



Органическое молоко в мире и в России.



**ИСТОРИЯ В
БОГИМОВО**



Эдуард Почивалин
Управляющий партнер
«История в Богимово»





Что такое органическая продукция?



«Мамой
клянусь!»



«Фермер
»



«Своими
руками»



«Все
свое!»



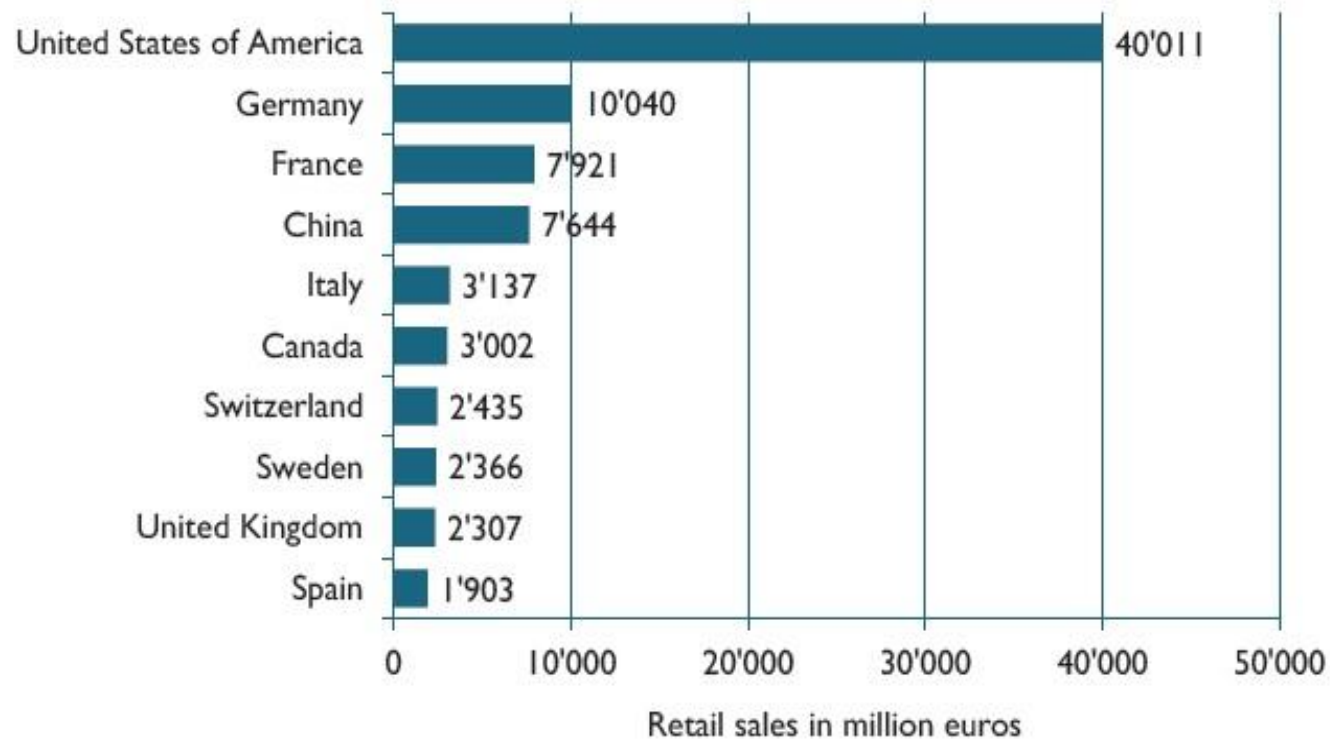
Органическая продукция – сертифицированная продукция

Образцы государственных и частных сертификатов:





