МЯСНОЙ КЛУБ

ЖУРНАЛ ДЛЯ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ

Готова ли Россия к выращиванию мяса в лаборатории? 4

BENEO: используя преимущества растительных белков 6

«Жареный цыпленок» без курицы от KFC 10

I квартал 2021

www.saycheesemag.ru

INTEKPROM

MEAT

2021

Санкт-Петербург
17 июня 2021 года
Отель Crowne Plaza Airport

РОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

«ПЕРЕДОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ»

Состав участников

Более 200 участников из России и СНГ:

- Генеральные директора компаний
- Главные инженеры и их заместители
- Руководители подразделений
- Директора по производству и их заместители
- Директора по техническим вопросам
- Главные ветеринарные врачи
- Руководители проектов
- Коммерческие директора
- Ведущие технические специалисты и эксперты

Контакты

+7 (495) 777-96-71

Для участия необходима предварительная регистрация!

Стратегические вопросы конференции

- Сырьевая база: как обеспечить предприятие качественным сырьем.
- Как предложить качественные экономичные продукты потребителям: опыт снижения издержек в производстве товаров с высокой доб. стоимостью.
- Рынок колбасных изделий и мяса в России: состояние, тренды, проблемы и драйверы.
- Развитие экспорта продукции: меры, зависящие от предприятия.
- Индустрия 4.0 – новый этап в мясоперерабатывающей промышленности.
- Проектирование и строительство новых производств: перспективы развития отрасли.

СОДЕРЖАНИЕ

МЯСНОЙ КЛУБ
ЖУРНАЛ ДЛЯ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ
I квартал 2021

4 Готова ли Россия к выращиванию мяса в лаборатории?

Используя преимущества растительных белков
Интервью с Оливером Шевалье, старшим менеджером отдела Функциональных Белков компании BENEO. 6

10 «Жареный цыпленок» без курицы от KFC и бургер «Impossible Whopper» без мяса от Burger King: обзор

«ЭкоМясКо» натуральные мясные деликатесы из Удмуртии 13

16 Марина Ройлян, директор по развитию бренда «НЕ МЯСО» о проекте компании по производству растительных заменителей мяса и потенциале рынка

Интервью с Олегом Мироненко, исполнительным директором Национального Органического Союза 19

Учредитель: ООО «Издательский дом «Август»
Тираж: печатный выпуск 1000 экз.
электронный выпуск 4000 экз.
Периодичность выхода: 4 раза в год
Генеральный директор:Е. В. Месарева
Авторы статей:Рамиль Турабеков, Е. Месарева

Адрес:
Санкт-Петербург, ул. Лени Голикова 17–36
Тел.: +7 (921) 924–05–17

Запрещается использование материалов и ссылок на издание без письменного разрешения редакции

Готова ли Россия к выращиванию мяса в лаборатории?

Мясо, созданное в лаборатории, и овощные гамбургеры, возможно, скоро появятся во многих меню. Сейчас культивированное мясо становится все более популярным не только на Западе, но и в России, и которое, по прогнозам, может появиться на российских прилавках к 2023 году.

В России первая лаборатория по созданию синтетического мяса появилась в 2017 году благодаря Александру Савкову, генеральному директору «Очаковского комбината пищевых ингредиентов» (ОКПИ).

Как выяснилось 40 грамм искусственного мяса стоило Савкову 900 тысяч рублей, но эксперты ОКПИ прогнозируют стоимость искусственного мяса через 5 лет до 800 рублей за килограмм.

В марте 2019 года компания Memphis Meats из Сан-Франциско объявила о разработке куриного мяса в лаборатории. Куриные палочки дополняют лабораторные фрикадельки компании, о выпуске которых они объявили в феврале 2016 года. Точно так же такие бренды, как Beyond Meat и Impossible Foods, продают продукты на растительной основе без мяса в продуктовых магазинах и ресторанах не только в США.

Кто и как выращивают искусственное мясо?

Производство искусственного мяса основано на собранных клетках животных.

В ОКПИ в качестве исходного материала используют мышечную ткань теленка Абердин-ангусской породы, клетки которой помещают в питательную среду.

> «Решающий вопрос в процессе получения мяса — это среда, которая и влияет на стоимость выращивания клеток».
>
> Александр Савков, директор ОКПИ

Memphis Meats использует фетальную бычью сыворотку, полученную из еще не родившихся телят и цыплят. К клеткам добавляются белки, способствующие росту тканей. Структурная опора, очень похожая на подмостки, используется для поддержки роста мяса. Скептически настроенные люди могут быть удивлены, обнаружив, что продукт очень похож на мясо животных. На данный момент стоимость производства мяса непомерно высока для массового потребителя. В 2016 году компания Memphis Meats сообщила The Wall Street Journal, что, по ее оценкам, производство 500 грамм курицы стоит около 9000 долларов. Конечно, у Memphis Meats есть над чем поработать, если они хотят, чтобы их выращенный в лаборатории продукт составлял конкуренцию «традиционному» мясу. По словам Валети, они работают над этим и уже в этом году нацелены на выпуск потребительских товаров.

> «Мы разрабатываем новый способ производства вкусного мяса, которым мы всегда наслаждались, без необходимости кормить, разводить и забивать настоящих животных. Мы думаем, что это невероятная возможность для бизнеса преобразовать глобальную отрасль, стоимость которой приближается к триллиону долларов, и в то же время улучшить мир. Наша цель — полностью исключить животное из процесса производства мяса».
>
> Ума Валети, исп. директор Memphis Meats

В 2019 году компания Greenwise, расположенная в Калужской области, начала создавать высокобелковые аналоги мясу, которые очень хорошо имитируют мясо по вкусовым и внешним параметрам. Продукцию компании можно купить в более 2000 магазинах России и странах СНГ.

> «Я вижу рост популярности растительных альтернатив мяса, который демонстрирует российский рынок последние 3 года. Спрос на эти продукты, в частности, связан с повышением их доступности за счет расширения ассортимента в торговых сетях».
>
> Артем Пономарев, CEO Greenwise

Наро-Фоминский мясокомбинат (НФМК) в 2019 году стал продавать колбасу, сосиски и котлеты на растительной основе, а в 2020 году начали производить наггетсы, фарш и фрикадельки. Их продукцию можно найти в гипермаркете «Твой дом», «Глобусе» и «Азбуке вкуса».

> «Я считаю, что интерес общества к растительным продуктам или альтернативам растет во многом из-за того, что стало появляться все больше и больше информации. Она сформировала тренд — важности и нужности растительного питания по разным причинам. Раньше этого не было».
>
> Марина Ройлян, директор по развитию в НФМК

Альтернативы мясу на растительной основе

Мясо, выращенное в лаборатории, — не единственная альтернатива мясной продукции на мировой сцене. Рост популярности «кровавых» овощных продуктов говорит о том, что люди заинтересованы заменять мясо на здоровую альтернативу, но с максимально приближенной имитацией вкуса, текстуры и запаха.

