

В 2007 році, на початку 2008, одне з самих незручних запитань під час зустрічі з потенційними клієнтами було «і куди я потім продам цю свою продукцію?». Особливо якщо воно звучало від дрібного виробника, фермерського господарства. Звичайно, крупного можна було зорієнтувати на можливість експорту, ціни тоді були досить пристойними. А щодо внутрішнього ринку було ще глухо як в танку. Були спроби реалізації продукцію Асоціацією БІОЛан, тільки починав сертифікуватися Круп'яний Дім. Але самих торгових організацій ще навіть не з'являлося на горизонті. Ті дрібні фермери, що йшли на сертифікацію тоді дійсно йшли сподіваючись на світле майбутнє.

І відверто ми дуже раділи, коли починали створюватися перші магазини Еко-шик, Натур-Бутік, Органік Ера тощо. Починаючи з кінця 2008 року майже щомісяця виникав новий магазин. Дуже багато з'явилося он-лайн магазинів органічних продуктів чи можливо вірніше буде сказано магазинів «здорових» продуктів. Буквально зробивши неважкий пошук в Гугл я знайшов 16 магазинів. Деякі з них зовсім нові.

Звичайно поява магазинів позитивно вплинула на настрої наших клієнтів-виробників.

Але останнім часом, ми відчули, і багато хто з Вас також неодноразово звертався до нас, що Вам потрібно більше знань, бо все більше і більше з'являється невідповідностей та проблем на органічному ринку .

Ви маєте зрозуміти нашу позицію – тут Вас зібрали не для того, щоб вказати Вам що у Вас не так, а для того, щоб розібрати помилки, невідповідності, які найчастіше трапляються, допомогти в них розібратися і надати всю необхідну теоретичну інформацію, а далі вже Ваше право як ВИ будете використовувати знання отримані тут.

Всі невідповідності та проблеми, що я назву не мають конкретного відношення до Вас. Це зібраний образ ситуації на ринку. Це всі найбільш розповсюджені невідповідності, що ми відмічали протягом півроку та проаналізувавши близько 15 Інтернет магазинів та відвідавши майже всі магазини.

Я впевнений що більшість невідповідностей стали результатом браку знань про те що таке дійсно органічний продукт, що таке органічне виробництво, як ідентифікувати продукт і як його позиціонувати сповивачеві.

Саме на ці питання я мої колеги сьогодні і постараємося дати відповідь.

Ми всі разом створюємо довіру споживачів до органічних продуктів та відповідну чисту репутацію цих продуктів в суспільстві. Давайте робити все для того щоб її не руйнувати, а навпаки – робити ще прозорішою.

Пропоную все таки швиденько пройтися по всіх тих моментах, що я відмітив.

Почну з самого розповсюдженого. До цього часу **багато хто плутає або не знає різницю між наступними поняттями:**

- Органічний продукт
- Біологічний продукт
- Екологічний продукт
- Екологічно-чистий продукт
- Біодинамічний продукт
- Натуральний продукт
- Домашній продукт
- Здоровий продукт
- І тд

Мабуть частково через це відбуваються і інші речі. Сюди б я відніс також проблему **змішування понять маркування органічної продукції та екомаркування** (наприклад що пропонує Жива планета).

Я умовно розділив всі невідповідності що зустрів на такі групи: невідповідності в позиціонуванні органічних продуктів, невідповідності в маркуванні органічних продуктів, проблеми взаємовідносин виробників та продавців, продавців та споживачів.

Під Позиціонуванням я маю на увазі – представлення готового продукту в рекламних матеріалах, веб-сайті, вербально покупцям тощо

- **Позиціонування органічним продукту, що можливо і був вирощений за органічними методами, але ніколи не проходив органічної сертифікації**

Це одна з найбільш поширених невідповідностей. Дуже багато хто вважає свої продукти по справжньому органічними, або частіше їх називають екологічно-чистими, здебільшого продукти походять з невеликих фермерських господарств чи приватних садиб.

Можлива причина: брак знань про органічні продукти та органічне виробництво
Тут є гарна альтернатива називати даний продукт домашнім, натуральним тощо, але він не може претендувати на звання органічний.