Анализ рынка*

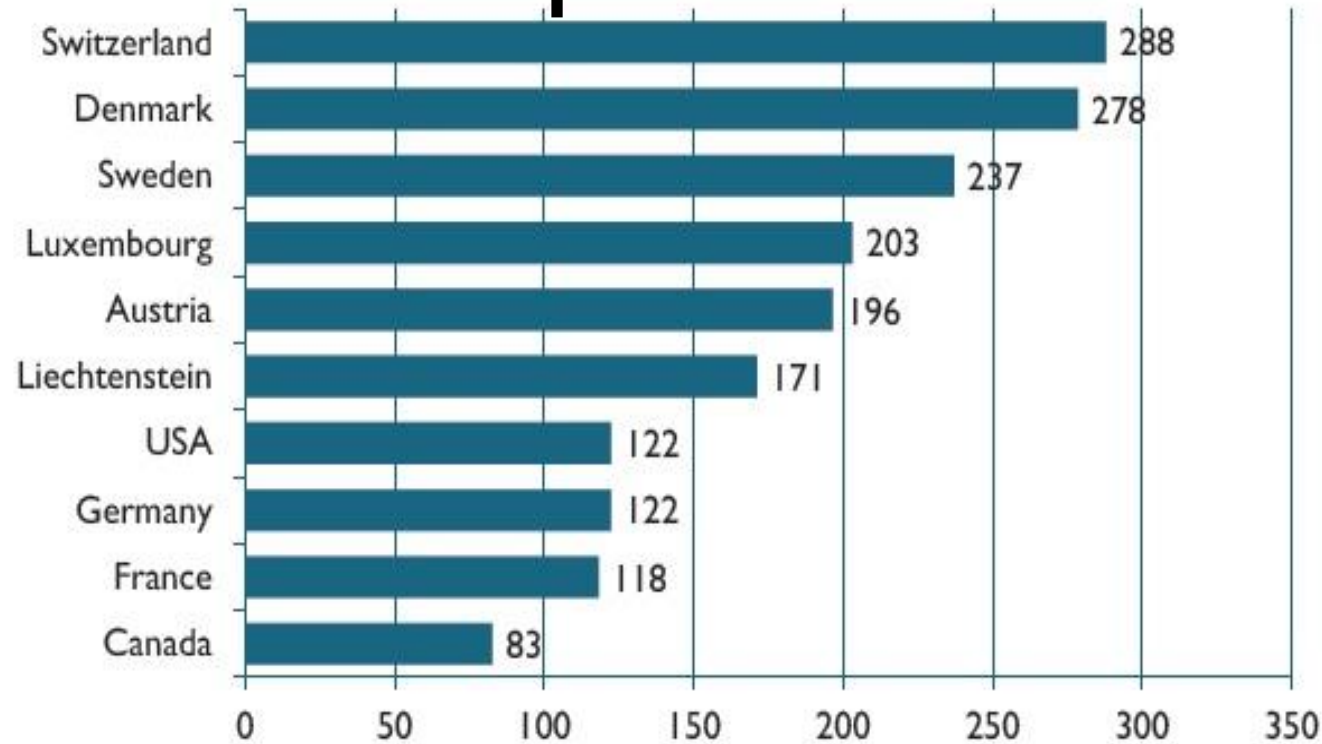


Лидером по объёму рынка органической продукции являются США, на которые приходится 43% рынка. Далее с достаточно существенным отставанием идут страны ЕС и Китай.

*Информация предоставлена Национальным Органическим Союзом



Анализ рынка*



10 стран с наибольшим потреблением органической продукции в расчёте на одного жителя (в евро) (2017 г.). (Источник FIBL, 2019 г.)