Сейчас такие компании, как Beyond Meat и Impossible Foods, вместо котлет из протертых бобов, зерен и овощей разрабатывают гамбургеры на растительной основе, которые практически неотличимы от своих мясных аналогов по внешнему виду, аромату и вкусу. Гамбургеры состоят из 100% растительного белка, не содержат ГМО, сои и глютена, и в них почти в 2 раза меньше насыщенных жиров, чем в говядине.

> «Животное делает то же самое. Они едят растительное вещество, пропускают его через пищеварительную систему, превращая в мышцы или мясо. Мы также берем растительное вещество, выбираем аминокислоты, жиры, минералы и, конечно же, воду, и собираем их в той же архитектурной последовательности, что и в мясе. Я считаю, что это действительно мясо, но которое поступает непосредственно с растений, а не через животное».
>
> Итан Браун, генеральный директор Beyond Meat

Готовы ли россияне?

Согласно данным НАФИ за 2020 год:

- 41% россиян готовы включить «лабораторное» мясо в свой рацион;
- 59% — не доверяют.
- Как оказалось, в первую очередь готовность употреблять мясо «в пробирке» связана с безопасностью:
- 6% — рассматривают употребление, если процесс производства будет открытым и понятным.
- 8% — готовы употреблять, если в составе не будет антибиотиков и других вредных веществ.
- 13% — отметили, что важен состав, вид и вкус и чтобы он был схож с мясом.
- 24% — готовы включить в свой рацион, если продукция будет безопасной для здоровья.

По оценке Минсельхоза, потребление мясопродуктов и мяса на среднестатистического россиянина составляет примерно 75 кг в год. Согласно RBK сегодня потребление и производство мяса в России составляет около 11 млн. тонн. Однако спрос на альтернативные белки должен встряхнуть отрасль.

По данным Lux Research, к 2024 году потребность в альтернативных белках увеличится вдвое. Это означает, что глобальная цепочка поставок должна будет идти в ногу с растущим спросом, и текущие варианты животноводства могут оказаться не в состоянии опередить растительные альтернативы мясу.

Потребители также все больше осознают глобальное влияние, которое оказывает мясо животных. Ограниченные ресурсы, такие как вода и земля, могут быть исчерпаны по мере роста предложения, а продукты, которые не нуждаются в большом количестве воды или земли, возьмут верх.

Но готовы ли россияне? Если кратко, то «да». Повышение потребительского интереса нереально высокое. Важен вопрос об информировании, сейчас много россиян слышат из различных источников о преимуществах потребления растительных белков, а также появляется понимание роли животного белка в глобальном потеплении и изменении климата. Настало время для культивирования мяса и, согласно многочисленным опросам, большинство потребителей говорят, что они будут есть «чистое» мясо и некоторые даже готовы покупать такие продукты в кратчайшие сроки с надбавкой к цене.

ИСПОЛЬЗУЯ ПРЕИМУЩЕСТВА РАСТИТЕЛЬНЫХ БЕЛКОВ

Интервью с Оливером Шевалье, старшим менеджером отдела Функциональных Белков компании BENEO.

Оливер Шевалье
старший менеджер отдела Функциональных Белков компании BENEO

Господин Шевалье, что нового происходит сейчас в сегменте альтернативных растительных продуктов?

О.Ш.: Пандемия ковида во многом подстегнула сокращение потребления продуктов животного происхождения в мире. Как и в случае с другими природно-очаговыми заболеваниями, считается, что коронавирус был передан от животного к человеку. Это, конечно, вызывает обеспокоенность в отношении безопасности современных систем животноводства. Во-вторых, пандемия выдвинула на передний план вопросы поддержки и сохранения здоровья. Именно сейчас все больше людей старается избегать продуктов, которые могут негативно отразиться на состоянии здоровья. К таким продуктам относится, например, переработанное мясо.

К тому же большинству покупателей нравится открывать для себя новые вкусы. В этом плане продукты на растительной основе расширяют горизонт возможностей пищевого рынка. Для трех из пяти человек хороший вкус — это один из главных мотивов для покупки пищевого изделия. Хотя, надо признаться, что привлечение новых покупателей для альтернативных продуктов все еще оставляет простор для инноваций. Например, один из трех потребителей в Великобритании по-прежнему находит растительную диету скучной[1].

Такие последние разработки, как растительные снеки или веганское мороженое, помогают поменять данное представление. Попутно набирают популярность мясные аналоги, способные имитировать вкус и текстуру настоящего мяса (говядины, курятины и т. д.). Мы также видим, что данный тренд уверенно распространяется на новые сегменты пищевого рынка, такие как аналоговые морепродукты и веганская выпечка, открывающие перед производителями новые возможности.

Какие альтернативные источники белка Вы считаете наиболее перспективными и почему?

О.Ш.: В прошлом году самым используемым растительным белком в мире для новых мясных альтернатив стал пшеничный белок, обогнавший в этом горох, рис и канолу[2]. Пшеничный белок обладает бо-

1 Base: 2,000 UK internet users aged 16+; Lightspeed/Mintel
2 Mintel GNPD 2014 vs Jan-Oct 2019

Вегетарианские котлеты для бургеров на основе BeneoPro W-Tex не уступают мясным оригиналам в сочности и упругости. *Copyright: Gaus Alex/Shutterstock*

лее мягким вкусом, чем другие известные растительные белки. Недостатком последних часто становится неприятное послевкусие, которое необходимо маскировать с помощью пищевых ароматизаторов.

В ходе недавнего рыночного исследования мы также выяснили, что пшеничный белок очень хорошо воспринимается конечными потребителями. Так, каждый второй респондент посчитал его «(очень) натуральным» и «(очень) полезным»[3].

Что является решающим моментом для потребителя, когда речь идет о растительных белках? Вкус, внешний вид, послевкусие?

О.Ш.: Среди потребителей, выбирающих продукты на основе растительных белков, 60 % делают свой выбор исходя из вкусовых предпочтений. Тем не менее, охват целевой аудитории для данных продуктов еще может быть значительно расширен. 40 % покупателей по-прежнему считают, что заменители мяса не имеют вкуса, а 27 % не любят текстуру мясных аналогов[4]. Но благодаря активным усилиям компаний, таких как BENEO, по разработке новых ингредиентов на рынок пришли высококачественные растительные белки с нейтральным вкусом и рядом технических преимуществ, которые теперь составляют реальную конкуренцию животным белкам — как с точки зрения вкуса, так и текстуры.

