», — соглашается Коршунов из «Азбуки Вкуса». Тем не менее СМИ делают акцент не на сбалансированном питании, а на диеты и «чистые» продукты, указывает Зейгарник. В России маркетологи делят продукты на здоровые и все остальные. А это неверно, даже и в медицинском смысле: у каждого организма свои потребности, что не учитывается. В итоге за последние годы все больше людей страдают разными расстройствами, в первую очередь — излишним весом. Хотя, казалось бы, качество потребления совершенствуется. Академик Тутелян замечает, что людей запугали: те же продукты ГМО абсолютно безопасны, в том числе для будущих поколений, «а иногда лучше соответствуют нашим потребностям, чем обычные».

В любом случае, шутит Михаил Зейгарник, вреда от органических продуктов нет. А зачастую они вкуснее обычных. В основе экодвижения лежит идея не столько здоровья отдельного человека, сколько здорового разнообразия видов и экобаланса. И если на Западе это больше мировоззренческая материя, то в России — пока тема «вкусной и здоровой пищи». Противопоставлять традиционное интенсивное земледелие и животноводство и органическое фермерство было бы неверно: накормить биопродуктом города и страны невозможно, но без органики экологическое движение многое бы потеряло. Экофермерство создает альтернативу бездумному потреблению, главное — чтобы оно не превращалось в самоцель. ♡



Владимир Рувинский — старший редактор «Harvard Business Review — Россия». ■



В ОСНОВЕ ЭКОДВИЖЕНИЯ ЛЕЖИТ ИДЕЯ НЕ СТОЛЬКО ЗДОРОВЬЯ ОТДЕЛЬНОГО ЧЕЛОВЕКА, СКОЛЬКО ЗДОРОВОГО РАЗНООБРАЗИЯ ВИДОВ И ЭКОБАЛАНСА.