



---

Рамочные и рыночные условия,  
действующие в отношении экспорта  
сертифицированных в ЕС органических  
продуктов питания в Россию и импорта  
органических продуктов питания из России в  
ЕС  
(современное состояние)

По состоянию на октябрь месяц 2021 г.

Автор: Франк Румпе (Frank Rumpe)



## Оглавление

1. Установленные законом рамочные и рыночные условия, действующие в отношении экспорта сертифицированных в ЕС органических продуктов питания в Россию и импорта органических продуктов питания из России в ЕС (современное состояние).....	3
1.1. Экспорт в Россию .....	3
1.1.1. Продовольственное эмбарго .....	3
1.1.2. Правила импорта товаров в Россию .....	4
1.1.3. Колебания курсов валют.....	4
1.1.4. Российский закон об органической продукции.....	4
1.1.5. Действующие в Германии требования к экспорту .....	5
1.2. Экспорт российских товаров в ЕС.....	5
2. Обзор предложения и спроса значимых органических продуктов питания и их групп на рынке ЕС.....	7
2.1. Рыночная среда .....	7
3. Какие органические продукты может экспортировать Россия? .....	10
4. Какие группы органических продуктов обладают потенциалом для экспорта из России в ЕС? .....	11

Настоящий отчет подготовлен в формате теоретического анализа. Необходимая информация запрашивалась у отдельных участников рынка. Ситуация с коронавирусом не позволили посетить Россию, при том что результаты исследований на местах в России могли бы существенно расширить рамки настоящей работы.

Тем не менее, представленный в отчете материал дает актуальный обзор ситуации, как она складывалась в условиях пандемии коронавируса, и может служить основой для углубленной разработки темы.



# 1. Установленные законом рамочные и рыночные условия, действующие в отношении экспорта сертифицированных в ЕС органических продуктов питания в Россию и импорта органических продуктов питания из России в ЕС (современное состояние)

## 1.1. Экспорт в Россию

Желающим осуществлять экспорт в Россию следует учитывать ряд требований, являющихся следствием санкций и эмбарго, а также вытекающих из действующих таможенных и торговых правил.

### 1.1.1. Продовольственное эмбарго

Россия ввела продовольственное эмбарго, под действие которого подпадают в первую очередь мясо, молоко, молочные продукты, а также фрукты и овощи из Германии и других стран ЕС, а также из Канады, США, Австралии и Украины. Президент Путин 20 сентября 2021 года продлил продовольственное эмбарго до 31 декабря 2022 года.

Эмбарго существенно ограничивает торговлю сельскохозяйственной продукцией, ее экспорт в Россию, что также ведет к заметному сокращению и меньшей предсказуемости торговли органической продукцией.

Действие эмбарго не распространяется на определенные виды продукции, которые без каких-либо проблем могут напрямую импортироваться из ЕС. Это, в частности, пиво, вина, соки, растительные масла, соя, какао, шоколад, макаронные изделия, детское питание, некоторые виды семян, инкубационные яйца.

Тем, кто планирует экспортировать органические продукты питания в Россию, следует сначала проконсультироваться по данному вопросу в одном из многих специализированных агентств либо в ближайшей торгово-промышленной палате.

Продовольственное эмбарго является контрмерой со стороны России в ответ на введение санкций Евросоюзом и другими странами в связи с аннексией Крыма. При этом нельзя исключать и того, что введение эмбарго Россией в какой-то степени было вызвано необходимостью защиты отечественной продукции.

Дополнительный эффект ответных санкций, в данном случае продовольственного эмбарго, выразился в том, что сельскохозяйственная отрасль России была поставлена перед необходимостью повышать темпы модернизации и эффективности производства с тем, чтобы обеспечить замещение импорта отечественной продукцией. В результате импорт продовольствия в Россию с 2014 по 2019 годы сократился на 29% (Источник: GTAI).



### 1.1.2. Правила импорта товаров в Россию

В отношении импорта в Россию действует ряд требований, подлежащих обязательному выполнению. Детальный актуализированный обзор таких требований подготовлен Агентством по внешнеэкономической деятельности Федеративной Республики Германия „Germany Trade & Invest“ (GTAI), <https://www.gtai.de/gtai-de>.

### 1.1.3. Колебания курсов валют

С 2017 года рубль дешевеет по отношению к евро, вследствие чего импорт дорожает в целом, импортная продукция становится для российского потребителя более дорогой и, соответственно, менее привлекательной.