Наша компания выпускает пшеничный текстурат BeneoPro W-Tex, успешно зарекомендовавший себя на рынке. В ходе дегустаций пробных аналоговых бургеров из BeneoPro W-Tex более 90 % из около 100 участников были впечатлены мягким вкусом бургеров и отсутствием после них неприятного послевкусия. А 87 % посчитали текстуру этих бургеров почти неотличимой от оригинала из говядины[5]. Все это доказывает высокие органолептические показатели нашего текстурата в плане вкуса и текстуры.

Что касается искусственных добавок, насколько велика необходимость их использования в продуктах с альтернативными белками?

О.Ш.: Это зависит от намеченной категории изделия и рецептуры. Конечно, можно полностью исключить искусственные добавки, но это зависит от целей и возможностей конкретного производителя.

3 BENEO Clean Label Consumer Research 2018

4 FMCG Gurus 'Meat vs Plant vs Dairy – Are consumer habits changing? March 2020

5 Data was collected from in total 88 people at several occasions since October 2019

Пшеничный текстурат BeneoPro W-Tex образует после смешения с водой сочную массу со слегка волокнистой структурой. *Copyright: BENEO*

Современные аналоги в готовом виде практически неотличимы от настоящих мясных блюд.
Copyright: Bernd Juergens

Например, легче сделать вегетарианский аналог мясного продукта без добавок, чем полностью веганский продукт. Это не значит, что последнее совершенно невозможно. Созданные в BENEO рецепты для продуктов с «чистой этикеткой» показывают, что разработка сочных и упругих вегетарианских бургеров полностью осуществима без нежелательных добавок.

Как Вы считаете, окажут ли растительные белки долгосрочное влияние на продажи в мясном секторе? Движется ли мир в сторону потребления альтернативных белков?

О.Ш.: Использование растительных белков не превратит нас всех вдруг в вегетарианцев. Но в разных странах мы наблюдаем одновременный устойчивый сдвиг в сторону флекситарианства. Одним из следствий пандемии ковида стало то, что в среднем каждый пятый человек в мире включает в свой рацион питания все больше растительных продуктов из-за убежденности в пользе растительных диет[6]. Опрос, проведенный компанией FMCG Gurus по заказу BENEO, также показал, что с возрастом люди начинают потреблять меньше мяса. Так, флекситарианцами назвали себя 37 % потребителей старше 55 лет. При этом молодые потребители все больше отдают предпочтение вегетарианскому или веганскому типу питанию[7]. Важно также отметить, что четверть потребителей готовы платить за продукты на растительной основе премиальную цену[8]. Те производители, которые хотят использовать растительные белки для разработки новых пищевых продуктов, имеют все шансы, чтобы выиграть от растущего рыночного спроса на мясные аналоги.

6 FMCG Gurus July 2020
7 BENEO Nutrition and Health Survey 2019
8 Health Focus International Global Plant Report 2019

В компании BENEO наработан большой опыт в разработке и производстве натуральных ингредиентов для пищевых продуктов, кормов и фармацевтических продуктов. Эти функциональные ингредиенты из растительного сырья помогают улучшить питательные и технические свойства широкого ряда продуктов, в том числе улучшить их вкус, текстуру и пищевую ценность. Продуктовый ряд компании включает в себя функциональные углеводы из сахарной свеклы, пищевые волокна из корня цикория, растительные белки и специализированные ингредиенты из риса. Благодаря деятельности Института BENEO в компании наработаны глубокие знания в области диетологии и пищевого законодательства, а Центр Технологий BENEO оказывает консультации по всем вопросам прикладного характера. Тем самым компания предлагает ингредиенты для поддержания здорового образа жизни на основе целостного подхода.

Компания BENEO была основана в 2007 году. Сегодня она представлена в более чем 80 странах, насчитывает более 1000 сотрудников и располагает пятью передовыми производственными площадками в Бельгии, Германии, Италии и Чили.

www.beneo.com
www.beneonews.com
LinkedIn: www.linkedin.com/company/beneo
Twitter: @_BENEO

beneo
connecting nutrition and health
www.BENEO.com

Продукция BENEO представлена на территории России, Беларуси и Казахстана компанией Bang & Bonsomer (www.bangbonsomer.com)

Контакты ООО «Банг и Бонсомер»:

Директор департамента пищевых ингредиентов
Александра Шуваева

125040, Москва, ул. Правды, д. 26
Тел. +7 (495) 258 40 40
Fooding.RU@bangbonsomer.com

INTERNATIONAL EXHIBITION & SUMMIT

FROM FEED TO FOOD

400 exhibitors

36 countries

RUSSIA,
MOSCOW,
CROCUS EXPO

17-19 MAY **2021**

An important industry showcase of the most advanced developments in animal farming equipment and technologies, feed production, and processing of raw materials. A complete overview of the Russian agriculture products and market. Meat & Poultry Industry is also the place to discuss food security in Russia.

The Exhibition is supported by VIV Worldwide since 2004.

MAP
MEAT AND POULTRY
RUSSIA

+7 (495) 797 69 14 | info@meatindustry.ru | www.meatindustry.ru

Worldwide Calendar 2021-2022

VIV **Qingdao** 2021 Qingdao, China 15-17 September 2021 | VIV **Asia** 2021 Bangkok, Thailand 22-24 September 2021 | VIV **MEA** 2021 Abu Dhabi, U.A.E. 23-25 November 2021 | VICTAM and Animal Health and Nutrition **Asia** 2022, Bangkok Thailand, 18-20 January 2022 | VIV **Europe** 2022 the Netherlands, 31 May 2022 - 2 June 2022 |

Partner events supported by VIV worldwide: VIV **Turkey** 2021 Istanbul, 10-12 June 2021 | ILDEX **Vietnam** 2021, Ho Chi Minh, 21-23 July 2021 | Poultry **Africa** 2021 Kigali 1-2 September 2021 | ILDEX **Indonesia** 2021 Jakarta 24-26 November 2021

«Жареный цыпленок» без курицы от KFC и бургер «Impossible Whopper» без мяса от Burger King: обзор

С ростом популярности безмясного питания сеть ресторанов KFC в партнерстве с компанией Beyond Meat создала «жареного цыпленка» из растительного мяса, но насколько этот продукт полезнее мяса? Специалисты утверждают, что жареная и обработанная еда, даже если это не мясо, может негативно сказаться на состоянии здоровья.

Сеть ресторанов Burger King постоянно предлагает новые вегетарианские блюда и даже совместно с компанией Impossible Foods выпустила Impossible Whopper — вегетарианскую версию своего флагманского сэндвича. Но действительно ли этот продукт на растительной основе более полезен, чем мясная версия? Специалисты не называют его более здоровым, а скорее этичным.

Все популярнее, но насколько это хорошо?

Альтернативы мясу становятся все более популярными в супермаркетах и ресторанах во многих странах мира, поскольку люди все больше озабочены здоровьем и воздействием потребления мяса на окружающую среду.