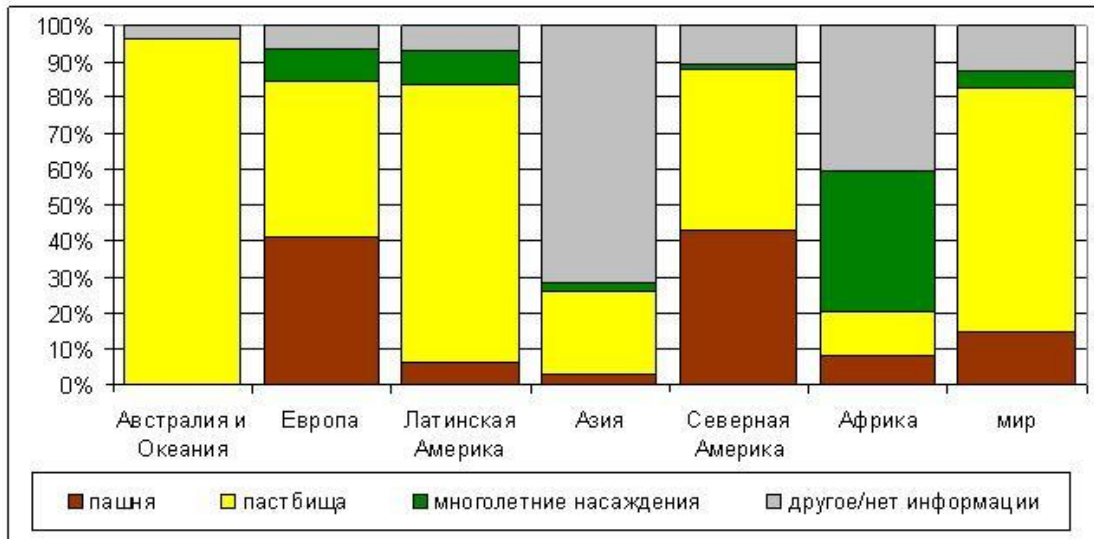
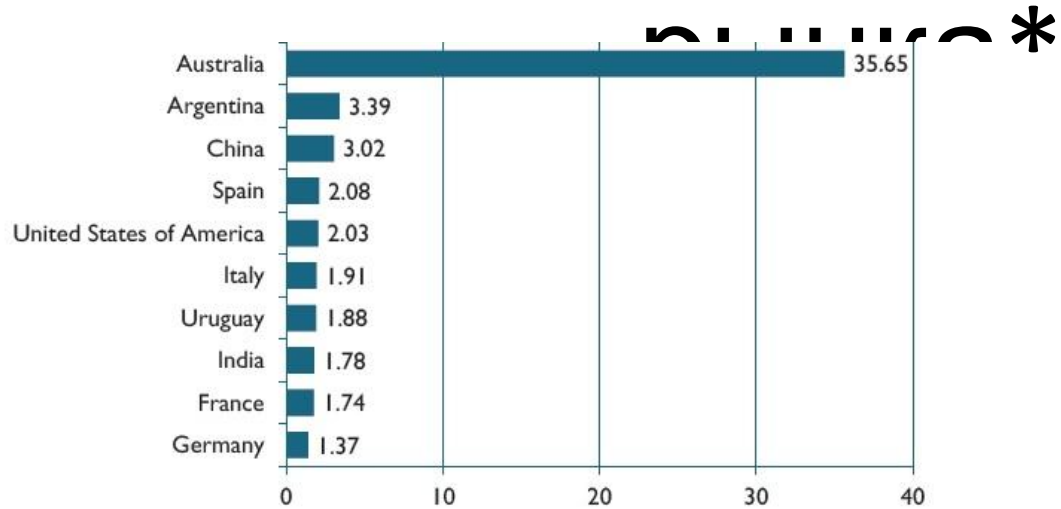
Однако по количеству продукции потребляемой на душу населения европейские страны существенно опережают всех в мире.

Количество людей, постоянно потребляющих органические продукты в мире, также за 15 лет выросло не менее, чем в пять раз, и составило ~ 700 млн. чел. Основные потребители – люди с высоким или средним достатком, проживающие в благополучных, развитых странах.

*Информация предоставлена Национальным Органическим Союзом



Анализ



Структура органических сельскохозяйственных угодий в регионах мира

Всего в мире сертифицировано более 2,9 млн. производителей. Однако хотелось бы отметить, в отличие от США и России, где на одно предприятие может приходиться от 100 до нескольких тыс. га земли, все эти предприятия в среднем имеют не более 3-4 га. В Европе этот показатель находится на уровне 20-25 га.

Всего в мире на конец 2017 г. сертифицировано в сфере органического сельского хозяйства более 69,8 млн. га, в сфере производства продукции из дикоросов 42,4 млн. га.

По количеству сертифицированных земель в сфере органического сельского хозяйства абсолютным лидером является Австралия сертифицированы 35,6 млн. га земли, а в сфере производства продукции из дикоросов Финляндия 11,6 млн. га.

По потенциалу Россия - безусловный лидер, которая имеет 28 млн. залежных земель, большая часть из которых пашня.

*Информация предоставлена Национальным Органическим Союзом



Анализ рынка*



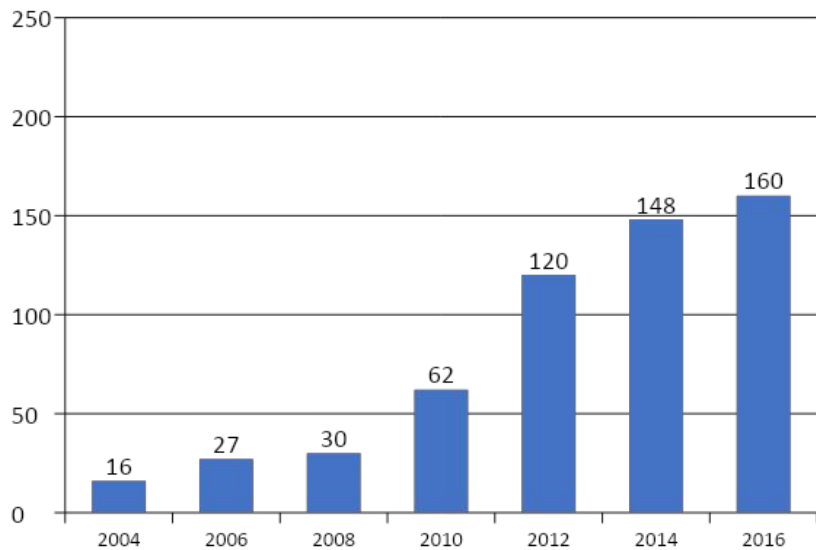
Россия — фактически одной последних из развитых стран приняла органический закон, однако до сих пор большое количество вопросов, связанных с производством органической продукции законодательно не отрегулировано.