### 1.1.4. Российский закон об органической продукции

1-го января 2020 года вступил в силу Федеральный закон №280-ФЗ „Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации“ с подзаконными актами к нему. Закон разработан с учетом основных нормативных положений Регламентов ЕС об органическом производстве 834/2007 и 889/2008.

Российский закон, аналогично законодательству ЕС об органическом сельском хозяйстве, регулирует производство, переработку, маркировку и реализацию органической продукции.

#### **Имплементационные регламенты:**

**ГОСТ Р 56104-2014:** ПРОДУКТЫ ПИЩЕВЫЕ ОРГАНИЧЕСКИЕ. Термины и определения

**ГОСТ Р 57022-2016:** ПРОДУКЦИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства

**ГОСТ 33980-2016:** ПРОДУКЦИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА. Правила производства, переработки, маркировки и реализации

В соответствии с настоящим законом в России более не разрешается маркировать органические продукты как таковые без их сертификации на соответствие требованиям производства органической продукции. В феврале 2020 года создан Единый государственный реестр производителей органической продукции Российской Федерации, и только продукты от производителей, зарегистрированных в данном реестре, могут отныне маркироваться новым знаком органической продукции. Помимо знака, продукт должен иметь QR-код, с помощью которого потребитель через смартфон может получить информацию о компании-производителе.

Сведения, содержащиеся в Реестре производителей органической продукции Российской Федерации, сертифицированных по российским стандартам (2021), являются общедоступными и размещаются на сайте <http://opendata.mcx.ru/opendata/7708075454-organicprod>

Если вначале к этому подходили не так строго, то теперь это становится все более обязательным и от торговли требуют проводить дополнительно сертификацию в соответствии с российскими



нормами. По состоянию на сентябрь 2021 года в России существует ряд органов по сертификации, аккредитованных в области производства органической продукции, которые выдают сертификат соответствия. Сертификат же дает право на маркировку продукта знаком органической продукции. Эти контролирующие органы имеют возможность дополнительно сертифицировать ввозимую из-за рубежа органику на соответствие российскому стандарту органической продукции. Но если вначале к этой процедуре относились не столь строго, сегодня налицо ее ужесточение и требующей проведения дополнительной сертификации в соответствии с российским стандартом.

Здесь перечислены некоторые контролирующие органы, наиболее важным из которых является Роскачество (полугосударственная структура).

**Роскачество:** <https://roskachestvo.gov.ru/organic/>

**ООО „Органик-Сертификация“:** <http://sibir.bio/>

**ООО „Органик эксперт“:** <http://organik-expert.ru/>

**„Эко-Контроль“:** <http://eco-control.ru/>

Правда ни один из этих органов не имеет аккредитацию в отношении Европейского стандарта на органическую продукцию.

### 1.1.5. Действующие в Германии требования к экспорту

В настоящее время из-за введенного в отношении России эмбарго (согласно праву Европейского сообщества и ЕС) действуют меры, ограничивающие торговлю с Россией. Пищевая промышленность этими мерами существенно не затронута. Другие требования, касающиеся в частности регистрации экспорта, можно найти в Таможенном управлении Германии.

Очень подробную памятку предлагает Федеральное ведомство по экономике и контролю экспорта: „Памятка по внешнеторговым отношениям с Российской Федерацией“.

## 1.2. Экспорт российских товаров в ЕС

В результате масштабной модернизации сельского хозяйства, внедрения современных методов землепользования и животноводства Россия стала крупнейшим в мире экспортером зерна. Модернизации также благоприятствовало ослабление рубля

В 2020 году ЕС импортировал из России сельскохозяйственных товаров и сырья на 4,3 млрд. евро. Это 4,5% совокупного импорта ЕС из России. Одновременно экспорт аналогичных товаров в Россию составил 6,9 млрд. евро (8,7% общего объема экспорта в Россию).

Вышеприведенные цифры позволяют оценить объемы торговли сельскохозяйственными товарами и сырьем между ЕС и Россией как скромные.