По мнению KFC, вкус «жареного цыпленка» неотличим от настоящего куриного мяса. На своем веб-сайте калифорнийская компания Beyond Meat утверждает, что ее продукты на растительной основе являются лучшей альтернативой мясным продуктам и, в отличие от мяса, не связаны с рисками для здоровья. Продукты Beyond Meat не содержат ГМО, глютена и сои и, в основном, сделаны из горохового протеина, масла канолы, кокосового масла, картофельного крахмала и других ингредиентов.

> Impossible Foods — это калифорнийский стартап, который разрабатывает растительные альтернативы мясу и, несмотря на новую зеленую обертку, Burger King хочет чтобы потребители знали, что это по прежнему 100 % гамбургер, несмотря на отсутствие говядины.

Оригинальный Whopper от Burger King содержит 660 калорий (более половины из них приходятся на жир), 40 граммов жира и 28 граммов белка, а Impossible Whopper содержит 630 калорий (опять же, половина — от жира), 34 грамма жира и 25 граммов белка. У Impossible Whopper значительно более низкий уровень содержания холестерина — 10 миллиграммов по сравнению с 90 миллиграммами, но больше натрия — 1240 миллиграммов по сравнению с 980 миллиграммами. Как видно, у них почти одинаковое количество калорий и употребление Impossible Whopper совместно с картошкой фри, булочкой и газировкой могут приводить к избыточному весу и ожирению.

Типичная диета среднестатистического человека ориентирована в первую очередь на белки животного происхождения: птица и красное мясо. Она способствует хроническому воспалению, которое лежит в основе большинства состояний здоровья, включая болезни сердца, диабет, аутоиммунные заболевания, проблемы с суставами и здоровьем мозга. Поиск способов замещения мяса с помощью рыбы и растительного белка, как В этих гамбургерах, действительно важен.

В Россию растительное мясо Beyond Meat стали завозить в начале 2019 года и сейчас его можно купить в интернет-магазине «Азбука вкуса», в супермаркетах сети «Перекрёсток», в меню нескольких московских ресторанов. Стоимость 1 кг равна примерно 3000 руб — за эти деньги можно купить такое же количество мраморной говядины и премиальной ягнятины.

Курица Beyond Meat — это переработанный продукт

В исследовании, опубликованном в 2019 году в Британском медицинском журнале (BMJ), была обнаружена связь между употреблением в пищу «ультра-переработанной» пищи и риском развития сердечно-сосудистых заболеваний. К этим продуктам ученые отнесли хлебобулочные изделия, безалкогольные напитки, приготовленные блюда и даже обезвоженные овощные супы.

Результаты исследования показали, что на каждые 10 % увеличения количества потребляемой участниками ультра-переработанной пищи риск развития сердечно-сосудистых заболеваний повышается на 12 %.

Продукты Beyond Meat содержат широкий спектр переработанных продуктов и пищевых добавок, включая консерванты и красители, что помещает их прямо в эту категорию. Но они определенно лучшая альтернатива мясу. Если использовать шкалу оценок: хорошо, лучше, превосходно — то их продукция попала бы в категорию «лучше». К тому же она не содержит сои или глютена, что заслуживает большого пальца вверх. Конечно, в этих продуктах содержатся некоторые стабилизаторы, которые не являются самыми полезными для здоровья, но в нашем быстро меняющемся мире такая альтернатива мясу, безусловно, победа. Beyond Burger может не решить проблемы здоровья людей и планеты, но это хороший шаг. ►

Курица Beyond Meat — жарится

Связь между употреблением жареной пищи и сердечными заболеваниями подтверждена многочисленными исследованиями.

> «Я не считаю этот продукт полезным, но, по крайней мере, он менее вредный, чем мясо. Также, я не уверена, какое масло используется в KFC для жарки, но я предполагаю, что это нездоровое масло. Также, такая „курица“ содержит значительный углеводный компонент и люди с диабетом должны знать о содержании углеводов в этих альтернативных мясных продуктах. Большинство людей ассоциируют жареное мясо с низким содержанием углеводов».
>
> Джулианна Пеннер,
> доктор медицинских наук

В дополнение к большому содержанию углеводов, жарка во фритюре означает добавление большого количества масла. Несмотря на то, что KFC для жарки перешла на масло канолы несколько лет назад, чтобы уменьшить количество трансжиров в рационе, некоторые данные свидетельствуют о том, что канола — не самое лучшее решение для этого.

Настала ли зеленая революция в фастфуде?

Фаст-фуд остается таким же популярным, как и прежде, но готовность таких брендов как KFC и Burger King использовать растительные альтернативы, говорит кое-что важное об изменении отношения людей к мясу и здоровью.

Несмотря на то, что заменители мяса не являются более здоровыми с точки зрения калорий и жиров, наличие растительных альтернатив, доступных в ресторанах быстрого питания, является многообещающим. Это хорошо, что фаст-фуды учитывают факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение. Люди знают о вреде фаст-фуда, но продолжают его есть. Теперь у них есть выбор — вместо жареного и мясного можно употреблять продукты на растительной основе, которые по вкусовым качествам не отличаются от мясных. И это только начало, поскольку все больше и больше людей, озабоченных проблемами здоровья и окружающей среды, ищут альтернативные варианты в своем питании.

натуральные мясные деликатесы из Удмуртии

Бренд «ЭкоМясКо» — это кооператив Фермеров, которые производят натуральные мясные полуфабрикаты на территории Удмуртии. Издатель журнала «Мясной клуб» (МК) Евгения Месарева побеседовала с Антоном Казаряном — маркетологом, членом кооператива «Герефорд».

В 2020 году в Удмуртии открылась первая производственная линия по глубокой переработке мяса, полученного от коров породы Герефорд.

Эта порода идеальна для получения мраморного мяса. Из такого мяса выпускаются мясные деликатесы: различные виды стейков рибай, стриплойн, ковбой-стейки. А также полуфабрикаты: маринованные шашлыки, пельмени, чебуреки, колбасные изделия — вареные, копченые, сыровяленые, сосиски, сардельки, купаты и т. д.

Чем продукция бренда «ЭкоМясКо» отличается от других брендов на рынке?

У нашей продукции достаточно отличий от других брендов:

- На данный момент мы являемся единственным производителем полуфабрикатов из мраморной говядины (стейки, фарш, колбасные изделия, деликатесы).

- Особенность нашей организации — это полный цикл производства мясных полуфабрикатов от пастбища до конечного потребителя или ритейла. Для этого нами был организован кооператив «Герефорд» и создан брэнд «ЭкоМясКо», которые по сути решают проблему взаимодействия Фермеров, переработки и реализации их продукции. Если кратко, то выглядет это так:

Воспроизводством КРС занимаются фермера Удмуртии и соседних регионов, являющиеся членами кооператива «Герефорд», у которых в последующем кооператив покупает телят на откорм, затем производит полуфабрикаты и мясо. После чего происходит сбыт мясных полуфабрикатов.