Несмотря на это, российский рынок до 2014 г. показывал достаточно интенсивный рост: в среднем с 2010 г. мы росли приблизительно 10 % в год, но кризис и целый ряд косвенных факторов привел к тому, что 2015 – 2016 гг. мы прожили с ростом гораздо меньше, чем планировали: 2015-2016 рост составил приблизительно 4 % (некоторые эксперты утверждают, что режиме стагнации и даже падения), хотя планировали догонять европейские страны и иметь такие же темпы роста как они. В 2017-18 годах ситуация с развитием органики восстановилась, и сейчас наблюдается устойчивый рост более 10% в год.

*Информация предоставлена
Национальным Органическим Союзом



Анализ рынка*



Органический рынок в РФ (в млн. евро)

В начале 2000-х мы имели рынок 16 млн. евро (100 % этой продукции был импорт), а сегодня мы достигли показателя 160 млн. евро (уже 15-20% отечественная сертифицированная продукция). Несмотря на неплохие показатели роста в абсолютных величинах, наша доля в мировом рынке составляет лишь 0,15%. В настоящий момент наш рынок находится в состоянии технической погрешности для многих стран. Если в ближайшее время ситуация не изменится, то у нас будет такое количество импорта, что самим органическую продукцию будет производить невыгодно. При этом Россия, учитывая природные условия, низкий уровень загрязнения окружающей среды, развитие транспортной инфраструктуры, наличие пастбищных угодий имеет значительные возможности по внедрению органической системы хозяйствования.

*Информация предоставлена
Национальным Органическим Союзом



Анализ



Исследования 2013 -2018 г. показывают, что главный мотив потребления органики — забота о здоровье. Согласно исследованиям TNS и Яндекс-маркет, органику в России главным образом покупают домохозяйки для семьи и родных, мамы для своих детей, таковых 40 %. Просто приверженцев здорового образа жизни среди покупателей примерно треть. Тех, кому ее прописал доктор, — всего десятая часть, и столько же составляет так называемый сегмент luxury. Оставшиеся 5% покупателей органики переплачивают за дань моде. В то время как в 2007-08 годах основным являлся сегмент luxury, который составлял более 90% покупателей. Можно сделать вывод, что целевой сегмент сформировался в этом варианте, и в дальнейшем он будет продолжать развиваться.

*экспертный анализ ЦКС в г. Москве и Яндекс.Метрика (2013-2014 гг)**

*Информация предоставлена Национальным Органическим Союзом



Анализ рынка*



Отличительной особенностью наших производителей сертифицированной органической продукции является приверженность «органической идее». Например, в странах Прибалтики многие занимаются органикой чисто с коммерческой точки зрения. Это либо получение больших дотаций, либо некий ценовой диапазон, который позволяет им продавать достаточно выгодно свою продукцию.

По многим структурным позициям мы становимся похожими на Европу. Например, в Европе большинство производителей производят фрукты, овощи и крупы, такая же ситуация и у нас (рис. 10). На втором месте и на нашем рынке, и на зарубежном находится молочная продукция.

Развитие органики в РФ – не проблема, а задача, которую мы должны вместе решить.

*Информация предоставлена Национальным Органическим Союзом



Группа компаний «История в Богимово»



- 1200 га земли
- поголовье 150 голов породы Джерси
- Цех по переработке до 1500 литров/смену
- Система реализации
- Сертификат EU и отечественный ГОСТ



ООО
«Экоферма
Джерси»

ООО
«Богимовские
сыроварни»

Производство кормов
Производство молока

Переработка молока
Реализация





Успешное развитие органики мы видим благодаря:

- Созданию доверия потребителя к **сертифицированной** продукции через знакомство с производителем, с возможностью посещения производства.
- Созданию уникального продукта, обладающим особенными вкусовыми характеристиками. Вкусное – полезно.
- Развитие рынка при сотрудничестве «идейных» производителей, переработчиков и ритейлеров.
- Создание выгодных условия для производителей для их мотивации перехода в «органику».





Спасибо за внимание!

Эдуард Почивалин

Управляющий партнер
«История в Богимово»

+7 (916) 911-27-27

