

**ОГАУ "Инновационно-консультационный центр агропромышленного  
комплекса"**



**Маркетинговое исследование:**

**Рынок экологически чистой продукции за 2016-2020 гг.**



**г. Белгород 2021**

## Оглавление

I Состав и свойства экологически чистой продукции.....	3
1.2 Мировой рынок экологически чистых продуктов .....	3
II Обзор рынка экологически чистой продукции в России .....	6
1.2 Производители экологически чистой продукции .....	9
1.3 Потребление экологически чистой продукции в России .....	10
1.4 Потенциал развития рынка экологически чистых продуктов.....	14



## **I Состав и свойства экологически чистой продукции**

Экологически чистый продукт – это продукт питания, который изготовлен из натурального сырья по современной технологии, обеспечивающей минимальное попадание в продукт других веществ, не содержит посторонних включений.

Важными преимуществами экологически чистых продуктов являются:

1. Повышенное содержание витаминов. Их здесь приблизительно на 50% больше, чем в обыкновенной пище.
2. Лучшие вкусовые характеристики и прекрасный аромат. Фрукты и овощи, выращенные на органических удобрениях, сочны и аппетитны. Их вкус лишен химических примесей, что делает его очень приятным.
3. Безопасность не только внутри, но и снаружи. Яблоки, персики, виноград нередко покрывают с наружной стороны слоем воска или других веществ. С экологически чистыми фруктами подобного не происходит. Их можно есть, не очищая предварительно, а значит, вы получите больше полезных веществ.
4. Полезность для детей. Ими разрешено кормить даже малышей. А женщина, употребляющая экологически чистую пищу, может быть уверена, что химические вещества не будут скапливаться в ее тканях и органах, чтобы потом навредить будущему ребенку.

Говоря о продуктах, соответствующих экологическим нормативам, эксперты часто упоминают фрукты и овощи. Однако сегодня на рынке представлена также пища животного происхождения, приготовленная по рассматриваемым технологиям. Животных и птиц не кормят гормонами роста, химическими препаратами, защищающими от паразитов, им не вводят антибиотики, не дают некачественный корм.

### **1.2 Мировой рынок экологически чистых продуктов**

С пищей в организм человека попадает 70–90% всех потенциально вредных веществ. В связи с этим идея экологически чистых продуктов родилась как определенная антикультура, протест против загрязнения

природы. Так, национальные американские стандарты на чистые продукты включают в себя несколько запретов на: использование искусственно созданных химических удобрений, применение генетически модификационных технологий, употребление стимуляторов роста и откорма, антибиотиков и гормональных препаратов, а также использование кормов на основе органики.

Рынок экологически чистых продуктов, как правило, находится под пристальным вниманием со стороны бизнеса и общества. Людям подробно объясняют, в чем преимущества organic food (органической еды) и почему стоит за нее переплачивать. Ассортимент экологически чистых продуктов в обычных американских магазинах, составляет около 400 наименований. Индустрия чистых продуктов предлагает альтернативу практически каждому продукту, представленному на традиционном рынке. Наиболее популярны следующие категории:

- кофе, чай, фрукты и овощи, представленные как в свежем, так и в обработанном виде;
- некоторые специи, сухофрукты и орехи;
- сезонные продукты: свежие фрукты и овощи, пользующиеся повышенным спросом в определенные периоды года;
- экологически чистые заменители традиционных продуктов: хлебобулочные изделия, молочная и мясная продукция, экологически чистые напитки и вина и т.д.;
- экологически чистые продукты для детей (детское питание, каши и т.д.);
- экологически чистые одежда и косметика.

На Западе и в азиатских странах с ростом популярности концепции здорового образа жизни люди стали пристальнее следить за тем, что едят, и придирчивее относиться к выбору продуктов питания. Согласно статистическим данным, сейчас здоровье своей главной ценностью считают 64 процента людей в мире. Такой интерес к ЗОЖ дал толчок развитию рынка

экологически чистых и органических продуктов, а также товаров с приставкой "био". Объем этого рынка с 2004 по 2020 год вырос в несколько раз — с 21 миллиарда евро до 150 миллиардов, а темпы роста потребления экологически чистых и органических товаров были более чем в два раза выше показателей роста рынка продовольствия в целом.