Что значит «эко», маркетинговый ход или осознанная работа по выстраиванию производства по экологическим стандартам?

В нашем случае приставка «Эко» — это не только маркетинговый ход, но и философия нашего производства. Откормка бычков производится в Шарканском районе, на территории починка Пасека, в 10 км от села Шаркан, на экологически благоприятной территории. Только натуральный комбинированный откорм (без гормонов роста) в совокупности с работой опытных зооинженеров помогают получить качественный, натуральный и доступный продукт.

Также при производстве полуфабрикатов не используются различные производственные ухищрения, такие как: шприцевание мяса для увеличения массы мяса, использование ненатуральных консервантов и др.

Только натуральное и классическое производство.

Какими стандартами вы руководствуетесь при производстве мяса? Есть ли в России законодательство для экологических продуктов?

Основные стандарты это:

1. Экология
2. Натуральный откорм бычков
3. Хранение в вакууме

Естественно вся продукция сертифицирована и соответствует требованиям «О безопасности мяса и мясной продукции», «О безопасности пищевой продукции», «Пищевая продукция в части ее маркировки» и всем необходимым стандартам.

Продукция изготовлена в соответсвии с ТУ 9214–001–0137244576–2016.

В России относительно недавно вступил в силу Федеральный закон от 03.08.2018 N280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

Право наносить маркировку и специальный знак получат только те производители, которые находятся в специальном реестре производителей органически чистой продукции, и если их продукция прошла проверку на соответствие правилам производства органической продукции.
http://www.consultant.ru/law/hotdocs/54603.html/
© КонсультантПлюс, 1992–2021

Понимают ли потребители в чем отличие вашего мяса от других?

Постоянные клиенты, которые являются ценителями качественного и натурального мяса, естественно видят разницу и часто заказывают популярные позиции, особенно классические стейки и вырезки. Однако учитывая что мы работаем относительно недавно, и производим продукт который не так из-

вестени популярен в нашем регионе, но не все наши клиенты понимают разницу, однако помимо реализации продукции из мраморной говядины у нас есть сайт и мы начали вести соцсети, где объясняем отличие нашего продукта от обычного.

Дороже ли мясо вашей компании, чем у других?

Буквально год назад мы считали, что наше мясо действительно дороже обычного (учитывая, что оно мраморное), но сейчас изучая конкурентную среду мы осознаем, что цена вполне адекватна, дешевле чем у конкурентов, занимающихся аналогичными видами мяса и почти на уровне цен обычного мяса (не мраморного), особенно после последних удорожаний продуктов.

Мы знаем, что вы используете породу Герефорд. Чем эта порода лучше хуже, чем другие? Почему она?

Наверно одна из главных причин, почему мы разводим Герефордов, а не Абердин-ангусскую породу — это разница в жирности мяса. Герефорды, несмотря на разные степени мраморности, менее жирные.

Герефордская порода относится к мясному типу. Это относительно новая порода для наших краев.

Она выведена в Великобритании (графство Херефордшир) в XVIII веке.

Официально основателем Герефорд считается Бенджамин Томкинс. Изначально животные были крупнее современных представителей. Вес быков достигал 1 500 кг. В процессе селекции к породе примешивали другую кровь. Коровы и бычки стали мельче, но мясная продуктивность не снизилась.

Из основных полюсов можно выделить следующие:

- Самки плодовитые, даже в преклонном возрасте. Телята рождаются некрупными (вес 20–30 кг). Бычки всегда крупнее телок. Проблем с вынашиванием потомства не возникает. Роды легкие. Смертность молодняка низкая.
- Производительность высокая. Процент мяса хороший, костей немного. Вкусовые качества продукта отличные.
- Особи легко приспосабливаются к жизни в различных климатических поясах.
- Требуют минимальнх затратх на содержание, питание и уход.
- Молодняк крепкий, быстро набирает массу тела.
- Животные сильные, здоровые, выносливые.
- Коровы неприхотливы в питании. В теплый период основным кормом является свежая трава с пастбищ, а также зерновой откорм.
- Продолжительность жизни 15–18 лет.

Можете назвать примеры компаний, на опыт которых вы ориентируетесь? Не обязательно в РФ.

На самом деле в России достаточно много хороших компаний, заслуживающих уважение. Но среди всех компаний можно выделить в плане философии компанию «Праймбиф», в плане технического оснащения и бизнес процессов — «Мираторг». А среди иностранных аналогов чешская — MIKROfarma.

Какова сегодня география продаж и объемы производства?

Пока мы работаем на территории Удмуртской республики, но как любая компания хотим выйти за пределы своего региона, а потом и страны.

Объемы производства меняются каждый месяц в зависимости от сезона, настроения потребителей и других факторов.

Собственные фирменные магазины у вас есть?

До этого мы работали в онлайне, но сейчас находимся в процессе открытия первого фирменного отдела.

Какие основные проблемы, с которыми вы сталкиваетесь?

Так как мы относительно молодая организация по производству и переработке мясных полуфабрикатов, мы сталкиваемся с различными задачами в плане отчетной документации, которые занимают достаточно много времени.

Часто приходится сталкиваться с некомпетентностью некоторых удаленных от центра органов связанных с ветеринарией. По началу возникают проблемы в работе с программой «Меркурий»: мало кто может объяснить, как пользоваться данной программой.

Остальные задачи в рамках выполнимого. А также в нашем регионе достаточно много программ по поддержке и субсидированию сельского хозяйства и производства, что значительно облегчает работу современного фермера в Удмуртской Республике.

Как вы выбираете сотрудников? Есть ли выбор?

К сожалению, столкнулись с тем, что на рынке труда мало хороших узкоспециализированых исполнителей. Поэтому на поиск нужного сотрудника в области сельского хозяйства и производства уходит много времени.

Немного о компании: количество сотрудников, на сколько тонн рассчитано производство, поголовье скота, основные планы?

Основные планы: отладить все производственные процессы, расширить рынки сбыта (Horeca, ИП, ритейл), развить собственную сеть фирменных магазинов, модернизировать фидлот (откормочная площадка).

Марина Ройлян,

директор по развитию бренда

НЕ МЯСО

о проекте компании по производству растительных заменителей мяса и потенциале рынка

Популярность здорового образа жизни, ответственное и осознанное отношение к себе и собственному телу, к экологии, бережное отношение ко всем живым существам растет во всем мире и Россия не исключение. Также растет и объем потребления веганских продуктов. Ожидается, что в 2024 г. объем российского рынка веганских продуктов составит 32,7 тыс т. Это на 150 % больше, чем в 2019 г.