Что касается евросоюзного импорта органической продукции, то в этом сегменте Россия с ее объемом поставок в 32 971 тонну (т.е. 1,1% от всего импорта органики) занимает 22-е место в списке из 124 стран. (Источник: [EU Agricultural Market Brief No 18.I June 2021](#))

Таким образом, для характеристики российско-европейской торговли органической продукцией применимы те же слова, что и для торговли обычными продуктами питания – она имеет подчиненное значение. Импортируемая ЕС органика представлена в большей своей части сырьем, зерновыми, соей, масличными культурами, сушеными/замороженными овощами, дикоросами (замороженными ягодами, грибами, кедровыми орешками).

Для российских экспортеров особенно привлекательным мог бы стать такой сегмент органической продукции, как семена масличных культур (подсолнечника, рапса, лена) и протеиносодержащих растений, в частности, сои, поскольку в ЕС они пользуются повышенным спросом, а Россия географически существенно ближе к Европе, чем Китай или те же США.

Ходовым товаром на европейском рынке являются ягоды (в т.ч. дикорастущие), фрукты и некоторые сорта овощей, как правило, замороженные или сушеные. Здесь у России, конечно, нашлось бы, что предложить, особенно с учетом стоимости рабочей силы, которая в России существенно ниже, чем в любом государстве-члене ЕС.

Сложнее обстоит дело с зерновыми, например, с органической пшеницей, доля которых в импорте ЕС очень мала, поскольку он сам производит их в достаточном количестве.

Удивляет то, что такие страны как Украина и Китай поставляют в ЕС гораздо больше органической продукции, чем Россия.

### **Действующие в ЕС правила в отношении импорта**

Чтобы импортировать в ЕС органическую продукцию, помимо обычных таможенных, фитосанитарных и гигиенических требований необходима прежде всего сертификация в соответствии со стандартом ЕС на органическую продукцию, так как соответствующий российский стандарт не признается в ЕС как равноценный.

В настоящее время такую сертификацию могут производить только зарубежные контрольные органы, аккредитованные ЕС для России. Они перечислены в [Регламенте Комиссии \(ЕС\) №1235/2008](#) с указанием сфер контроля, для которых они имеют аккредитацию.

Кроме того ЕС уже в течение ряда лет требует от таких стран как Китай, Украина и Россия дополнительных мер контроля, включая отслеживание происхождения и дополнительное взятие проб в пункте впуска на территорию ЕС ([Руководящие указания по дополнительному официальному контролю продукции, происходящей из Украины, Казахстана, Молдовы, Турции и Российской Федерации 2021](#)).

С помощью системы «TRACES» ЕС отслеживает весь импорт. Контрольный орган экспортера обязан для каждой партии товара заполнять в TRACES справку о проведенном контроле.





Европейские таможенные органы проверяют данную справку и выпускают товар при условии, что все предпосылки выполнены.

Для импорта в ЕС важно наличие полностью сертифицированной товарной цепочки. Каждое звено в этой цепочке, начиная от сельхозпродукции, включая хранение, предварительную обработку и переработку, и вплоть до экспортера должно быть сертифицировано в соответствии с органическим стандартом ЕС.

## 2. Обзор предложения и спроса значимых органических продуктов питания и их групп на рынке ЕС

### 2.1. Рыночная среда

25 марта 2021 года Европейская Комиссия представила [План действий по развитию органического производства \(Aktionsplan zur Förderung der Bio-Produktion\)](#). Приоритетная цель плана – стимулирование производства и потребления органических продуктов, с тем чтобы к 2030 году доля площадей, задействованных в органическом (экологическом/биологическом) производстве, достигла 25% площадей используемых сельхозугодий при значительном расширении масштабов органической (экологической/биологической) аквакультуры.

Что сегодня не поддается точному прогнозированию, так это поведение потребительского сообщества, в котором по-прежнему велик разрыв между способами поведения желаемым и реальным. И хотя уровень экологического сознания продолжает повышаться, уровень продаж органических продуктов по всей Европе остается низким (порядка 4,5% от общего объема продаж при очень сильных страновых различиях).

Потребление органической продукции в Европе в 2019 году выросло на 8% (*Источник: FIBL: The World of Organic Agriculture 2021*). Ожидается, что динамика роста все в большей степени будет зависеть от воздействия таких факторов, как изменение климата, пандемия коронавируса и надежность цепочек поставок. Следует также ожидать, что климатические изменения гораздо сильнее скажутся на поведении общества, чем это предполагается в настоящее время.