Однако несмотря на рост популярности здорового образа жизни, наблюдающийся на протяжении последних 15 лет, этот рынок далек от насыщения, что открывает большие перспективы для бизнеса. Сейчас спрос на органические и экологически чистые продукты превышает предложение. Покупатели в таких странах, как США, Германия, Франция, Китай, Канада и Италия, на которые приходится 77 процентов потребления всей органик-продукции, готовы платить на 30-50 процентов больше за экологически чистые товары, чем за неорганические.

## II Обзор рынка экологически чистой продукции в России

Минсельхоз России разработал проект федерального закона "Об экологически чистой сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии" (<http://docs.cntd.ru/document/1200169971>).

Законопроект направлен на регулирование отношений, связанных с производством, хранением, транспортировкой, маркировкой и реализацией экологически чистой сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Под экологически чистой продукцией в документе понимается сельскохозяйственная продукция, сырье и продовольствие, произведенные в массовом количестве по современным агро- и промышленным технологиям с применением ограниченной группы безопасных для человека и окружающей среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, кормов, кормовых и пищевых добавок, иных веществ в соответствии с установленными требованиями.

Речь идет о таких требованиях к производству экологически чистой продукции, как:

- обособление его от производства иной продукции, включая отдельные хранение и транспортировку экологически чистой продукции и продукции, не относящейся к таковой;
- проведение мониторинга почв сельскохозяйственных угодий, предназначенных для производства экологически чистой продукции, на содержание потенциально опасных для человека веществ и организмов;
- применение безопасных для человека и окружающей среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений;
- обоснованное применение удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, стимуляторов роста растений на основе расчета, составленного специалистом с высшим образованием по специальности "Агрономия", в т. ч. с использованием специального программного обеспечения;

- запрет на применение трансплантации эмбрионов, клонирования и методов генной инженерии, генно-инженерно-модифицированных и трансгенных организмов, а также продукции, изготовленной с их использованием;
- использование пищевых добавок, технологических вспомогательных средств, ароматизаторов, усилителей вкуса, ферментных препаратов, микроэлементов, витаминов, аминокислот, предусмотренных национальными и межгосударственными стандартами в сфере производства экологически чистой продукции;
- запрет на применение ионизирующего излучения;
- соблюдение технологического регламента процесса обращения с отходами, образующимися при производстве экологически чистой продукции;
- недопустимость содержания в конечной экологически чистой продукции потенциально опасных для человека химических и биологических веществ;
- запрет на использование упаковки, потребительской и транспортной тары, которые могут привести к загрязнению экологически чистой продукции и окружающей среды.

Кроме того, законопроектом предусмотрено формирование Единого государственного реестра производителей экологически чистой продукции, нацеленного на безвозмездное информирование потребителей о производителях экологически чистой продукции и видах производимой ими продукции. Определен перечень сведений, подлежащих обязательному включению в такой реестр, и указано, что они будут общедоступными.

Разница между органическими и экологическими продуктами — в требованиях к их производству. Например, при производстве органической продукции запрещено использовать любые агрохимикаты и стимуляторы роста. При производстве экологически чистых продуктов позволено применять безопасные для человека и природы виды удобрений и подкормок.

По сути, органическими у нас считаются товары, выращенные в максимально естественных условиях и при минимальном вмешательстве человека. А экологически чистыми — продукты, производство которых учитывает меры заботы об окружающей среде и здоровье людей (таблица 1).

Таблица 1.