Издатель журнала «Мясной клуб» Евгения Месарева побеседовала Директором по развитию бренда «НЕ МЯСО» Ройлян Мариной, чтобы узнать, для кого и из чего сделаны котлеты бренда «НЕ МЯСО».

Бренд «Не Мясо» возник по этическим причинам?

Веганский проект мы решили создать в 2018 году по нескольким причинам: мировые маркетинговые исследования и мировая зона роста; это проект категории ЗОЖ; первый шаг к возможным изменениям в мире (защита экологии и животных). В 2019 году появились первые разработки проекта и создание бренда «НЕ МЯСО», мы появились на полках в ритейле.

Причин как видите было несколько, но в том числе и этические. Если ты понимаешь, что меняешь мир к лучшему, твое дело становиться сразу особенным и «вырастают крылья».

По данным «БизнесСтат» в период 2020–2024 гг. ожидается рост продаж веганских продуктов («Веганский сыр», «НЕ молоко»). Какие темпы роста рынка сегмента не мясо? По вашему мнению.

Мы видим, что сети активно ведут переговоры, охотно рассматривают ассортимент. Сейчас самое благоприятное время для создания веганских проектов и мы видим как много компаний в РФ сейчас запускают проекты категории Веган. Еще В 2019 мы считали проект «НЕ МЯСО» венчурным и не понимали его экономики, Но сейчас мы можем сказать, Что проект растет и развивается, Что у него есть рост и хорошие показатели.

В активной матрице проекта «НЕ МЯСО» сейчас 16 веганских позиций (полуфабрикаты, сосиски, колбаса). В конце 2020 года мы запустили новое направление-веганский сыр #НЕСЫР.

Создано 6 вкусов, которые успешно стали продаваться в «Глобус», «Твой Дом», «Утконос». Больших продаж в категории веганский сыр мы пока не видим, но мы Понимаем, что это только старт.

Что входит в состав «Не Мяса»? Как вы считаете, что полезнее: много составной продукт «Не Мясо» или обычное мясо?

Основным является растительный белок (горох, пшеница, сою мы практически не используем), остальное это специи (мы постоянно их дорабатываем и меняем). Так, например, вкус мяса дают пережаренные дрожжи. Мы стараемся использовать только натуральные компоненты отечественных и европейских производителей. В ближайшее время во «ВкусВилл» появится большой ассортимент позиций бренда «НЕ МЯСО» (пельмени, колбаса, сосиски и др). «ВкусВилл» — это сеть, которая специализируется на сегменте полезной и сбалансированной еды.

Я не могу вам однозначно сказать, что полезнее: «НЕ МЯСО» или обычное мясо. Мнения на этот счет

разные и их достаточно много. Наша цель — дать человеку возможность выбора. Если он решит съесть альтернативный мясному продукт — этот продукт должен быть лучшим. Растительное мясо — это новая категория мяса нашего времени.

Ваша компания утверждает, что продукция бренда «Не Мясо» сделана с использованием современных технологий. Расскажите пожалуйста, какие технологии вы применяете?

Нашими поставщиками сырья являются ведущие мировые компании. Пандемия внесла свои коррективы, конечно. Наши технологи проходят обучения и мастер классы у ведущих мировых компаний.

Технологий очень много начиная от оборудования, заканчивая ингредиентами. Нужно решить важные задачи в ходе производства: вкусно, полезно, натурально, похоже на привычный вкус мясных блюд.

Известно, что 90% сои на всем мировом рынке выращено с использованием ГМО. Вы утверждаете, что в состав продукции не входит ГМО. Входит ли соя в состав продукта «Не Мясо»?

ГМО как правило ассоциируется только с соей, именно в выращивании сои применяются технологии ГМО. Сою мы практически не используем, белок

на которым мы работаем это горох и пшеница. Поэтому мы и пишем что в составе нет ГМО. На мой взгляд самый лучший белок — это гороховый (у него самые лучшие показатели, но он самый дорогой), продукция производимая из горохового белка будет стоить дороже чем из Сои, например. Мы закупаем готовый растительный белок, смотрим на подтверждающие документы и лабораторные испытания, что в составе нет ГМО.

Как вы считаете, потребители понимают позиционирование таких продуктов? На каких полках они стоят? Видят ли потребители отличие продукции ЗОЖ, органик, для веганов?

Я считаю, что ритейл еще ищет оптимальную подачу продукта категории ЗОЖ, органик и веган. Но потребитель уже прекрасно разбирается в данных категориях и позиционировании: благодаря СМИ и соц. сетям. На мой взгляд самый оптимальный вариант — это специальные отделы и отдельные зоны представленности. Многие пишут нам что не всегда продукт легко найти в магазине, жалоб покупателей достаточно много и мы понимаем что это некая потеря продаж, но к сожалению это не от нас зависит. Этим удобен онлайн, там найти проще продукт через поиск.

Сейчас сколько точек продаж у бренда? Используете ли вы интернет продажи и продажи через HORECA.

Я не могу ответить на вопрос сколько точек, их много. Используем все каналы продаж. Мы есть в «Азбуке Вкуса», «Глобус», «Твой дом», X5, «Утконос», «Лента», веганские магазины «Старт» в сети «ВкусВилл». Сейчас нас рассматривают на вход в «Ашан» и «Магнит», «Озон». Мы есть в Белоруссии, очень приятно, что там тоже есть запрос на продукцию веган. Появились запросы на продажу в Европейские сети, США.

Мы есть в ХОРИКЕ и много запросов идет из ресторанов на веганские продукты.

Какова цена растительного мяса по сравнению с натуральным?

Сейчас цена такая же или чуть выше чем на мясо. Это связано с частью импортных составляющих. По мене развития отрасли в РФ я надеюсь будут появляться хорошие российские производители с низкими закупочными ценами на сырье

Какой самый популярный продукт в ассортименте?

Котлеты «с ароматом говядины», сосиски для жарки, наши фирменные «черные пельмени» «НЕ МЯСО», вареная колбаса «НЕ МЯСО».

Какие у компании планы на будущее?

Мы планируем и сейчас находимся в стадии проработки новых запусков в новых направления. Запуск растительных сырков из миндального молока веган, сгущённого молока веган, интересно кондитерское направление. На все нужно время и инвестиции, но развиваться мы планируем в разных группах товаров. Поэтому ответ на ваш вопрос: «наши планы грандиозные!».

Интервью с Олегом Мироненко, исполнительным директором Национального Органического Союза

Олег Мироненко
исполнительный директор
Национального Органического Союза

Смог ли закон об органической продукции донести до потребителей и производителей понимание, что такое органический продукт и чем он отличается от других (эко, био)?