В настоящее время порядка 8,5% сельскохозяйственных площадей ЕС обрабатываются органическим способом. Целевая установка – довести этот показатель до 25% к 2030 году означает, что ЕС сможет все более полно обеспечивать себя органическими продуктами питания собственного производства. Тренд на самообеспечение проявился уже в 2020 году, когда импортные поставки органической продукции в ЕС сократились на 1,9% в сравнении с предыдущим годом. Особенно заметно в 2020 году снизился импорт такой органической продукции, как

- пшеница (-34%),
- другие виды зерновых (- 41%),
- масличный жмых (-22%),



- семена масличных культур (- 12%).

Продолжающиеся дискуссии о пагубном влиянии потребления мяса на климат в сочетании с требованиями по обеспечению гуманности животноводства, вполне вероятно, приведут в среднесрочной перспективе к некоторому сокращению производства мяса. Не следует забывать и продукты-заменители, например, овсяное молочко, вытесняющие продукцию животного происхождения.

Несмотря на некоторое сокращение поголовья скота, потребность в импортных кормах – фуражном зерне, кукурузе, жмыхе и сое сокращается весьма незначительно. Последнее подтверждает и Сельскохозяйственный прогноз ЕС на 2020-2030 годы (EU Agricultural Outlook 2020-2030), допуская на ближайшие годы возможность лишь незначительных подвижек в области импортных поставок в ЕС кормов для животных.

В сегменте органических кормов для животных следует ожидать более серьезного сокращения объемов, поскольку потребители органики, как правило, чаще проявляют готовность к отказу от употребления мяса. Кроме того, возрастает интерес – и не только со стороны потребителей органических продуктов – к региональным особенностям продовольственного потребления. При условии, что эти особенности становятся очевидными для потребителя, предпочтение отдается продуктам, произведенным в регионе.

Иная картина возникает, когда речь идет об импорте таких органических продуктов, как фрукты и овощи, поставки которых в целом увеличились на 6,8% (см. Таблицу ниже).

- 30% импорта пришлось на тропические фрукты/орехи и специи (2020 + 9%),
- в сегменте органических овощей прирост шел за счет сушеных овощей (2020 +34%),
- переработанные фрукты (ягоды), сушеные и замороженные (2020 +7,4%).

Рис. 1: Объемы импорта органических фруктов и овощей с разбивкой на категории, 2019 и 2020 (тысяч тонн)

	2019 Импорт	2020 Импорт	Изменение, %
Тропические фрукты (свежие или сушеные), орехи и специи	772	843	9.2
из них бананы	640	679	6.1
Овощи (свежие, охлажденные или сушеные)	146	147	0.7
из них сушеные бобовые	56	75	34.2
из них картофель	25	23	-6.5
из них лук, лук-шалот и чеснок	25	13	-46.3
Фрукты (свежие или сушеные)	123	132	7.4





без учета цитрусовых и тропических			
из них яблоки и груши	31	30	-3.1
из них виноград	20	22	9.3
Фруктовые соки	85	76	-10.5
из них апельсиновый сок	30	30	0.1
из них яблочный сок	23	18	-23.7
Продукты из фруктов, овощей или орехов	55	56	2.5
из них продукты из фруктов	43	45	3.6
Цитрусовые фрукты	28	37	31.3
из них лимоны	15	21	40.6
из них апельсины	7	10	51.9
<b>ВСЕГО</b>	<b>1210</b>	<b>1292</b>	<b>6.8</b>

Источник: Краткие обзоры сельскохозяйственных рынков ЕС, №18 (июнь 2021)

**Выводы:** Рынок органических продуктов ЕС характеризуется высокой динамикой и стабильным ростом на протяжении последних лет. Тем не менее, сегодня сложно давать надежные прогнозы в отношении его дальнейшего развития и, следовательно, в отношении изменения ситуации с импортом и шансов поставщиков органики на рыночный успех.

С одной стороны, такая неопределенность вызвана, прежде всего, необходимостью подтверждения достижимости целей, заявленных в Плане действий ЕС по развитию органического производства (2021).

С другой стороны, внимание общественности все более фокусируется на проблеме изменений климата, становящихся все более ощутимыми. Их воздействие будет все сильнее сказываться как на производстве продовольствия, так и на потребительском поведении в обществе. Ключевые понятия: сокращение потребления мяса, региональность, рост цен на сельскохозяйственную продукцию, ограничение экспорта в пользу приоритетного обеспечения продовольствием собственного населения по приемлемым ценам.