Требования к производству «зелёной» продукции

Органическая продукция <i>(источник: ФЗ №280 от 03.08.2018)</i>	Экологически чистая продукция <i>(источник: проект закона Минсельхоза)</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Производство должно быть обособлено от производства неорганической/не экологически чистой продукции.</li> <li>2. Запрещено применять трансплантацию эмбрионов, клонирование и методы генной инженерии, а также генномодифицированные и трансгенные организмы.</li> <li>3. Запрещено применять ионизирующее излучение.</li> <li>4. Использовать пищевые добавки, ароматизаторы, усилители вкуса, витамины и аминокислоты можно только в рамках действующих в России стандартов производства органической/экологически чистой продукции.</li> <li>5. Запрещено смешивать органическую/экологически чистую продукцию с другой продукцией при транспортировке и хранении.</li> <li>6. Запрещено использовать упаковку и тару, которая может привести к загрязнению продукции и окружающей среды (для органической отдельно прописан запрет на использование в качестве упаковки поливинилхлорида).</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Запрещено применять агрохимикаты, пестициды, антибиотики, стимуляторы роста и откорма животных, гормональные препараты.</li> <li>2. Запрещено использовать гидропонный метод выращивания растений.</li> <li>3. Для борьбы с вредителями и болезнями растений и животных можно использовать только средства биологического происхождения и методы естественной защиты (подбор севооборота и пр.).</li> <li>4. Подбирать породы и виды животных и растений для разведения следует с учётом их адаптивных способностей и устойчивости к болезням. При этом нужно создавать все условия для их ветеринарного благополучия и естественного воспроизводства.</li> <li>5. Применять биологические микроорганизмы, используемые при переработке пищевых продуктов, только при использовании мер защиты продукции от микробиологической порчи.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Следует обязательно следить за состоянием почв сельхозугодий на предмет содержания в них потенциально опасных для человека химических и биологических веществ.</li> <li>2. Можно применять только безопасные для человека и окружающей среды удобрения и агрохимикаты, средства защиты растений (в том числе химические), стимуляторы роста и откорма животных, кормовые добавки.</li> <li>3. Применение перечисленных выше удобрений и подкормок считается обоснованным только на основании расчётов агронома (наличие высшего специального образования у него обязательно).</li> <li>4. Производитель обязан соблюдать принятый им технический регламент процесса обращения с отходами производства (в приоритете должна быть переработка отходов).</li> <li>5. В конечной продукции недопустимо содержание потенциально опасных для человека химических и биологических веществ.</li> </ol>

Новый законопроект декларирует, что экологически чистая продукция — сельскохозяйственная продукция, сырьё и продовольствие, произведенные в массовом количестве по современным агро- и промышленным технологиям с применением ограниченной группы безопасных для человека и окружающей

среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, кормов, кормовых и пищевых добавок.

Но ведь массовое производство, к тому же с применением химических веществ, - не является экологическим сельским хозяйством и прямо противоречит его принципам.

Законопроект разрешает использовать в экологически чистой продукции ряда "безопасных для человека и окружающей среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, в том числе химических, стимуляторов роста растений, стимуляторов роста и откорма животных, кормов и кормовых добавок для сельскохозяйственных животных, птиц и аквакультуры", то есть все то, что органика запрещает. Можно также будет найти в экологически чистом продукте и такие вещества, как ароматизаторы, усилители вкуса.

Законопроект предполагает, что у экологически чистых продуктов будет и маркировка, и стандарты, и точно такой же реестр их производителей, как и реестр органических компаний.

## **1.2 Производители экологически чистой продукции**

Отрасль российских экологических продуктов по большей части ограничена маркетинговыми приемами производителей, направленных на повышение цены на товары. Это достигается за счет визуальных ассоциаций с экологией при оформлении продуктов: зеленая или голубая упаковка, изображения животных, травы, деревьев, листьев. В России направление экологической продукции не подвержено регулированию, поэтому юридически данная сфера отсутствует.

В стране несколько производителей и продавцов, самостоятельно принявших политику достижения экологической устойчивости. За экологичные продукты можно принять овощи и фрукты, продаваемые частными лицами на рынках. Экологичность в данном случае никак не подтвердить, а кроме этого, необходимо учитывать, что пестициды, например, используются и в небольших хозяйствах.

Пример экологичной рыночной площадки – LavkaLavka. Это фермерское объединение с собственной системой экологической сертификации, по которой недопустимо использовать в производстве удобрения, пестициды, гербициды, регуляторы роста, других средств биологического воздействия на плоды.

Самая распространенная сеть по продаже экологических продуктов в России – магазины "Вкусвилл". Компания подбирает производителей с учетом их воздействия на окружающую среду, а также сама реализует некоторые инициативы: организует в точках продаж пункты приема отходов, например.

### **1.3 Потребление экологически чистой продукции в России**

Исследование, посвященное оценке экологической грамотности и интересов ответственных покупателей в выборе экотоваров, проведено методом онлайн-опроса среди 1 600 человек, проживающих большей частью в Москве и Санкт-Петербурге. Реализовано НП "Экологический союз" и Экобюро GREENS при поддержке Совета министров Северных Стран, интернет-СМИ, блогеров, медиа-площадок, общественных организаций, компаний, которые поддерживают идею ответственного потребления и сохранения природы для будущих поколений.