В законе об органике впервые было легализовано понятие органической продукции. В нем сказано, что это продукт, произведенный в соответствии с принятым законом и национальными стандартами, т. е. предприятия должны соблюдать строгие правила производства, указанные в стандартах, быть сертифицированы официально аккредитованными органами, продукция должна быть промаркирована специальным знаком и т. д.

С точки зрения влияния на потребителя надо понимать, что закон действует пока лишь год, и сложно в столь короткие сроки донести до покупателей все, что написано в законе. Основная проблематика в том, что государство пока не вступило в работу по маркетинговому продвижению такого продукта. Поэтому основными двигателями понятия «органический» являются профильные союзы и сети. Они объясняют, что это такое, но пока для потребителя ничего не изменилось — люди так же слабо разбираются в том, что такое органик, эко- и био-, путаница остается.

Есть ли специальные полки в ритейле для органической продукции, какие магазины уже выделили место под органику (кроме «Азбуки вкуса»)?

В рамках выставки WorldFood 2020 Национальный органический союз впервые провел конкурс среди торговых сетей, где представлена органика. Органика присутствует на полках 11 федеральных сетей, однако органические производители, участвовавшие в опросе, выделили 4 торговых сети в качестве лидеров с точки зрения развития органической полки. К таким магазинам кроме «Азбуки вкуса» относятся: сеть гипермаркетов «Глобус», «Ашан» и сеть магазинов «Перекресток». Во всех этих сетях есть полки и видно желание руководства развивать продажи по органическим продуктам. Не везде такие полки называются «органическими». Например, в части магазинов гипермаркетов «Глобус» полка называется «эко-био-веган», но они стремятся к тому, чтобы в основе выставлять на них именно органическую продукцию.

Однако все признают, что сейчас не проблема создать полку. Главное, наполнить её востребованной отечественной органической продукцией. ►

Есть ли спрос на органическую продукцию в регионах РФ (кроме городов Москва и Санкт-Петербург)?

До 2018 года основное количество органической продукции продавалось в Москве и Санкт-Петербурге — это более 80 процентов продаж. Но за 2019–2021 годы мы наблюдаем смещение интереса к такой продукции в сторону регионов. Пока это все равно крупные города — миллионники. Но мы видим рост интереса потребителей к органической продукции практически во всех регионах. Идет развитие небольших органических магазинов. Например, в Ярославле и Угличе это сетка магазинов «Углече Поле». Большое внимание к развитию органического сельского хозяйства мы видим со стороны правительства Воронежской области; как результат — появление магазинов «Биотория» в Воронеже. Развиваются такие региональные продажи в Ростове-на-Дону и ряде других регионов.

В прошлом году первый в России магазин «Рожь да лен» (г. Реутов, Московская область) прошёл европейскую сертификацию для магазинов, торгующих органической продукцией. Для России это был первый эксперимент.

Как закон регулирует борьбу с фальсификатом; что будет с производителем, если он укажет на упаковке название «органик», и не будет сертифицирован?

— Это больной вопрос. Мы много писали об этом в СМИ, что закон ввел понятие органики и регулирование её производства, однако он так и не запустил систему государственного контроля над реализацией закона. Результат: в начале 2020 года мы говорили о том, что количество фальсификата начало уменьшаться, но, поскольку система контроля не работает, фальсификат начал возвращаться на полку, особенно в магазинах малого формата и более низкого ценового диапазона. Для того, чтобы запустить государственную систему контроля, никаких дополнительных законодательных актов не требуется. Надо лишь, чтобы заработала уже существующая система, т. е. Россельхознадзор начал наблюдение за производством, а Роспотребнадзор за органической полкой. С точки зрения наказания за фальсификат в КоАП статей, по которым можно было бы привлечь к ответственности таких недобросовестных производителей, достаточно. Например, статья 14.7 КоАП «Обман потребителей» за введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товара предусмотрено наказание для производителей фальсификата — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей. Есть наказание и для магазинов, выставивших такую продукцию на своих полках. Если бы даже эти статьи заработали в полную силу в нашем секторе, мы бы увидели резкое уменьшение фальсификата.

Сложна ли процедура получения органического сертификата?

Для кого-то да, для кого-то нет. Для тех, кто в органике давно, сертификация большой сложности не представляет. Для новичков она сложна, потому что многие компании не занимались этим ранее и они плохо знают требования стандартов. Для них нужны программы обучения. Если брать европейский опыт, то мы видим, что там процедура стала стандартной, я бы даже сказал, обычной частью производственного процесса за счет того, что у производителей есть опыт. У российских лидеров российской органики, например, таких как: «Углече поле», «Аривера», «Черный хлеб» и многие других, которые давно находятся в этой сфере, больших сложностей тоже нет. Основная проблема в том, что те новые предприятия, которые хотят прийти в органическое сельское хозяйство, имеют слабое представление о таких моментах как: документооборот, прозрачность процессов производства, прослеживаемость товара от поля до прилавка и т. д. Но потом они к этому привыкают. Это не препятствие для развития органической сферы.

В России признаются международные органические сертификаты?

— Этот вопрос постоянно обсуждается, есть 2 точки зрения. Национальный органический союз говорит о том, что в связи с тем, что нынешнее законодательство не регулирует импорт органики в Россию, то надо создать отдельную систему такого регулирования импорта (как это сделано в Европе), и на три года запустить мораторий на проверку компаний с международными органическими сертификатами, чтобы их продукция продолжала бы присутствовать на полке. А дальше смотреть по ситуации: с теми странами, которыми будут подписаны соглашения по взаимопризнанию органической продукции, пусть импортируют свою продукцию в соответствии с соглашениями, с прочими по специально подготовленному законодательству. Другого мнения придерживаются Минсельхоз РФ и Роскачество, ведомства считают, что уже сейчас надо запустить сертификацию импортной продукции по полному циклу от поля до прилавка. Однако они не учитывают, что наша система еще не готова к этому. В результате мы увидим сложности по попаданию продукции с зарубежными сертификатами на наши органические полки, а такой продукции сейчас более 80 процентов. Она просто исчезнет с полок, а это скажется на развитии органики в России. Чтобы международные сертификаты без специальных условий признавались в России, нужно пройти процесс взаимопризнания стандартов и сертификации органической продукции с различными рынками, но пока они не признаны ни в одной стране мира. Поэтому пока мы исходим из действующих международных правил, что если российская продукция для экспорта сертифицируется по зарубежным стандартам, то и зарубежная продукция, приходящая на наши полки должна проходить проверку с точки зрения российского законодательства. Но для этого надо создать необходимые условия.

Существуют ли субсидии государства для тех, кто планирует производить органическую продукцию, льготное кредитование, другая поддержка?