В принципе, можно прогнозировать усиление тренда на сворачивание импорта продуктов, которые могут выращиваться в самом ЕС. В то же время спросом будут пользоваться трудоемкие специальные культуры, в частности овощи/фрукты (также в переработанном виде).

С большой долей вероятности привлекательным будет сегмент плодов, собираемых в дикой природе – ягоды, орехи, тем более что ЕС располагает лишь ограниченным количеством нетронутых площадей.



Импорт продукции животного происхождения (мясо/яйца) из стран-нечленов ЕС вряд ли будет иметь большое значение. Исключением является мёд – самый импортируемый продукт в этом сегменте.

### 3. Какие органические продукты может экспортировать Россия?

В силу своих климатических условий Россия производит преимущественно сельскохозяйственную продукцию, аналогичную той, которая производится и в Евросоюзе. Это обстоятельство делает европейский рынок для России малоперспективным, поскольку сам ЕС намерен и будет наращивать собственное органическое производство. Соответственно, уменьшается его зависимость от импорта органики. Однако и Россия имеет перед Евросоюзом ряд преимуществ, прежде всего стратегического свойства, а именно:

- **крупные, практически нетронутые ареалы, пригодные для сбора дикоросов;**
- **наличие в сельской местности недорогой рабочей силы;**
- **обширные пространства.**

Еще одно преимущество России в контексте международной конкуренции в лице Китая и США/Канады – ее географическая близость к Европе. Порою просто невозможно понять, почему, например, масличный жмых или мед ввозятся в Европу из Китая, в то время как Россия находится к ней несравненно ближе.

Даже этих немногих факторов достаточно для понимания того, что Россия вполне могла бы стать крупным поставщиком органической продукции. И если она до сих пор таковым не стала, следует разобраться, в силу каких обстоятельств.

- Первым существенным негативным моментом в производстве сельскохозяйственной продукции, а также ее последующей переработке/реализации в России является по-прежнему чрезвычайно малое число органических предприятий, сертифицированных на предмет их соответствия требованиям органического стандарта ЕС. А это – обязательное условие для экспорта органической продукции в ЕС.
- Доверие к российской органической продукции/системе сертификации органической продукции все еще находится на низком уровне. Последнее находит свое выражение, например, в дополнительных правилах ЕС по контролю и отбору проб продукции, действующих в отношении России, а также Китая, Украины и Турции. Основанием для введения этих правил послужили многочисленные несоответствия требованиям к ввозимой продукции, выявленные в последние годы, и большое (выше среднего) количество случаев обнаружения остатков загрязняющих веществ на ввозимых, прежде всего, сырьевых органических продуктах.
- Очень высокие требования к качественным и ценовым характеристикам продукции представляют собой серьезный вызов/препятствие, прежде всего, в отношении импорта переработанной продукции.



- На специализированных рынках органики присутствие России не столь заметно, если сравнивать его с присутствием того же Китая или Турции. Маркетингу российской продукции явно не хватает убедительности, способности пробудить к ней интерес и доверие со стороны профессионального сообщества. Сегодня, отправляясь на поиски органических продуктов, о России никто даже не вспомнит – ни в первую очередь, ни во вторую!
- Языковой барьер! Сегодня без английского языка успеха на рынке не добиться. Однако это условие в России часто игнорируется – при том, что по-русски говорят лишь очень немногие европейцы.
- По личному опыту и из бесед с деловыми партнерами знаю, что успех проекта очень часто зависит от характера личных отношений. Европейские импортеры/рыночные актеры хотят лучше знать своих поставщиков и производителей продукции, с производителями они часто встречаются непосредственно на производственных площадках, что способствует установлению атмосферы взаимного доверия. При этом посещение России обставлено подспудными психологическими барьерами – языковыми, визовыми и, не в последнюю очередь, социально-политическими.

**Выводы:** Органическая отрасль России имеет вполне достаточный потенциал для экспорта крупных объемов органики в ЕС. Причина, почему этот потенциал до сих пор остается невостребованным, кроется не столько в самих продуктах, сколько в описанных выше рамочных условиях (ср. Украина в 2020 году заняла пятое место по экспорту органического сырья в ЕС). В этом контексте необходимо, прежде всего, сформировать у потребителей устойчивое доверие к российским продуктам с опорой на профессионально организованное участие в выставках, прозрачность и инновационность.