Сегодня тема экопродукции и ответственного потребления становится всё более популярной в России, в связи с чем растёт число покупателей, для которых характерна избирательность в выборе товара по признаку его экологичности (рисунок 1).



**Рис.1. Портрет типичного потребителя экотоваров в России.**

Основной мотив покупки экологических товаров для ответственных потребителей – это возможность внести личный вклад в дело сохранения окружающей среды (65,4%). Почти такое же количество людей видят в покупке экотоваров пользу для своего здоровья (62,4%). На этические аспекты производства: отсутствие тестов на животных, справедливые и достойные условия труда работников – обращают внимание 49,8% респондентов (рисунок 2).



**Рис.2. Основной мотив покупки экологических товаров.**

Главным признаком по-настоящему экологичного товара для покупателей служит официальная экомаркировка (78,6%), что довольно интересно в свете небольшого процента респондентов, действительно хорошо разбирающихся в экознаках (23,4%). Данный показатель говорит о необходимости дополнительного просвещения экопотребителей: они

понимают, что экотовар должен иметь соответствующий знак, но пока плохо ориентируются в этом вопросе.

Экологическим знаком, вызывающим у экоориентированных покупателей наибольшее доверие, стала экомаркировка I типа «Листок жизни» (44,3%) — российская экомаркировка, оценивающая экологичность продукции и услуг по их жизненному циклу, признанная международным экспертным сообществом. Среди экомаркировок I типа респонденты также отметили EU Ecolabel (36,3%). В число наиболее популярных маркировок вошли такие экознаки как BDIH (36,55), EU Organic (35,3%) и ICEA (31,7%). Значительная доля опрошенных также доверяет маркировке FSC (36,9%), которая указывает на использование сырья из источников с устойчивым лесопользованием (рисунок 3).



**Рис.3. Экологические знаки, вызывающие доверие у потребителя.**

Помимо экомаркировки, россияне склонны обращать внимание на состав продукта (35,8%) – чем короче состав, тем, по их мнению, лучше – и на свою собственную интуицию в ходе поиска по-настоящему экологичного товара (25,1%).

Экопотребители специально ищут в интернете конкретный экотовар, читают о нём отзывы, покупают его в специализированных магазинах (43,5%), смотрят обзоры на специализированных онлайн-порталах и читают комментарии в сообществах по ЗОЖ в социальных сетях (36,7%), либо ищут в

магазине полку с «зелеными» товарами и выбирают среди них (34,6%). Кстати, 32,1% респондентов знакомятся с экотоваром случайно, если замечают его в магазине.

90,0% респондентов не только покупают экологичные товары, но и имеют иные "зелёные" привычки. Например, эта когорта покупателей берет меньше пакетов и использует многоразовые сумки (78,6%), экономит ресурсы (67,5%), собирает и сдает опасные отходы (67,4%).

Исследование показывает, что особенно спрос выражен на экологичные продукты питания (83,6%), бытовую химию (74,1%) и косметику (63,8%). В приоритеты покупателей также вошли такие категории товаров, как одежда и обувь (26,6%), детские товары (24,9%), товары для строительства и ремонта (15,7%).

По мнению участников опроса, производителям необходимо выпускать больше экологичных продуктов питания, переходить на экологичную упаковку, а также экологизировать автомобильную продукцию и транспорт. Также ответственные покупатели заинтересованы в том, чтобы в магазинах было больше различных экологичных товаров для дома.

Самые популярные магазины, в которых сегодня, по мнению респондентов, можно найти экологичные товары, – это 4fresh, ВкусВилл, АШАН, Н&М, iHerb, Компас Здоровья, Mi&Co, Азбука Вкуса, Джаганнат и Избёнка.

Одним из барьеров, ограничивающих потребление экопродукции, является высокая цена на эту категорию товаров. Так, для многих респондентов (65,6%) цена становится основным фактором, препятствующим выбору экологичных товаров в пользу обычных. Тем не менее, большинство респондентов (94,5%) готовы платить за экопродукцию больше. Причём 38,5% покупателей согласны заплатить за экотовар, даже если его наценка достигает 30%.