- **Позиціонування продукту органічним чи перехідним, лише за те, що він мав якийсь зв'язок з сертифікаційною компанією, і можливо навіть отримував якісь сертифікати, проте його продукти, ніколи не були сертифіковані як органічні чи перехідні**

Два приклади:

- 1) клієнт працював почав працювати з ОС, потім в силу різних причин (не справився з технологією, нехватка фінансів, був несертифікований) перестав сертифікуватися, але продовжує справно продавати продукцію яка позиціонується як органічна лише тому що він:
 - сказав що працював з ОС
 - показав сертифікат за минулі роки (наприклад 2007-2008 роки)
- 2) клієнт тільки-но подав заявку на сертифікацію, а його продукція продукція відразу ж продається і позиціонується як органічне

Можлива причина: невміння ідентифікувати продукти (читати сертифікат)

- **Позиціонування продуктів конкретного виробника всіх як органічні, хоча лише деякі з них були включені до сертифікату як органічні, інші або ще не отримали такого статусу, не підлягали сертифікації взагалі**

Це до речі стосується не тільки магазинів, а деякі виробники на своїх сайтах цим «грішать»

- Можлива причина: невміння ідентифікувати продукти (читати сертифікат)
- **Позиціонування продукту як органічного, хоча лише сама сировина була сертифікована як органічна, часто від іншого виробника, весь ланцюг не прослідований і переробка не сертифікована**

Можлива причина: брак знань про органічні продукти та органічне виробництво

- **Позиціонування всього асортименту магазину як органічного хоча насправді там є лише декілька дійсно сертифікованих продуктів**

Можлива причина: ?

По Маркуванню:

- Невірне маркування – напис органічний продукт, коли на нього немає відповідного сертифікату (при цьому відсутні інші обов'язкові елементи органічного маркування)
- Невірне маркування – продукт органічний, але маркування з недоліками

Взаємодія виробників з продавцями.

- самі мережі видають продукт як органічний по своїй ініціативі (дуже хочуть бачити його органічним). Приклад виробник його продає, але пояснює, що він перехідний чи ще не сертифікований (в процесі) Вирішення немає. Тут є лише соціальна відповідальність перед споживачами та іншими гравцями цього ринку.
- Виробники видають продукт як органічний, хоча насправді він таким не є.
- Вирішення: навчитися мережам ідентифікувати продукт
- Самі продавцю спонукають появі не сертифікованих виробників. По деяких видах продукції (особливо овочі) з'являється конкуренція між самими магазинами. З іншого боку є виробники (з першої категорії, що я сьогодні згадував – можливо і працює за органічними методами, але не сертифікований). І якщо один магазин запитає у нього сертифікат, інший візьме продукцію, але нагадає, що є ще такий процес як сертифікація, то третій просто візьме продукцію під чесне слово поки перші два думають. Як результат я потім чую від таких виробників: «навіщо мені сертифікуватися?» у мене як так гарно беруть продукцію як органічну. А я таке чую.
- Попередня проблема в тому числі викликає нову – обуреність сертифікованих виробників, які проходили 2-3 роки перехідного періоду і вкладали гроші у виробництво. Уявіть ситуацію коли людина чекаю свого часу щоб увійти на ринок з певною групою товарів, а репутація цього товару вже «підмочена».

Взаємодія продавців та споживачів

- Низький рівень знань самих продавців про органік (можемо робити тренінги на замовлення, друкувати інформаційні пам'ятки тощо)
- Інколи продавців трохи заносить і вони повідомляють некоректну інформацію споживачеві
- Веб-сайти

Поки що органічна продукція популяризується і довіра споживача зростає, але вже зараз з'явилося декілька критичних статей журналістів на цю тематику.

Крім того вчора відбувся семінар для представників ЗМІ, і вони вже мають ті знання, щоб розпізнати де органічний продукт, а де його видають за органічний. Ця тема їм дуже цікава, тому я думаю, вони тепер почнуть прискіпливіше розглядати ваші продукти.

Можливе дуже негативне явище – декілька статей про те, що споживачам насправді продають не те і вся репутація цього напрямку понизиться, а разом з тим і довіра тих споживачі, що найбільше переконані в органіці.

Інше негативне явище – знизиться довіра до вітчизняних продуктів, і буде все більше з'являтися імпортного.