## 4. Какие группы органических продуктов обладают потенциалом для экспорта из России в ЕС?

### 4.1. Корма для сельскохозяйственных животных

имеют **ограниченный экспортный потенциал** в виду того, что потребление мяса сокращается, а растительные корма могут по большей части возделываться на территории ЕС. Руководящие принципы ассоциаций и союзов содержат требование, согласно которому животноводческие предприятия обязаны увеличивать долю кормов внутрихозяйственного производства, тем самым сокращая их закупки на стороне. Например, в 2020 году в Германии имел место избыток органического кормового зерна, что привело к серьезному ценовому давлению на него.

Состояние рынка кормов будет определяться, прежде всего, качеством, надежностью поставок и ценой продукта, причем в случае с ценой можно рассчитывать лишь на незначительный прирост добавленной стоимости.

### 4.2. Зерновые

имеют **ограниченный экспортный потенциал** в виду того, что данная продукция может в принципе выращиваться на территории ЕС. С увеличением масштабов органического



сельского хозяйства (см. План действий ЕС по развитию органического производства) все больше сельхозтоваропроизводителей будут переходить на относительно простые методы возделывания зерновых. Рынок отдельных видов зерновых (например, ржи) насыщен уже сегодня. Вопрос лишь в том, в какой степени будет сокращаться объем урожая зерновых по причине роста числа органических предприятий – ясность в этом вопросе появится лишь через несколько лет.

Состояние рынка зерновых будет определяться, прежде всего, качеством, надежностью поставок и ценой продукта, причем в случае с ценой можно рассчитывать лишь на незначительный прирост добавленной стоимости.

#### 4.3. Семена масличных культур

обладают **повышенным экспортным потенциалом** в виду того, что прогнозируемое сокращение производства животноводческой продукции, в свою очередь, приведет к сокращению предложения животных жиров. Последние могут быть отчасти заменены жирами растительными, что и происходит уже сегодня – это, например, овсяное молочко, обогащаемое подсолнечным маслом.

Пальмовое масло в качестве заменителя пользуется у потребителей весьма неелстной, экологически мотивированной репутацией (вырубка тропических лесов под новые плантации масличной пальмы), в связи с чем ожидаемо будут предприниматься попытки его замены растительными маслами локального производства.

Возделывание органического рапса – одной из основных масличных культур требует очень больших усилий при существенно меньших (в среднем наполовину) объемах урожая по сравнению с традиционными методами ее возделывания. С расширением органического земледелия будет ощущаться дефицит сырья именно для получения рапсового масла. Можно предположить, что эти факторы приведут к усилению спроса на органические растительные масла. По аналогии с вышесказанным состояние этого сегмента рынка также будет определяться, прежде всего, качеством, надежностью поставок и ценой продукта.

#### 4.4. Соя и другие протеиносодержащие растения

обладают **повышенным экспортным потенциалом** в виду того, что ожидаемое сокращение производства продукции животноводства вызовет повышение спроса на белки растительного происхождения. Тренд на вегетарианскую/веганскую систему питания дополнительно усилит спрос. Политические установки и общественные настроения могут стать причиной изменений в географии возделывания протеиносодержащих культур – примером тому бразильская соя, которая перестанет быть востребованной на том основании, что под ее плантации вырубятся дождевые леса Амазонии.

Не следует забывать, что сократиться и потребность в протеиносодержащих кормах для скота.

Поскольку соя является очень теплолюбивой культурой, постольку ее возделывание в некоторых регионах Европы связано с серьезными трудностями. То есть можно говорить о том, что в долгосрочной перспективе именно за соей сохранится надежный экспортный потенциал.



#### 4.5. Фрукты

обладают **экспортным потенциалом от среднего до высокого** в виду того, что их потребление растет на всей территории ЕС. Речь может идти, прежде всего, о трудоемких культурах, пользующихся повышенным спросом, в частности, о ягодах, черешне, орехах. Следует отметить, что в этом сегменте существует достаточно серьезная конкуренция со стороны производителей в Косово, Болгарии и Албании.

В целом можно говорить о том, что основной спрос приходится на переработанные продукты – концентрированные соки, замороженные и сушеные фрукты.

Остается лишь найти контрагентов в Европе и поставлять им продукцию неизменно отличного качества. Важным коммерческим аргументом в пользу приобретения продукции и в этом случае остается цена.