В законе прописано, что государство должно осуществлять меры поддержки органических произво-

дителей на федеральном и региональном уровне. Несмотря на то, что закон действует уже более года, на федеральном уровне программа так и не запущена. На сегодня органики вынуждены работать в той системе субсидирования, которая работает на федеральном уровне для индустриального сельского хозяйства. Например, есть дотации на закупку минеральных удобрений и ядохимикатов, а на биопрепараты и биоудобрения дотаций нет. В итоге индустриальное хозяйство находится сейчас в более выгодном положении.

Ряд регионов запустили на свой страх и риск свои программы поддержки, и они везде разные. Нельзя сказать, что программа Воронежской области такая же, как, например, в Томской области. Лидеры развития региональной господдержки органических производителей — Воронежская, Томская.

Хотелось отметить, что обычно программы региональной поддержки заточены под направления, обозначенные в федеральной программе. Поэтому пока на уровне правительства России не будут приняты такие программы поддержки, не будет развиваться органической направление и в регионах.

Существуют ли на рынке органические удобрения и средства защиты растений?

Рынок биопрепаратов и биоудобрений большой в России, развивался он активно еще с советского времени. Но чтобы эти препараты использовались в органике, они должны пройти проверку в соответствии со стандартами. А система этой проверки у нас не запущена. Поэтому мы вынуждены направлять российских производителей биоудобрений и биопрепаратов на получение зарубежных сертификатов. Сейчас таких компаний 9, две из них производят биоудобрения, остальные — биопрепараты, список компаний можно найти на сайте НОС.

Сколько сейчас производителей в реестре органического Союза (из них: мясных и молочных, хлебопекарных, сыродельных компаний)?

Сейчас существует два реестра. Один ведет НОС, другой Минсельхоз РФ. Принципиальное отличие в том, что в реестре НОС есть все производители, имеющие международные и российские сертификаты, а также список компаний, которые производят биоудобрения, а в реестре Минсельхоза только те, кто прошел российскую сертификацию.

Итого в реестре НОС 130 компаний, из них 82 имеют международные сертификаты, 60 имеют российские сертификаты. 12 компаний из них имеют и российский, и международный сертификаты. Плюс 9 производителей биопрепаратов и биоудобрений.

В реестр Минсельхоза РФ вносят данные 4 аккредитованных сертификатора. В реестр внесено 60 компаний, которые находятся в разных регионах РФ. Информация вносится в том случае, если компания прошла сертификацию у официально аккредитованного сертификатора. Если компания теряет сертификат, то ее убирают из реестра. ►

Насколько дороже органическая продукция обычной?

Все зависит от категории продукции. Самая большая разница у мясной продукции — в 2 раза и выше. На втором месте молочная продукция, сейчас эта разница снижается, приходят новые игроки на рынок, разница в цене от 50 процентов и выше. Есть уникальные случаи, когда продукция может ставиться на полки в близком ценовом диапазоне, такой эксперимент был проведен в Воронеже.

Третье — хлебопекарная продукция, где разница в цене составляет 30–50 процентов, такой же диапазон у круп, овощей и фруктов.

Почему люди стремятся покупать органическую продукцию, это дань моде или забота о здоровье?

Надо посмотреть на срез покупательской аудитории. Сегодня 40 процентов — это молодые семьи, имеющие детей. Они покупают органику не потому, что это модно, а потому, что для них все начинается со здоровья детей, а за ними уже начинают питаться органикой и сами взрослые. Вторая категория — те, кто вынужден покупать органику по состоянию здоровья, кто-то идет на это по велению души, это примерно 30 процентов. Еще 15 процентов переходят на органику, потому что это модно. Другие покупают органику, потому что хотят попробовать. Вип-клиенты, покупающие органику, — это 5–7 процентов. По доходам, чаще всего это люди, относящиеся к среднему классу.

Российская картинка отношения к органическому питанию несколько отличается от западной. У нас действительно люди больше заботятся о своем здоровье. За рубежом же потребители как аргумент покупки органики на первое место поставят заботу об экологии, на второе — заботу о животных, а потом уже заботу о своем здоровье. Надеемся, что постепенно и в России увеличится количество потребителей, которые будут учитывать все три фактора.

Расскажите, пожалуйста, про агроэкологические цифровые карты российских областей, что там можно увидеть?

Когда-то в советское время велись такие карты, правда на бумажных носителях. Это нужно для того, чтобы те, кто планирует заниматься органическим сельским хозяйством получили необходимую информацию о местах, где таким производством действительно можно заниматься. Для властей это хороший ориентир по тому, где и на что надо предоставить субсидии производителям, чтобы эти средства дали максимальны эффект. Сегодня мы возвращаемся к советскому опыту, но используем новые средства. Используем геоинформационные системы, когда на географический слой карты накладываются слои с различной информацией (расположение земельных участков, размещение населения, различных проблематичных для развития органики зон: города, промышленных объекты, свалки и так далее). Карта раскрашивается в три цвета. Зеленый цвет — территории, где может вестись органическое сельское хозяйство без дополнительных условий и ограничений. Второй цвет желтый — потенциально там можно вести органическое производство, но в будущем, не сейчас, после проведения определённых действий, например, это территории конверсионного периода, когда земля постепенно переходит из классического сельского хозяйства в органику. И красный цвет — земли, на которых категорически нельзя вести органическое хозяйство, потому что эти земли никогда не очистятся от влияния химии и грязных веществ.

К сожалению, сегодня мало регионов ведут органические карты, больше всех в этом продвинулась Воронежская область, у них карты можно увидеть и на сайте администрации. А первыми такую карту сделали около 4 лет назад в Татарстане.

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ ПРОИЗВОДСТВА

12–16 апреля 2021

ПРОД ЭКСПО FOOD
САЛОН «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»

ПРОД ЭКСПО WINE
САЛОН «ПРОДЭКСПОВАЙН»

ПРОД ЭКСПО ORGANIC
САЛОН «ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ»

ПРОД ЭКСПО PACK& TECHNOLOGY
САЛОН «УПАКОВКА И ТЕХНОЛОГИИ»

18+

ПРОВЕРЕННЫЕ РЕЦЕПТЫ ДЛЯ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

ПРОД ЭКСПО

www.prod-expo.ru

Реклама

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.
Подробнее о рейтинге — www.exporating.ru

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

ТПП РФ

Expo Rating

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ
и Министерства промышленности и торговли РФ
Под патронатом ТПП РФ

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

АГРОПРОДМАШ • AGROPRODMASH

ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ — ИНГРЕДИЕНТЫ — АВТОМАТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ — ПИЩЕВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ — УПАКОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ — ХОЛОД

АГРО ПРОД МАШ

26-я международная выставка «Оборудование, технологии, сырье и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности»

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

4–8.10.2021

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

ТПП РФ

Expo Rating

Выставка №1*

Реклама 12+

www.agroprodmash-expo.ru

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее – www.exporating.ru.

Организатор: ЭКСПОЦЕНТР