Следующий по значимости барьер – сложность поиска экотоваров. Так, 63,9% опрошенных указали, что необходимые товары трудно найти: поиск и получение товара отнимает слишком много времени и усилий.

Кроме того, почти половина участников опроса (45,2%) считает, что препятствие на пути к покупке экологичных товаров – обилие псевдоэкологичных товаров. Гринвошинг (экологическое позиционирование без достаточного на это основания), столь распространенный на российском рынке, объясняет такие результаты. Это говорит о необходимости более масштабного экопросвещения в вопросах выбора экопродукции и экологических знаков.

#### **1.4 Потенциал развития рынка экологически чистых продуктов**

Развитие отрасли экологических продуктов возможно двумя путями:

- государственным регулированием;
- развитием потребительского общества.

Государственное регулирование сократит число недобросовестных производителей, использующих уловки, которые вводят людей в заблуждение. Государственный контроль и введение маркировки упростят идентификацию экологических продуктов за счет единства требований и обозначения.

Расширение знаний людей в области экологических продуктов заставит производителей делать шаги на удовлетворение запросов общества, чтобы сохранить покупателей и экономические показатели деятельности. На основании потребительских запросов во многом основана деятельность независимых организаций по сертификации, которые определяют критерии экологичности.

Экопродукты — достаточно сложный сегмент со своей спецификой, выйти на рынок непросто, а закрепиться на нем еще труднее, но даже при таких условиях наблюдается тенденция нарастания спроса.

В России экопродукты можно купить на прямую у фермера, в случае если рядом с городом располагается ферма. Так же стало возможным заказать продукты в специализированных интернет – магазинах (например, Еда из деревни ([eda-iz-derevni.ru](http://eda-iz-derevni.ru)), Зеленый дом ([ecomne.ru](http://ecomne.ru)), Бишоп ([bioshops.ru](http://bioshops.ru)) и др.), таких не много и не всегда есть возможность доставить продукт. В таких городах, как Москва, Санкт-Петербург и других, в связи с набором популярности движения за экологически чистые продукты, стали открываться экомгазины "Organic shop", "Эко-магазин", "Живой ЭКОмагазин", "Свой Путь" и т.п. Таких магазинов еще очень мало, количество не превышает 30 магазинов на один крупный город, соответственно расстояние между ними большое - для многих проблематично добраться до них.

В России начинают появляться рестораны здорового питания, магазины для вегетарианцев, центры здорового образа жизни, развивается экотуризм. Во многих регионах России на государственном уровне разрабатываются и утверждаются программы развития культуры здорового образа жизни среди населения. На фоне всего этого тенденция россиян перенимать западный опыт, а также открытость и интерес российского потребителя ко всему новому создают на российском рынке плодотворную почву для распространения и производства здесь продуктов биологического происхождения, так популярных в Европе.

Российский рынок биопродуктов действительно обладает огромным потенциалом, обусловленным рядом причин.

Во-первых, это широкие возможности ресурсной базы России: наличие огромной территории с благоприятной экологической ситуацией, с ее богатейшей флорой и фауной, высокой водообеспеченностью. Немаловажно и наличие обширных районов, отдаленных от промышленных центров, пригодных для сбора дикорастущих ягод и трав, природные свойства и качества которых отвечают концепции экопродукции.

Во-вторых, это высокий сельскохозяйственный потенциал. Площадь продуктивных земель России составляет около 9 млн кв. км, что представляет

собой 11% от общемирового показателя. В силу исторических обстоятельств в нашей стране около 40% территорий выведено из сельскохозяйственного оборота. Освоение и использование этих земель даст российскому органическому рынку существенное преимущество перед Западом.

Рассмотрев обширные возможности нашей страны, сформулируем рекомендации для развития рынка органической продукции в России:

- создать дополнительную государственную поддержку по сравнению с обычными сельхоз товаропроизводителями и уменьшить налоговую нагрузку;

- популяризация среди сельхоза товаропроизводителей и среди населения экопродуктов;

- содействие государства в создании и передаче технологий «зеленого» сельского хозяйства;

- выстраивание механизма снабжения органическими продуктами организаций образования и здравоохранения.

Таким образом, наша страна в относительно короткое время и без больших инвестиций может значительно нарастить объемы экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью – органических продуктов питания, повысить качество жизни населения.