#### 4.6. Овощи

имеют **средний экспортный потенциал**. В целом можно утверждать, что основной спрос приходится на переработанные продукты – замороженные и сушеные овощи. Поставки же свежей продукции с учетом больших расстояний представляются, скорее, затруднительными, к тому же они предполагают наличие развитой логистики.

Остается лишь найти контрагентов в Европе и поставлять им продукцию неизменно отличного качества. Цена и надежность поставок – по-прежнему главные коммерческие аргументы в пользу приобретения продукции.

#### 4.7. Дикоросы

обладают **высоким экспортным потенциалом**, поскольку Россия занимает в определенной степени уникальное положение в этом сегменте рынка. Тренд потребительских предпочтений движется в направлении подлинно природных продуктов. С плодами, собранными в дикой природе, потребитель связывает свои представления о высокой степени качества и чистоты, свою готовность платить за них дополнительную цену. Ягоды, лесные яблоки, грибы, орехи, мед являются основными группами продуктов-дикоросов.

Определенные связи с Европой в этом сегменте Россия уже наладила, необходимо продолжать поиски новых партнеров. Важно: продукция не так сильно подвержена ценовым колебаниям.

#### 4.8. Продукция животного происхождения

обладает **низким экспортным потенциалом – за исключением меда**. Потребление мяса продолжает сокращаться (см. выше), его импорт минимален. В продукции животного происхождения главную позицию занимает мед, его основными производителями являются Китай, Мексика и Бразилия. Можно вполне допустить, что с усилением регионализации и удорожанием транспортных услуг появится спрос и на русский мед. Необходимо найти контрагентов в Европе и поставлять им продукцию неизменно



отличного качества. Цена и надежность поставок остаются главными коммерческими аргументами в пользу приобретения продукции.

#### 4.9. Переработанная продукция

Ее **экспортный потенциал не поддается оценке** – у российских продуктов этой группы нет имени, они не пользуются популярностью у потребителей. Швейцарский сыр, французское вино продаются, как бы, сами по себе. Потребитель доверяет странам происхождения этой продукции, ее качеству, чего нельзя сказать о российских продуктах, остающихся по большей части неизвестными.

Для изменения существующего положения потребуются превосходные инновационные продукт, целевой менеджмент и готовность к солидным инвестициям в продвижение продукта.

#### Источники:

- **EU Agricultural Brief:** EU imports of organic agri-food products Key developments in 2020
- **BÖLW** (Союз экологичной пищевой отрасли): Отраслевой отчет 2021 (BRANCHEN REPORT 2021 Ökologische Lebensmittelwirtschaft)
- **EC.europa.eu:** ON AN ACTION PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF ORGANIC PRODUCTION
- **European Commission/Directorate-General for Trade:** European Union, Trade in goods with Russia 2020
- [EU Agricultural Outlook for Markets, Income and Environment 2020-2030](#)
- **AMI**
- **GTAI German Trade & Invest**
- **Торгово-промышленная палата Дюссельдорфа:** Таможенно-импортные правила для России
- [FIBL \(Научно-исследовательский институт органического сельского хозяйства\): 2021 edition of "The World of Organic Agriculture"](#)
- **Agrarheute:** различные выпуски
- **Fraunhofer ISI:** 50 trends influencing Europe`s food sector by 2035
- **Центр компетенции органического земледелия Нижней Саксонии:** Памятка по рапсу (Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen GmbH: Merkblatt Raps).





---

**Данный материал подготовлен в рамках кооперационного проекта «Германо-Российский аграрно-политический диалог» (АПД).** Проект "Германо-Российский аграрно-политический диалог" (RUS-20-01) реализуется при содействии Федерального министерства продовольствия и сельского хозяйства Федеративной Республики Германия (BMEL).

**Подробную информацию можно найти на сайтах <http://www.agrardialog.ru> и [www.bmel-kooperationsprogramm.de](http://www.bmel-kooperationsprogramm.de)**

**Интеллектуальная собственность и право на использование:** все публикации проекта являются собственностью BMEL

**Автор:**

Франк Румпе (Frank Rumpe), Германия

**Контакт:** "Германо-Российский аграрно-политический диалог"

105064, Москва, ул. Казакова 10/2, [info@agrardialog.ru](mailto:info@agrardialog.ru)

**По состоянию на:** ноябрь 2021 года